

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
"Пензенский государственный университет
архитектуры и строительства"

С.А. Баронин, А.Г. Янков

**ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ
ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ
ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ БИЗНЕС СИСТЕМ
НА ПРИМЕРЕ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

Пенза 2013

УДК 332.146.2:005.59(470.40)(035.3)

ББК 65.9(235.54Пенз)-96

Б25

Рецензенты: доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой «Экономика, организация и инвестиции» Б.Б. Хрусталеv (ПГУАС);
доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой «Управление бизнесом» С.М. Васин (ПГУ);

Баронин С.А.

Б25 Проблемные аспекты развития перспективных направлений территориальных бизнес систем на примере Пензенской области: моногр. / С.А. Баронин, А.Г. Янков. – Пенза: ПГУАС, 2013. – 120 с.
ISBN 978-5-9282-0952-0

В книге представлены научно-практические материалы и обзор теоретических основ маркетингового анализа городских территорий под организацию бизнеса; маркетинговый анализ потенциальных сегментов развития городских территорий под бизнес; анализ развития жилищного рынка по сегменту комплексной жилой застройки; маркетинговый анализ наиболее эффективного использования и развития городских территорий на примере портфеля инвестиционных проектов девелоперов г.Пензы; рассмотрено нормативно-правовое регулирование малого и среднего бизнеса и так же рассмотрено экологическое состояние земель Пензенской области.

Монография предназначена для студентов, обучающихся по направлению 270800.68 «Строительство», а также практических специалистов в инвестиционно-строительной области, государственных и муниципальных служащих, риэлторов.

ISBN 978-5-9282-0952-0

© Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, 2013

© Баронин С.А., Янков А.Г., 2013

ПРЕДИСЛОВИЕ

Выполненное исследование имеет научно-практическую значимость, которая заключается как в выявлении и анализе проблемных вопросов связанных с выбором бизнес направления в сложившихся экономических отношениях на сегодняшний день и эффективным использованием и развитием городских территорий Пензенской области с целью привлечения в регион инвестиций за счет развития комплексной жилой застройки жилья эконом-класса.

Данное исследование несет и возможности практического применения полученных результатов для деятельности как конкретных инвестиционно-строительных компаний, так и для использования органами государственного, регионального и муниципального управления в целях развития и привлечения инвесторов для Пензенской области

Таким образом, выполненные исследования в данной работе подтвердили значимость и важность проведения работ в области эффективного использования городских территорий при помощи маркетинговых исследований.

Установлено, что требуется дальнейшее развитие данных вопросов как особо важных, имеющих особо государственное значение для решения социально-экономических вопросов.

ВВЕДЕНИЕ

Современный рынок предложений наполнен большим количеством идей для открытия малого бизнеса. Развитие и поддержка малого и среднего бизнеса является одной из важнейших задач для региональных органов власти, поскольку это позволяет увеличить налоговые поступления в бюджет, расширить налогооблагаемую базу. Правительство Российской Федерации (далее – РФ) ежегодно перед представлением федерального бюджета вносит на рассмотрение Федерального Собрания РФ проект Федеральной программы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства. В федеральном бюджете ежегодно предусматривается выделение ассигнований на ее реализацию.

Маркетинговые исследования помогают в полном размере представить картину рыночных отношений в той или иной сфере предпринимательской деятельности на сегодняшний день. Для вхождения в бизнес необходимо так же как можно эффективнее задействовать территориальные ресурсы, с целью получения наибольшей доходности.

Приоритетным бизнес направлением остается сфера строительства, а именно комплексная застройка жилых территорий. Отдельное предпочтение в последнее время отдается строительству жилья эконом класса. выполнение программы массового строительства жилья эконом класса. Жилье именно этого класса в нашей стране способно не только улучшить жилищные условия платежеспособной части домохозяйств, но и будет способствовать развитию экономики нашей страны за счет большого мультипликативного эффекта, которым характеризуется инвестиционно-строительный рынок среди других секторов экономики.

Актуальность данного исследования заключена в решении вопросов развития городских территорий на основе организации перспективных направлений бизнеса в пензенской области через использование инструментария маркетингового анализа по критерию наиболее эффективного использования. Резервы развития городских территорий под перспективные бизнес-идеи являются основой стабильного социально-экономического развития городских поселений и всего региона Пензенской области.

Целью исследования является комплексное исследование научно-практических аспектов теории маркетингового анализа городских территорий под организацию бизнеса в Пензенской области с

обоснованием потенциальных сегментов развития с выделением особого приоритета девелопмента комплексной жилой застройки территорий.

Основными задачами работы являются: обзор теоретических основ маркетингового анализа городских территорий под организацию бизнеса; маркетинговый анализ потенциальных сегментов развития городских территорий под бизнес; анализ развития жилищного рынка по сегменту комплексной жилой застройки; маркетинговый анализ наиболее эффективного использования и развития городских территорий на примере портфеля инвестиционных проектов девелоперов г. Пензы; рассмотрено нормативно-правовое регулирование малого и среднего бизнеса и так же рассмотрено экологическое состояние земель Пензенской области.

Объектом исследования является анализ принципов, методов и функций маркетингового анализа наиболее эффективного использования городских территорий, способствующих привлечению инвесторов для реализации бизнес проектов.

Предметом исследования является маркетинговый анализ как современная концепция способствующая разработке бизнес проектов, привлечению инвесторов для реализации проектов комплексного освоения.

Для написания работы использовались следующие методы исследований: изучение источников литературы (по теме исследования), рассмотрение статистических данных, изучение реализованных инвестиционных девелоперских проектов по комплексному освоению территорий и нормативно-правовая документация.

Практическая значимость данного исследования состоит в том, что оно развивает проблемные вопросы создания проектов комплексного освоения территорий в целях жилищного строительства с точки зрения наиболее эффективного использования городских территорий для организации бизнеса.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛИЗА ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ ПОД ОРГАНИЗАЦИЮ БИЗНЕСА

1.1. Основы маркетингового анализа и особенности его применения к обоснованию бизнеса

Маркетинговые исследования – это изучение рынка. Филипп Котлер определяет маркетинговые исследования как систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой ситуацией, их сбор, анализ и отчет о результатах [18]. Профессор Технологического института Джорджии Нареш Малхотра уточняет, что маркетинговые исследования – это систематический и объективный поиск, сбор, анализ и распространение информации, которые осуществляются для совершенствования принятия решений, относящихся к рыночным сферам [20].

Маркетинговые исследования играют важнейшую роль в обосновании бизнеса, они помогают определить возможные направления развития бизнеса. Их нужно проводить, принимая решения:

- о выходе на новые рынки,
- о введении нового продукта,
- о ребрендинге,
- об определении цены на продукцию компании,
- о каналах и методах продвижения товаров,
- о формировании сбытовой политики и методах стимулирования клиентов

Чаще всего, когда предприниматель сталкивается с одной из перечисленных выше ситуаций, он принимает решения, основанные на его опыте и понимании рынка. Но важно знать, что маркетинговые исследования требуют денег и времени поэтому, многие современные бизнесмены пренебрегают ими, рассчитывая исключительно на свою интуицию в правильности принятия решения. Но любое решение принятое бизнесменом на своем предприятии сопровождается риском и возможными финансовыми потерями – маркетинговое исследование поможет сделать не только правильный выбор, но и на определенный период выстроить свою бизнес политику основываясь на данных исследований.

1.1.1. Понятие маркетингового анализа при обосновании бизнеса в общей теории маркетинга

Современная концепция маркетинга — результат многолетней эволюции взглядов предпринимателей на свою деятельность на рынке и сам рынок, происходящей вследствие развития производительных сил общества. Гибкость данной концепции проявляется в повышении уровня маркетинга — от «совершенствования производства» через «интенсификацию коммерческих усилий» к социально-этическому маркетингу.

Формула современного маркетинга:

Прибыль фирмы = Удовлетворение клиента + Учет интересов общества.

Из формулы ясно, что сегодня доходы компании зависят от ее умения наладить активные контакты с покупателями путем изучения рынка, создания эффективных систем распределения, продвижения, стимулирования продаж. Существенным дополнением к этим системам являются уровень корпоративной культуры и социальная ответственность каждого исполнителя за результаты предпринимательского труда перед обществом.

Для концепции социально-этического маркетинга (СЭМ) характерны следующие черты:

- создание необходимой гармонии между производственными возможностями и здоровыми потребностями общества. В результате цель СЭМ — удовлетворение разумных потребностей общества в соответствии с его гуманными интересами;

- каждая компания обязана иметь четкие стандарты сервисного обслуживания, экологических оценок и руководствоваться ими на всех этапах маркетинговой деятельности;

- фирма обязана использовать новейшие природоохранные технологии, способствующие выполнению главной миссии — удовлетворение запросов клиентов безопасными товарами и услугами. В этой черте заключена главная логика СЭМ: помимо рыночной ориентации необходимо соблюдать режимы безопасного производства, распределения и потребления;

- любая компания обязана иметь комплекс социальных программ, включающий направления материальной поддержки, социальной защиты, обучения и переподготовки кадров, благотворительности и патронирования. Все эти направления являются составляющими элементами имиджа компании, ее репутации.

Эволюция концепций маркетинга была в значительной степени обусловлена необходимостью поиска оптимума пропорциональности

системных инструментов маркетингового управления который обеспечил бы предприятию устойчивое конкурентное преимущество.

Концепция маркетинга организации — это единый системный документ развития, в котором объединены цели, принципы и функции.

Цели, стоящие перед маркетингом, — отправная точка создания условий прибыльного предпринимательства. Среди множества целевых направлений маркетинга на первый план выступают такие цели, как:

1) максимизация степени удовлетворенности потребления за счет синхронизации организации промышленного производства, объемов продаж и сервис обслуживания;

2) обеспечение широкого выбора товаров и услуг в целях своевременного и качественного удовлетворения материальных и духовных потребностей общества;

3) максимизация качества жизни на основе использования экологически чистых производственных технологий, реализации безопасных товаров и услуг, создания культурной среды обитания.

Функции маркетинга представляют собой совокупность видов деятельности, связанной с изучением рынка, развитием ассортимента, формированием каналов товародвижения на рынок, проведением рекламы и стимулированием продажи, а также с управлением и контролем. Каждая из этих функций сама по себе важна, но только в тесной взаимосвязи они позволяют успешно реализовать принципы маркетинга. В конечном счете, их можно разделить на четыре группы:

1. Аналитические — изучение рынка, потребителей, товарной структуры, конкурентов.

2. Производственные — организация производства и материально-технического снабжения, внедрение новых технологий, обеспечение высокого качества и конкурентоспособности производимых продуктов.

3. Распределительно-сбытовые — организация каналов сбыта, системы транспортировки и хранения, проведение товарной и ценовой политики, реклама.

4. Управленческие — планирование на тактическом и стратегическом уровнях, информационное обеспечение маркетинга, контроль.

К основным ролям и задачам маркетинга при обосновании бизнеса можно отнести:

- сделать рынок упорядоченным (подчиняющимся определенным правилам), "прозрачным" (позволяющим оценивать его состояние, параметры и тенденции развития) и предсказуемым (обеспечивающим возможность прогнозировать его изменения);

- ограничить стихийность рынка путем регулирования некоторых рыночных процессов;
- сделать конкуренцию упорядоченной, подчиняющейся определенным ограничениям, исключить возможность недобросовестной конкуренции;
- подчинить производство и торговлю требованиям рынка, т.е. интересам потребителя;
- разработать и внедрить в рыночную деятельность принципы научно обоснованной технологии товародвижения и распределения (дистрибьюции)
- обеспечить высокую эффективность рекламной и другой маркетинговой деятельности по влиянию на рынок и формированию привлекательного образа товара в представлении потенциальных и фактических покупателей.

Роль маркетинга в бизнесе показана на рис. 1 [15].

Маркетинг — это не просто какая-то еще одна из частей бизнеса. Это бизнес в бизнесе, позволяющий зарабатывать деньги для предприятия путем создания дополнительной стоимости, используя имеющиеся ресурсы, создавая дополнительную ценность для потребителя на основе тщательного изучения информации о рынке и конкурентах[32].



Рис. 1. Место маркетинга в рыночных взаимоотношениях

Маркетинг уже сейчас называют философией. На самом деле вся философия состоит в том, чтобы, так или иначе, настроить все бизнес-

процессы компании от стратегических до оперативных на удовлетворение запросов потребителей.

Маркетинг дает указания, какие товары производить, в каком количестве и в какие сроки, какие предоставлять услуги, какие назначать цены, какие предлагать скидки, где и когда размещать рекламу, что сказать нашим клиентам и как это сказать.

Маркетинг — это двигатель, который приводит в движение все другие виды деятельности [17].

1.1.2. Особенности теории маркетинга городских территорий

Территориальный маркетинг — это деятельность предпринимаемая с целью создания, поддержания или изменения отношений и/или поведения субъектов рынка, социальных отношений по поводу конкретных территорий, сосредоточенных там природных, материально-технических, финансовых, трудовых и социальных ресурсов, а также возможностей из реализации и воспроизводства.

Территориальный маркетинг — это маркетинг в интересах территории, ее внутренних субъектов, а также внешних субъектов, во внимании которых заинтересована территория. В связи с этим можно выделить:

- маркетинг территорий, объектом внимания которого выступает территория в целом, осуществляется как внутри, так и за ее пределами;
- маркетинг на (внутри) территориях, объектом внимания которого являются отношения по поводу конкретных товаров, услуг и др., осуществляемый в пределах территории.

В чем заинтересованы субъекты — реальные и потенциальные потребители территории? В наиболее общем виде это эффективное использование конкурентных преимуществ данной территории — для жизни, для бизнеса, для краткосрочного пребывания. Более конкретно это могут быть: объем рынка и величина платежеспособного спроса, развитость инфраструктуры, культурный и оздоровительный потенциал территории, комфорт, богатые сырьевые ресурсы и различные характеристики рабочей силы (например, специалисты определенного профиля, уровень квалификации, дешевизна рабочей силы) и др.

Чтобы эффективно продвигать территорию, место, нужно знать:

- Какие люди, организации вовлечены в процесс принятия решения о выборе территории и каковы их роли?
- Какие критерии используются ими?
- Каковы типичные образцы, стереотипы, приемы инициирования, влияния и принятия решения по выбору территории?

Один из принципиальных вопросов маркетинга территорий – осмысление того как, на основании чего осуществляют выбор их потребители – реальные и потенциальные. В маркетинге известно как минимум шесть основных категорий лиц, так или иначе участвующих в процессе принятия решения, воздействующих на него. Среди них:

1. Инициатор – субъект, первым осознавший проблему, потребность, или возможность и осуществляющий первые, чаще всего предварительные действия, например: сбор информации, первое формулирование или упоминание проблемы в разговоре с другими лицами, часто более значимыми. Инициаторами могут быть общественные организации и деятели, отдельные граждане, представители науки, органов статистики и т.п.

2. Лицо влияния – лицо, которое вовлекается на некоторой стадии в принятие решений, обрабатывает информацию и проявляет некоторое влияние на решение. Среди прочих здесь журналисты, в целом средства массовой информации.

3. Лицо, принимающее решение – лицо (орган), имеющее власть, полномочия, чтобы сделать окончательное или хотя бы необходимое промежуточное решение (например, вынести варианты решения проблемы на обсуждение, референдум).

4. Лицо, утверждающее решение – тот, чье одобрение, санкция требуется для вступления решения в силу, и кто может отменить решение.

5. Покупатель – лицо, орган, кто реализует принятое решение, используя для этого имеющиеся у него ресурсы.

6. Пользователь – человек, который потребляет, использует конечный территориальный продукт или услугу.

Ведущей целью маркетинга территорий выступает создание, поддержание или изменение мнений, намерений и/или поведения субъектов-потребителей. Более конкретными целями в этом отношении являются:

- притягательность, престиж территории (места) в целом;
- привлекательность сосредоточенных на территории природных, материально-технических, финансовых, трудовых, организационных, социальных и других ресурсов, а также возможностей реализации и воспроизводства таких ресурсов.

Для реализации своей целевой ориентации маркетинг территорий вырабатывает комплексы мер, обеспечивающих:

- формирование и улучшение имиджа территории, ее престижа, деловой и социальной конкурентоспособности;

- расширение участия территории и ее субъектов в реализации международных, федеральных, региональных программ;
- привлечение на территорию государственных и иных внешних по отношению к территории заказов;
- повышение притягательности вложения, реализации на территории внешних по отношению к ней ресурсов;
- стимулирование приобретения и использования собственных ресурсов территории за ее пределами к ее выгоде и в ее интересах.

К специфическим инструментам маркетинга территории относятся: выставки, ярмарки, в том числе постоянно действующие; тематические парки; декады, месячники культуры и искусства; гостиничное дело и туризм; конференции, симпозиумы; транспорт, связь, банковская система, налоговая политика; учреждения образования, культуры, здравоохранения и отдыха, спорта.

1.1.3. Маркетинговый анализ девелопмента

Девелопмент – область управления бизнесом, недвижимостью, строительством, ориентированная на увеличение стоимости объектов и приносимых ими доходов посредством учета изменяющейся ситуации, оценки рисков, использования возможностей развития, удачного вложения капитала [24].

Девелопмент – это разносторонний бизнес, охватывающий различные виды деятельности. Реализация инвестиционно-строительного проекта предполагает, что деятельность девелопера проходит следующие этапы:

- Маркетинговый анализ
- Создание бизнес концепции проекта
- Бизнес-планирование проекта
- Подготовка инвестиционного анализа проекта
- Подготовка разрешительной документации
- Проектирование объекта
- Строительство объекта
- Продвижение и управление проектом или продажа недвижимости [23].

Не случайно маркетинговые исследования стоят как первоначальный этап развития девелопмента, ведь маркетинг в девелопменте является одной из важнейших функций, предопределяющих успех всего проекта. Именно в рамках маркетинговой деятельности выявляются потребности будущих покупателей, определяются основные характеристики создаваемых объектов недвижимости и формируется состав и

последовательность действий по продвижению и сбыту объекта недвижимости на рынке (в виде продажи или сдачи в аренду).

Маркетинг в девелопменте можно определить как деятельность по созданию дополнительной стоимости объекта недвижимости путем повышения соответствия его ключевых характеристик требованиям и ожиданиям покупателей. Обзор научных исследований показал, что термин маркетинг в девелопменте напрямую зависит от понятия инвестиционный маркетинг рис. 2.



Рис. 2. Взаимосвязь понятий маркетинг в девелопменте и инвестиционного маркетинга

Под маркетинговыми исследованиями обычно понимается деятельность по поиску, сбору и предварительной аналитической обработке информации, имеющей значимость для рыночной успешности девелоперского проекта.

Маркетинговые исследования являются базовой деятельностью, обеспечивающей все дальнейшие мероприятия по маркетингу необхо-

димой информацией. Маркетинговые исследования направлены на определение общего рыночного потенциала и макроэкономического окружения, структуры сегментов рынка, основных характеристик типичных представителей сегментов, ключевых характеристик, значимых для принятия решения о покупке.

Разработка маркетинговой концепции девелоперского проекта состоит в выработке и принятии основных решений о том, какой объект недвижимости будет создаваться, на какой целевой рынок он будет ориентирован, какие ценовые показатели будет иметь объект недвижимости, и с помощью каких методов и каналов сбыта объект будет продаваться на рынке.

Программа маркетинга представляет собой совокупность конкретных мероприятий, направленных на успешное продвижение объекта недвижимости на рынок и позитивное принятие его целевой аудиторией.

Ввиду того, что рынок недвижимости сильно сегментирован по видам объектов, географии, типам покупателей и т.д., анализ должен быть направлен только на интересующие сегменты рынка, а не на рынок недвижимости вообще.

Анализ структуры рынка предполагает выявление сложившихся сегментов на рынке недвижимости с целью определения целевого сегмента. Процесс выявления и описания различных структурных единиц рыночного пространства (сегментов) часто называется сегментированием. При этом существует множество моделей анализа сегментов рынка, которые являются комбинацией различных критериев (или направлений) сегментирования (структуризации) рынка. По результатам анализа структуры рынка принимается решение о том, на какие сегменты рынка будет направлен создаваемый объект недвижимости. После выбора целевого сегмента осуществляется процесс позиционирования, т.е. определения отношений между создаваемым объектом и другими объектами, представленными на рынке.

При этом можно использовать самые разнообразные аналитические инструменты, такие как построение профилей, позиционирование, основанное на сходствах и различиях объектов, многомерное позиционирование, иерархический кластерный анализ, кластерное позиционирование, позиционирование по отношению к «идеальным» товарам, позиционирование с применением сопряженного анализа, позиционирование по рыночным сегментам, позиционирование на основе полезных свойств.

При анализе конкуренции внимание обращается как на конкуренцию между девелоперами, так и на конкуренцию между объектами.

Обычно выделяют пять факторов, требующих детального анализа:

- 1) текущие конкуренты,
- 2) вероятность появления новых конкурентов,
- 3) вероятность появления товаров-заменителей,
- 4) рыночная сила поставщиков,
- 5) рыночная сила потребителей.

Обычно анализ конкуренции предполагает подробное изучение конкурирующих между собой объектов недвижимости

Анализ каналов продвижения и сбыта направлен на оценку существующих и/или проектирование оптимальных цепочек, связывающих девелоперский проект с покупателями или арендаторами объекта.

Инвесторы постоянно сталкиваются с задачей выбора ниши рынка недвижимости, на котором смогут успешно осуществить реализацию инвестиционного проекта [16].

Наиболее весомым и значимым показателем эффективности будущего проекта являются правильно проведенные маркетинговые исследования, детальный анализ рынка недвижимости, или отдельных его сегментов с учетом имеющихся у инвестора ресурсов и земельных участков.

К числу наиболее популярных каналов продвижения девелоперского проекта можно отнести:

- связи с общественностью,
- рекламные проспекты,
- реклама в средствах массовой информации,
- визуальная реклама на объекте,
- веб-сайты,
- специализированный офис продаж,
- демонстрационные образцы.

Классический комплекс маркетинга в девелопменте мы будем понимать следующим образом:

PRODUCT – (продукт) инвестиционный проект по возведению капитального строения.

PLACE – (дистрибуция) – местоположение участка под строительство.

PROMOTION – (продвижение) – продвижение объекта на рынке, определение каналов сбыта, медиапланирование.

PRICE – (цена) – стоимость реализации продукта реальных и виртуальных квадратных метров[25].

Анализ литературных источников показал, что инвестиционный маркетинг взаимосвязан с маркетингом в девелопменте земельных участков.

Маркетинг земельных участков начинается еще до того, как вступит в силу контракт о покупке девелопером земли, и продолжается до тех пор, пока не будет продан последний участок. Маркетинговая деятельность непосредственно связана с анализом рынка и базируется на результатах этого анализ. Различные аспекты маркетинга, в том числе PR, реклама, мерчендайзинг и организация системы сбыта, подробно описываются в специализированной литературе. Однако в случае с девелопментом земли маркетинг имеет некоторые особенности, присущие только этому виду девелопмента. На рисунке 3 показана схема интеграции комплекса маркетинга в девелопмент.

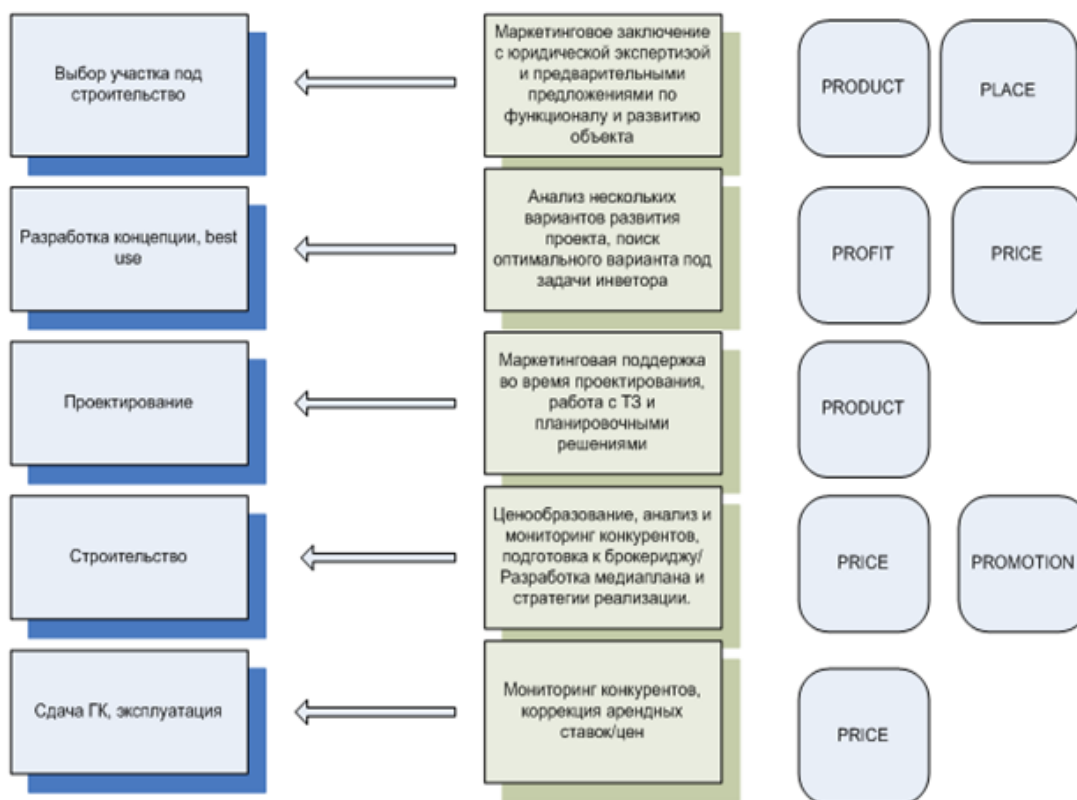


Рис. 3. Схема интеграции комплекса маркетинга в девелопмент

У девелоперов земли маркетинг идет по двум направлениям: продажа участков строительным компаниям и продажа домов потребителям. Основная задача маркетинга – продажа участков строительным компаниям. Если не считать крупных строительных компаний, которые сразу покупают большие площади, большинство

строительных компаний единовременно покупают несколько индивидуальных участков. Следовательно, у девелопера участки будут продаваться в зависимости от того, насколько успешно пойдет продажа домов у строительных компаний.

В большинстве случаев строительные компании сами продают построенные ими дома или привлекают агентов (брокеров) со стороны. Обычно девелопер не принимает непосредственного участия в продаже домов, однако он может помочь в этом строительным компаниям за счет рекламы и PR-сопровождения всего участка, чтобы сделать его максимально привлекательным для покупателей.

Существует много разных способов маркетинга земельных участков. Участки, предназначенные для строительства торговых, офисных и жилых многоквартирных зданий, напрямую продаются девелоперам, занимающимся строительством. Участки под постройку эксклюзивных домов по индивидуальным проектам могут напрямую продаваться покупателям домов, а те затем сами нанимают строительную компанию, которая строит дома по индивидуальным проектам, или же выбирают из списка компании, одобренные девелопером. В некоторых случаях строителем является сам девелопер, который строит дома по индивидуальным проектам. Однако в большинстве случаев девелопер продает участки строителям, которые в свою очередь продают их покупателям домов.

Маркетинговые исследования, проведенные девелопером, должны указать ему, на какой тип строительных компаний следует ориентироваться при проведении маркетинга. Чтобы привлечь публику, опытные девелоперы советуют попытаться привлечь строительную компанию, чье имя достаточно хорошо известно на рынке. Для большинства рынков это означает, что строительная компания должна продавать не менее 500 домов в год. На рынках, характеризующихся меньшей активностью, это количество гораздо меньше.

Для расширения рынка на крупные участки (200 домов и более) часто приглашают от двух до десяти строительных компаний, которые будут строить два или три типа продуктов, находящихся в разных ценовых категориях. Например, участок, состоящий из 300 индивидуальных участков, можно разделить на две части, и тогда одна компания, строящая типовые дома, приобретет 200 участков, а две или три компании, строящие дома по индивидуальным проектам, поделят между собой остальные 100 участков, причем сочетание типов зданий будет определяться рынком. У девелопера должна быть возможность регулировать количество участков, которое получает каждая из строительных компаний по мере продажи готовых домов. Механизм

под названием «скользящий опцион», который позволяет строительной компании дополнительно единовременно покупать по пять, десять или двадцать участков, предотвращает возникновение таких ситуаций, когда девелопер теряет проекты из-за того, что работа с одним типом продукта идет не так быстро, как с другим.

Некоторые девелоперы предпочитают связываться с потенциальными строителями напрямую, другие пользуются услугами одного или нескольких агентов, которые хорошо знают данный регион. Девелоперу следует рассмотреть варианты сотрудничества с разными строительными фирмами, строящими продукты того типа и той ценовой категории, которые, согласно маркетинговым исследованиям, востребованы на рынке. Если начинающие девелоперы будут постоянно пополнять запас участков, предоставлять продавцу финансирование и требовать минимальные авансовые платежи, они смогут успешно конкурировать с теми, кто давно обосновался на рынке.

Крупные земельные участки, кроме участков под жилые многоквартирные здания или таунхаусы, могут также включать участки для строительства торговых, жилых многоквартирных и офисных зданий, а также земли общего пользования и земли иного назначения. Для того чтобы донести информацию о таких участках до потенциальных покупателей, необходим подход, аналогичный тому, что используется при маркетинге участков под строительство офисных и бизнес-центров.

Два основных источника информации для покупателей – сторонние риэлтеры и люди, проезжающие мимо объекта. Опытные сторонние агенты требуют больших комиссионных, но многие девелоперы полагают, что их услуги вполне стоят вложенных денег. Хотя реклама в данном случае не очень эффективна, информационные бюллетени и пресс-конференции для риэлтеров способствуют созданию и поддержанию интереса с их стороны. Желательно также организовать представительство на строительной площадке – место, где агент может пообщаться с потенциальными покупателями.

При выполнении большинства проектов по девелопменту земли девелоперы не принимают непосредственного участия в продаже готового продукта потребителям. Однако если они также строят дома или участвуют в девелопменте кондоминиумов или мест отдыха и развлечений, то, вероятно, им придется принимать в этом участие.

Маркетинг в рамках девелопмента земельных участков включает также рекламу и мерчендайзинг. Целью рекламы является оповестить широкую аудиторию и убедить людей посетить земельный участок, а цель мерчендайзинга состоит в том, чтобы побудить потенциальных покупателей к покупке в тот момент, когда они придут на объект. В области рекламы

девелоперам следует уделять основное внимание качеству жизни будущих жителей, подчеркивая возможности для отдыха, наличие школ и прочие услуги, которые можно получить на участке или рядом с ним.

Девелопмент больших участков (500 домов или более) позволяет создать центр для посетителей, где все строительные компании, работающие на данном участке, смогут представить свои дома. Центр должен быть оснащен так, чтобы потенциальные покупатели смогли составить некоторое представление обо всех продуктах, которые есть на участке. На участках меньшего размера центр для посетителей будет весьма скромным; например, это может быть трейлер, оборудованный под центр сбыта.

Девелоперу следует побуждать строительные компании строить образцы домов в одной и той же части территории, чтобы облегчить покупателю задачу выбора. Каждая строительная компания строит от двух до четырех домов на отдельных, но взаимосвязанных частях территории. Такой «демонстрационный центр» должен быть достаточно большим, чтобы показать, каким будет план землепользования, включая земли общего пользования и пешеходные дорожки. Девелопер отвечает за обустройство территории и уход за землями общего пользования. Грязные улицы и стройплощадки, имеющие неухоженный вид, обычно вызывают неприязнь со стороны местных жителей и отталкивают потенциальных покупателей.[27].

1.2. Маркетинговый анализ направлений современного бизнеса

В зависимости от содержания и направленности предпринимательской деятельности, объекта приложения капитала и получения конкретных результатов, связи предпринимательской деятельности с основными стадиями воспроизводственного процесса, различают следующие виды предпринимательства (рис. 4):



Рис. 4. Виды предпринимательской деятельности

1. Производственное предпринимательство.

Производственное предпринимательство включает выпуск промышленной и сельскохозяйственной продукции производственно-технического назначения, потребительских товаров, строительных работ, перевозки грузов и пассажиров, услуги связи, коммунальные и бытовые услуги, производство информации, знаний, выпуск книг, журналов, газет. В широком смысле слова производственное предпринимательство есть создание любого полезного продукта, необходимого потребителям, обладающего способностью быть проданным или обмененным на другие товары.

2. Коммерческое (торговое) предпринимательство.

Коммерческое предпринимательство охватывает все виды деятельности, которые непосредственным образом относятся к обмену товара на деньги, денег на товар или товар на товар. Хотя основу коммерческого предпринимательства составляют товарно-денежные операции купли-продажи, в нем оказываются задействованными практически те же факторы и ресурсы, что и в производственном предпринимательстве, но в меньших масштабах.

3. Финансово-кредитное предпринимательство.

Финансовое предпринимательство – это особая форма коммерческого предпринимательства, в котором в качестве предмета купли-продажи выступают валютные ценности, национальные деньги (российский рубль) и ценные бумаги (акции, облигации и др.), продаваемые предпринимателем покупателю или предоставляемые ему в кредит.

4. Посредническое предпринимательство

Посредничеством называют предпринимательство, в котором предприниматель сам не производит и не продает товар, а выступает в роли посредника, связующего гнезда в процессе товарного обмена, в товарно-денежных операциях.

5. Страхование предпринимательство

Страхование предпринимательство заключается в том, что предприниматель в соответствии с законодательством и договором гарантирует страхователю возмещение ущерба в результате непредвиденного бедствия потери имущества, ценностей, здоровья, жизни и других видов потерь за определенную плату при заключении договора страхования, Страхование заключается в том, что предприниматель получает страховой взнос, выплачивая страховку только при определенных обстоятельствах. Так как вероятность возникновения таких обстоятельств невелика, то оставшаяся часть взносов образует предпринимательский доход.

В основе любой предпринимательской деятельности лежат продажи и предоставление услуг. Именно благодаря продажам одни люди тратят деньги, а другие их при этом получают [14].

Если сейчас взглянуть на рынок, то можно увидеть такие направления предпринимательской деятельности:

- Корпоративный бизнес
- Личный бизнес
- Сетевой бизнес

В современной экономике не отдают предпочтение корпоративному бизнесу, так он требует наличие большого стартового капитала. Личный бизнес занимает центральное место в экономики РФ, к тому же личный бизнес при правильном бизнес плане и получении желаемой прибыли можно трансформировать в сетевой бизнес.

1.2.1. Сравнительный анализ современных направлений бизнеса

Успех и финансовое благополучие предпринимателя во многом зависит от того, какой бизнес он собирается открыть, соответствует ли он его характеру, профессиональным наклонностям и увлечениям. Кроме того, выбор бизнеса должен быть согласован с условиями окружающей среды и потребностями ваших потенциальных потребителей.

Существуют шесть способов, которые могут помочь вам в выборе бизнеса, надомного, или более крупного. Эти способы взаимно допол-

няемы, и вам их следует тщательно изучить, прежде чем принять окончательное решение:

1. Ознакомьтесь с несколькими идеями создания бизнеса.

2. Избегайте "переполненных" участков.

3. Старайтесь не открывать бизнес с заведомо слабой возможностью дохода.

4. Посвятите какое-то время (недели, или возможно, месяцы) изучению всех деталей, так или иначе связанных с выбранным вами бизнесом.

5. Остановите свой выбор на том бизнесе, которым вы будете заниматься с удовольствием.

6. Не убеждайте себя, что можете преуспеть, открыв бизнес только в одной области.

В данном исследовании рассмотрены 11 основных направлений современного развития бизнеса (приложение А). Детально рассмотрев и проанализировав данные направления современного бизнеса, можно дать следующие характеристики и выводы по каждому из направлений бизнеса:

1. Бизнес в сфере информационных технологий (далее ИТ)

ИТ — это комплекс взаимосвязанных научных, технологических, инженерных дисциплин, изучающих методы эффективной организации труда людей, занятых обработкой и хранением информации; вычислительную технику и методы организации и взаимодействия с людьми и производственным оборудованием, их практические приложения, а также связанные со всем этим социальные, экономические и культурные проблемы.

ИТ-индустрия — одна из наиболее динамично развивающихся отраслей современной мировой экономики. Россия не исключение, а скорее доказательство этого утверждения. Важным фактором динамичного развития информационной инфраструктуры являются российские и иностранные инвестиции в ИТ-отрасль

Банковский сектор продолжит реализовывать проекты по развертыванию ИТ-инфраструктуры и внедрению приложений, следовательно, сохранится повышенный спрос на профессионалов в этой области.

Плюсы данного бизнес направления:

- В ближайшие годы ожидается устойчивое развитие данного рынка;
- Заинтересованность инвесторов;
- Возможность создания системного бизнеса с получением процентов от дохода.

Минусы данного бизнес направления:

- Риск в актуальности и востребованности IT–проекта;
- Нехватка кадровых специалистов в данной сфере бизнеса;
- Нестабильность в государственном правовом регулировании данной сферы бизнеса.

2. Бизнес в сфере энергетики.

В широком смысле энергетический бизнес — это любая коммерческая (предпринимательская) деятельность в отраслях топливно-энергетического комплекса, включая и сферу использования энергоносителей.

Энергетический бизнес, весьма престижный в любой стране, в то же время характеризуется высокой сложностью, социальной ответственностью и рискованностью во многих аспектах. Выбор вида бизнеса осуществляется на основе экономических оценок и субъективных предпочтений.

В числе последних рассматриваются свои финансовые и организационные возможности, опыт, образование, амбиции, отношение к риску в бизнесе и другие индивидуальные характеристики.

Плюсы данного бизнес направления:

- Высокая рентабельность проектов.

Минусы данного бизнес направления:

- Длительный срок окупаемости;
- Бизнес является капиталоемким и технологически сложным;
- Сложность в привлечении инвесторов.

3. Бизнес в сфере общественного питания

Пожалуй, самый текучий и быстро переходящий бизнес на сегодняшний день. В сфере общественного питания во время первой волны кризиса наблюдался некоторый спад. При этом в сфере общественного питания РФ наблюдается отставание при практическом внедрении современных управленческих и бизнес-технологий, основанных на передовых информационно-технических решениях, динамика ресторанного рынка составляет в среднем 20% в год.

Обычно срок полной окупаемости проекта в данной сфере – около двух-трёх лет, при этом открытие того или иного заведения не вызывает сложностей, поскольку возможна лёгкая рокировка опытного персонала из одного филиала в другой.

Плюсы данного бизнес направления:

- Короткий срок окупаемости проектов;
- Наличие огромного потребительского рынка.

Минусы данного бизнес направления:

- Высокое требование государственных стандартов;

- Высокая конкуренция.

4. Бизнес в сфере связи.

Интернет-телефония получает в настоящий момент широкое распространение по всему миру. Существуют прогнозы, что в ближайшие десятилетия, Интернет-телефония полностью заменит собой обычную традиционную телефонию.

Смысл бизнеса состоит в том, чтобы напрямую подключиться к мировым лидерам в области предоставления услуг Интернет-телефонии в обход отечественных провайдеров-посредников, которые устанавливая свою цену, зарабатывая при этом большие деньги.

Плюсы данного бизнес направления:

- Не требует серьезных вложений;
- Наличие огромного потребительского рынка;
- Отсутствие конкуренции.

Минусы данного бизнес направления:

- Сфера бизнеса требует постоянного обновления технических устройств;

- Проблемы безопасности.

5. Бизнес в сфере финансы и страхование.

Одним из самых проблематичных и финансово невыгодных на мой взгляд является бизнес в сфере финансы и страхование. Для осуществления страховой деятельности в качестве страховщика хозяйствующий субъект должен иметь лицензию на ее осуществление. Лицензия может быть выдана для осуществления страховой деятельности на определенной территории, заявленной страховщиком.

Для получения лицензии на осуществление страховой деятельности компании обязаны подтвердить уровень квалификации привлеченного персонала, наличие разработанных правил и процедур, как по обслуживанию клиентов, так и по размещению активов.

Плюсы данного бизнес направления:

- Наличие огромного потребительского рынка.

Минусы данного бизнес направления:

- Ожесточенный контроль со стороны государственных органов;
- Проблематичность в регистрации и лицензировании.

6. Бизнес в сфере добычи полезных ископаемых.

На первый взгляд, покажется, что в недропользовании все привлекательные места уже заняты, и добыча полезных ископаемых сфера не для малого бизнеса но это суждение ошибочно. Большинство развитых стран уже поняли всю прелесть допуска к ресурсам малых предприятий, а, например, в США такие организации обеспечивают 40%

потребности страны в нефти [26]. Так что, добывать полезные ископаемые – вполне доступный и прибыльный бизнес. Малый и средний бизнес в недропользовании – это основной фактор, способствующий разработке небольших месторождений и остаточных запасов. В различных регионах России сложилась своя практика развития малого бизнеса. Так, в Республике Карелия почти 60% добывающих предприятий можно отнести к малому бизнесу.

Плюсы данного бизнес направления:

- Высочайшая рентабельность проектов;
- Удельная налоговая эффективность.

Минусы данного бизнес направления:

- Технологическая дороговизна и сложность;
- Отсутствие возможности минимизировать свои затраты и расходы путем диверсификации производства;
- Сложность конкурентоспособности на рынке больших компаний;
- Наличие большого количества административных ограничений.

7. Бизнес в сфере сельского хозяйства.

Сосредоточившись на тяжелой промышленности и IT-технологиях идет упущение одного из перспективных направлений современного бизнес направления – сельское хозяйство.

Основное отличие данного бизнес направления от других, это большое количество рисков связанных с производством сельскохозяйственной продукции. Непогода может привести к потере урожая, очередной вирус может «положить» все поголовье вашего скота, потому и страховые взносы здесь самые высокие, но в тоже время и прибыль в данной сфера необычайно высока. Очень важную роль играет сам подход к организации сельскохозяйственного бизнеса. Важно четко выдерживать все технологические процессы. В современных тенденциях развития сельского хозяйства нельзя упускать немаловажный фактор, которого сейчас придерживаются практически все начинающие бизнесмены в этой сфере это маркетинговые исследования рынка.

Плюсы данного бизнес направления:

- Высокая рентабельность и быстрая окупаемость проектов.

Минусы данного бизнес направления:

- Сложность технологических процессов;
- Риск факторов внешнего воздействия;
- Нехватка квалифицированных специалистов в данной сфере бизнеса.

8. Бизнес в сфере услуг.

Услуги, если ими торгуют на мировом рынке, по своей экономической природе ничем не отличаются от обычного торгуемого товара. Услуги являются разнородными товарами, что не позволяет объединить их все в одну группу и утверждать, что в области услуг одна сфера услуг имеет относительное преимущество перед другой. На сегодняшний день Сфера услуг включает в себя: бизнес в сфере медицины, бизнес на салонах красоты, рекламный бизнес, бизнес в консалтинге, образовательной сфере и т.д. Сфера услуг, пожалуй, является самой обширной в плане выбора бизнес направления.

Плюсы данного бизнес направления:

- Огромный выбор сегментов к развитию бизнес проектов;
- Наличие огромного потребительского рынка.

Минусы данного бизнес направления:

- Высокий уровень конкуренции.

9. Бизнес в сфере торговли.

Торговля – вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям.

Нет такого периода в истории, когда она не оказывала бы в большей или меньшей степени влияние на общественную жизнь. Начиная со скромного обмена внутри страны и кончая раскинувшейся по всему миру сетью сложнейших коммерческих операций, разнообразные виды торговых сношений всегда, так или иначе, реагируют на различные стороны общественной жизни. Если сравнивать данное бизнес направление со сферой услуг, то торговля не уступает по показателям сегментации бизнес направлений внутри данной сферы.

Плюсы данного бизнес направления:

- Наличие огромного потребительского рынка;
- Возможность создания системного бизнеса с получением процентов от дохода.

Минусы данного бизнес направления:

- Высокий уровень конкуренции;
- Отсутствие антикризисной программы.

10. Бизнес в сфере производства.

Эту отрасль современного бизнеса рассматривать детально не придется, поскольку она включает в себя все факторы выше перечисленных отраслей. Любая сфера современного бизнеса непосредственно связана с производством какой либо продукции или услуги.

11. Бизнес в сфере строительства.

Строительная сфера в наши дни достаточно масштабна, сейчас даже сложно с точностью назвать, сколько именно строительных компаний и маленьких фирм действуют в нашей стране. И можно с уверенностью

сказать о том, что спрос на услуги строительства будет актуален всегда, потому что строить и ремонтировать жилье необходимо постоянно [28].

Спрос на строительство жилой и коммерческой недвижимости сегодня просто огромный, детальное рассмотрение данного бизнес направления помогло выявить следующие плюсы и минусы данной сферы.

Строительная деятельность всегда должна находиться в процессе обучения и получения профессиональных навыков. Текучесть технологий обуславливает необходимость регулярной замены морально устаревшего оборудования. При этом скорость морального износа значительно превышает физическую амортизацию, поэтому приходится продавать за бесценок практически новую, но уже не актуальную строительную технику.

Ещё одним минусом в строительной индустрии является долгая окупаемость крупных проектов. Конечно, если планируется возведению временного не титульного сооружения то вложенные в строительство ресурсы окупятся быстро, но когда разрабатывается план строительства многоэтажного жилого дома или крупного делового центра, то от момента начала работ до сдачи объекта в эксплуатацию и получения денег от покупателей может пройти не один год, и данный промежуток времени в проекте будут заморожены весомые суммы средств. Естественно, всё это сопряжено с большой упущенной выгодой, которая должна быть заложена в цене жилых или коммерческих площадей нового здания. Если с учётом этого цена станет непривлекательной, то девелоперская фирма вообще может прогореть за отсутствием платежеспособного спроса со стороны населения и бизнеса.

Но, не смотря на рассмотренные минусы данного современного эффективного развития бизнеса, сфера строительства является одним из лидеров по числу инвестиций в проекты, поэтому в данном исследовании предполагается рассмотрение именно данного направления бизнеса.

1.3. Теоретические основы и этапы бизнес планирования

Существуют множество подходов и вариантов планирования бизнес-деятельности фирмы. С позиций планирования видов денежных потоков фирмы любой бизнес – это планирование и контроль:

- а) входящих денежных потоков (плюсовых-доходных);
- б) исходящих денежных потоков (отрицательных – затратных);
- в) сальдовых (результатирующих или разницы а) и б).

Также всегда с позиции времени планирования выделяют краткосрочные бизнес-планы (до года), среднесрочные (2–3 года) и долгосрочные (более 3 лет).

Обязательно также планирование бизнес-процессов, организационных планов и прочих отдельных направлений деятельности. В качестве форм планирования наиболее выигрышны модели бюджетного бизнес-планирования как системы бюджетирования предприятия. Существует также множество программных продуктов бизнес-планирования.

Всю суть бизнес-планирования можно рассмотреть в пределах 3 этапов (рис. 5).

Рассмотрим далее краткую характеристику данных этапов применительно к ситуации анализа создания собственного бизнеса.

Этап 1. Анализ собственных способностей и возможностей

III Анализ потенциальных сфер деятельности, специализации бизнеса, его возможной доходности, месторасположения и вида конечного результата «своего дела» – товара или услуг, востребованных по-ребителем.

III Анализ возможных источников и форм поддержки, наличия протекционистских связей и выбор вероятных партнеров по бизнесу.

III Предварительный расчет минимально допустимой величины стартового начального капитала, оборудования, производственных и административных площадей, прочих активов с анализом источников их формирования за счет собственных, партнерских или заемных средств.

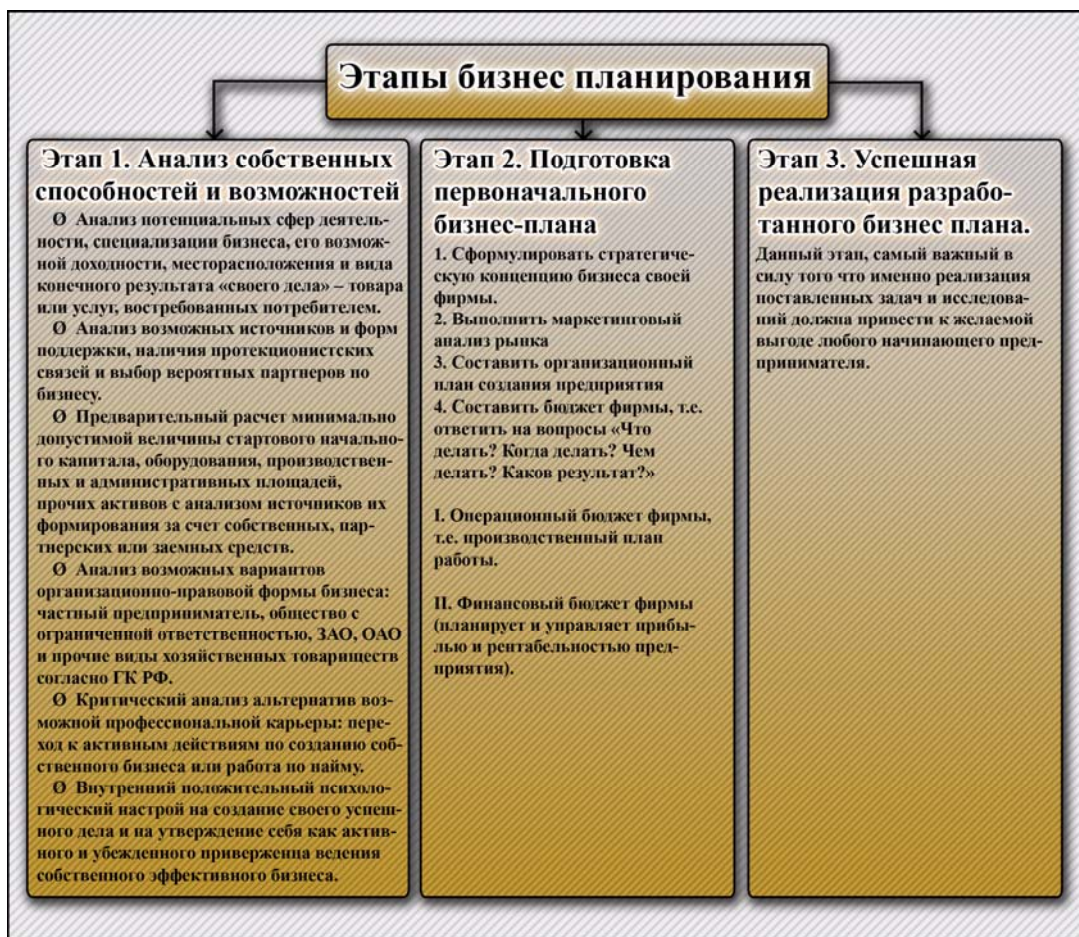


Рис. 5. Основные этапы бизнес планирования

III Анализ возможных вариантов организационно-правовой формы бизнеса: частный предприниматель, общество с ограниченной ответственностью, ЗАО, ОАО и прочие виды хозяйственных товариществ согласно ГК РФ.

III Критический анализ альтернатив возможной профессиональной карьеры: переход к активным действиям по созданию собственного бизнеса или работа по найму.

III Внутренний положительный психологический настрой на создание своего успешного дела и на утверждение себя как активного и убежденного приверженца ведения собственного эффективного бизнеса.

Этап 2. Подготовка первоначального бизнес-плана

Следует переложить принятое решение создать собственный бизнес на язык цифр, планов, графиков и бюджетов – и тогда успех уже неизбежен.

А поэтому необходимо разработать первоначальный бизнес-план, включающий следующие этапы:

1. Сформулировать стратегическую концепцию бизнеса своей фирмы через определение:

Ш миссии фирмы как причины существования предприятия. В основе – ответы на вопросы: «Кто мои клиенты? Что для них можно сделать?»;

Ш основной цели и ключевых задач развития бизнеса на ближайшие 2–3 года и более лет;

Ш оптимальных стратегий развития фирмы.

2. Выполнить маркетинговый анализ рынка через:

Ш выявление сегодняшних и потенциальных потребителей продукции или услуг;

Ш определение приоритетов выбора потребителей по цене, качеству продукции, сервисному обслуживанию и пр.;

Ш анализ товаров и услуг в рамках их жизненного цикла развития;

Ш выполнение сегментации рынка на части по типам потребителей, их мотивации, платежеспособности и прочим рыночным факторам управления;

Ш основные параметры рынка: тенденции развития отрасли, региона, наличие государственной поддержки, госзаказов, входных барьеров на рынок, лицензирования;

Ш анализ административной, политической и бизнес-элит рынка и поиск механизма взаимодействия с ними;

Ш разработку имиджа фирмы, формирование внутренней культуры, внутрифирменного стиля;

Ш выбор рекламных стратегий;

Ш выбор стратегий ценообразования, определение точек безубыточности;

Ш выявление конкурентов и их анализ;

Ш определение размера рынка, его емкости по продажам, в том числе по конкурентам;

Ш прогноз объемов продаж товаров и услуг с расчетом динамики доли собственного бизнеса на рынке.

3. Составить организационный план создания предприятия.

При этом, как правило, необходимо решить следующие основные вопросы:

- Правовое обеспечение деятельности предприятия: подготовка учредительных документов фирмы (Устав, учредительный договор, акты о внесении средств партнеров в уставной капитал, расчет долей

участников и пр.); государственная регистрация фирмы как юридического лица; правовое сопровождение деятельности.

- Организационная структура управления предприятием: необходимые отделы, службы, цехи; потребность в менеджерах, инженерных работниках, рабочих кадрах и их должностные инструкции; условия труда и оснащенность; уровень возможной оплаты и системы материального и морального стимулирования работников; штатное расписание фирмы.

- Возможные организационные этапы создания и развития бизнеса.

4. Составить бюджет фирмы, т.е. ответить на вопросы «Что делать? Когда делать? Чем делать? Каков результат?»

А для этого очень важно подготовить оперативный производственно-финансовый план деятельности предприятия в рамках годового цикла внутрифирменного бизнес-планирования, который должен включать два типа бюджетов:

I. Операционный бюджет фирмы, т.е. производственный план работы, состоящий из:

Ш Бюджета продаж как ежемесячных, квартальных планов запланированных объемов продаж товаров или ус-луг в натуральных показателях, единичных ценах и общих стоимостных показателях реализации продукции (начальный этап бюджетного планирования).

Ш Бюджета производства как ежемесячных, квартальных планов объемов выпускаемой продукции (услуг). Данный бюджет соответствует бюджету продаж, в том числе содержит бюджеты основных элементов себестоимости производства: бюджет прямых затрат на материалы; бюджет затрат на эксплуатацию машин, механизмов и оборудования; бюджет на заработную плату; бюджет общепроизводственных накладных расходов. Этот бюджет позволяет планировать и управлять затратами и себестоимостью производства.

II. Финансовый бюджет фирмы (планирует и управляет прибылью и рентабельностью предприятия) включает в себя:

Ш Бюджет движения денежных средств как ежемесячные, квартальные планы входящих и исходящих денежных потоков по видам деятельности фирмы.

Ш Бюджет доходов и расходов (прибыли и убытков) как ежемесячные, квартальные планы денежных потоков по реализации продукции, себестоимости и прибыли (убытков).

Ш Бюджет по балансовому листу как ежеквартальные прогнозные балансы фирмы по стандартным формам бухучета.

III Бюджет кредитов и займов как ежемесячные, квартальные планы кредитования и расчетов по займам.

III Бюджет налоговых платежей как ежемесячные и квартальные планы налоговых потоков и расчетные схемы их оптимизации.

III Бюджет развития как ежемесячные, квартальные планы расходов на внутрифирменные инвестиционные проекты и программы реконструкции, расширения и модернизации бизнеса по источникам финансирования.

После утверждения бизнес-плана партнерами Вы обязаны перейти к третьему этапу.

Этап 3. Успешная реализация разработанного бизнес плана.

Данный этап, самый важный в силу того что именно реализация поставленных задач и исследований должна привести к желаемой выгоде любого начинающего предпринимателя.

2. АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ СЕГМЕНТОВ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕСА

2.1. Анализ структуры городских территорий Пензенской области

Земельный фонд в административных границах области по состоянию на 1 января 2011 года составляет 4335,2 тыс. га. Распределение земель Пензенской области по категориям представлено в таблице 1.

Т а б л и ц а 1

Распределение земель Пензенской области по категориям

Категории земель	Площадь тыс. га.				
	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2009 г. к 2008г.	2010 г. к 2009г.
1. Земли сельскохозяйственного назначения	3074,9	3074,2	3074,1	- 0,7	- 0,1
2. Земли населенных пунктов	227,3	227,5	227,7	+ 0,2	+ 0,2
3. Земли промышленности, энергетики транспорта, связи, радиовещания, телевидения, информатики, земли для обеспечения космической деятельности, земли обороны, безопасности и земли иного специального назначения	42,1	42,7	42,8	+0,6	+0,1
4. Земли особо охраняемых территорий и объектов	9,1	9,1	9,1	-	-
5. Земли лесного фонда	964,5	964,5	964,5	-	-
6. Земли водного фонда	14,8	14,8	14,8	-	-
7. Земли запаса	2,5	2,4	2,2	-0,1	-0,2
Итого земель:	4335,2	4335,2	4335,2	-	-

Из выше приведенной таблицы видно, что в 2009 году произошли изменения в структуре земельного фонда по категориям. Уменьшение земель сельскохозяйственного назначения на 0,7 тыс.га. произошло за счет перевода этих земель в земли населенных пунктов площадью 0,1 тыс. га., в земли промышленности, транспорта, связи...площадью 0,6 тыс.га, а также увеличились земли населенных пунктов на 0,1 тыс.га за счет земель запаса. А в 2010 году произошло уменьшение земель сельскохозяйственного назначения на 0,1 тыс.га. произошло за счет перевода этих земель в земли населенных пунктов. Земли населенных пунктов увеличились на 0,1 тыс.га и за счет земель запаса. Земли промышленности, транспорта, связи увеличились на 0,1 тыс.га за счет земель запаса.

Динамика распределение земель области по категориям представлена на рис. 6 в целом по Пензенской области можно увидеть значительное увеличение площадей категории земель населенных пунктов и земель промышленности, энергетики транспорта, связи, радиовещания, телевидения, информатики, земли для обеспечения космической деятельности, земли обороны, безопасности и земли иного специального назначения, что в лишний раз доказывает под жилую застройку по Пензенской области выделяются наибольшее количество земель.

Так же для большей наглядности на рис. 7 можно увидеть изменения в отдельных категориях земель по Пензенской области с 2008 по 2010 годы.

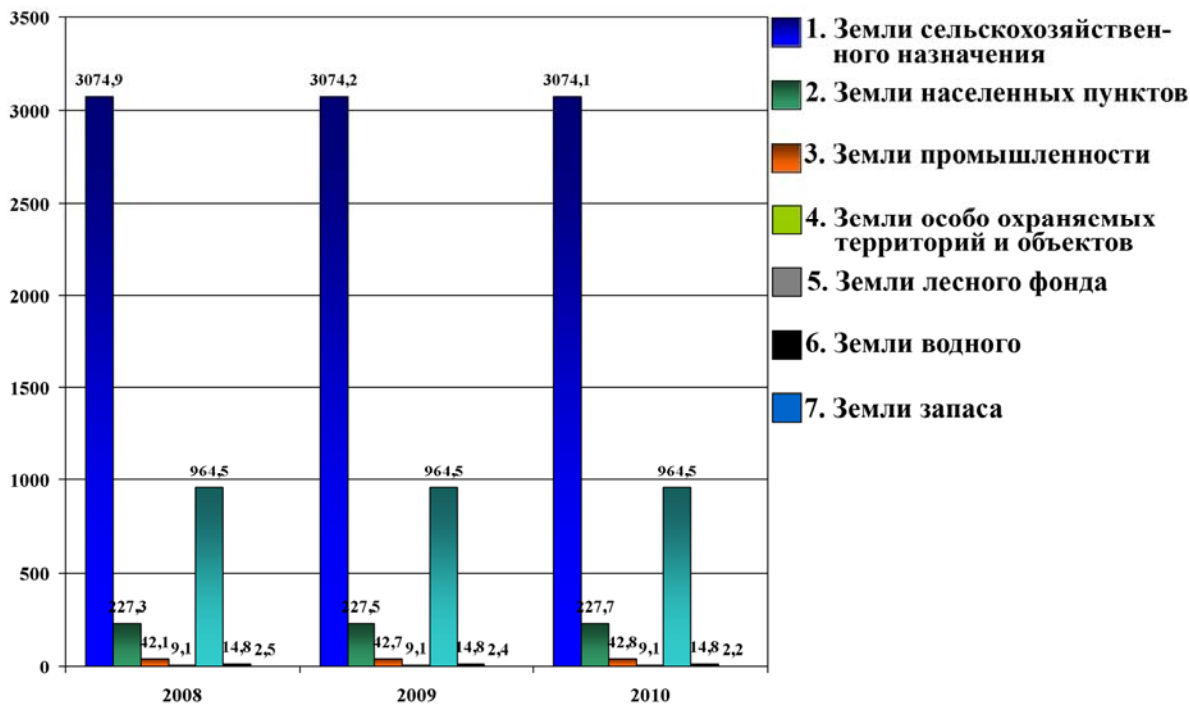


Рис. 6. Динамика распределение земель области по категориям



Рис. 7. Изменения в отдельных категориях земель по Пензенской области с 2008 по 2010 годы

2.2. Анализ действующих направлений бизнеса по Пензенской области по уровню рентабельности и инвестиционной привлекательности

Наш регион – отличная площадка для развития самых разных направлений бизнеса. Но не все отрасли одинаково перспективны и востребованы потребителями. В зависимости от того, в каком направлении вы предпочтете двигаться, создавая и развивая собственное дело, вы можете рассчитывать на дополнительную государственную поддержку.

В состав территориального раздела Статистического регистра хозяйствующих субъектов Пензенской области по состоянию на 01.01.2011 года включено 57425 субъектов малого предпринимательства и 216 средних предприятий. За январь-декабрь 2010 года в Статрегист включено 9766 субъектов малого предпринимательства, из них: малых предприятий – 2682 ед. (27,46%), сельскохозяйственных кооперативов – 574 ед. (5,88%), индивидуальных предпринимателей – 6145 ед. (62,92%), КФХ – 939 ед. (9,62%).

По итогам 2010 года наблюдается прирост сектора (по отношению к 2009 году) на 2,8%, в основном сложившийся за счет роста числа индивидуальных предпринимателей.

Доля среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) малых и средних предприятий в среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) всех предприятий и организаций в 2010 году составила 34,5 % (в 2009 году – 31,5 %).

Оборот малых и средних предприятий (без микропредприятий) в 2010 года составил 88,6 млрд. руб., что на 19,9% выше значения 2009 года.

На развитие экономики и социальной сферы за 2010 год малыми и средними предприятиями было направлено 8132,3 млрд. руб. инвестиций в основной капитал, что на 3,9 % больше уровня 2009 года. Удельный вес инвестиций малых предприятий в общем объеме инвестиций по Пензенской области составил 16,9 %. Инвестиции вкладывались в активную часть основных средств – приобретение машин, оборудования, инструмента и инвентаря. Основанная часть инвестиций приходится на малые предприятия сельского хозяйства (36,0%)[25].

Рентабельность продукции и активов организаций Пензенской области по видам экономической деятельности за 2008-2010 гг. представлена в таблице 2 и показана на рис. 8 и 9.

Т а б л и ц а 2

Рентабельность продукции и активов организаций
Пензенской области по видам экономической деятельности
за 2008-2010 гг.

	2008		2009		2010	
	Р.П. %	Р.А. %	Р.П. %	Р.А. %	Р.П. %	Р.А. %
Всего	5,4	4,7	5,3	3,0	4,6	2,3
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	15,3	5,7	14,4	4,2	6,0	-1,0
из него:						
сельское хозяйство	15,7	5,6	14,7	4,5	6,4	-0,9
Добыча полезных ископаемых	21,8	15,4	15,7	17,2	16,9	20,5
Обрабатывающие производства	6,3	3,6	7,1	2,6	6,6	2,8
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	2,9	4,0	2,7	1,1	4,0	4,0
Строительство	4,3	4,6	3,7	1,3	2,0	-2,3
Оптовая и розничная торгов- ля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов; бытовых изделий и предметов личного пользования	3,5	7,7	2,9	4,3	2,9	6,6
Гостиницы и рестораны	9,2	8,6	5,2	-3,1	5,9	8,1
Транспорт и связь	2,2	6,0	1,7	1,8	2,2	3,3
Финансовая деятельность	19,4	0,5	10,3	-2,8	17,7	-0,8
Операции с недвижимым имуществом, аренда и пре- доставление услуг	10,5	4,2	10,1	3,2	9,2	2,6
Образование	15,1	29,5	6,4	4,0	4,3	1,8
Здравоохранение и предостав- ление социальных услуг	3,2	1,6	3,5	4,7	1,4	-3,7
Предоставление прочих ком- мунальных, социальных и персональных услуг	4,3	1,7	4,8	1,8	3,5	1,2

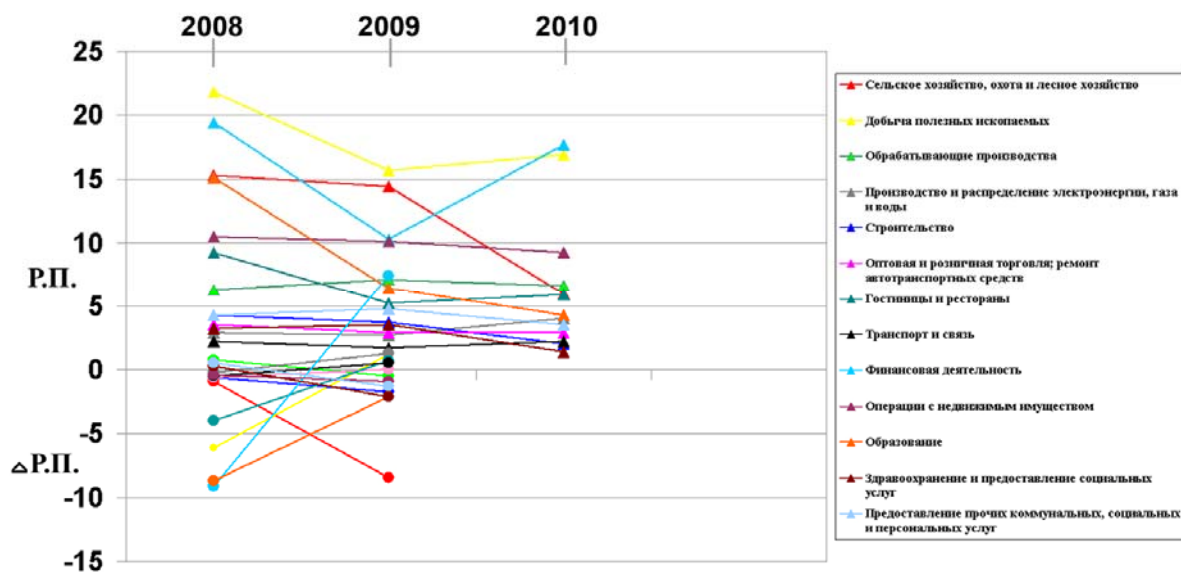


Рис. 8. Рентабельность продукции организаций Пензенской области по видам экономической деятельности за 2008–2010 года

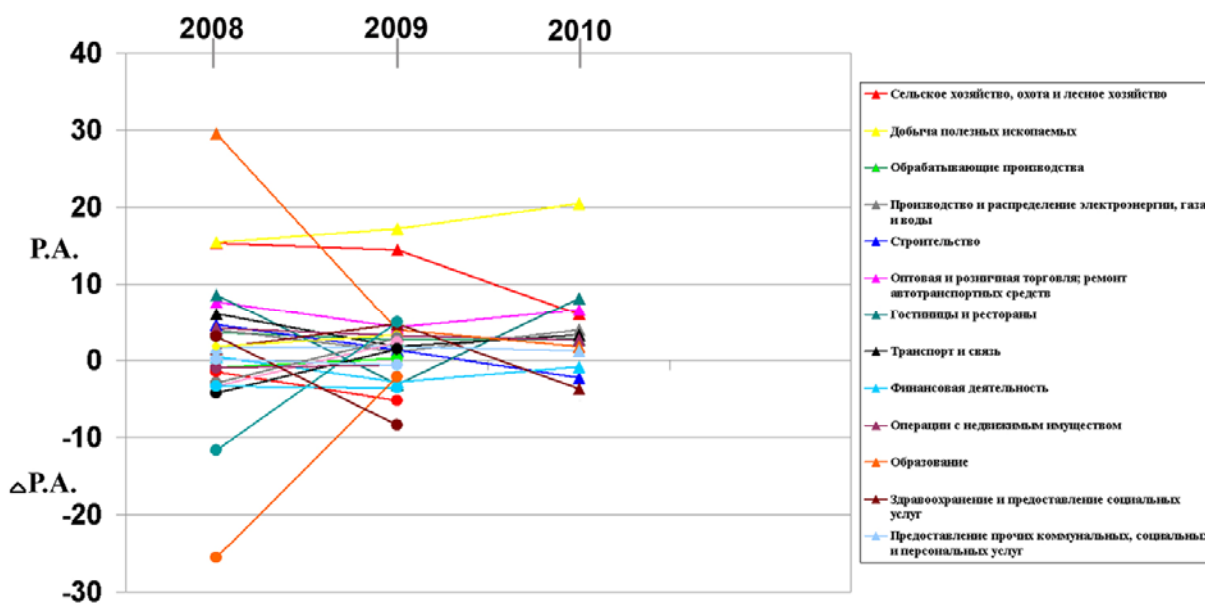


Рис. 9. Рентабельность активов организаций Пензенской области по видам экономической деятельности за 2008–2010 гг.

3. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ЖИЛИЩНОГО РЫНКА ПО СЕГМЕНТУ КОМПЛЕКСНОЙ ЖИЛОЙ ЗАСТРОЙКИ

3.1. Анализ развития жилищного строительства в Российской Федерации и тенденция развития комплексной жилой застройки территорий

Строительный комплекс относится к числу ключевых отраслей и во многом определяет решение социальных, экономических и технических задач развития всей экономики России. Ведущая роль строительного комплекса в достижении стратегических целей развития общества определяется тем, что конечные результаты достигаются путем осуществления инвестиционно-строительных программ и проектов на федеральном и региональном уровнях.

В соответствии с объективными закономерностями выход России на экономический уровень передовых зарубежных стран возможен при условии широкомасштабного повышения инвестиционной активности, роста объемов капитальных вложений в новое строительство, реконструкцию и техническое перевооружение существующих основных фондов, с опережающим развитием производственного потенциала строительной отрасли и ее материально-технической базы.

При этом неперенным условием является повышение эффективности капитального строительства, на основе наиболее рационального использования инвестиционных ресурсов, направление их в программы и проекты, позволяющие получить наибольшие экономические и социальные результаты, а также высокую эксплуатационную рентабельность возведенных объектов.

При всем развитии жилищного строительства, ситуация с обеспечением населения жильем далека от решения. Если проанализировать причины отсутствия кардинальных улучшений столь важной для государства и общества сфере, то можно выявить следующие основные причины, которые мешают решению жилищной проблемы:

- Имеющиеся в наличии жилые фонды зависят не только от скорости строительства новых объектов, но и от сохранности уже имеющихся, их пригодности к использованию. На протяжении 1990-х годов практически не проводилось серьезного обновления жилых домов, не было средств на проведение ремонта, реконструкцию и ремонт и модернизацию инженерного оборудования, между тем как износ жилых помещений был достаточно высок. При этом учитывается только физический износ, фактор морального износа, с точки зрения автора, в расчет в настоящее время практически не принимается. И до

сих пор продолжается интенсивное выбытие жилищного фонда, несмотря на темпы нового строительства, что, безусловно, отражается негативно на средней обеспеченности населения жильем.

- Одной из основных причин нерешенности проблемы с обеспечением жильем населения по-прежнему остается недостаточное финансирование. Государство не берет на себя финансирование процесса массового жилищного строительства, а индивидуальное строительство и инвестирование средств граждан в строительство сдерживается низким уровнем доходов населения.

- Рост объемов строительства новых жилых домов ограничен из-за нефункционирующих земельных рынков, непрозрачных систем выдачи разрешений на строительство и монополизации местных рынков строительных услуг.

Все эти недостатки не могли не оказать негативного влияния на темпы ввода жилья. Поскольку длительность инвестиционно-строительных циклов составляет не менее 3–4 лет (включая оформление исходно-разрешительной документации), влияние вышеупомянутых законодательных новаций стало существенно сказываться в 2009 году [19].

За 2011 год в России ввели в строй 62,3 млн. кв. м жилья (рис. 10) [27], а на рис. 11 показана динамика изменения жилищного фонда Российской Федерации [22]. На рис. 12 наглядно показана динамика изменения ввода в строй жилья 1 кв. м на 1 человека в Российской Федерации.

В вопросах ввода жилья и развития комплексной жилой застройки постоянно возникают вопросы связанные с необходимостью совершенствования корпоративных моделей организации и управления такими жилищными проектами, особенно в части налаживания партнерских взаимодействий между бизнес-структурами и государственно-муниципальными.

Высокая актуализация вопросов развития комплексного освоения территорий в целях жилищного строительства дополнительно остается всегда актуальным и одним из самых проблематичных вопросов в Российской Федерации.

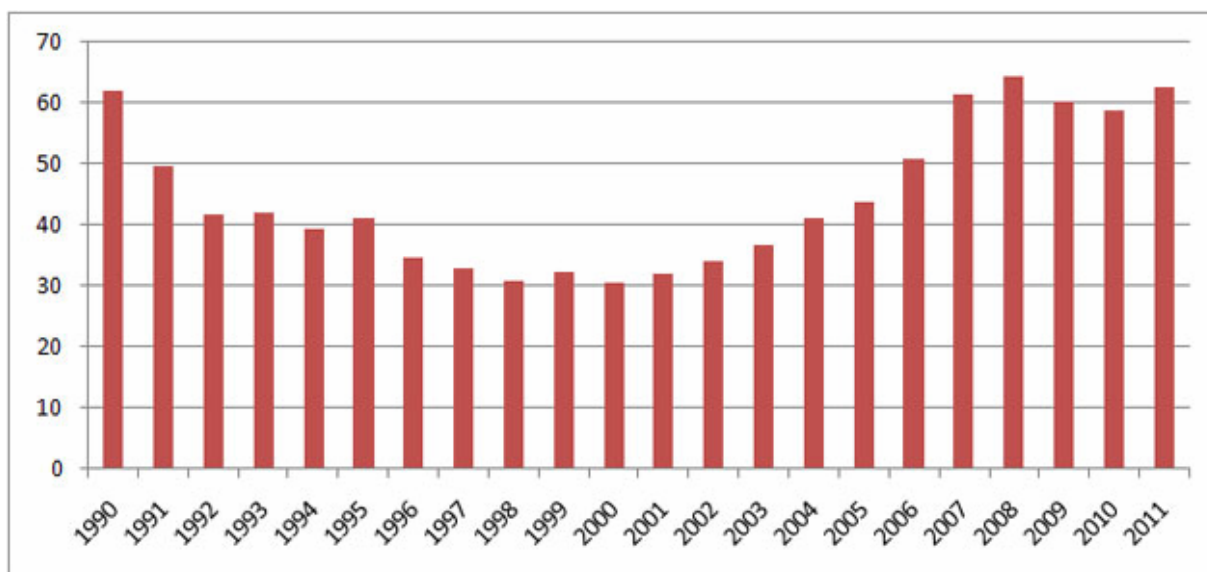


Рис. 10. Ввод в строй жилья в Российской Федерации, млн кв. м

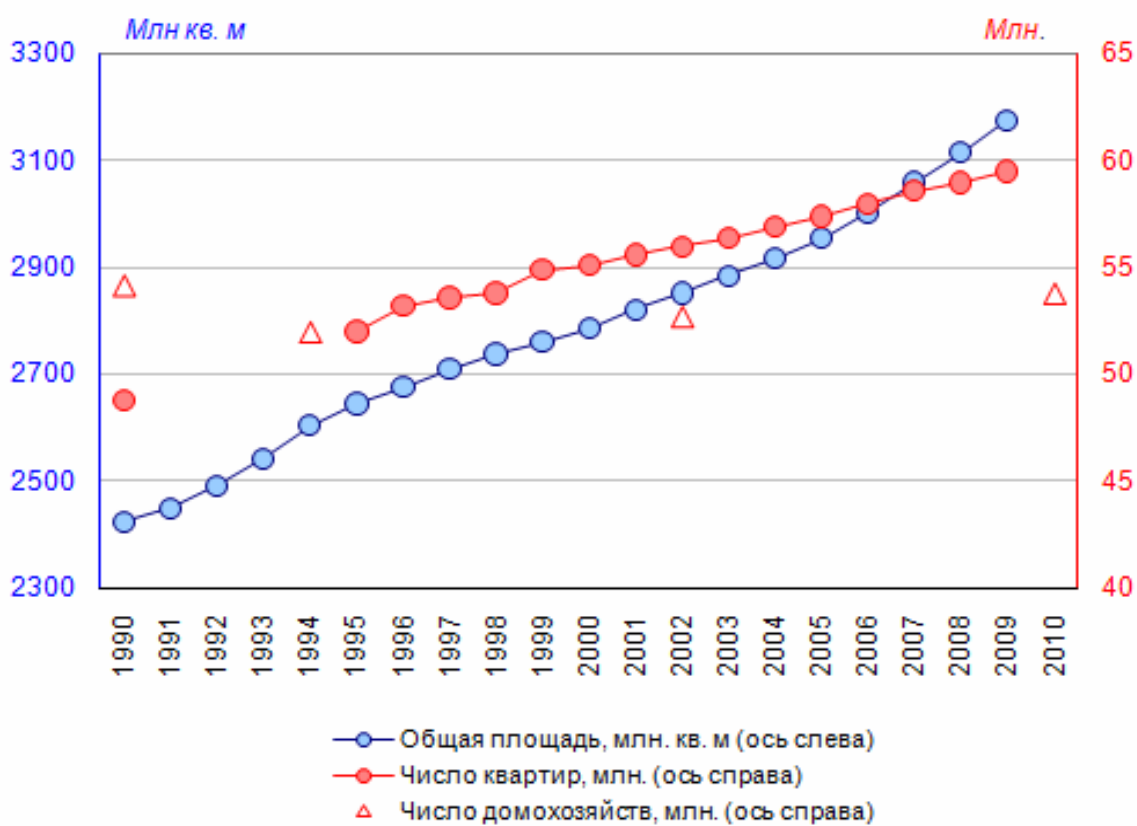


Рис. 11. Жилищный фонд РФ в 1990-2010 гг.

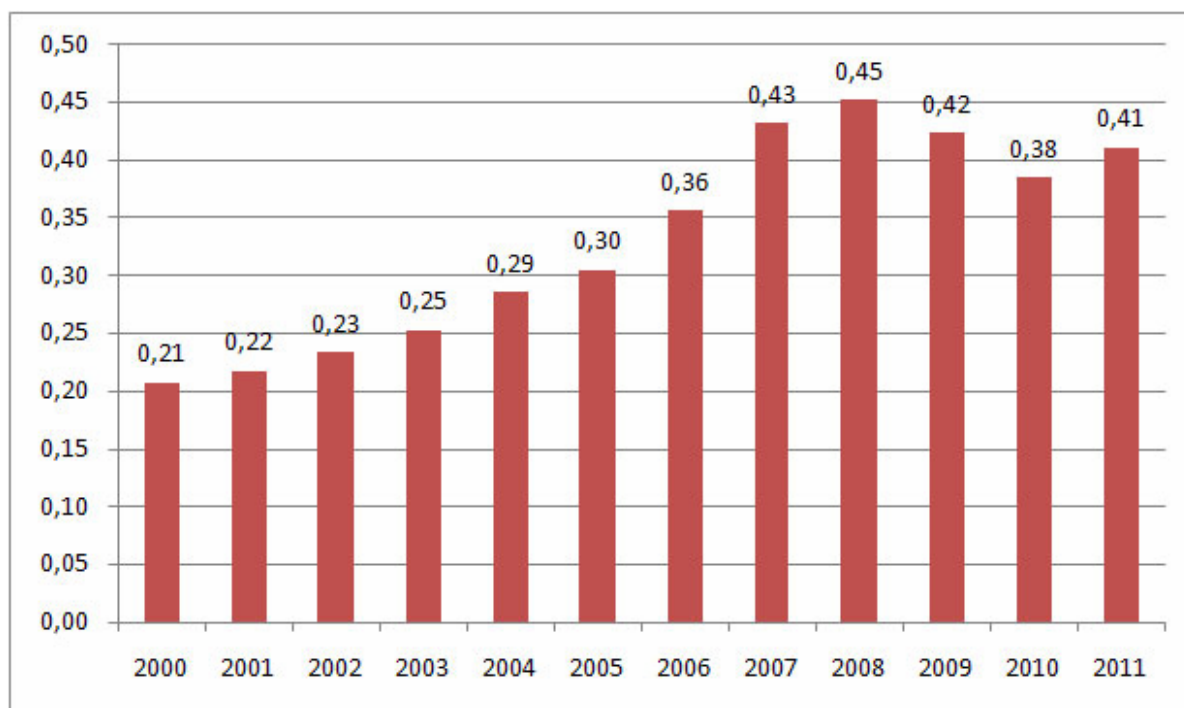


Рис. 12. Ввод в строй жилья 1 кв. м на 1 человека в Российской Федерации

3.2. Анализ земельного девелопмента по формированию и проведению земельных участков под комплексную жилую застройку в Пензенской области

Анализ показывает что, в последнее время строители все чаще сталкиваются с проблемами отсутствия свободных территорий для жилищной застройки. Как отмечалось ранее перспектив точечной жилищной застройки немного, в связи, с чем необходимость переходить к комплексному строительству и освоению новых территорий становится очевидным фактом.

Для целей исследования эффективности прединвестиционных мероприятий по формированию и реализации земельных участков под комплексную жилую застройку на общерегиональном уровне, перейдем к анализу реализации земельных участков под комплексную жилую застройку в Пензенской области за 2008-2010 годы. Проведенные исследования статистики полученной автором в Управлении Градостроительства и архитектуры Пензенской области позволили показать сложившуюся структуру реализации земельных участков в таблице 3.

Проведенный обзор официальной статистики позволил выявить ряд тенденций и закономерностей развития комплексной жилой застройки территорий в Пензенской области. При этом за анализируемый период 2008-2010 годов наблюдается наличие значительной активизации именно данного сегмента земельного рынка под комплексную жилую застройку.

Т а б л и ц а 3

Анализ регионального рынка предложений земельных участков, сформированных под комплексную жилую застройку в 2008-2010 годах в Пензенской области

№ п/п	Муниципальные образования	Площадь участков, га	Планируемая общая площадь квартир, м ²	Предложения по формированию ЗУ под КЖЗТ – всего га, по муниципальным группам, %	Предложения по формированию ЗУ под КЖЗТ – в среднем га на муниципальное образование в группе	Зонирование территорий по уровню предложений ЗУ
1	2	3	4	5	6	7
1	Пензенский	377,3	1412040	<u>985,2</u> 51,6%	328,4	Максимальный уровень предложения по сформированным земельным участкам – М
2	Бессоновский	308,3	118130			
3	Кузнецкий	299,6	41700			
4	Никольский	183	100855	<u>472,1</u> 24,7%	157,4	Высокий уровень предложения по сформированным земельным участкам – В
5	Мокшанский	157	81000			
6	Шемьшейский	132,1	74880			
7	Белинский	74	60000	<u>206,1</u> 10,8%	68,7	Средний уровень предложения по сформированным земельным участкам – С
8	Вадинский	72	14500			
9	г. Пенза	60,1	-			
10	Тамалинский	27,2	15590	<u>245,5</u> 12,9%	11,7	Минимальный уровень предложения по сформированным земельным участкам – Л
11	г. Заречный	24,2	20000			
12	Иссинский	20	4050			
13	Каменский	18,2	39810			
14	М.-Сердобинский	18	9600			
15	г. Кузнецк	15,1	8905			

Окончание табл. 3

1	2	3	4	5	6	7
16	Лунинский	14,7	6000			
17	Неверкинский	13,3	8100			
18	Камешкирский	12	7020			
19	Башмаковский	11,7	10740			
20	Пачелмский	10,8	5900			
21	Н.-Ломовский	10	5600			
22	Городищенский	9,2	7470			
23	Спасский	7,9	4215			
24	Сосновоборский	7,2	5040			
25	Кольшлейский	6,2	3900			
26	Земетчинский	4,7	2700			
27	Сердобский	4,4	4600			
28	Бековский	4,2	3510			
29	Лопатинский	3,3	3339			
30	Наровчатский	3,2	2200			
	Пензенская область всего:	1908,9	2081394	<u>1908,9</u> 100%	-	-

Анализ показал, что в целях обеспечения жилищного строительства в муниципальных образованиях Пензенской области в генеральных планах предусматриваются земельные участки для комплексной жилой застройки территории.

В каждом районе определены земельные участки для жилищного строительства в системе существующей застройки и на новых территориях, как в пределах границ населенных пунктов, так и за их пределами. Последнее учитывается в разрабатываемых генеральных планах путем включения перспективных участков в границы населенных пунктов. Кроме того, ряд муниципальных образований воспользовались правом предоставленным федеральным законодательством о возможности включения (до 1 января 2012 года) земельных участков в границы населенных пунктов до утверждения генеральных планов поселений, схем территориального планирования районов.

Всего в Пензенской области по состоянию на 1.03.2010 года определено площадок для размещения комплексной застройки жилых домов, общей площадью 1908,9 га., на которых можно построить 38440 квартир общей площадью 2081394 кв.м.

На начальной стадии исследования для выявления закономерностей и ретроспективных тенденций предложения по формированию земельных участков, сформированных под комплексную жилую застройку территорий (далее-КЖЗТ) в 2008-2010 годах в Пензенской области проведем зонирование территории Пензенской области по уровню предложений земельных участков, разделив муниципальные образования Пензенской области на 4 зоны:

1. Муниципальные образования с максимальным уровнем предложения по сформированным земельным участкам – М(Пензенский, Бессоновский, Кузнецкий районы) среднее предложение по формированию земельных участков для КЖЗТ составляет 328,4 га на район в группе, общее предложение по формированию земельных участков для КЖЗТ составляет 985,2 га, что составляет 51,6 % от общей площади предложения по формированию земельных участков для КЖЗТ Пензенской области;

2. Муниципальные образования с высоким уровнем предложения по сформированным земельным участкам – В(Никольский, Мокшанский, Шемышейский районы) среднее предложение по формированию земельных участков для КЖЗТ составляет 157,4 га на район в группе, общее предложение по формированию земельных участков для КЖЗТ составляет 472,1 га, что составляет 24,7% от общей площади предложения по формированию земельных участков для КЖЗТ Пензенской области;

3. Муниципальные образования со средним уровнем предложения по сформированным земельным участкам – С (Белинский, Вадинский районы и город Пенза) среднее предложение по формированию земельных участков для КЖЗТ составляет 68,7 га на район в группе, общее предложение по формированию земельных участков для КЖЗТ составляет 206,1 га, что составляет 10,8% от общей площади предложения по формированию земельных участков для КЖЗТ Пензенской области;

4. Муниципальные образования с минимальным уровнем предложения по сформированным земельным участкам – Л(Тамалинский, Иссинский, Каменский, М.-Сердобинский, Лунинский, Неверкинский, Камешкирский, Башмаковский, Пачелмский, Н.-Ломовский, Городищенский, Спасский, Сосновоборский, Кольшлейский, Заметчинский, Сердобский, Бековский, Лопатинский, Наровчатский районы, а также город Кузнецк и Заречный) среднее предложение по формированию земельных участков для КЖЗТ составляет 11,7 га на район в группе, общее предложение по формированию земельных участков для КЖЗТ составляет 245,5 га, что составляет 12,9 % от общей площади предложения по формированию земельных участков для КЖЗТ Пензенской области.

Анализ площадей земельных участков, для комплексного освоения в районах Пензенской области за 2008-2010 годы с выделением 4 зон М, В, С, Л и средний уровень предложения показан на рис. 13.

Анализ общего предложения по формированию земельных участков для КЖЗТ и процентного соотношения от общей площади предложения по

формированию земельных участков для КЖЗТ Пензенской области показан на рис. 14.

Зонирование территорий Пензенской области по уровню предложения земельных участков, под комплексную жилую застройку в разрезе 4 зон представлено на рис. 15.

После выбора и отвода муниципальными властями земельных участков для комплексного освоения в целях жилищного строительства начались работы по их формированию. Все земельные участки были отмежеваны (граница их были определены и закреплены на местности) и поставлены на государственный кадастровый учет.

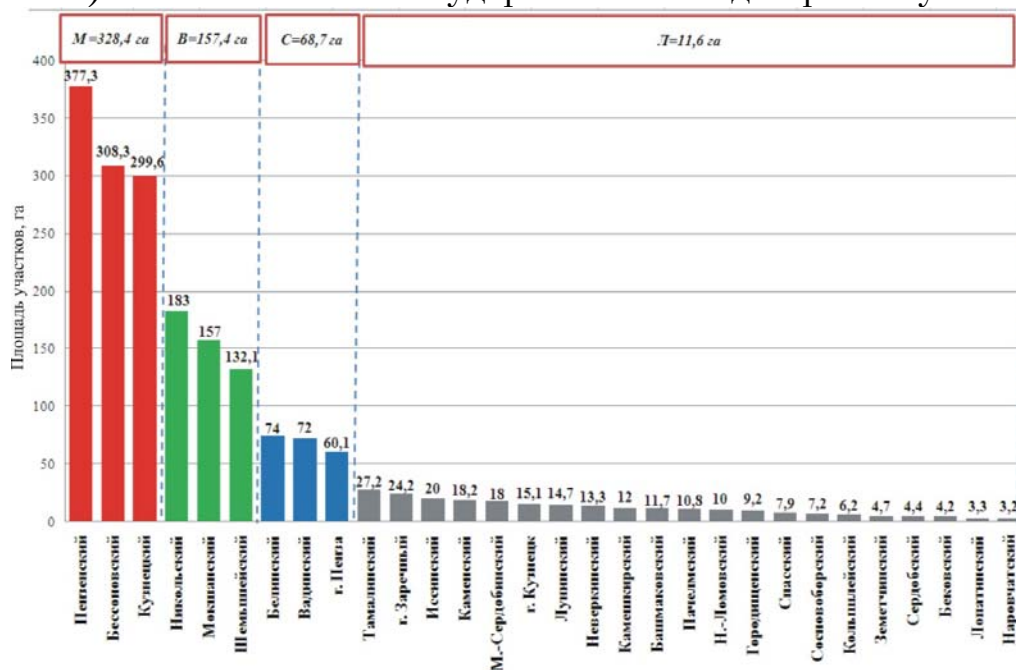


Рис. 12. Анализ предложения по формированию земельных участков, под комплексную жилую застройку за период 2008-2010 г.г. в Пензенской области

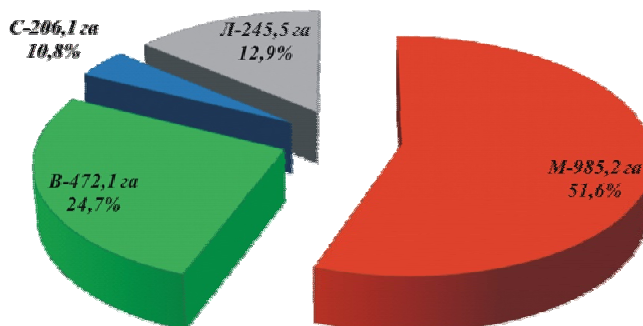


Рис. 13. Сегментация общего предложения по формированию земельных участков, под комплексную жилую застройку за период 2008-2010 гг. в Пензенской области по уровню предложения в разрезе 4 зон

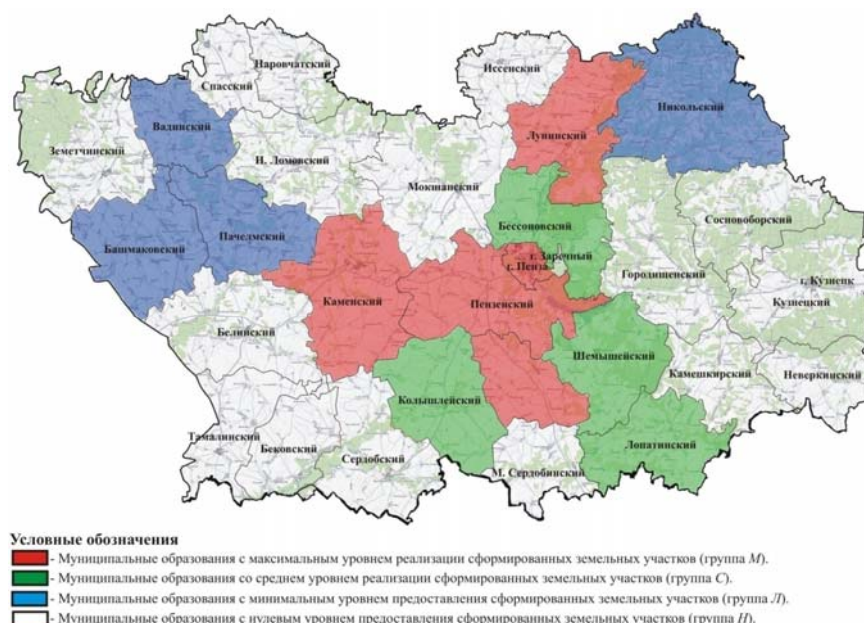


Рис. 16. Зонирование территории Пензенской области по уровню реализации земельных участков, под комплексную жилую застройку в разрезе 4 зон

Проанализируем также площади земельных участков предоставленных в результате проведения торгов для комплексного освоения в целях жилищного строительства в соответствии со ст. 30.2, 38.2 Земельного кодекса РФ [3](табл. 4).

Т а б л и ц а 4

Анализ реализации земельных участков, сформированных под комплексную жилую застройку в 2008-2010 годах в Пензенской области

№ п/п	Муниципальные образования	Площадь участков, га	Предоставлены в результате проведения торгов, для КЖЗТ, га	Реализация ЗУ под КЖЗТ, в муниципальном образовании, %	Интервал групп по уровню реализации ЗУ под КЖЗТ, %	Зонирование территорий по уровню реализации ЗУ
1	2	3	4	5	6	7
1	г. Пенза	60,1	60,1	100	100	Максимальный уровень предоставления сформированных земельных участков – М
2	Пензенский	377,3	377,3	100		
3	Каменский	18,2	18,2	100		
4	Лунинский	14,7	14,7	100		

Окончание табл. 4

1	2	3	4	5	6	7
5	Лопатинский	3,3	1,8	54,5		Средний уровень предоставления сформированных земельных участков – С
6	Шемышейский	132,1	53,4	40,4		
7	Бессоновский	308,3	113,9	36,9		
8	Кольшлейский	6,2	1,5	24,2	От 24,2 до 54,5	
9	Пачелмский	10,8	0,7	6,5		Минимальный уровень предоставления сформированных земельных участков – Л
10	Башмаковский	11,7	0,5	4,3		
11	Вадинский	72	3	4,2		
12	Никольский	183	3,8	2,1	От 2,1 до 6,5	
13	г. Кузнецк	15,1	0	0	0	Нулевой уровень предоставления сформированных земельных участков – Н
14	г. Заречный	24,2	0	0		
15	Спасский	7,9	0	0		
16	Бековский	4,2	0	0		
17	Белинский	74	0	0		
18	Городищенский	9,2	0	0		
19	Земетчинский	4,7	0	0		
20	Иссинский	20	0	0		
21	Камешкирский	12	0	0		
22	Кузнецкий	299,6	0	0		
23	Мокшанский	157	0	0		
24	М.-Сердобинский	18	0	0		
25	Наровчатский	3,2	0	0		
26	Неверкинский	13,3	0	0		
27	Н.-Ломовский	10	0	0		
28	Сердобский	4,4	0	0		
29	Сосновоборский	7,2	0	0		
30	Тамалинский	27,2	0	0		
	Пензенская область всего:	1908,9	606	31,7	-	-

Проанализируем далее фактически предоставленные (выделенные) земельные участки в результате проведения торгов под комплексное освоение территорий в целях жилищного строительства. Анализ показал, что в настоящее время всего фактически для комплексного

освоения в целях жилищного строительства в муниципальных образованиях Пензенской области предоставлено – 606 га (31,7%), из 1908,9 га сформированных.

Анализ регионального рынка предложений показывает уровень деловой активности муниципальных районов по реализации земельных участков для комплексного освоения в целях жилищного строительства.

На второй стадии исследования для выявления закономерностей и ретроспективных тенденций по реализации земельных участков, сформированных под КЖЗТ в 2008-2010 годах в Пензенской области проведем зонирование территории Пензенской области по уровню реализации земельных участков, разделив муниципальные образования Пензенской области на 4 зоны:

1. Муниципальные образования с максимальным уровнем предоставления сформированных земельных участков – Мв данных муниципальных образованиях для КЖЗТ предоставлено 100 % от сформированных земельных участков (г. Пенза – 61 га (100%), Пензенский – 377,3 га(100%), Каменский – 18,2 га(100%), Лунинский районы – 14,7 га (100%);

2. Муниципальные образования со средним уровнем предоставления сформированных земельных участков – Св данных муниципальных образованиях для КЖЗТ предоставлено от 24,2 до 54,5 % от сформированных земельных участков (Колышлейский – 1,5 га (24,2%), Бессоновский – 113,9 га (36,9%), Шемышейский – 53,4 га (40,4%), Лопатинский районы – 1,8 га (54,5 %);

3. Муниципальные образования с минимальным уровнем предоставления сформированных земельных участков – Лв данных муниципальных образованиях для КЖЗТ предоставлено от 2,1 до 6,5 % от сформированных земельных участков (Никольский – 3,8 га (2,1%), Вадинский – 3 га (4,2%), Башмаковский – 0,5 га (4,3%), Пачелмский районы – 0,7 га (6,5 %);

4. Муниципальные образования с нулевым уровнем предоставления сформированных земельных участков – Нв данных муниципальных образованиях для КЖЗТ предоставлено 0 % от сформированных земельных участков (г. Кузнецк, г. Заречный, Спасский, Бековский, Белинский, Городищенский, Заметчинский, Иссинский, Камешкирский, Кузнецкий, Мокшанский, М.-Сердобинский, Наровчатский, Н.-Ломовский, Сердобский, Сосновоборский, Тамалинский районы).

Анализ реализации сформированных земельных участков, под комплексную жилую застройку за период 2008-2010 г.г. в Пензенской области представлен на рис. 16.

Зонирование территории Пензенской области по уровню реализации земельных участков, под комплексную жилую застройку в разрезе 4 зон показано на рис. 17.

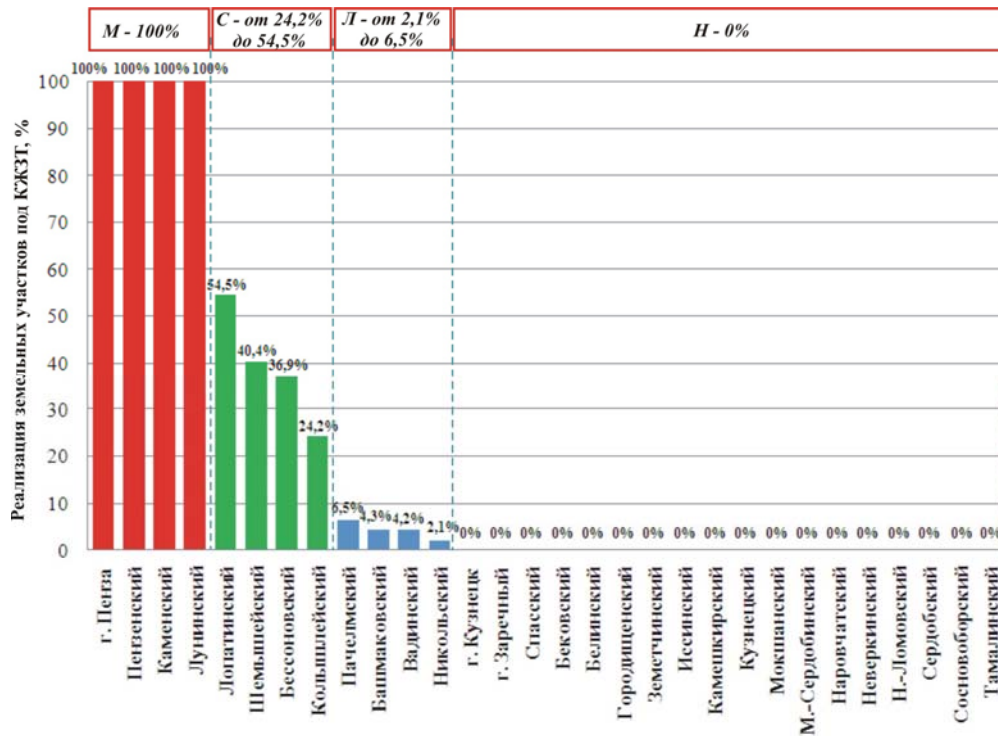


Рис. 16. Анализ реализации сформированных земельных участков, под комплексную жилую застройку за период 2008-2010 г.г. в Пензенской области

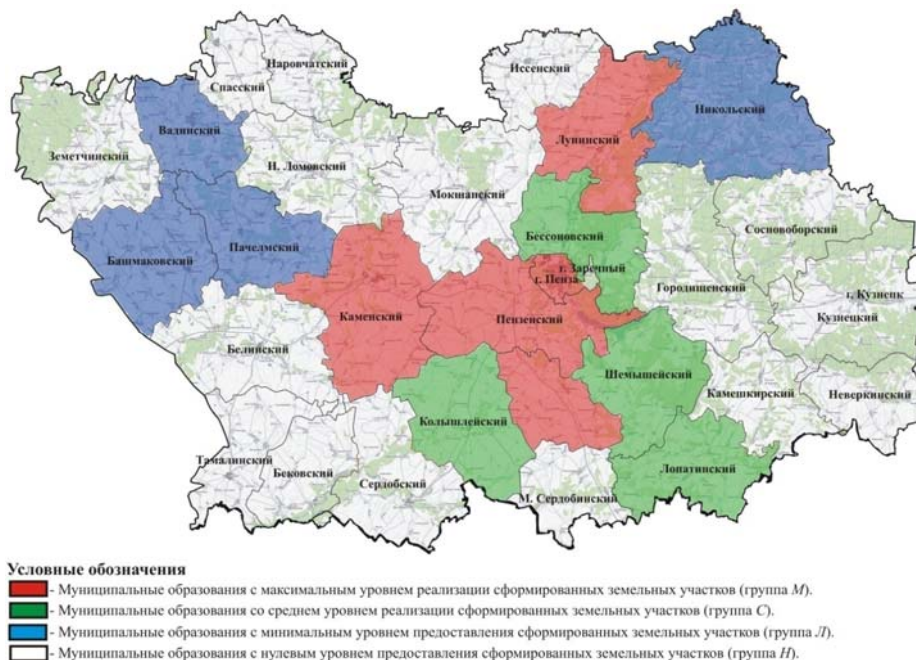


Рис. 17. Зонирование территории Пензенской области по уровню реализации земельных участков, под комплексную жилую застройку в разрезе 4 зон

3.2.1. Современные актуальные проблемы рынка жилья эконом-класса

Согласно выборочному обследованию домохозяйств, которое было проведено Росстатом в апреле 2008 года этому условию удовлетворяет не более 20% домохозяйств, что эквивалентно примерно 10,4 млн домохозяйств. Значительная часть этих домохозяйств решила свои жилищные проблемы на рынке жилья эконом-класса в предыдущие годы и может рассматриваться лишь в качестве инвесторов строительства (в том числе и коллективного) доходных домов.

Вместе с тем, при среднемесячном доходе российского домохозяйства в 30 тыс. рублей доступность стандартной двухкомнатной квартиры обеспечивается при стоимости 1 кв.м порядка 20 тыс. рублей. При условии планируемого предоставления земельного участка бесплатно застройщику жилья эконом-класса и бесплатного подключения к основным инженерным сетям, а также при условии нормирования прибыли застройщика жилья эконом-класса – подобная стоимость может быть достигнута на рынке. Это позволит потенциально привлечь для операций на рынке еще порядка 18% российских домохозяйств (порядка 9,4 млн).

Таким образом, оценки показывают, что только порядка 38% (порядка 19,8 млн) российских домохозяйств могут улучшить свои жилищные условия на коммерческой основе при условии, что средне-российская цена на жилье эконом-класса составит порядка 20 тыс. рублей за кв.м.

38% российских домохозяйств – это 20,8 млн домохозяйств, которые могут приобрести на коммерческой основе жилье эконом-класса по цене не выше 20 тыс. рублей за кв.м.

Прямой перерасчет на общие объемы нового строительства, которые будут востребованы на рынке по вышеназванным ценам, дает общую потребность России в жилье эконом-класса порядка 1120 млн кв.м. Однако в этом значении не учтены операции на вторичном рынке, которые составляют до 60–70% от объема всех операций на рынке.

Доступность жилья эконом-класса в нашей стране для 30–40% домохозяйств может быть достигнута только с помощью дальнейшего снижения его стоимости для продажи, использования института строительных сберегательных касс (наряду с совершенствованием действующей ипотечной системы), а также поддержки государством отдельных категорий граждан.

Важную роль в этом процессе могли бы сыграть территориальные подразделения Фонда РЖС, формирование которых началось в конце 2010 года.

Ценовая ситуация на большинстве рынков жилья в российских регионах будет характеризоваться постепенным снижением цен реальных сделок, при этом цены предложений будут достаточно стабильны или даже покажут небольшой годовой рост (в пределах 4–8%) [30].

В ближайшие годы рынок жилья эконом класса ожидают изменения должны по следующим основным направлениям:

- сокращение сроков строительства жилья, особенно в части проведения согласований проектов строительства;
- снижение себестоимости строительства жилья за счет минимизации затрат на приобретение прав на земельный участок, подключений к основным инженерным коммуникациям, использования современных конструктивных и технологических решений;
- регламентация норм прибыли при строительстве жилья эконом-класса, выкупаемого у застройщиков для нужд государства и муниципалитетов;
- стимулирование спроса за счет совершенствования существующей системы кредитования и введения в практику новых кредитных инструментов, показавших свою эффективность в других странах мира.

Значительную долю строящегося жилья необходимо будет продавать на рынке. В связи с этим, необходимо предлагать жилье по более конкурентным ценам. Этого можно достичь только снижая реальную стоимость продаж, поскольку существенного роста доходов домохозяйств в ближайшие годы не произойдет, и стимулируя платежеспособный спрос эффективной системой кредитования.

При этом, необходимо в первую очередь использовать как существующую систему ипотечного кредитования, так и систему строительно–сберегательных касс, которая показала свою эффективность на недостаточно развитых рынках жилья в других странах мира.

Основные направлениями развития инвестиционно-строительного рынка жилья эконом-класса в 2011-2012 годах будут следующие:

- нехватка инвестиционных ресурсов на приемлемых условиях для реализации возможных девелоперских проектов увеличивает вероятность невыполнения плановых заданий каждого российского региона по строительству и вводу жилья;
- совершенствование процедур выдачи заключений на строительство объектов недвижимости и сокращение их сроков для профессиональных участников рынка;

- расширение практики проведения аукционов по продаже прав на земельные участки для строительства жилья и совершенствование процедур их применения;
- совершенствование законодательных норм и подзаконных процедур на инвестиционно-строительных рынках и рынках жилья в нашей стране, в том числе начало введения в практику строительно-сберегательных касс;
- реальные действия управляющей подсистемы рынка по увеличению доступности жилья эконом-класса для большей доли российских домохозяйств;
- возрастание роли саморегулируемых строительных организаций в процессах работы инвестиционно-строительных рынков;
- продолжение процесса снижения себестоимости строительства жилья эконом-класса за счет уменьшения суммарной площади единиц жилья и комплексной массовой застройки земель поселений.

В целом, выполнение программы массового строительства жилья эконом-класса в нашей стране способно не только улучшить жилищные условия платежеспособной части домохозяйств, но и будет способствовать развитию экономики нашей страны за счет большого мультипликативного эффекта, которым характеризуется инвестиционно-строительный рынок среди других секторов экономики.

3.2.2. Анализ территорий Пензенской области с целью организации девелоперского бизнеса под малоэтажное строительство жилья эконом-класса

Анализ показал, что в целях обеспечения жилищного строительства в муниципальных образованиях Пензенской области в генеральных планах предусматриваются земельные участки для комплексной жилой застройки территории.

В каждом районе определены земельные участки для жилищного строительства в системе существующей застройки и на новых территориях, как в пределах границ населенных пунктов, так и за их пределами. Последнее учитывается в разрабатываемых генеральных планах путем включения перспективных участков в границы населенных пунктов.

Всего в Пензенской области по состоянию на 1.11.2011 года Правительством совместно с Департаментом градостроительства и архитектуры Пензенской области определено площадок для размещения комплексной застройки жилья эконом класса, общей площадью 2230,6 га.

Для выявления закономерностей и ретроспективных тенденций предложения по формированию земельных участков, сформированных

под комплексную жилую застройку жилья эконом класса в 2008-2010 годах в Пензенской области, проведем зонирование территории Пензенской области по уровню предложений земельных участков, разделив муниципальные образования Пензенской области на 5 зон.

Проанализировав территории Пензенской области на наличие территорий под застройку жилья эконом класса были получены следующие данные:

1. Муниципальные образования с наивысшим уровнем предложения под застройку жилья эконом класса – Н (г. Пенза) среднее предложение составляет 581,4 га, общее предложение составляет 581,4 га, что составляет 26% от общей площади предложения по застройку жилья эконом класса по Пензенской области;

2. Муниципальные образования с максимальным уровнем предложения под застройку жилья эконом класса – М (г. Кузнецк, р-н Кузнецкий) среднее предложение составляет 267,9 га, общее предложение составляет 535,8 га, что составляет 24% от общей площади предложения по застройку жилья эконом класса по Пензенской области;

3. Муниципальные образования с высоким уровнем предложения под застройку жилья эконом класса – В (р-н Башмаковский, р-н Земетченский, р-н Мокшанский) среднее предложение составляет 155,03 га, общее предложение составляет 465,1 га, что составляет 21% от общей площади предложения по застройку жилья эконом класса по Пензенской области;

4. Муниципальные образования со средним уровнем предложения под застройку жилья эконом класса – С (р-н Вадинский, р-н Никольский, р-н Шемышейский, р-н Белинский, р-н Бессоновский, р-н Пензенский) среднее предложение составляет 70,9 га, общее предложение составляет 425,4 га, что составляет 19% от общей площади предложения по застройку жилья эконом класса по Пензенской области;

5. Муниципальные образования с минимальным уровнем предложения под застройку жилья эконом класса – Л (р-н Неверкинский, р-н Бековский, г Заречный, р-н Пачелмский, р-н М. Сердобинский, р-н Тамалинский, р-н Каменский, р-н Лунинский, р-н Спасский, р-н Сосновоборский, р-н Н. Ломовский, р-н Городищенский, р-н Сердобский, р-н Камешкирский, р-н Лопатинский, р-н Кошлейский, р-н Наровчатский, р-н Иссинский) среднее предложение составляет 12,3 га, общее предложение составляет 222,8 га, что составляет 10% от общей площади предложения по застройку жилья эконом класса по Пензенской области;

Анализ площадей земельных участков, под застройку жилья эконом-класса в районах Пензенской области за 2008-2010 годы с выделением 5 зон Н, М, В, С, Л и средний уровень предложения показан на рис. 18.

Анализ земельных участков под застройку жилья эконом класса в районах Пензенской области и процентного соотношения от общей площади предложение участков под застройку жилья эконом класса в районах Пензенской области показан на рис. 19.

Зонирование территории Пензенской области по уровню предложения земельных участков, под застройку жилья эконом класса в разрезе 5 зон показано на рис. 20.

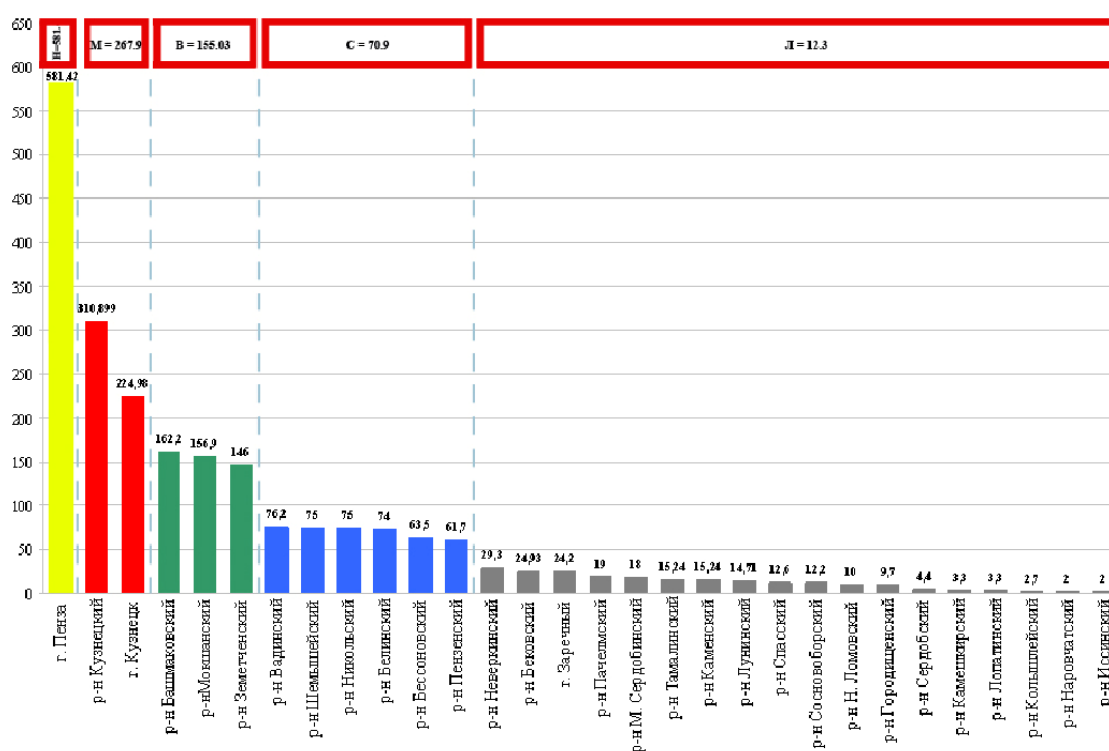


Рис. 18. Анализ предложения по формированию земельных участков, под застройку жилья эконом класса в районах Пензенской области за 2008-2010 годы с выделением 5 зон

Так же был произведен статистический анализ по земельным участкам под застройку жилья эконом класса на наличие оснащённости инженерными сетями. Результаты анализа представлены на рис. 21, а на рис. 22 показана общая оснащённость земельных участков под застройку жилья эконом-класса в целом по Пензенской области.

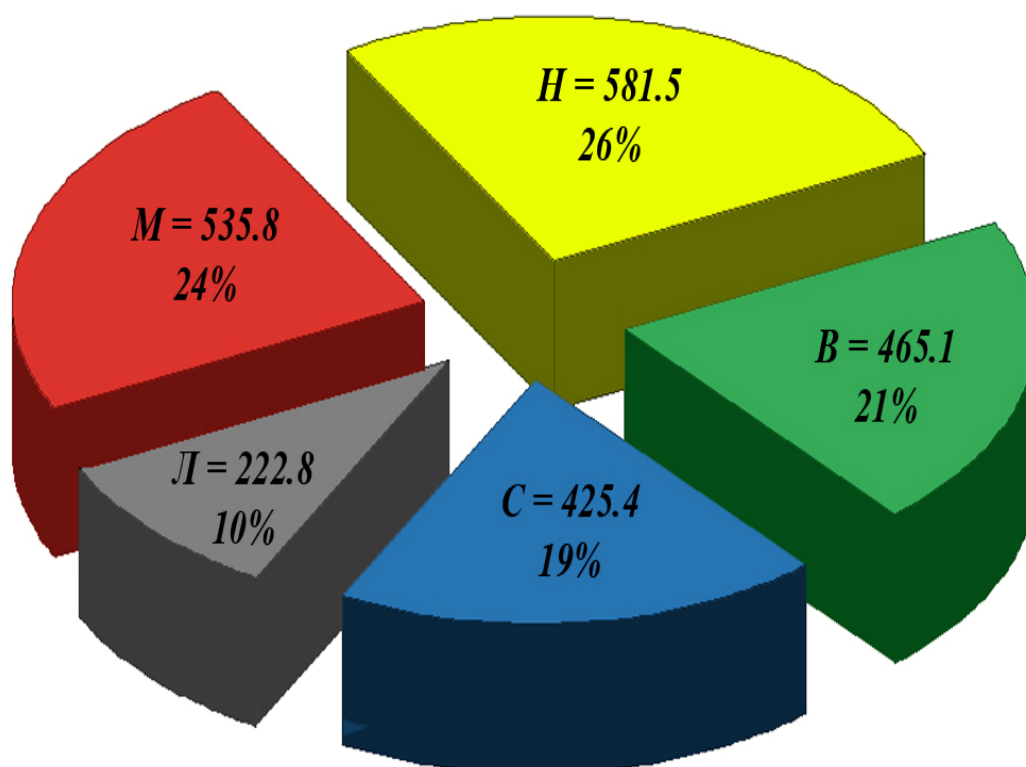


Рис. 19. Сегментация общего предложения по формированию земельных участков, под застройку жилья эконом класса в районах Пензенской области за 2008-2010 годы по уровню предложения в разрезе 5 зон

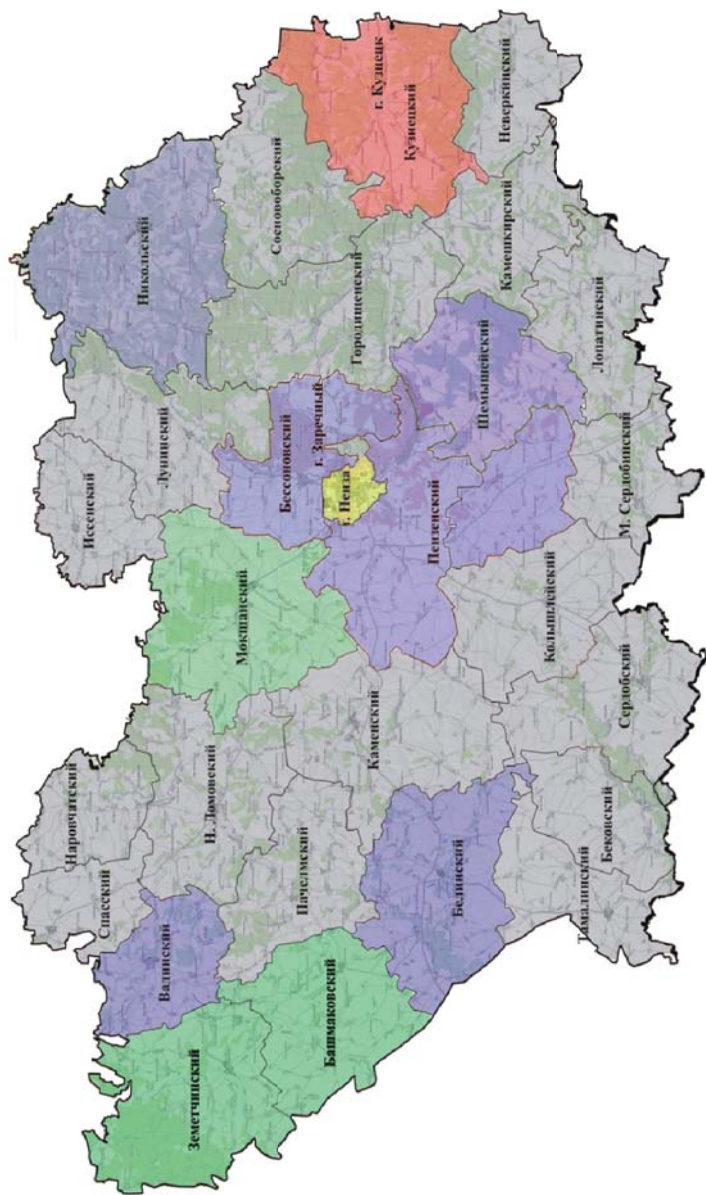


Рис. 20. Зонирование территории Пензенской области по уровню предложения земельных участков, под застройку жилья эконом класса в разрезе 5 зон

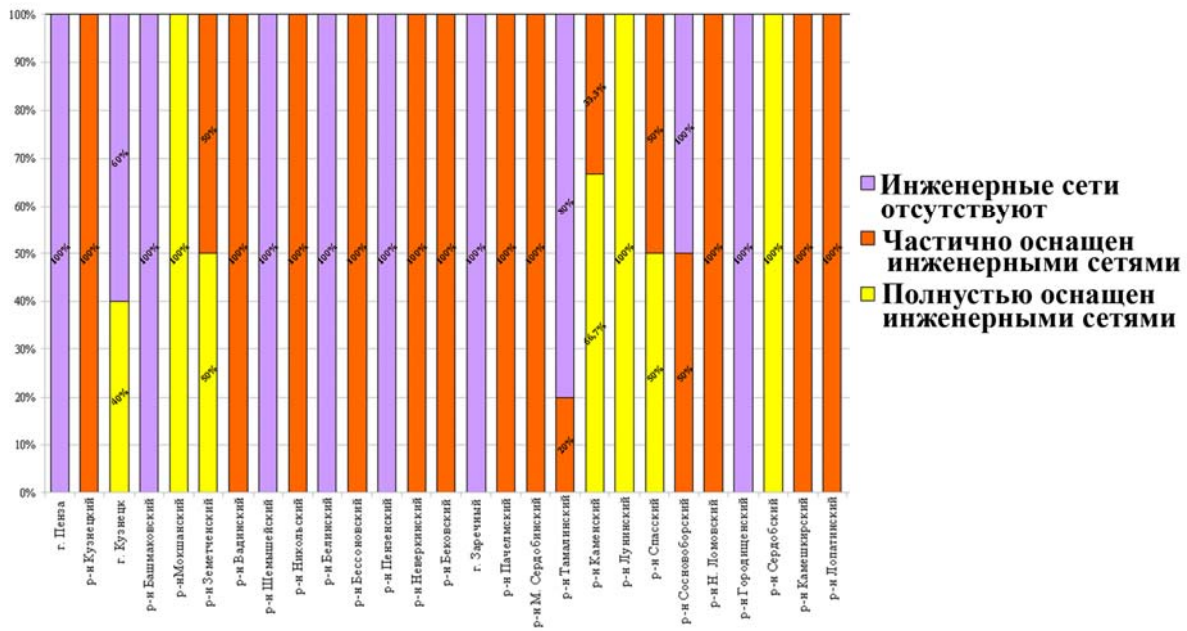


Рис. 21. Оснащенность земельных участков под застройку жилья эконом-класса в районах Пензенской области за 2008-2010 годы инженерными сетями

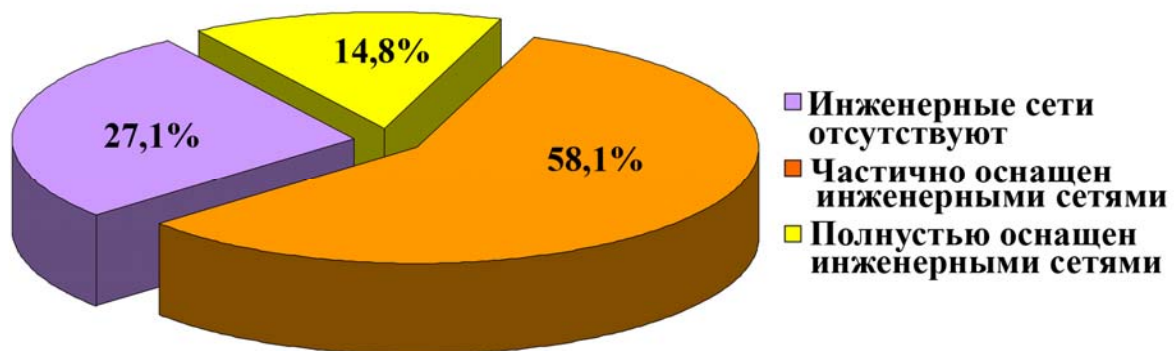


Рис. 22. Оснащенность земельных участков под застройку жилья эконом-класса инженерными сетями по Пензенской области за 2008-2010 года

4. ПРЕДЛОЖЕНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНОМУ ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ТЕРРИТОРИЙ НА ПРИМЕРЕ ДЕВЕЛОПЕРСКОГО ПРОЕКТА

4.1. Общая характеристика портфеля инвестиционных проектов и программ девелоперов по комплексной жилой застройке

Реализация Указа Президента РФ от 7 мая 2012 года N 600 "О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг" (Приложение В) [13] возможна лишь при комплексном освоении территорий с большим объемом ввода жилья. Участки под комплексное освоение выделяются из государственных и муниципальных земель посредством проведения открытых аукционов по продаже в собственность или продаже права на заключение договора аренды земельного участка. Следовательно, происходит развитие земельного рынка и формирование нормативно-правовой базы по представлению земельных участков из государственных и муниципальных земель. В Пензенской области за 2008-2010 года под комплексное освоение территорий выделено уже 558,8га, что составляет 77 % от всей площади выделенных под строительство жилья земель. Проекты комплексного освоения являются масштабными и требуют инвестиционных вложений. Следовательно, регионам Российской Федерации и государству в целом необходимо повышать инвестиционную привлекательность и улучшать инвестиционный климат. В таблице 5 указаны реализуемые и планируемые к реализации проекты комплексного освоения территории в г Пенза.

Т а б л и ц а 5

Реализуемые и планируемые к реализации проекты комплексного освоения территории в г Пенза

№ п/п	Проекты	Площадь участка, га	Инициатор проекта
Реализуемые проекты			
1	Жилой микрорайон «Арбековская застава»	47,50	Холдинг «SKM group»
2	Город «СПУТНИК»	273,50	Строительный холдинг «Термодом»
3	Микрорайон «Петровский квартал»	7,40	Компания "Мегаполис-Девелопмент"
4	Жилой комплекс "Олимпийская роща"	4,30	Холдинг «SKM group»
5	Жилой комплекс «Сурская Ривьера»	6,79	ООО «Ренессанс Девелопмент»
		339,49	
Планируемые к реализации проекты			
1	«Новая площадь»	27,6	Администрация г.Пензы
2	Микрорайон №10 «Арбеково»	23,75	Группа компаний «Поволжье»
3	Микрорайон №8 «Арбеково»	21,84	компания «Азия Лимитед»
4	«Междуречье»	20,4	ООО «Тех-Агро»
5	Реконструкция набережной р Суры	17,1	Администрация г.Пензы
6	Микрорайон №4 Сосновка	7,21	Администрация г.Пензы
7	Микрорайон №2 жилого района Сосновка	6,79	ООО «РемКапстрой-Астрахань»
8	Микрорайон № 2 «Криво-зерье»	6,28	ООО «Рисан»
9	Коттеджный поселок. Ул. Антонова	5,5	ООО «Статус»
		136,47	

Структура земельных участков всех реализуемых в данное время проектов представлены на рис. 23. Реализацию проектов осуществляют следующие компании: холдинг «SKM group»; строительный холдинг «Термодом»; компания "Мегаполис-Девелопмент"; ООО «Ренессанс Девелопмент». Лидером по площади освоения участков является строительный холдинг «Термодом». «Термодом» осуществляет самый масштабный в Пензе проект строительства жилого района с развитой инфраструктурой – проект «Спутник». «Спутник» прошел федеральный отбор экспериментальных инвестиционных проектов комплексного освоения территорий в целях жилищного строительства и вошел в состав 22 лучших проектов России. Под строительство нового микрорайона отведена территория в 273,5 га, площадь вводимого жилья составит 1 407 700 кв.м. Весь проект рассчитан на срок до 2016 года.

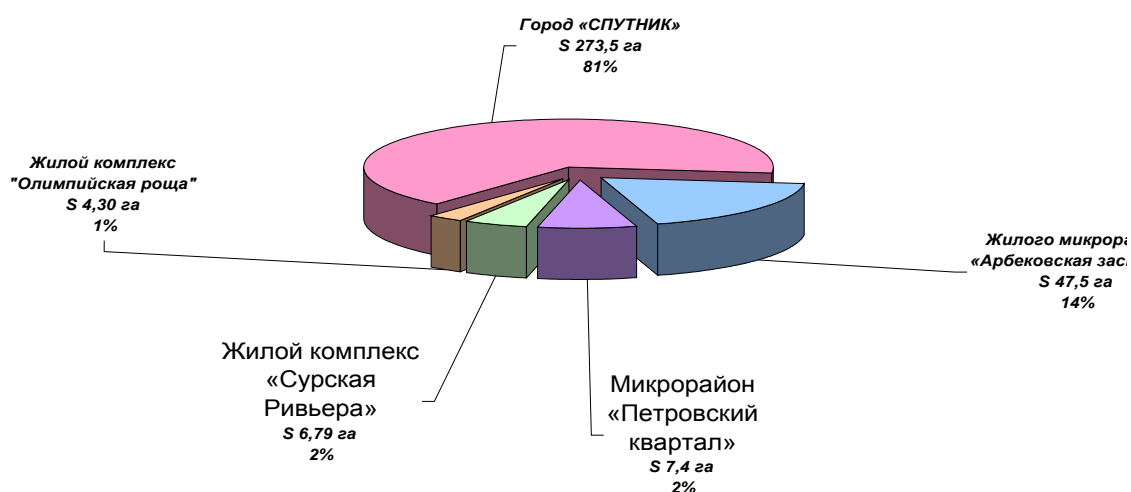


Рис. 23. Структура земельных участков реализуемых проектов комплексного освоения территории в г. Пенза.

Все вышеуказанные процедуры требуют обязательно эффективной их реализации не только на уровне муниципального земельного девелопмента, но и при организации корпоративного земельного девелопмента для обоснования допустимой цены приобретения права аренды на открытых аукционах.

Так, в диссертационном исследовании был проанализирован такой важнейший параметр корпоративного земельного девелопмента как цены на приобретаемые права на заключаемые договора аренды по земельным участкам под комплексное освоение, а также проанализирована величина отклонений начальной стоимости предложения и цены приобретения прав аренды по земельным участкам под комплексную застройку. Такие аналитические данные показаны на рис. 24.

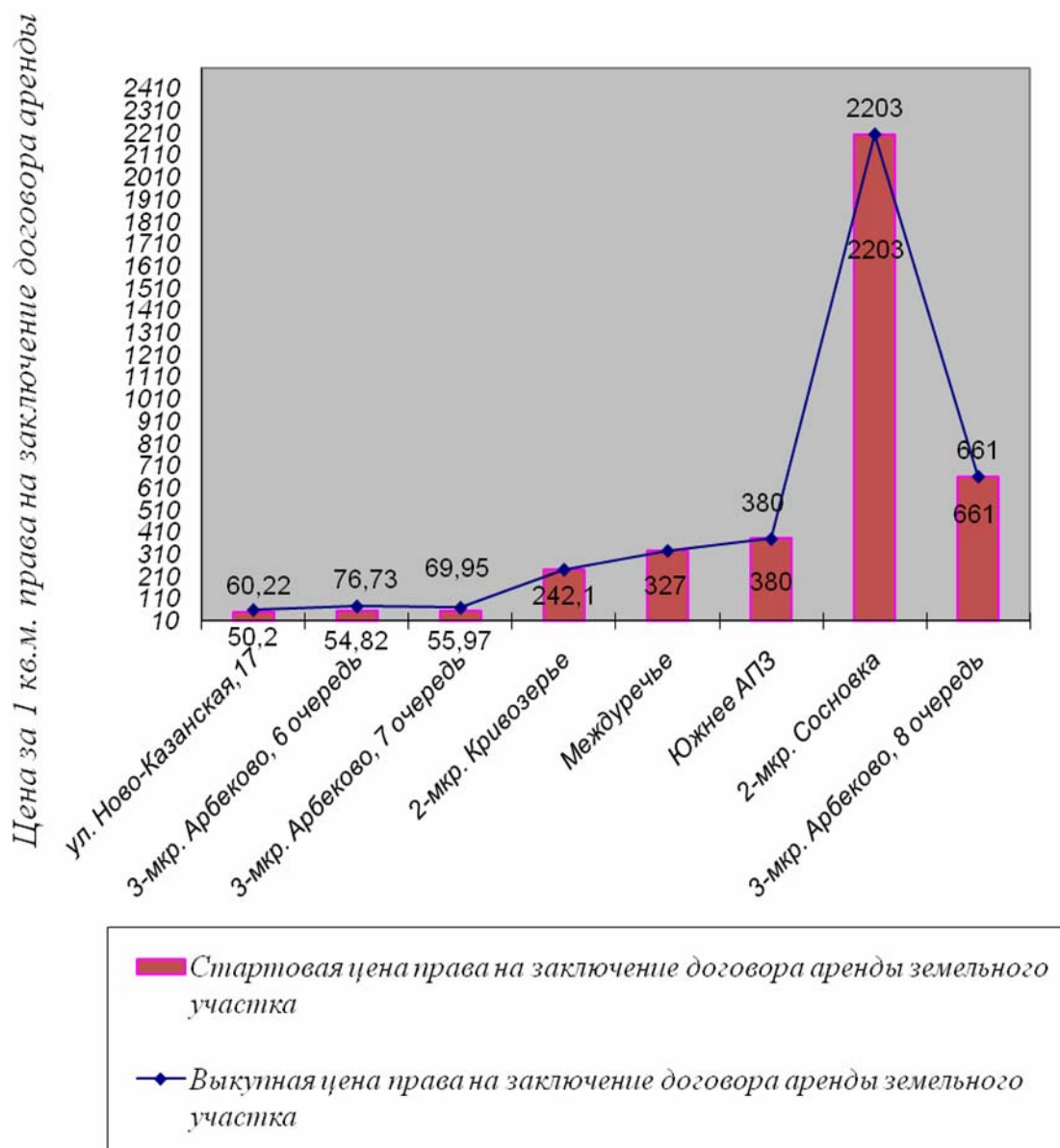


Рис. 24. Анализ величины отклонений начальной стоимости предложения и цены приобретения прав аренды по земельным участкам г. Пенза под комплексную жилую застройку в период 2007-2010 гг.

Таким образом, проведенный комплексный анализ субъектов инвестиционного девелопмента на примере крупнейших корпораций жилищного строительства города Пензы и выявленные особенности их участия в земельных аукционах по проектам комплексного освоения территорий, показали тенденции устойчивого развития проектов комплексной застройки. Одной из стратегических прединвестиционных задач корпоративного девелопмента является задача экономико-математического прогнозирования допустимой стоимости приобретения, как прав собственности, так и прав аренды по земельным участкам под комплексную жилую застройку. Без решения этих задач строительным корпорациям обеспечить эффективное приобретение земельных участков на открытых аукционах невозможно.

Комплексная жилая застройка территории способна решить проблемы дефицита предложения на рынке жилья, отвечающего требованиям международных стандартов, нехватки в городе Пенза современных микрорайонов с развитой инженерной, транспортной инфраструктурой, объектами социального назначения. Поэтому инвестиционному маркетингу именно комплексной застройки в настоящее время необходимо уделять большее внимание.

Комплексная жилая застройка территории обеспечивает длительную загрузку производственного потенциала компаний-лидеров строительства жилья, формирует высокопроизводительные долгосрочные потоки предложений жилья на первичных рынках и позволяет расширять долю компании на рынке в условиях кризиса экономики. Предпосылками такого доминирования на земельных рынках является использование высококонкурентного финансового потенциала крупных компаний, который позволяет использовать значительные собственные и заемные денежные средства для участия в аукционах и опережать таким образом инвестиционно-финансовые возможности малого и среднего строительного бизнеса.

4.2. Анализ современного успешного девелоперского проекта «Лесная сказка» в г. Кемерово.

Для создания нового инвестиционного девелоперского проекта необходимо рассмотреть уже осуществленные и успешно функционирующие проекты. Одним из ярких примеров является девелоперский проект по массовой малоэтажной застройке «Лесная сказка» расположенный в г. Кемерово рис. 25.

«Лесная поляна» – один из первых российских проектов массовой малоэтажной застройки, включающий строительство жилья для семей с разным уровнем доходов и создание современной социальной и деловой инфраструктуры.

В проекте широко используются механизмы государственно-частного партнерства. Значительное внимание уделяется строительству жилья для молодых семей и отдельных льготных категорий граждан.

Одна из особенностей проекта заключается в разработке и применению стратегий и программ, направленных на улучшение качества жизни, развитие инновационной экономики и, в конечном итоге, на устойчивое развитие территории. Первостепенное внимание уделяется реализации национальных проектов и приоритетов в области образования, здравоохранения, жилья, ЖКХ, инновационной экономики, культуры, спорта и т.д.

Градостроительная концепция города-спутника основана на современных подходах в области городского дизайна и архитектуры. Проект предполагает малоэтажную комплексную застройку территории разнообразными типами жилых домов (многоквартирные 3–5 этажные дома, блокированные дома и индивидуальные коттеджи); образовательными и медицинскими учреждениями; торгово-развлекательными комплексами; спортивными сооружениями и т.д.

Ключевыми особенностями планировочной структуры является создание узнаваемого центра города – спутника; чередование районов средней и низкой плотности застройки; развитие системы открытых парков, скверов, двориков; обеспечение транспортной доступности. Все районы города-спутника объединены в единое целое посредством сети дорог, велосипедных и пешеходных дорожек, коридорами дикой природы [29].

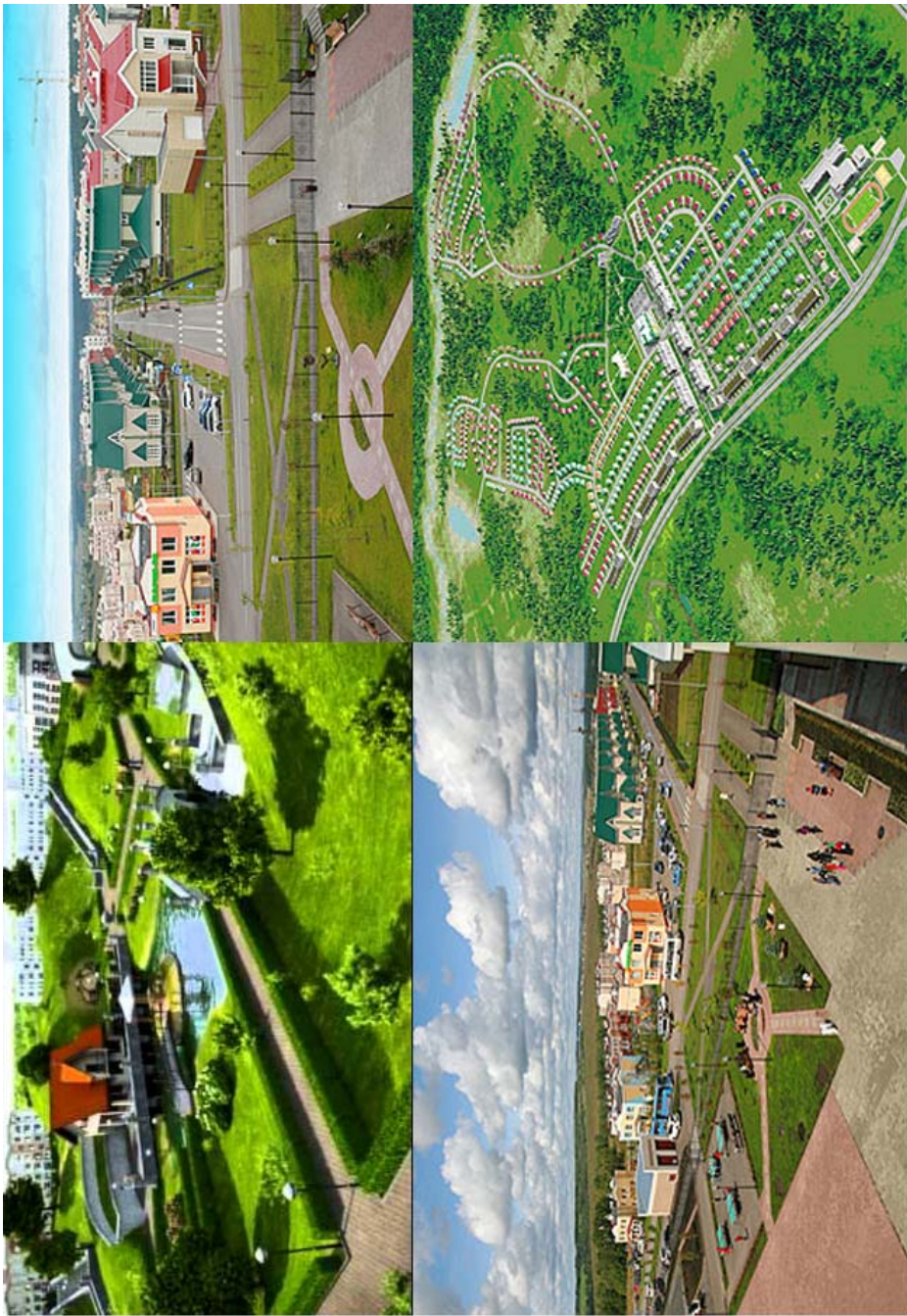


Рис. 25. Фотографии жилого комплекса «Лесная сказка»

Основные характеристики проекта:

Площадь территории – 1615 га, (915 га – леса, ручьи, озера, 700 га – территория застройки);

Планируемая численность населения – 30 тыс. человек;

Общая площадь жилья – 1,120 млн. кв. м;

Срок реализации проекта – 10-12 лет.

Основные планируемые объекты строительства:

- Центр Знаний;
- Школы (2);
- Детские сады (9);
- Поликлиника;
- Бизнес-парк (Технопарк);
- Центр спорта;
- Гостиница;
- Пожарное депо;
- Кинотеатры;
- Объекты культурно-развлекательного обслуживания;
- Объекты спортивно-рекреационного обслуживания;
- Объекты инженерной инфраструктуры.

Генеральный план строительства «Лесной сказки» представлен в приложении В.

03 октября 2008 года состоялось официальное заселение первых жителей «Лесной поляны» в первый микрорайон.

Краткая характеристика микрорайона:

- Начало строительства: 2007 год;
- Площадь территории: 155 га;
- Численность жителей: 3500 человек;
- Количество домовладений: 1180;
- Общая площадь жилья: 188000 м².

Уже сегодня на территории жилого района «Лесная поляна» работают: минимаркет, отделение общей врачебной практики, опорный пункт милиции, территориальное управление, отделение Сберегательного банка РФ, почтовое отделение, детский культурно-образовательный центр, спортивный центр «СПОРТГРАД», автомоечный комплекс и многое другое.

Для безопасности проживающих и их имущества действует система видеонаблюдения по периметру улиц. Организовано движение общественного транспорта [21].

Данный проект рассмотрен как пример успешно развивающегося девелоперского проекта по комплексной жилой застройке мало-

этажного строительства, во внимание хотелось бы взять тот факт, что данный проект с мультипликативным эффектом. Огромное количество инвестиций в данный проект обусловлено тем, что детально проработан бизнес-план проекта, грамотно проведенный маркетинговый анализ в отношении существующих проектов комплексной жилой застройки малоэтажного строительства на всей территории РФ, проработаны все аспекты, касающиеся социальной инфраструктуры данного проекта. Данный проект на сегодняшний день может являться одним из эталонов успешного развития городских территорий.

4.3. Маркетинговый анализ инвестиционного проекта по комплексной малоэтажной жилой застройке эконом-класса «Новая Слобода» застройщика ОАО «АИК по Пензенской области»

На основе рассмотренных существующих девелоперских проектов по комплексному освоению территорий под малоэтажную застройку, предложены возможные пути развития развивающегося инвестиционного проекта по комплексной малоэтажной застройке эконом-класса коттеджного поселка с рабочим названием «Новая Слобода» застройщика ОАО «АИК по Пензенской области».

Фондом РЖС 29.09.2011 был проведен аукцион по продаже права на заключение договора аренды земельного участка общей площадью 467 500 кв. м (кадастровый номер: 58:18:941501:0281), расположенного по адресу: примерно в 40 м по направлению на юг от ориентира: жилой дом, расположенного за пределами участка, адрес ориентира: Пензенская область, Мокшанский район, с. Рамзай, ул. Советская, д. 21, для его комплексного освоения в целях жилищного строительства. Участок выкуплен ОАО «АИК по Пензенской области» [31].

Целью данного проекта является развитие и продвижение на рынок недвижимости Пензенской области качественно нового, энергосберегающего, экологически чистого, доступного индивидуального жилья, а так же обеспечить эффективное развитие городских территорий.

4.3.1. Основные характеристики земельного участка

Для составления плана реализации необходимо рассмотреть основные характеристики данного земельного участка, полная презентация по данному земельному участку представлена в приложении 8.

Местоположение земельного участка:

- Участок расположенный в восточной части с.Рамзай;
- Участок расположенный посредственно вдоль федеральной трассы 5. Трасса М5 соединяет участок с г.Пенза, далее с центром;
- Удаленность участка от жилых кварталов г.Пенза–12 км, от центра города–21км.

Описание земельного участка

- Кадастровый номер: 58:18:941501:0281.
- Категория земель: земли населенных пунктов.
- Вид разрешенного использования: для жилищного строительства, строительства объектов социальной инфраструктуры.
- Площадь земельного участка: 467500кв.м.
- Существующие ограничения (обременения) права: незарегистрировано.
- Сведения о государственной регистрации права собственности Фонда «РЖС»: свидетельство о государственной регистрации права от 18 августа 2011 г. 58АБ№053532.

Окружение земельного участка:

Север: граница участка проходит по дороге местного назначения, ведущей в направлении б.о.«Чистые пруды».Так же к северу от участка расположен жилой сектор частной малоэтажной застройки с. Рамзай, на удалении около 700 м находятся

Юг: южная(юго-восточная) граница участка проходит федеральная автомобильная дорога М5 «Урал» (Москва–Самара–Уфа–Челябинск), которая на своём пути проходит через с. Рамзай, разделяя его на две части.

Запад: с запада на восток в центральной его части проходит трасса водопровода.

Восток: к востоку от участка расположены с/х поля.

На рис. 26 представлен Генеральный план Рамзайского сельсовета Мокшанского района Пензенской области «Схема генерального плана с. Рамзай (основной чертеж)» фрагмент.

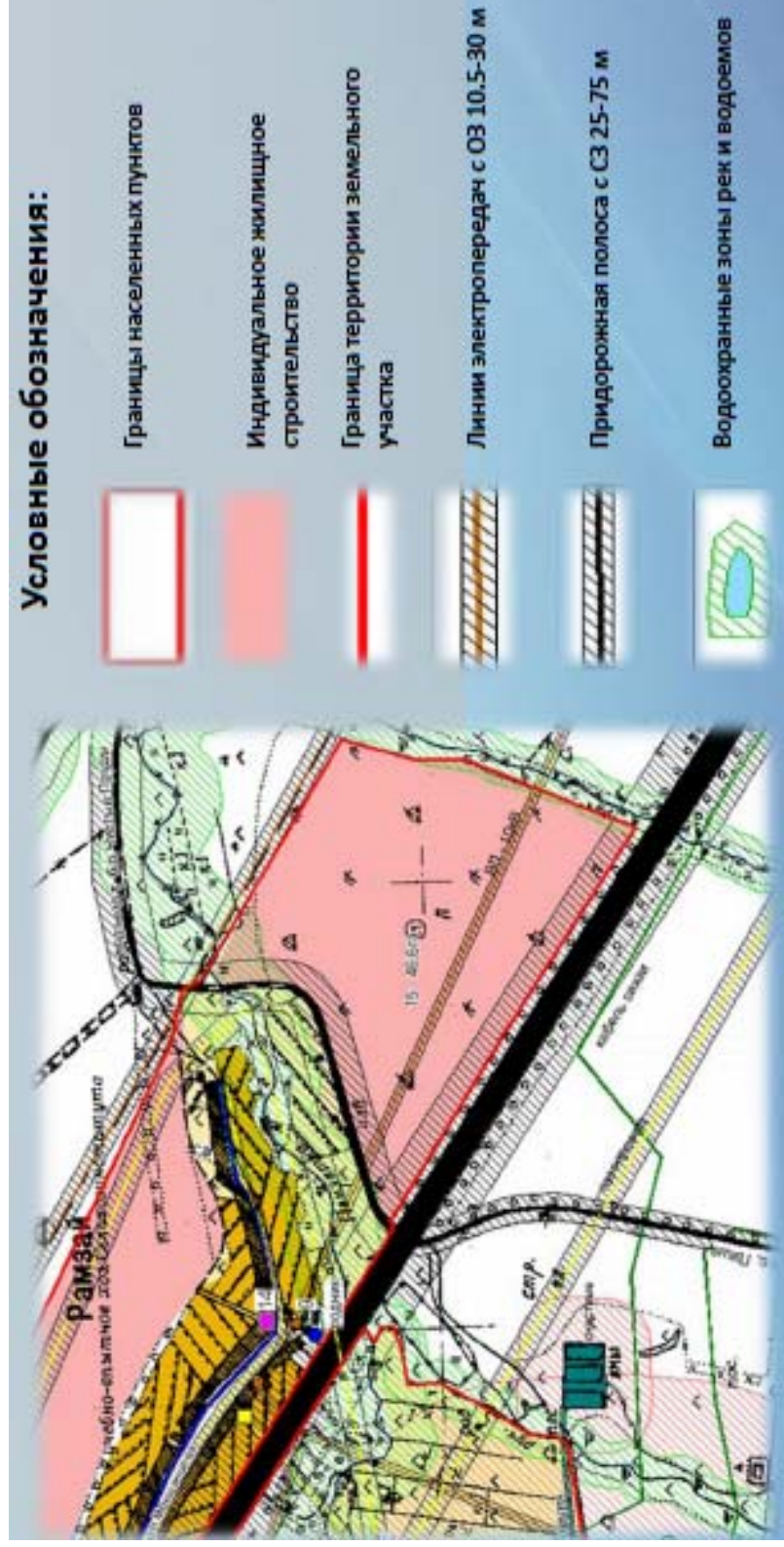


Рис. 26. Генеральный план Ramzaysкого сельсовета Мокшанского района Пензенской области «Схема генерального плана с. Ramzай (основной чертеж)» фрагмент

4.3.2. Технико-экономические характеристики и план реализации проекта

На основе общих данных о данном земельном участке разработаны Основные показатели генерального плана застройки (табл.6).

Площадь отведённой территории – 46,75 Га.

Площадь участков жилой застройки – 32, 1 Га.

Коэффициент семейности – 3,5.

Земельные участки – 0,04-0,1 Га (средняя площадь 0,087 Га).

Население – 948 чел.

Проектирование коттеджного поселка вести с разбивкой на пусковые комплексы из расчета 20-30 участков.

Т а б л и ц а 6

Основные показатели генерального плана застройки
инвестиционного проекта «Новая слобода»

№ п/п	Наименование застройки	Площадь объекта	Величина участка	Процент от общей площади
1	Жилая застройка	321000 кв. м.	32,1 Га.	68,66%
2	Общественно-деловая застройка:	51900 кв. м.	4,135 Га.	8,84%
	а) Центр административного управления	400 кв. м.	0,04 Га.	0,085%
	б) Отделение милиции	350 кв.м.	0,035 Га.	0,075%
	г) Отделение связи	200 кв. м.	0,02 Га.	0,043%
	д) Дошкольные учреждения (детсады)	400 кв. м.	0,04 Га.	0,085%
	е) Озелененные общественные площадки	40000 кв. м.	4 Га.	8,5%
3	Дороги и площадки для стоянок автотранспорта	58437,5 кв. м.	5,843 Га.	12,5%
4	Линии электропередач с СЗ 10.5-30 м	2568 кв. м.	0,2568 Га	0,55%
5	Придорожная полоса с СЗ 25-75 м	11700 кв. м.	1,17 Га.	2,5%
6	Прочие земли	332000 кв. м.	3,32 Га.	7,16%
	Всего	467500 кв. м.	46,75 Га.	100%

Разработанный пусковой комплекс представлен на рис. 27.



Рис. 27. Пусковой комплекс

Основные характеристики серий домов входящих в пусковой комплекс представлены в таблице 7.

Т а б л и ц а 7

Основные характеристики серий домов
входящих в пусковой комплекс

Тип дома	Площадь участка	Общая площадь дома	Количество домов в комплексе
Тип 2.1 Дом серии «L»	От 833 м ² до 1000 м ²	248,3 м ²	8
Тип 2.2 Дом серии «M»	От 833 м ² до 1000 м ²	213,2 м ²	6
Тип 2.3 Дом серии «S»	От 833 м ² до 1000 м ²	167,2 м ²	6
Тип 3.1 Дом серии «Lm»	От 833 м ² до 1000 м ²	320,3 м ²	3
Тип 3.2 Дом серии «Mm»	От 833 м ² до 1000 м ²	279,2 м ²	4
Всего	3,2 га (с учетом дорог и озеленения)	6346,5 м ²	27

Так же разработан график строительства по очередям строительства пусковых комплексов периодом с 2013-2024 года, который представлен на рис. 28.



Рис. 28. График строительства по очередям строительства пусковых комплексов

После чего был произведен расчет бюджета прибыли данного проекта (приложение Д). Далее на основе расчетов прибыли от реализации данного проекта были разработаны сводные показатели экономической эффективности данного девелоперского проекта (табл.8).

Т а б л и ц а 8

Сводные показатели экономической эффективности
развития проекта

Наименование	Единицы измерения	Значение
Доход от реализации	млдр.	11.698.500.000
Себестоимость СМР	млдр.	11.113.575.000
Балансовая прибыль	млдр.	584.925.000
Налог на прибыль	млн.	116.985.000
Чистая прибыль	млдр.	467.940.000
Рентабельность проекта по чистой прибыли от доходов	%	4
Рентабельность проекта по чистой прибыли от себестоимости СМР	%.	4,2

На мой взгляд развитие данного девелоперского проекта может развиваться прибыльнее за счет более эффективного использования территорий данного участка. Далее рассмотрено предложение по добавлению в состав застройки данного проекта придорожного сервиса доходы, от реализации которого пойдут в итоговые доходы по проекту. В таблице 9 представлены основные показатели генерального плана с учетом внесения изменений по строительству придорожного сервиса.

Площадь отведённой территории – 46,75 Га.

Площадь участков жилой застройки – 32 Га (68,45%).

Коэффициент семейности – 3,5.

Земельные участки – 0,04-0,1 Га (средняя площадь 0,087 Га).

Население – 945 чел.

Проектирование коттеджного поселка вести с разбивкой на пусковые комплексы из расчета 20-30 участков.

Т а б л и ц а 9

Основные показатели генерального плана застройки
инвестиционного проекта «Новая слобода»
с учетом строительства придорожного сервиса

№ п/п	Наименование застройки	Площадь объекта	Величина участка	Процент от общей площади
1	2	3	4	5
1	Жилая застройка	320000 кв. м.	32 Га.	68,45%
2	Общественно-деловая застройка:	52900 кв. м.	4,235 Га.	8,9%
	а) Центр административного управления	400 кв. м.	0,04 Га.	0,085%
	б) Отделение милиции	350 кв.м.	0,035 Га.	0,075%
	в) Придорожный сервис	1000 кв. м.	0,1 Га.	0,21 %
	г) Отделение связи	200 кв. м.	0,02 Га.	0,043%
	д) Дошкольные учреждения (детсады)	400 кв. м.	0,04 Га.	0,085%
	е) Озелененные общественные площадки	40000 кв. м.	4 Га.	8,5%
3	Дороги и площадки для стоянок автотранспорта	58437,5 кв. м.	5,843 Га.	12,5%
4	Линии электропередач с СЗ 10.5-30 м	2568 кв. м.	0,2568 Га	0,55%
5	Придорожная полоса с СЗ 25-75 м	11700 кв. м.	1,17 Га.	2,5%
6	Прочие земли	332000 кв. м.	3,32 Га.	7,1%
	Всего	467500 кв. м.	46,75 Га.	100%

Пусковые комплексы, разработанные, для проекта застройки остаются без изменений. Так же разработан новый график строительства по очередям строительства пусковых комплексов с учетом строительства придорожного сервиса периодом с 2013-2024 года, который представлен на рис. 29.



Рис. 29. График строительства по очередям строительства пусковых комплексов с учетом строительства придорожного сервиса

Данный проект с внесенными изменениями может развиваться по двум направлениям расчет бюджета прибыли представлен в приложении Е Первое направление это оптимистический вариант развития проекта (при себестоимости 80%) и с учетом того что такие объекты социально-общественной инфраструктуры как дошкольные учреждения, отделение связи и милиции не будут включены в затраты на строительство а будут приносить доход данному проекту. Так же разработан пессимистический вариант развития проекта (при себестоимости 95%) дошкольные учреждения, отделения милиции и связи включены в затраты. Сводные показатели экономической эффективности проекта представлены в таблицах 10 и 11.

Более реальный из планов развития проекта является пессимистический вариант развития это обусловлено высокой энергоэффективностью. Из представленного и рассмотренного девелоперского проекта можно сделать выводы о том, что в настоящее время реализация проектов по комплексной жилой застройке малоэтажного строительства является сферой повышенного содержания риска, но в современной правовой структуре государства с многочисленными поддержками и финансированием проектов для развития малоэтажного строительства бизнес в сфере строительства остается одним из актуальнейших направлений.

Т а б л и ц а 10

Сводные показатели экономической эффективности проекта по оптимистическому варианту развития

Наименование	Единицы измерения	Значение
1	2	3
Доход от реализации	млдр.	11.749.300.000
Себестоимость СМР	млдр.	9.399.440.000
Балансовая прибыль	млдр.	2.349.860.000
Налог на прибыль	млн.	469.972.000
Чистая прибыль	млдр.	1.879.888.000
Рентабельность проекта по чистой прибыли от доходов	%	16
Рентабельность проекта по чистой прибыли от себестоимости СМР	%.	20

Т а б л и ц а 11

Сводные показатели экономической эффективности проекта по
пессимистическому варианту развития

Наименование	Единицы измерения	Значение
1	2	3
Доход от реализации	млдр.	11.723.500.000
Себестоимость СМР	млдр.	11.137.325.000
Балансовая прибыль	млдр.	586.175.000
Налог на прибыль	млн.	117.235.000
Чистая прибыль	млдр.	468.940.000
Рентабельность проекта по чистой прибыли от доходов	%	4
Рентабельность проекта по чистой прибыли от себестоимости СМР	%	4,2

5. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Функционирование любого бизнеса, как крупного, так и малого должно основываться строго на законах, указах и других нормативно-правовых актах. Основу правовой среды бизнеса в России составляют Конституция РФ, кодексы, федеральные законы, Указы Президента Российской Федерации, постановления и распоряжения Правительства Российской Федерации, акты министерств и ведомств (постановления, распоряжения, инструктивные письма, инструкции, приказы, разъяснения, указания и т. п.), акты субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления.

Основу правовой среды бизнеса в России составляет Конституция РФ. Действующая в настоящее время Конституция Российской Федерации, принятая всенародным голосованием 12 декабря 1993г., закрепляет фундаментальные основы социально-экономического устройства общества.

Конституция РФ закрепляет и гарантирует гражданские права и свободы, в том числе право на частную собственность, имущество, свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной, не запрещенной законом экономической деятельности (Статья 35 Конституция РФ). Российская Федерация в соответствии с Конституцией имеет единую денежную и кредитную системы, единый государственный бюджет и единую систему налогов (Статья 71 Конституция РФ)[1].

Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 N 51-ФЗ (далее ГК РФ) регулирует правовое положение участников гражданского оборота, отношения между лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, основания возникновения права собственности и других вещных прав, договорные и иные обязательства, имущественные и неимущественные отношения, основанные на равенстве, автономии воли и имущественной самостоятельности их участников (Глава 1 Статья 2 ГК РФ). ГК РФ определяет основания возникновения и особенности организации предприятий, их основные организационно-правовые формы: хозяйственные товарищества (полное товарищество, товарищество на вере, а также простое и негласное товарищество), хозяйственные общества (общество с ограниченной ответственностью, общество с дополнительной ответственностью, акционерное общество), производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия.

Часть первая ГК РФ (введена в действие с 1 января 1995 г.) в ней даются определения понятий физического лица (Глава 3 Статья 17) и юридического лица (Глава 4 Статья 48 ГК РФ), предпринимательской деятельности, индивидуального предпринимателя, предприятия, его организационно-правовой формы, правоспособности и дееспособности, общие положения об обязательстве и договоре (Глава 3 Статья 23 ГК РФ).

Часть вторая ГК РФ Российской Федерации (введена в действие с 1 марта 1996 г.) является логическим продолжением части первой ГК РФ, развивает конкретные правила об отдельных видах договоров и внедоговорных обязательствах, возникающих в связи с проведением конкурса, причинением вреда и неосновательным обогащением (Раздел IV ГК РФ) [2].

Одним из основных документов, регулирующих порядок осуществления деятельности малых и средних предприятий (МСП), является Федеральный закон № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (далее – № 209-ФЗ), принятый 24 июля 2007г., и ставший нормативно-правовой основой дальнейшего развития малого и среднего предпринимательства.

В соответствии с № 209-ФЗ к субъектам МСП в Российской Федерации отнесены хозяйствующие субъекты – юридические лица и индивидуальные предприниматели, внесенные в единый государственный реестр юридических лиц, потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, крестьянские (фермерские) хозяйства, средняя численность работников которых за предшествующий календарный год не должна превышать следующих предельных значений:

- микропредприятия – до 15 человек;
- малые предприятия – до 100 человек включительно;
- средние предприятия – от 101 до 250 человек включительно (Статья 4 № 209-ФЗ).

№ 209-ФЗ регулирует, во-первых, не только малое, но и среднее предпринимательство. Во-вторых, № 209-ФЗ регулирует основы взаимодействия субъектов МСП не только с органами государственной власти (федеральными и региональными), но и с органами местного самоуправления, а также с коммерческими и некоммерческими

организациями, составляющими инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (Статья 1 № 209-ФЗ).

В № 209-ФЗ определена цель по формированию нормативных правовых механизмов и институтов, обеспечивающих создание благоприятных условий для осуществления предпринимательской деятельности, обеспечению конкурентоспособности МСП, развитию субъектов среднего предпринимательства как основы конкурентной среды, увеличению общего числа действующих субъектов малого предпринимательства, доли производимых малыми и средними предприятиями товаров, работ и услуг в валовом внутреннем продукте, налоговых доходов федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов (Статья 6 № 209-ФЗ).

Также, в № 209-ФЗ закреплены основные принципы по разграничению полномочий органов власти разных уровней по развитию МСП, гармонизированы критерии сектора малых и средних компаний, обеспечен равный доступ субъектов малого предпринимательства к государственной поддержке, и создан механизм учета мнения представителей предпринимателей при принятии нормативных актов (Статья 10 № 209-ФЗ).

Впервые для региональных органов власти полномочия по развитию МСП выделены как самостоятельные, а местные органы смогут поддерживать предприятия среднего бизнеса. Одновременно с конкретизацией полномочий закреплена нормативная база, направленная на формирование региональных и муниципальных перечней целевого имущества для нужд МСП. Также впервые определение «микро» дано и средним предприятиям, снят предельный уровень численности работников малых предприятий для отраслей промышленности (Статья 3 № 209-ФЗ).

Органам государственной власти и органам местного самоуправления законом предписано оказывать поддержку субъектам МСП в области инноваций и промышленного производства за счет обеспечения деятельности организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов МСП. К таким организациям отнесены технопарки, центры коммерциализации технологий, технико-внедренческие и научно-производственные зоны (Статья 3 № 209-ФЗ).

В отличие от ранее действовавшего законодательства № 209-ФЗ к мерам поддержки относит также меры по обеспечению прав и законных интересов субъектов МСП при осуществлении государственного контроля (надзора) (Статья 7 № 209-ФЗ)[12].

Не менее важным для МСП является принятый от 21 июля 2005 г., Федеральный закон № 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» государственные заказчики, за исключением случаев размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для нужд обороны страны и безопасности государства, обязаны осуществлять размещение заказов у субъектов малого предпринимательства в размере пятнадцати процентов общего объема поставок товаров, выполнения работ, оказания услуг по перечню, установленному Правительством Российской Федерации, путем проведения торгов, участниками которых являются такие субъекты, а государственные заказчики в случаях размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для нужд обороны страны и безопасности государства и муниципальные заказчики вправе осуществлять такое размещение заказов (Статья 15 Федеральный закон № 94-ФЗ) [11].

Нельзя обойти вниманием и Федеральный закон от 08.08.2002 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» (далее – № 129-ФЗ). № 129-ФЗ регулирует отношения, возникающие в связи с государственной регистрацией юридических лиц при их создании, реорганизации и ликвидации, при внесении изменений в их учредительные документы, государственной регистрацией физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей и государственной регистрацией при прекращении физическими лицами деятельности в качестве индивидуальных предпринимателей, а также в связи с ведением государственных реестров – единого государственного реестра юридических лиц и единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (Глава 1 Статья 1 № 129-ФЗ) [10].

Для субъектов МСП актуальны такие режимы, как упрощенная система налогообложения и система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход. Все системы рассмотрены в Налоговом кодексе РФ (далее – НК РФ). Этот специальный режим для МСП регулируется главой 26.2 НК РФ. Перечень организаций, которым запрещено применять упрощенную систему налогообложения, закреплен статьей 346.12 НК РФ

При упрощенной системе налогообложения (статья 346.16 НК РФ) малые предприятия могут уменьшить полученные доходы на следующие расходы:

а) приобретение нематериальных активов, а также создание нематериальных активов самим налогоплательщиком (с учетом положений пункта 3 и 4 настоящей статьи);

б) приобретение исключительных прав на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, программы для электронных вычислительных машин, базы данных, топологии интегральных микросхем, секреты производства (ноу-хау), а также прав на использование указанных результатов интеллектуальной деятельности на основании лицензионного договора;

в) патентование и (или) оплату правовых услуг по получению правовой охраны результатов интеллектуальной деятельности, включая средства индивидуализации;

г) научные исследования и (или) опытно-конструкторские разработки, а именно (пункт 1 статьи 262 НК РФ): создание новой или усовершенствование производимой продукции (товаров, работ, услуг), в частности расходы на изобретательство, а также на формирование Российского фонда технологического развития, иных отраслевых и межотраслевых фондов финансирования научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, зарегистрированных в порядке, предусмотренном федеральным законом «О науке и государственной научно-технической политике»;

д) связанные с приобретением права на использование программ для ЭВМ и баз данных по договорам с правообладателем (по лицензионным соглашениям). К указанным расходам относятся также расходы на обновление программ для ЭВМ и баз данных [4].

Так же на территории РФ действуют Государственные программы поддержки малого предпринимательства Государственные программы поддержки малого предпринимательства. разрабатываются в порядке, установленном законодательством, и должны быть соотнесены с государственными программами содействия занятости населения, реализации миграционной политики, решения экологических проблем и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций. Финансовое обеспечение Государственные программы поддержки малого предпринимательства. осуществляется ежегодно за счет средств федерального бюджета, средств бюджетов субъектов РФ и средств местных бюджетов, а также за счет др. источников, предусмотренных ч. 1 ст. 8 ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации».

В целях обеспечения благоприятных условий для развития малого и среднего предпринимательства на территории города Пензы, повышения деловой активности и конкурентоспособности субъектов МСП

правительство Пензенской области постоянно вносит изменения в местное законодательство касающееся МСП. Ярким примером является №1010 Постановление главы администрации г. Пензы "О реализации отдельных мер поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства на территории города Пензы" от 25.06.2008. Данное Постановление предполагает создание информационной базы данных для анализа финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития малого и среднего предпринимательства и эффективности применения мер по его развитию, прогноза развития малого и среднего предпринимательства на территории города Пензы.

Анализ действующих законодательных и нормативных актов позволяет сделать вывод и внести некоторые предложения по изменению правовых норм касающихся малого и среднего предпринимательства в России:

1. В законодательстве отсутствуют правовые нормы, регулирующие венчурное финансирование. Для привлечения средств венчурного капитала в малое предпринимательство необходимо принятие Федерального закона о венчурном капитале в РФ, где дать определение венчурного капитала как исключительно рискованного капитала для компаний или проектов, сопряженных с риском выше среднего.

2. Действующее законодательство о государственной регистрации субъектов предпринимательской деятельности не отражает реалий малого предпринимательства. Процедуры регистрации и ликвидации малых предприятий нуждаются в упрощении. На мой взгляд, необходимо принятие изменений в Федеральный закон от 08.08.2002 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей», которые по опыту нововведенного порядка регистрации индивидуальных предпринимателей установили бы упрощенный порядок регистрации и добровольной ликвидации субъекта малого предпринимательства, ведение единого реестра субъектов малого предпринимательства.

6. ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ЗЕМЕЛЬ

6.1. Требования руководящих документов по экологическому состоянию земель

Основой устойчивого развития Российской Федерации является формирование и последовательная реализация единой государственной политики в области экологии, направленной на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов.

Земельное законодательство регулирует отношения по использованию и охране земель в Российской Федерации как основы жизни и деятельности народов, проживающих на соответствующей территории (земельные отношения).

Основы экологической политики Российской Федерации в области земельных отношений закреплены в Конституции Российской Федерации и действующем российском законодательстве: земельном кодексе, федеральных законах, и принимаемых в соответствии с ними иных нормативных правовых актов Российской Федерации, законах и иных нормативных правовых актах субъектов Российской Федерации.

В соответствии с Конституцией Российской Федерации, вопросы природопользования, охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности находятся в совместном ведении Российской Федерации и субъектов Российской Федерации [1].

Согласно Земельному кодексу Российской Федерации, охрана земель включает систему правовых, организационных, экономических и др. мероприятий, направленных на их рациональное использование, предотвращение необоснованных изъятий земель из сельскохозяйственного оборота, защиту от вредных воздействий, а также на восстановление продуктивности земель, в том числе земель лесного фонда, на воспроизводство и повышение плодородия почв [3].

В соответствии с Земельным кодексом РФ целями охраны земель являются:

– предотвращение деградации, загрязнения, захламления, нарушение земель, других негативных (вредных) воздействий хозяйственной и промышленной деятельности;

– обеспечение улучшения и восстановления земель, подвергшихся деградации, загрязнению, захламлению, нарушению, другим негативным (вредным) воздействиям хозяйственной деятельности [3].

Действующее российское законодательство, в частности, Федеральный закон “Об охране окружающей среды” от 10 января 2002 г. № 7-ФЗ определяет правовые основы государственной политики в области охраны окружающей среды, обеспечивающие сбалансированное решение социально-экономических задач, сохранение благоприятной окружающей среды, биологического разнообразия и природных ресурсов в целях удовлетворения потребностей нынешнего и будущих поколений, укрепления правопорядка в области охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности, а также закон регулирует земельные отношения, возникающие при осуществлении хозяйственной и иной деятельности, связанной с воздействием на природную среду как важнейшую составляющую окружающей среды, являющуюся основой жизни на Земле [9].

Отношения в области экологической экспертизы, направленные на реализацию конституционного права граждан Российской Федерации на благоприятную окружающую среду посредством предупреждения негативных воздействий хозяйственной и иной деятельности на окружающую среду регулируются Федеральным законом «Об экологической экспертизе» от 23.11.95 N 174-ФЗ. В соответствии со статьей 3 вышеупомянутого закона, экологическая экспертиза основывается на принципе потенциальной экологической опасности любой намечаемой хозяйственной и иной деятельности и обязательности проведения государственной экологической экспертизы до принятия решений о реализации объекта экологической экспертизы [5].

Правовые основы обращения с отходами производства и потребления в целях предотвращения вредного воздействия таких отходов на здоровье человека и окружающую среду, в частности на землю – как средство производства, а также вовлечения этих отходов в хозяйственный оборот в качестве дополнительных источников сырья, регулируются Федеральным законом «Об отходах производства и потребления» от 24.06.98 N 89-ФЗ. Общие требования к обращению с отходами отражены в главе III данного Федерального закона, согласно которой, субъектам Российской Федерации предоставляется право по утверждению предельных норм образования отходов предприятиям на 1 ед. выпускаемой продукции, а также по установлению лимитов размещения отходов и определения мест их захоронения (утилизации) и вменяется обязанность вводить и соблюдать показатели и мероприятия по сокращению количества ТБО, направляемых на захоронение, а также не взимать плату за размещение отходов при отсутствии негативного влияния на окружающую среду [6].

Федеральный закон «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» от 30.03.99 № 52-ФЗ направлен на обеспечение одного из основных условий реализации конституционных прав граждан на охрану здоровья и благоприятную окружающую среду. В Федеральном законе установлены права и обязанности граждан, индивидуальных предпринимателей и юридических лиц в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения, а также санитарно-эпидемиологические требования, в соответствии с которыми, содержание потенциально опасных для человека веществ в почве, воздухе, питьевой воде и др. не должно превышать установленные нормы [7].

Любая хозяйственная и иная деятельность человека сказывается на экологическом состоянии, как земель, так и атмосферного воздуха. Федеральный закон «Об охране атмосферного воздуха» от 04.05.99 N 96-ФЗ устанавливает правовые основы его охраны и направлен на реализацию конституционных прав граждан на благоприятную окружающую среду и достоверную информацию о ее состоянии [8].

Санитарные нормы и правила устанавливают правила организации полигонов ТБО, устанавливают нормы ПДК вредных веществ в почвах, предъявляют требования к производственным процессам и оборудованию.

Цели экономического развития, охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности определены в следующих основополагающих документах: “Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года” и “Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2012 года”.

Таким образом, основные положения и требования вышеуказанных документов, федеральных законов и нормативно-правовых актов сводятся к улучшению экологического состояния земель.

6.2. Выявление и анализ негативных факторов, влияющих на состояние земель Пензенской области

Пензенская область характеризуется благоприятной экологической ситуацией. На территории Пензенской области отсутствуют "вредные" производства (нефтедобыча и нефтепереработка, химическая промышленность и металлургия). Благоприятной экологической ситуации способствуют особая геоклиматическая ситуация (роза ветров над Приволжской возвышенностью) и большая площадь лесов на территории Пензенской области. По уровню экологических рисков область сходна с соседними Ульяновской областью и Республикой Мордовия и опережает Тамбовскую и Саратовскую области. Климатическая и экологическая ситуация благоприятствует развитию сельскохозяйственного производства: выращиванию фуражного зерна, овощей, разведению скота и птиц.

Несмотря на более благополучную экологическую обстановку по сравнению с соседними субъектами Федерации, Пензенская область сталкивается с рядом экологических проблем, имеющих "хронический" характер.

В Пензенской области располагается ряд потенциально экологически опасных промышленных и военных объектов: арсенал хранения химических авиационных боеприпасов, полигон уничтожения обычных авиационных средств поражения, места прошлого уничтожения химического оружия.

На территории области широкое распространение имеют овражно-эрозионные и оползневые процессы, боковая речная эрозия, подтопление, заболачивание и, в меньшей степени, карстово-суффозионные процессы, дефляция и абразия. Пораженность площади региона следующая: овражная эрозия – 8,28%, оползни – 0,59%, подтопление и заболачивание – 3,44%, карст и суффозия – 2,69%, дефляция – 2,71%, абразия (Пензенское водохранилище) – 92,86% и плоскостная эрозия – 4,35%. Следует отметить, что площади участков подтопления и заболачивания постоянно увеличиваются, и связано это с последствиями техногенного воздействия на геологическую среду.

В городах Пензенской области отмечены такие процессы, как оврагообразование, оползни, просадка грунтов. Оврагообразование в Пензе отмечается чаще всего на склонах водоразделов и долин рек Суры, Пензы и ручья Безымянного. Оползни развиты на склонах долины реки Суры и по бортам балок и оврагов.

Подтопление грунтовыми водами территорий жилой застройки отмечены в пгт: Сосновоборск, Лунино, Исса, Пачелма, Башмаково;

селах Мичкасы, Поим, Поселки, Евлашево, Бол. Вьяс, Чаадаевка, Украинцево, Уварово, Беликово, Ясная Поляна, Долгоруково, Голицыно и др. По материалам среднемасштабного инженерно- геологического обследования территории отмечено подтопление жилой застройки грунтовыми водами в более чем 50 населенных пунктах области. В восточной части области сосредоточена большая часть болот (около 200), небольших размеров – 8-10 га. Долины рек Суры, Мокшы, Хопера, Узы, Шукшы, Маисы, Ломовки, Чембара и др. с их притоками имеют большое количество заболоченных участков, которые отмечены в районе пгт. Лунино, сел Лесной Вьяс, Долгоруково, Керра, Чаадаевка и др.

Одной из наиболее острых экологических проблем в настоящее время является загрязнение окружающей природной среды отходами.

Сконцентрированные в отвалах, хвостохранилищах, терриконах, несанкционированных свалках отходы являются источником загрязнения атмосферного воздуха, подземных и поверхностных вод, почв и растительности.

На территории Пензенской области расположен ряд потенциально экологически опасных промышленных и военных объектов, которые представляют потенциальную угрозу для окружающей среды и населения области. Все они сосредоточены на относительно небольшом участке территории региона. Этими объектами являются: объект по хранению и уничтожению химического оружия, полигон уничтожения обычных авиационных средств поражения, который является источником поступления в окружающую природную среду различных тяжелых металлов, диоксинов и других особо опасных веществ, места прошлого уничтожения химического оружия, ФГУП «ПО «Старт», предприятие ОАО "Биосинтез", использующее в производстве химически и биологически опасные вещества, полигон ТБО г. Пензы.

Важнейшим условием для охраны окружающей среды является экологически безопасное размещение отходов производства и потребления. На территории Пензенской области большинство городских, районных и поселковых свалок, не обустроены согласно требованиям законодательства. Так полигон отходов областного центра, который занимает площадь 149 га, эксплуатируется с 1959 года, расположен в 10 км от города, занимая вторую надпойменную террасу р. Вядь. На площадке отсутствует водонепроницаемое основание, не создана соответствующая система дренирования, поэтому фильтрат поступает непосредственно в грунтовые воды.

6.3. Разработка рекомендаций по улучшению экологического состояния земель Пензенской области

Предотвращение загрязнения пестицидами и агрохимикатами окружающей среды и неблагоприятного их воздействия на здоровье человека, животных и растения. является одной из основных задач отдела по надзору за безопасным обращением с пестицидами и агрохимикатами, агрохимии.

Также задачей управления является осуществление государственного надзора за выполнением юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями и гражданами законодательных и нормативных правовых актов Российской Федерации в области защиты растений, использования пестицидов и агрохимикатов, плодородия почв. Сотрудниками отдела регулярно проводятся плановые и внеплановые мероприятия по контролю за соблюдением законодательства, что способствует регулированию применения пестицидов и ядохимикатов.

В процессе решения вопроса эффективного и безопасного для окружающей среды применения пестицидов реализуются разные подходы. Постоянно совершенствуется ассортимент пестицидов за счет включения к ним менее токсичных и персистентных препаратов, разрабатывают и внедряют в практику новые технологии и мероприятия, которые позволяют снизить содержание в объектах окружающей среды остатков недостаточно "экологических" за своими характеристиками пестицидов и их негативное влияние на агрофитоценозы, животных, людей и почвы. Использование новых форм пестицидов позволяет существенно снизить норму расхода действующего вещества и свести к минимуму нежелательные последствия, в том числе и загрязнение почв

Важную роль в снижении и предотвращении негативных последствий интенсивного применения пестицидов в земледелии играет контроль за содержанием их остатков в объектах окружающей среды, растениеводческой продукции, кормах и продуктах питания растительного происхождения. Учет результатов контроля над остатками пестицидов позволит существенно снизить или устранить полностью негативные последствия применения пестицидов.

Одним из путей решения проблемы загрязнения почвы на территории Пензенской области пестицидами является усовершенствование их ассортимента. Наиболее перспективными пестицидами в этом отношении могут быть органические соединения фосфора,

производные алифатических карбоновых кислот, производные карбаминовой и тиокарбаминовой кислот.

Для предотвращения нагромождения стойких пестицидов в почвах необходимо шире чередовать пестициды с учетом их дифференцирования для различных грунтово-климатических зон.

Для защиты почвы от загрязнения совершенствуют способы применения пестицидов. В последние годы значительно сократилось использование порохообразных препаратов, и увеличился ассортимент в виде эмульсии и смачиваемых порошков, которые применяются путем опрыскивания, а также препаратов, в виде гранул.

Снизить фитотоксичность остатков гербицидов в почвах Пензенской области могут также внесенные в почву разные вещества, которые влияют на гербициды. Такое влияние, в частности, имеет активированный уголь. Использование его в дозе от 150 до 600 кг/гектара существенно снижает или полностью устраняет фитотоксичное действие остатков гербицидов на картофеле, сахарной свекле и тому подобное.

Применение минеральных удобрений можно регламентировать агротехническими и санитарно-гигиеническими нормативами, нормой удобрений на единицу площади, соотношением питательных элементов для отдельных культур, сроками и способами внесения, и тому подобное.

Значительно уменьшить избыток нитратов в почве можно за счет соединенного внесения органических и минеральных удобрений, соломы.

Мероприятия по рациональному обращению с отходами производства и потребления:

1. Строительство полигонов ТБО в районных центрах: Башмаковского, Вадинского, Земетчинского, Камешкирского, Колышлейского, Малосердобинского, Наровчатского Тамалинского районов.

2. Строительство мусоросжигательного завода в г. Пензе для сжигания отходов, не подлежащих утилизации и компостированию, а также для ликвидации свалки в процессе её рекультивации.

3. Строительство мусороперерабатывающего завода в г. Кузнецке.

4. Окончание строительства полигонов ТБО: в Сердобском, Бековском, Иссинском, Каменском, Лунинском, Мокшанском, Никольском, Пачелмском районах.

5. Строительство полигонов по разработанной проектно-сметной документации в Спасском, Лопатинском, Неверкинском и Нижне-ломовском районах.

6. Строительство мусороперерабатывающего комплекса в г. Пензе.
7. Строительство межрайонных мусороперерабатывающих и сортировочных станций в городах Каменке, Нижнем Ломове, Сердобске, Городище, р.п. Колышлее.
8. В районных центрах на полигонах ТБО организация мусоронакопительных площадок.
9. Закрытие полигона ТБО (городской свалки) г. Пензы с последующей рекультивацией.
10. Рекультивация шламохранилищ, расположенных на территории свалки.
11. На базе накопленных в шламохранилищах промышленных отходов создание производств по их переработке.
12. Тепло от сжигания отходов должно быть утилизировано, например, для обогрева теплиц или хозпомещений.

Чтобы защитить почвы от разрушения, необходимо правильно определить состав возделываемых культур, их чередование и агротехнические приемы. При почвозащитных севооборотах исключают пропашные культуры (так как они слабо защищают почву от смыва, особенно весной и в начале лета) и увеличивают посевы многолетних трав, промежуточных подсеваемых культур, которые хорошо защищают почву от разрушения в эрозионно опасные периоды и служат одним из лучших способов окультуривания эродированных почв.

На склонах долин рек Суры, Арчады, Хопёра, Мокшы, Узы со слабо- и среднесмытыми почвами, где появляется опасность проявления эрозии, предпочтение в севооборотах должно отдаваться травам и однолетним культурам сплошного сева. На более крутых склонах долин рек Пелетьмы и Айвы в основном со средне- и сильносмытыми почвами, в севооборотах увеличивают посевы многолетних трав и промежуточных культур, которые хорошо защищают почву от эрозии.

Почвы на склонах резко отличаются от почв на равнинных участках, поэтому и приемы земледелия в первом случае должны иметь специфический характер.

В комплексе мер, направленных на борьбу с водной и ветровой эрозией почв, важное место принадлежит агролесомелиорации из-за ее дешевизны и экологической безвредности.

Основными лесомелиоративными противоэрозионными мероприятиями являются:

– создание водорегулирующих лесополос по бровке оврагов в г. Кузнецке, г. Белинском, с. Зубрилово, Неверкино, Иссаи др. Ширина приовражных и прибалочных лесополос должна составлять не более

12 м, протяженность зависит от площади водосброса. Так же возможно сплошное облесение на откосах оврагов вдоль рек Малого Чембара, Мокши, Вороны;

– создание водоохраных лесных насаждений вокруг прудов и вдоль берегов рек Суры, Арчады, Малого Чембара;

– сплошные противоэрозионные лесопосадки на сильноэродированных крутосклонных и бросовых землях в с. Нагорной Пелетьмы, Казачьей Пелетьмы, Кирилловки, Михайловки, Владыкина.

Водорегулирующие лесополосы закладываются на эродированных склонах, используемых под сельскохозяйственные культуры, и предназначены для перевода поверхностного стока во внутрпочвенный.

Создание гидротехнических сооружений, регулирующих речной сток, позволяет рационально использовать водные ресурсы и способствует снижению активности эрозионных процессов, характерных для Пензенской области. Но помимо строительства новых, необходимо контролировать состояние существующих ГТС на территории области, Так в Белинском, Башмаковском, Бековском, Земетчинском и др. районах гидротехнические сооружения находятся в аварийном или бесхозном состоянии.

Все вышеуказанные мероприятия позволят улучшить экологическое состояние земель Пензенской области.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выполненное исследование подтвердило важность и актуальность маркетингового анализа в рассмотрении вопросов связанных с наиболее эффективным использованием городских территорий Пензенской области для организации бизнеса. Так же подтвердилось, что эффективное использование городских территорий и их резервы под перспективные бизнес-идеи является основой стабильного социально-экономического развития городских поселений и всего региона Пензенской области.

Поставленная цель исследования по комплексному исследованию научно-практических аспектов теории маркетингового анализа городских территорий под организацию бизнеса в Пензенской области с обоснованием потенциальных сегментов развития с выделением особого приоритета девелопмента комплексной жилой застройки территорий полностью реализована. При этом решены следующие задачи: проанализированы и рассмотрены теоретические аспекты маркетингового анализа и особенности его применения к обоснованию бизнеса, рассмотрены и проанализированы современные направления эффективного развития бизнеса, а так же основные этапы бизнес планирования. Проведен маркетинговый анализ потенциальных сегментов развития городских территорий Пензенской области для организации бизнеса. Так же был проведен анализ развития жилищного рынка по сегменту комплексной жилой застройки. Поэтапно рассмотрены: тенденции развития комплексной жилой застройки территорий, и проведен анализ земельного девелопмента по формированию и проведению земельных участков под комплексную жилую застройку, в том числе жилья эконом класса в Пензенской области. Выполнен анализ наиболее эффективного использования и развития городских территорий на примере портфеля инвестиционных проектов девелоперов г.Пензы. Так же был проанализирован современный успешный девелоперский проект на примере города-спутника «Лесная сказка» г.Кемерово.

Основную значимость для исследования несет разработка инвестиционного проекта по комплексной малоэтажной жилой застройке эконом-класса с рабочим названием «Новая Слобода» застройщика ОАО «АИК по Пензенской области» с расчетом бизнес плана и рассмотрением нескольких вариантов развития данного девелоперского проекта.

В исследовании так же были рассмотрены нормативно-правового регулирования малого и среднего бизнеса на территории Российской Федерации. И вопросы экологического состояния земель Пензенской области.

Выполненное исследование имеет научно-практическую значимость, которая заключается как в выявлении и анализе проблемных вопросов связанных с выбором бизнес направления в сложившихся экономических отношениях на сегодняшний день и эффективным использованием и развитием городских территорий Пензенской области с целью привлечения в регион инвестиций за счет развития комплексной жилой застройки жилья эконом-класса.

Данное исследование несет и возможности практического применения полученных результатов для деятельности как конкретных инвестиционно-строительных компаний, так и для использования органами государственного, регионального и муниципального управления в целях развития и привлечения инвесторов для Пензенской области

Таким образом, выполненные исследования в данной работе подтвердили значимость и важность проведения работ в области эффективного использования городских территорий при помощи маркетинговых исследований.

Установлено, что требуется дальнейшее развитие данных вопросов как особо важных, имеющих особо государственное значение для решения социально-экономических вопросов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Конституция РФ. Информационно-правовой портал «Консультант Плюс»/ www.consultant.ru.
2. Гражданский кодекс РФ. Информационно-правовой портал «Консультант Плюс»/ www.consultant.ru.
3. Земельный кодекс РФ. Информационно-правовой портал «Консультант Плюс»/ www.consultant.ru.
4. Налоговый кодекс РФ. Информационный портал «Консультант Плюс»/ www.consultant.ru.
5. Об экологической экспертизе: Федеральный закон от 23.11.1995 г. № 174-ФЗ: - Информационно-правовой портал «Консультант Плюс»/ www.consultant.ru
6. Об отходах производства и потребления: Федеральный закон от 24.06.1998 г. № 89-ФЗ. - Информационно-правовой портал «Консультант Плюс»/ www.consultant.ru
7. О санитарно - эпидемиологическом благополучии населения: Федеральный закон от 30.03.1999 г. № 52-ФЗ. - Информационно-правовой портал «Консультант Плюс»/ www.consultant.ru
8. Об охране атмосферного воздуха: Федеральный закон от 04.05.1999 г. № 96-ФЗ. - Информационно-правовой портал «Консультант Плюс»/ www.consultant.ru
9. Об охране окружающей среды: Федеральный закон от 10 января 2002 г. № 7-ФЗ. - Информационно-правовой портал «Консультант Плюс»/ www.consultant.ru
10. О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей: Федеральный закон от 08.08.2002 № 129-ФЗ.- Информационно-правовой портал «Консультант Плюс»/ www.consultant.ru
11. О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд: Федеральный закон от 21 июля 2005 года № 94-ФЗ.- Информационно-правовой портал «Консультант Плюс»/ www.consultant.ru
12. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24 июля 2007 года № 209 - ФЗ. - Информационно-правовой портал «Консультант Плюс»/ www.consultant.ru.
13. О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг: Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 года № 600. - Информационно-правовой портал «Консультант Плюс»/ www.consultant.ru.

14. Арустамов Э.А. Организация предпринимательской деятельности. Основы бизнеса: Арустамов Э.А., Андреева Р.С., Москва, Дашков и Ко 2008 г. - 144с..

15. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: Голубков Е.П., Москва, Финпресс 1998 г. - 416 с

16. Гольдштейн Г.Я. Маркетинг: учебное пособие для магистрантов: Гольдштейн Г.Я., Катаев А.В., Таганрог: ТРТУ, 1999.

17. Друян К.З. Искусство успешной работы на насыщенном рынке: Друян К.З., Москва 2002.

18. Котлер Ф. Основы маркетинга: Котлер Ф., Москва, Вильямс 2007 г. – 656 с.

19. Мищенко В. В. Мировой опыт и российская практика развития рынка строительных услуг : на примере жилищного строительства : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.14 / [Место защиты: Дипломат. акад. МИД РФ].- Москва, 2008.- 190 с.: ил. РГБ ОД, 61 08-8/1291.

20. Нареш Малхотра. Маркетинговые исследования и эффективный анализ статистических данных: Нареш Малхотра К.: ООО «ТИД «ДС», 2002. – 768 с.

21. Ассоциация строительных организаций Промстрой /www.kemerovopromstroy.ru

22. Информационный портал Демоскоп Weekly/ www.demoscope.ru

23. Компании холдинга SKM group/ www.skmg.ru/

24. Концептуальный патруль. Консалтинговая оценочная компания/ www.conceptpatrol.ru

25. Министерство инвестиционного развития по Пензенской области / www.mirp.pnzreg.ru

26. Новости Российского бизнеса/ www.btimes.ru

27. Портал Недвижимости/ www.gdeetotdom.ru

28. Российский строительный портал/ www.stroy-firms.ru

29. Сибирское агентство новостей/ www.kem.sibnovosti.ru

30. Специализированный интернет-портал рынков недвижимости и земли/ www.analitika.zem.ru

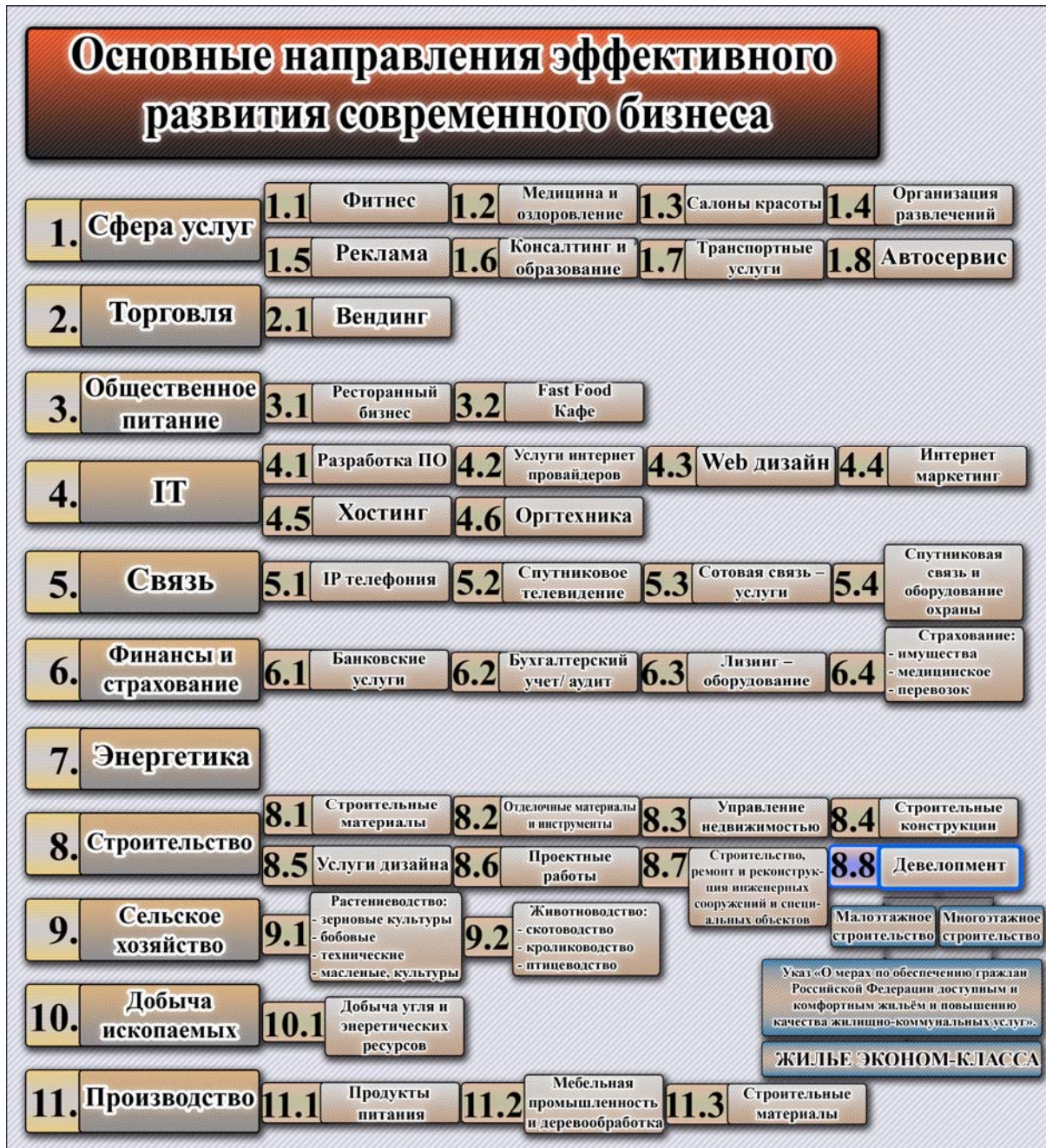
31. Федеральный Фонд Содействия Развития жилищного строительства/ www.fondrgs.ru

32. Центр маркетинговых компетенций/ www.surin.marketolog.biz

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Современные направления эффективного развития бизнеса



**Указ Президента Российской Федерации
от 7 мая 2012 года № 600
"О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации
доступным и комфортным жильем и повышению качества
жилищно-коммунальных услуг"**

Полный текст Указа:

В целях улучшения жилищных условий граждан Российской Федерации, дальнейшего повышения доступности жилья и качества жилищно-коммунальных услуг постановляю:

1. Правительству Российской Федерации обеспечить:

а) до 2017 года – увеличение доли заёмных средств в общем объёме капитальных вложений в системы теплоснабжения, водоснабжения, водоотведения и очистки сточных вод до 30 процентов;

б) до 2018 года:

снижение показателя превышения среднего уровня процентной ставки по ипотечному жилищному кредиту (в рублях) по отношению к индексу потребительских цен до уровня не более 2,2 процентных пункта;

увеличение количества выдаваемых ипотечных жилищных кредитов до 815 тысяч в год;

создание для граждан Российской Федерации возможности улучшения жилищных условий не реже одного раза в 15 лет;

снижение стоимости одного квадратного метра жилья на 20 процентов путём увеличения объёма ввода в эксплуатацию жилья экономического класса;

в) до 2020 года – предоставление доступного и комфортного жилья 60 процентам российских семей, желающих улучшить свои жилищные условия.

2. Правительству Российской Федерации совместно с органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации:

а) до июля 2012 г.:

разработать порядок бесплатного предоставления земельных участков под строительство жилья экономического класса, предусмотрев при этом ограничение продажной цены на такое жильё;

Продолжение прил. Б

разработать комплекс мер по улучшению жилищных условий семей, имеющих трёх и более детей, включая создание при поддержке субъектов Российской Федерации и муниципальных образований необходимой инфраструктуры на земельных участках, предоставляемых указанной категории граждан на бесплатной основе;

б) до сентября 2012 г.:

обеспечить формирование специальных условий ипотечного кредитования отдельных категорий граждан (молодых семей, работников бюджетной сферы), создание ипотечно-накопительной системы, предусмотрев меры государственной поддержки, в том числе за счёт средств федерального бюджета, высвобождающихся после завершения строительства олимпийских объектов в г.Сочи, объектов, предназначенных для проведения форума «Азиатско-тихоокеанское экономическое сотрудничество» в г. Владивостоке, а также после завершения программы обеспечения жильём военнослужащих Вооружённых Сил Российской Федерации;

разработать комплекс мер, направленных на переход к установлению социальной нормы потребления коммунальных ресурсов, предусмотрев компенсационные меры для одиноких пенсионеров, проживающих в квартире не менее 10 лет;

в) до ноября 2012 г. принять меры:

по упрощению порядка изъятия органом государственной власти Российской Федерации или органом местного самоуправления у государственного (муниципального) учреждения или государственного (муниципального) унитарного предприятия земельных участков, не используемых или используемых неэффективно, для последующего вовлечения их в экономический оборот (прежде всего в целях жилищного строительства), в том числе путём передачи изъятых земельных участков, находящихся в федеральной собственности, в собственность Федерального фонда содействия развитию жилищного строительства;

по улучшению качества предоставления жилищно-коммунальных услуг, в том числе путём обеспечения конкуренции на рынке этих услуг на региональном и местном уровнях;

г) до декабря 2012 г.:

разработать государственную программу обеспечения доступным и комфортным жильём и коммунальными услугами граждан Российской Федерации, предусматривающую строительство жилья экономического класса и объектов инфраструктуры на вовлечённых в экономический оборот земельных участках, примыкающих к крупным

городам, а также на неиспользуемых или используемых неэффективно земельных участках, предоставленных государственным организациям;

разработать план мероприятий по предупреждению и пресечению монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции хозяйствующих субъектов в сферах жилищного строительства и производства строительных материалов;

обеспечить создание благоприятных условий для привлечения частных инвестиций в сферу жилищно-коммунального хозяйства в целях решения задач модернизации и повышения энергоэффективности объектов коммунального хозяйства, в том числе установление долгосрочных (не менее чем на три года) тарифов на коммунальные ресурсы, а также определение величины тарифов в зависимости от качества и надёжности предоставляемых ресурсов;

разработать исчерпывающий перечень установленных на федеральном уровне административных процедур в сфере жилищного строительства, а также порядок согласования дополнительных процедур, установленных субъектами Российской Федерации, органами местного самоуправления, организациями коммунального комплекса, электросетевыми и газоснабжающими компаниями;

подготовить предложения по внесению в законодательство Российской Федерации изменений, направленных на установление единого порядка взаимодействия участников реализации проектов жилищного строительства;

д) до января 2013 г. обеспечить формирование рынка доступного арендного жилья и развитие некоммерческого жилищного фонда для граждан, имеющих невысокий уровень дохода;

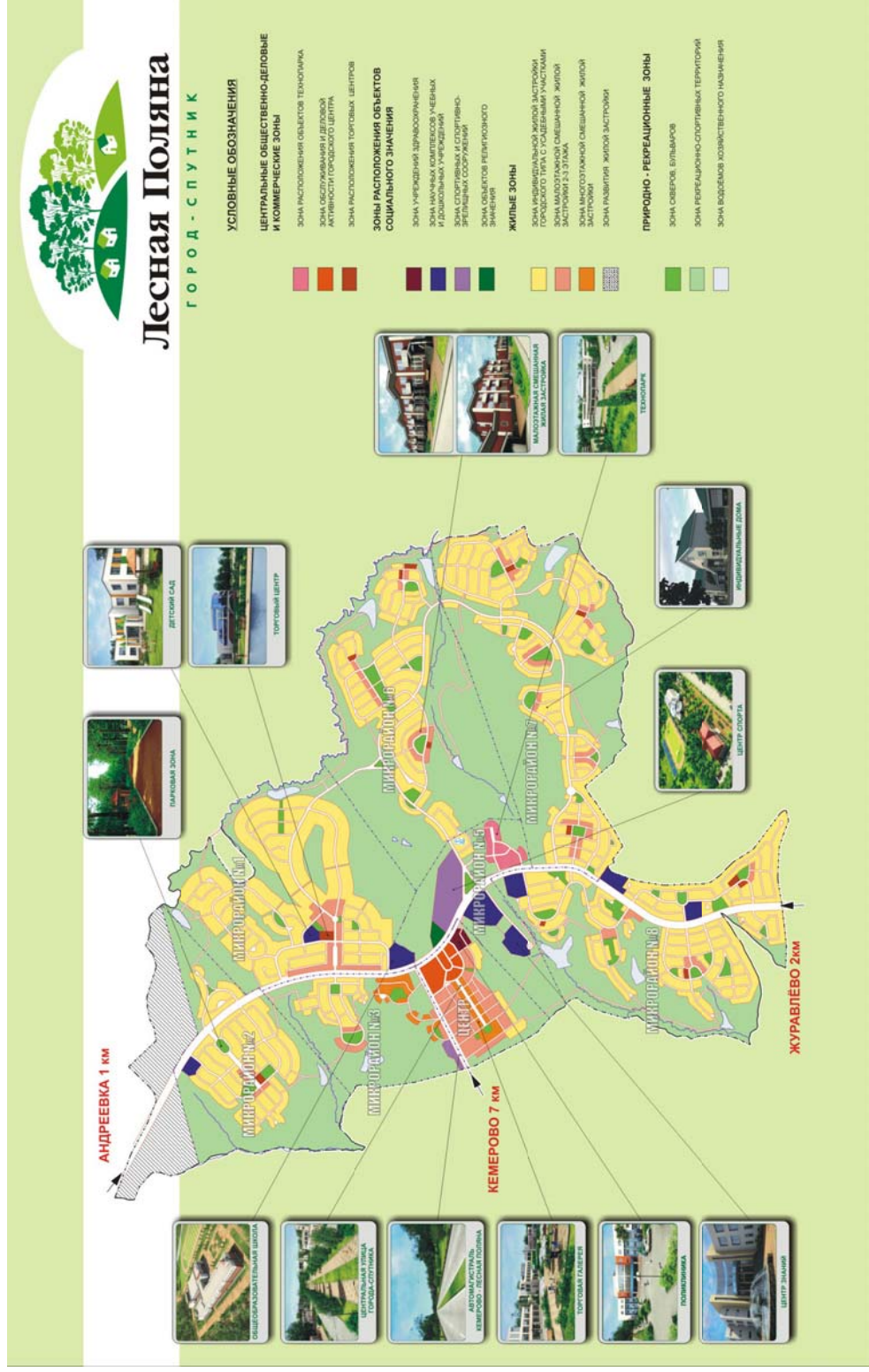
е) до марта 2013 г. разработать комплекс мер, направленных на решение задач, связанных с ликвидацией аварийного жилищного фонда;

ж) до июня 2013 г. обеспечить создание сети общественных организаций в целях оказания содействия уполномоченным органам в осуществлении контроля за выполнением организациями коммунального комплекса своих обязательств.

3. Настоящий Указ вступает в силу со дня его официального опубликования приложение В.

Приложение В

Генеральный план строительства проекта «Лесная сказка» г. Кемерово



**Презентация Фонда РЖС по продаже права аренды
на земельный участок: Пензенская область,
Мокшанский район, с. Рамзай.**



Описание земельного участка

- Кадастровый номер: 58:18:941501:0281.
- Категория земель: земли населенных пунктов.
- Вид разрешенного использования: для жилищного строительства, строительства объектов социальной инфраструктуры.
- Площадь земельного участка: 467 500 кв. м.
- Существующие ограничения (обременения) права: не зарегистрировано.
- Сведения о государственной регистрации права собственности Фонда «РЖС»: свидетельство о государственной регистрации права от 18 августа 2011 г. 58 АБ № 053532.



Фонд «РЖС»

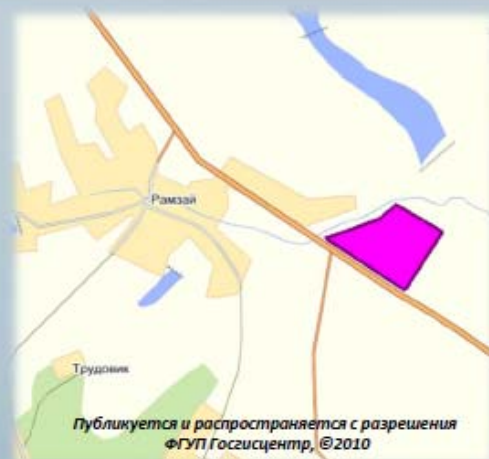
Окружение земельного участка

Север: граница участка проходит по дороге местного назначения, ведущей в направлении б.о. «Чистые пруды». Также к северу от участка расположен жилой сектор частной малоэтажной застройки с. Ramzay, на удалении около 700 м находятся Чистые пруды, являющиеся единственными прудами Пензенской области, отнесенными к водным памятникам природы. На берегу прудов расположена одноименная база отдыха.

Юг: южная (юго-восточная) граница участка проходит федеральная автомобильная дорога М5 «Урал» (Москва — Самара — Уфа — Челябинск), которая на своём пути проходит через с. Ramzay, разделяя его на две части.

Запад: с запада на восток в центральной его части проходит трасса водопровода.

Восток: к востоку от участка расположены с/х поля.



Транспортная доступность: высокая. Участок расположен непосредственно вдоль федеральной трассы М5. Дорога II категории, с улучшенным покрытием, 4-х полосная (по две полосы в каждом направлении). На удалении 2,5 км к юго-востоку от участка расположена развязка трассы М5 с трассой Р-158 — автомобильной дорогой федерального значения Нижний Новгород — Саранск, Пенза — Саратов. Развязка автодорог выполнена на разных уровнях.

Фонд «РЖС»

Фотографии земельного участка



Фонд «РЖС»

Обеспечение инженерной инфраструктурой

Электроснабжение

Для электроснабжения жилой застройки рекомендуется выполнить строительство: ПС 110/10 с установкой 2 трансформаторов по 6,3 МВА, захода ВЛ-110 кВ «Пенза-Мокшан», РП-10 кВ, 2 КТП необходимой мощности.

Стоимость договора технологического присоединения будет рассчитываться по индивидуальному проекту.

Газоснабжение

По информации ОАО «Метан» возможно подключение к сетям газоснабжения в с. Рамзай от газопровода высокого давления $P_y=0,6$ МПа, Ду=150 мм на п. Мирный.

Водоснабжение и водоотведение

Для водоснабжения объектов строительства рекомендуется использовать сети водоснабжения ООО «Кристалл», при условии строительства одной артезианской скважины.

Для водоотведения объектов строительства рекомендуется строительство локального очистного сооружения бытового стока.



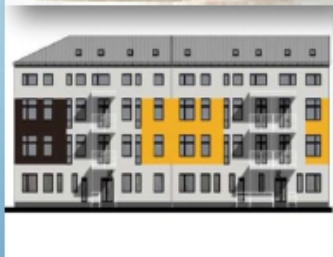
Фонд «РЖС»

Доступ к базе типовых проектов малоэтажных домов с применением энергоэффективных и экологически чистых технологий*



Индивидуальный жилой дом (жилой дом каркасно-щитовой конструкции)

Инвестиционно-строительная компания «ПРОМ»



Многоквартирный секционный жилой дом («Жилой генерации поколения 3»)

ЗАО «Мытищинская городская проектная мастерская»



Многоквартирный коридорный с мансардой жилой дом «Тетрис» с помещениями общественного назначения на первом этаже

ООО «АртПроект-2»



Многоквартирный коридорный с мансардой жилой дом «Тетрис» с помещениями общественного назначения на первом этаже

ООО «АртПроект-2»

* Порядок предоставления застройщикам проектной и рабочей документации, в том числе типовой, из состава библиотеки документов в области жилищного строительства Фонда «РЖС» утвержден попечительским советом Фонда от 12.07.2011 г., протокол № 49

Фонд «РЖС»

Основные требования к параметрам и характеристикам планируемого развития территории

Увеличение продолжительности жизни человека

Комфортность жилого строения

Экологичность		Энергоэффективность и энергосбережение	Здоровье и социальное благосостояние
естественного и искусственного освещения	СанПин 2.1.2.2645-10 от 10 июня 2010 №64,	Применение современных решений при строительстве инженерной инфраструктуры во исполнении Федерального закона № 261-ФЗ. «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»	<ul style="list-style-type: none"> Наличие достаточного количества дневного света; Обеспечение вида из окна для отдыха глаз; Комфортный температурный режим; Требуемая акустика Доступность общественного транспорта; Благоприятные и безопасные условия для пешеходных и вело прогулок; Близость к объектам социальной инфраструктуры (школы, сады, зоны отдыха);
микроклимата	ГОСТ 30494-96,		
шума	СНиП 23-03-2003,		
вибрации	Федеральный закон № 384-ФЗ от 30.12.2009 – Технический регламент о безопасности зданий и сооружений.		
ультразвука и инфразвука			
электрических, магнитных и электромагнитных полей в помещениях жилых зданий			
ионизирующего излучения в помещениях жилых зданий			

• Для соблюдения данных требований комфортности жилого строения осуществляется активный контроль средствами аппаратного измерения российских производителей на всех стадиях строительства, а также проектирования.

Фонд «РЖС»

Основные условия аукциона

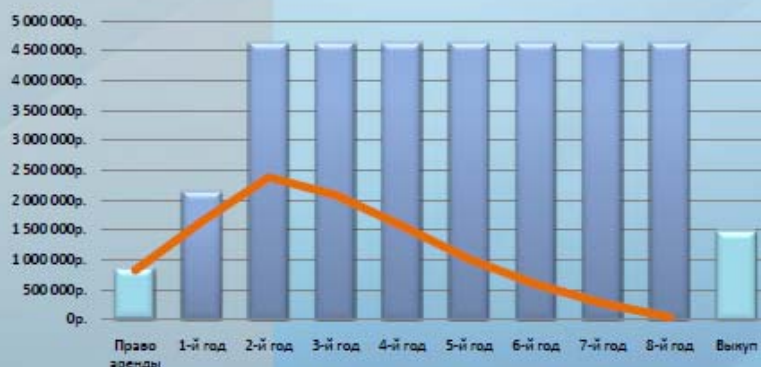
Муниципальное образование	с. Рамзай, Пензенской области	<p>Стоимость права аренды (стартовая цена) 826 тыс. руб., в том числе НДС 18%</p> <p>Шаг аукциона 40 тыс. руб.</p> <p>Арендная плата Первый год (льготный период): 1,8 млн руб. в год, в том числе НДС 18% в основной период: не более 3,88 млн руб. в год, в том числе НДС 18% при аренде всех частей земельного участка после утверждения проекта планировки и межевании территории</p> <p>Выкуп земельного участка по окончании срока договора аренды* 1,47 млн руб., НДС не облагается</p>
Площадь земельного участка	46,75 га	
Срок аренды земельных участков	8 лет	
Максимальные сроки подготовки проекта планировки территории и проекта межевания	1 год	
Максимальные сроки осуществления жилищного строительства и иного строительства	8 лет	
Арендная плата за земельные участки	7 руб. 75 коп., в том числе НДС 18%, за 1 кв. м общей площади в год	

* Выкуп может происходить на любом из этапов освоения участков после утверждения проекта планировки и межевания территории и образования новых земельных участков. Не подлежат выкупу территории общего пользования и земельные участки под жилыми домами с квартирами, оформленными в собственность граждан.

Фонд «РЖС»

Сравнение плановых арендных платежей с платежами с учетом передачи части территории в государственную, муниципальную и частную собственность

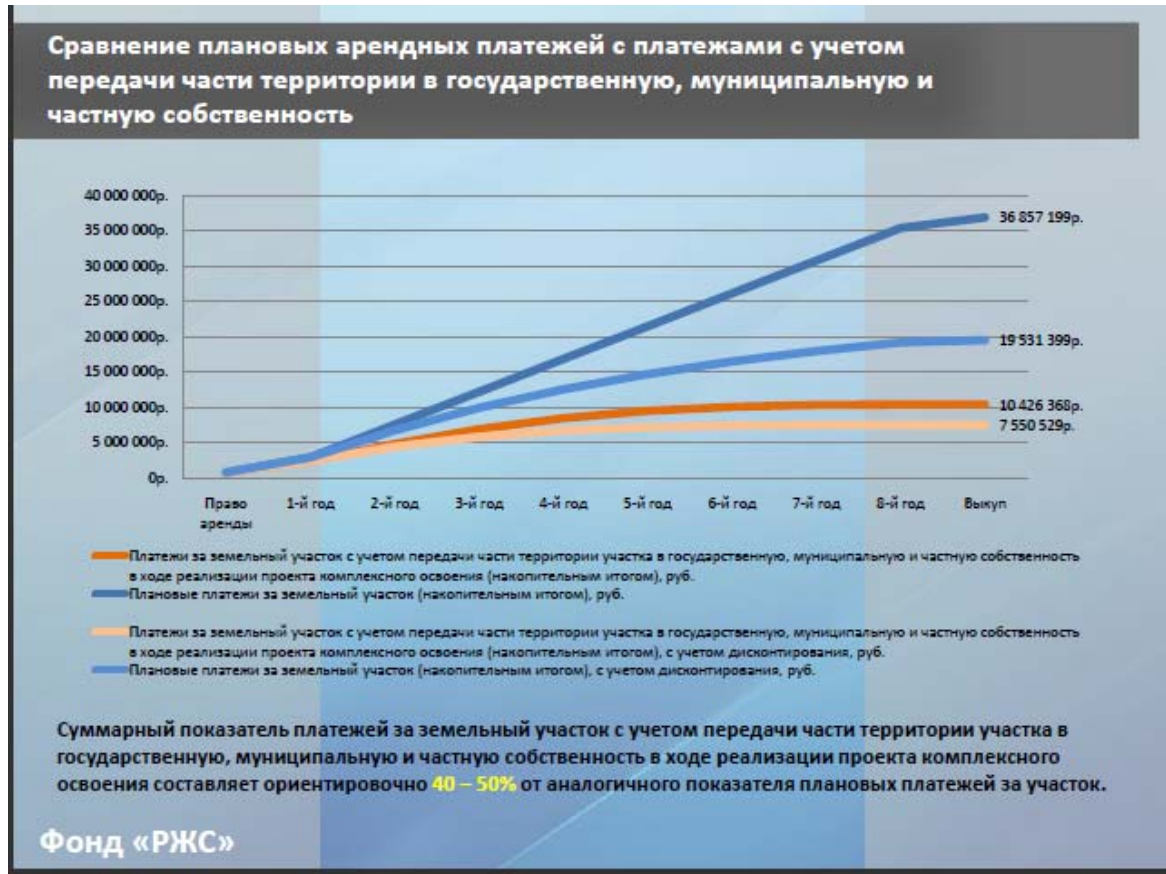
В ходе реализации проекта комплексного освоения территории в целях жилищного строительства размер арендных платежей снижается. Это происходит в связи с уменьшением площади арендуемых земельных участков после утверждения проекта планировки и проекта межевания по следующим причинам:




— Плановые арендные платежи за земельный участок в соответствии с исходным договором аренды земельного участка для его комплексного освоения в целях жилищного строительства, руб.
— Плановые арендные платежи за образованные земельные участки с учетом передачи (продажи) части земельных участков в публичную (частную) собственность, руб.

1. передача в публичную собственность вновь образованных земельных участков в границах планируемых территорий общего пользования, а также для использования находящихся в публичной собственности объектов инфраструктуры;
2. передача в частную собственность земельных участков под сданными в эксплуатацию домами;
3. продажа земельных участков под объектами инфраструктуры, находящимися в частной собственности.

Фонд «РЖС»



Контакты



Прием заявок по адресу:
г. Москва, Славянская площадь, д.4, стр. 1,
подъезд № 4, каб. 105

Департамент продаж
(495) 685-94-40, доб. 326, 327
Электронный адрес: torgi@fondirgs.ru
Официальный сайт: www.fondirgs.ru

Фонд «РЖС»

Приложение Д

Расчет бюджета прибыли

№ п/п	Единицы измерения	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
		4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1. Строительство внеплощадочных и внутренних коммуникаций и внутренних автодорог													
1.	Стоимость СМР на внеплощадочные сети	млн.руб. 100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Стоимость СМР на внутренние коммуникации	млн.руб. 2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3.	Строительство внутренних автодорог	млн.руб. 2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	Итоговые затраты СМР	млн.. руб 104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2. Строительство центра административного управления – въездная группа													
1	Площадь застройки	кв. м. 400	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Стоимость реализации	тыс.руб/ кв. м. 35	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Доход	млн. руб 14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Продолжение прил. Д

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
3. Доходы от реализации коттеджей первой очереди жилой застройки														
1	Серии домов		L,М	S,L,M, ММ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Площадь застройки	кв. м.	17500	15500										
2	Стоимость реализации	тыс.руб/ кв. м.	30	32	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Доход	млн. руб	525	496	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
4. Доходы от реализации коттеджей второй очереди жилой застройки														
	Серии домов		L,М	S,L,M, ММ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1	Площадь застройки	кв. м.	33000	31000										
2	Стоимость реализации	тыс.руб/ кв. м.	33	34	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Доход	млн. руб	1,089	1,054	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5. Доходы от реализации коттеджей третьей очереди жилой застройки														
	Серии домов		L,М	S,L,M, ММ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1	Площадь застройки	кв. м.	33000	31000										
2	Стоимость работ	тыс.руб/ кв. м.	35	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Доход	млдр. Руб	1,155	1,116	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Продолжение прил. Д

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
6. Доходы от реализации коттеджей четвертой очереди жилой застройки														
1	Серии домов		-	-	-	-	-	-	L,М	S,LM, MM	-	-	-	-
	Площадь застройки	кв. м.							33000	31000				
2	Стоимость работ	тыс.руб/ кв. м.	-	-	-	-	-	-	37	38	-	-	-	-
3	Доход	млрд. руб	-	-	-	-	-	-	1,221	1,178	-	-	-	-
7. Доходы от реализации коттеджей пятой очереди жилой застройки														
1	Серии домов	Площадь застройки	кв. м.								L,М	S,LM, MM		
											33000	31000		
2	Стоимость работ	тыс.руб/ кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	-	39	40	-	-
3	Доход	млрд. руб	-	-	-	-	-	-	-	-	1,297	1,240	-	-
8. Доходы от реализации коттеджей шестой очереди жилой застройки														
1	Серии домов	Площадь застройки	кв. м.										L,М	S,LM, MM
													1650	1550
2	Стоимость работ	тыс.руб/ кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	41	42
3	Доход	млн. руб	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	676,5	651

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
0. Строительство дошкольных учреждений (детсады)														
1	Площадь застройки	кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	400	-
2	Стоимость работ	тыс.руб/ кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32	-
3	Доход	млн. руб	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12,8	-
10. Строительство отделения связи														
1	Площадь застройки	кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	200
2	Стоимость работ	тыс.руб/ кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33
3	Доход	млн. руб	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,6
11. Строительство отделения милиции														
1	Площадь застройки	кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	200
2	Стоимость работ	тыс.руб/ кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32
3	Доход	млн. руб	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,4
Итого доходов от реализации коттеджей: 11.698.500.000 млрд. Итого затрат на ЦАО и инженерные сети: 162.000.000 млн.														

Приложение Е

Расчет бюджета с учетом строительства придорожного сервиса

№ п/п	Единицы измерения	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
		4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1. Строительство внеплощадочных и внутренних коммуникаций и внутренних автодорог													
1.	Стоимость СМР на внеплощадочные сети	млн.руб. 100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Стоимость СМР на внутренние коммуникации	млн.руб. 2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3.	Строительство внутренних автодорог	млн.руб. 2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	Итоговые затраты СМР	млн.. руб 104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

2. Строительство придорожного сервиса												
1	Площадь застройки	кв. м.	500	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Стоимость реализации коммерческой недвижимости	тыс.руб/ кв. м.	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Доход	млн. руб	25	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. Строительство центра административного управления – въездная группа												
1	Площадь застройки	кв. м.	400	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Стоимость реализации	тыс.руб/ кв. м.	35	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Доход	млн. руб	14	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. Доходы от реализации коттеджей первой очереди жилой застройки												
1	Серии домов		L, M	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Площадь застройки	кв. м.	16500	15500								
2	Стоимость реализации	тыс.руб/ кв. м.	30	32								
3	Доход	млн. руб	495	496								

Продолжение прил. Е

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
5. Доходы от реализации коттеджей второй очереди жилой застройки														
1	Серии домов				L,М	S,L,М, ММ								
	Площадь застройки	кв. м.	-	-	33000	31000	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Стоимость реализации	тыс.руб/ кв. м.	-	-	33	34	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Доход	млн. руб	-	-	1,089	1,054	-	-	-	-	-	-	-	-
6. Доходы от реализации коттеджей третьей очереди жилой застройки														
1	Серии домов						L,М	S,L,М, ММ						
	Площадь застройки	кв. м.	-	-	-	-	33000	31000	-	-	-	-	-	-
2	Стоимость работ	тыс.руб/ кв. м.	-	-	-	-	35	36	-	-	-	-	-	-
3	Доход	млрд. Руб	-	-	-	-	1,155	1,116	-	-	-	-	-	-
7. Доходы от реализации коттеджей четвертой очереди жилой застройки														
1	Серии домов								L,М	S,L,М, ММ				
	Площадь застройки	кв. м.							33000	31000				

Продолжение прил. Е

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
2	Стоимость работ	тыс.руб/ кв. м.	-	-	-	-	-	-	37	38	-	-	-	-
3	Доход	млрд. руб	-	-	-	-	-	-	1,221	1,178	-	-	-	-
8. Доходы от реализации коттеджей пятой очереди жилой застройки														
1	Серии домов	Площадь застройки	кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	L,М	S,LM, MM	-	-
											33000	31000		
2	Стоимость работ	тыс.руб/ кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	-	39	40	-	-
3	Доход	млрд. руб	-	-	-	-	-	-	-	-	1,297	1,240	-	-
9. Доходы от реализации коттеджей шестой очереди жилой застройки														
1	Серии домов	Площадь застройки	кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	L,М	S,LM, MM
													16500	15500
2	Стоимость работ	тыс.руб/ кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	41	42
3	Доход	млн. руб	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	676,5	651
10. Строительство дошкольных учреждений (детсады)														
1	Площадь застройки	кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	400	-
2	Стоимость работ	тыс. руб/ кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32	-

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
3	Доход	млн. руб	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12,8	-
11. Строительство отделения связи														
1	Площадь застройки	кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	200
2	Стоимость работ	тыс. руб/ кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33
3	Доход	млн. руб	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,6
12. Строительство отделения милиции														
1	Площадь застройки	кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	200
2	Стоимость работ	тыс.руб/ кв. м.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32
3	Доход	млн. руб	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,4
Итого доходов от реализации коттеджей: 11.668.500.000 млрд.														
Итого доход от реализации объектов социальной инфраструктуры: 80.800.000 млн.														
Итого затрат на ЦАО и инженерные сети: 162.000.000 млн.														

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
ВВЕДЕНИЕ	4
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛИЗА ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ ПОД ОРГАНИЗАЦИЮ БИЗНЕСА.....	6
1.1. Основы маркетингового анализа и особенности его применения к обоснованию бизнеса	6
1.1.1. Понятие маркетингового анализа при обосновании бизнеса в общей теории маркетинга	7
1.1.2. Особенности теории маркетинга городских территорий.....	10
1.1.3. Маркетинговый анализ девелопмента.....	12
1.2. Маркетинговый анализ направлений современного бизнеса... ..	19
1.2.1. Сравнительный анализ современных направлений бизнеса..	21
1.3. Теоретические основы и этапы бизнес планирования	28
2. АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ СЕКМЕНТОВ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕСА	33
2.1. Анализ структуры городских территорий Пензенской области	33
2.2. Анализ действующих направлений бизнеса по Пензенской области по уровню рентабельности и инвестиционной привлекательности	36
3. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ЖИЛИЩНОГО РЫНКА ПО СЕКМЕНТУ КОМПЛЕКСНОЙ ЖИЛОЙ ЗАСТРОЙКИ	39
3.1. Анализ развития жилищного строительства в Российской Федерации и тенденция развития комплексной жилой застройки территорий.....	39
3.2. Анализ земельного девелопмента по формированию и проведению земельных участков под комплексную жилую застройку в Пензенской области	42
3.2.1. Современные актуальные проблемы рынка жилья эконом-класса.....	51
3.2.2. Анализ территорий Пензенской области с целью организации девелоперского бизнеса под малоэтажное строительство жилья эконом-класса.....	53

4. ПРЕДЛОЖЕНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНОМУ ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ТЕРРИТОРИЙ НА ПРИМЕРЕ ДЕВЕЛОПЕРСКОГО ПРОЕКТА	59
4.1. Общая характеристика портфеля инвестиционных проектов и программ девелоперов по комплексной жилой застройке	59
4.2. Анализ современного успешного девелоперского проекта «Лесная сказка» в г. Кемерово.....	64
4.3. Маркетинговый анализ инвестиционного проекта по комплексной малоэтажной жилой застройке эконом-класса «Новая Слобода» застройщика ОАО «АИК по Пензенской области».....	67
4.3.1. Основные характеристики земельного участка	68
4.3.2. Техничко-экономические характеристики и план реализации проекта	70
5. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА	78
6. ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ЗЕМЕЛЬ.....	84
6.1. Требования руководящих документов по экологическому состоянию земель.....	84
6.2. Выявление и анализ негативных факторов, влияющих на состояние земель Пензенской области	87
6.3. Разработка рекомендаций по улучшению экологического состояния земель Пензенской области	89
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	93
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	95
ПРИЛОЖЕНИЯ	97

Научное издание

Баронин Сергей Александрович
Янков Александр Геннадьевич

**ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПЕРСПЕКТИВНЫХ
НАПРАВЛЕНИЙ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ БИЗНЕС СИСТЕМ НА
ПРИМЕРЕ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**
Монография

В авторской редакции

Верстка Т.Ю. Симутина



Подписано в печать 9.11.13. Формат 60×84/16.
Бумага офисная «Снегурочка». Печать на ризографе.
Усл. печ. л.7,0. Уч.-изд. л.7,5. Тираж 500 экз. 1-й завод 100 экз.
Заказ № 217.

Издательство ПГУАС.
440028, г.Пенза, ул. Г. Титова, 28.