



«Дачный Альянс»

г. Москва, ул. Образцова, д. 7, здание Бизнес центра, офис 208

тел (495) 565-3-777

www.all-dachi.ru

info@alldachi.ru

Технический отчет

К Договору №1-04/11 от 04 апреля 2011 года

**На оказание комплекса консалтинговых услуг по подготовке к розничной
продаже земельного участка проекта «Иванова Фазенда»**

Дата актуализации	5 декабря 2011 года	<i>4 апреля -5 декабря 2011 года</i>
-------------------	----------------------------	--------------------------------------

ВВЕДЕНИЕ	5
1. СОЗДАНИЕ ТОВАРА (ПРОДУКТА)	6
1.1. Детальный анализ земельного участка.....	6
1.1.1. Описание участка	6
1.1.2. Месторасположение, основные факторы.....	6
1.1.3. Ландшафтные характеристики участка	6
1.1.4. Подъезды к участку.....	6
1.1.5. Описание физических, юридических, административных и технико-технологических ограничений участка	6
2. Описание товара (продукта)	8
2.1. Гипотеза 1. Загородный поселок сегмента эконом-класса с участками «без подряда» (участки 10-25 соток с коммуникациями)	9
2.1.1. Описание продаваемого продукта (г1).....	9
2.1.2. Состав продукта (г1):	9
2.1.3. Идеология продукта (г1):.....	9
2.1.4. Принципиальное отличие данного продукта от других проектов (г1):	9
2.1.5. «Упаковка» продукта (г1):	9
2.1.6. Эскиз Генерального плана (г1)	10
2.1.7. Планируемые финансово-экономические показатели (г1)	10
2.2. Гипотеза 2. Загородный поселок сегмента эконом-класса с готовым домостроением «low-cost» (участки 20 соток с коммуникациями)	11
2.2.1. Описание продаваемого продукта (г2).....	11
2.2.2. Состав продукта (г2):	11
2.2.3. Идеология продукта (г2):.....	11
2.2.4. Принципиальное отличие данного продукта от других проектов (г2):	11
2.2.5. «Упаковка» продукта (г2):	11
2.2.6. Эскиз Генерального плана (г2)	12
2.2.7. Планируемые финансово-экономические показатели (г2)	12
2.3. Гипотеза 3. Загородный поселок с большими участками (50-70 соток) с коммуникациями без подряда	13
2.3.1. Описание продаваемого продукта (г3).....	13
2.3.2. Состав продукта (г3):	13
2.3.3. Идеология продукта (г3):.....	13
2.3.4. Принципиальное отличие данного продукта от других проектов (г3):	13
2.3.5. «Упаковка» продукта (г3):	13
2.3.6. Эскиз Генерального плана (г3)	14
2.3.7. Планируемые финансово-экономические показатели (г3)	14
2.4. Гипотеза 4. Загородный поселок с усадьбами от 1 до 1,5 Га (без подряда с коммуникациями).....	15
2.4.1. Описание продаваемого продукта (г4).....	15
2.4.2. Состав продукта (г4):	15
2.4.3. Идеология продукта (г4):.....	15
2.4.4. Принципиальное отличие данного продукта от других проектов (г4):	15
2.4.5. «Упаковка» продукта (г4):	15
2.4.6. Эскиз Генерального плана (г4)	15
2.4.7. Планируемые финансово-экономические показатели (г4)	15
2.5. Комментарии и пояснения	17
2.5.1. Финансово-экономические показатели	17
2.6. Вывод о наилучшем варианте использования	17
3. Юридическая схема проекта	19
3.1. Вводная юридическо-правовая информация	19
3.1.1. Собственность на землю граждан и юридических лиц.....	19
3.1.2. Право ограниченного пользования чужим земельным участком (сервитут).....	20
3.1.3. Разрешенное использование земельных участков	21
3.1.4. Сделки с земельными участками	23

3.1.5. Купля-продажа земельных участков	23
3.1.6. Оборот земельных участков	24
3.1.7. Садоводческие, огороднические и дачные объединения	24
3.1.8. Правовое положение земельных участков и объединений граждан	24
3.1.9. Управление садоводческими, огородническими и дачными объединениями	25
3.1.10. Правила застройки территорий садоводческих объединений	30
3.1.11. Правила пользования лесными ресурсами	35
3.2. Основные участники проекта	37
4. Инфраструктура проекта	39
4.1. Объекты инфраструктуры поселка:	39
4.1.1. Въездная группа	39
4.1.2. Декоративные элементы	39
4.1.3. Другие элементы	39
4.1.4. Пруд	40
4.1.5. Перечень объектов «шоу-рума» - показательного участка	40
4.1.6. Технические элементы «шоу-рума»	40
4.1.7. Дополнительные элементы шоу-рума	40
5. Архитектурная концепция проекта	41
5.1. Описание архитектурной концепции проекта	41
5.2. Наглядные идеологические примеры архитектурной концепции	41
6. Анализ рынка	41
6.1. Анализ рынка	41
6.1.1. Анализ существующей конкуренции	41
6.1.2. Идеологическая и территориальная конкуренция	41
6.1.3. Прогнозируемая конкуренция	42
6.1.4. Заключение и выводы по существующей и прогнозируемой конкуренции	42
6.1.5. Анализ объектов-аналогов – их сильные и слабые стороны	42
7. СОЗДАНИЕ ПРОЕКТА	43
7.1. Землеустройство	43
Заказчику оказывались устные консультационные услуги по проведению землеустройства проекта.	43
В рамках работы по настоящему проекту был разработан эскизный проект Генерального плана поселка. ..	43
Какая-либо официальная информация о проведенных или планируемых работах по землеустройству Заказчиком не предоставлялась.	43
7.2. Коммуникации (дороги, электричество и газификация)	43
7.2.2. Дороги	43
7.2.2.1. Подъездная дорога	43
7.2.3. Электричество. Схема получения ТУ	43
7.2.4. Газификация	44
7.2.4.1. Автономная газификация (газгольдеры)	45
7.2.4.2. Подведение в поселок магистрального газа	45
8. Юридическое оформление	45
8.1. Основные участники проекта	45
8.2. Взаимодействие участников проекта	46
8.3. Функции и задачи ДПК	48
8.4. Собственность ДПК	48
8.5. Схема изменения разрешенного использования земель	48
8.6. Выход из проекта собственников, инвесторов, управляющей компании, членов ДПК	48
8.7. Схема регистрации прав на собственность в регистрирующих органах	49
9. СТРОИТЕЛЬСТВО ПОСЕЛКА	50

9.1.	Дороги.....	50
9.2.	Коммуникации.....	50
9.3.	Инфраструктура	50
9.4.	Заборы	50
9.5.	Другое	50
10.	ВЫВОД НА ПРОДАЖИ	51
10.1.	Концепция рекламы	51
10.1.2.	Целевая аудитория поселка	59
10.1.4.	Основные причины, по которым потенциальный покупатель должен купить земельный участок в поселке «Иванова Фазенда»	63
10.1.5.	Основные идеологические направления рекламной кампании	64
10.1.6.	Типы первичного контакта с потенциальным клиентом:	66
11.	Концепция продаж.....	66
11.1.	Этапность проекта.....	66
11.2.	Базовые варианты по организации продаж	66
11.2.1.	Создание собственного отдела продаж	66
11.2.2.	Передача продаж на аутсорсинг	66
11.2.3.	Передача продаж в агентства недвижимости	67
11.3.	Требования к средствам коммуникации (для входящих контактов)	67
11.3.1.	Доменное имя	67
11.3.2.	Рекламный телефонный номер	67
12.	Разработка рекламных материалов	68
12.4.	Виды основных рекламных материалов	70
12.5.	Перечень печатной продукции.	72
12.6.2.	Основные рекламные слоганы проекта	76
12.6.3.	Визуализация основных рекламных материалов.....	76
12.7.	Другие виды рекламной и иной продукции, требуемые к разработке:.....	80
13.	Создание отдела продаж.....	80
13.1.	Базовые требования к отделу продаж.....	80
13.1.1.	Размещение.....	80
13.1.2.	Перечень работников (позиций) отдела продаж. Штатные сотрудники	80
13.1.3.	Перечень работников (позиций) отдела продаж. Другие сотрудники	81
13.1.4.	Требования к составу помещений офиса отдела продаж	81
13.1.5.	Требования к оборудованию офиса отдела продаж	81
14.	УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТОМ	82
14.1.	ФИНАНСОВАЯ СХЕМА ПРОЕКТА	82
14.2.	Финансовый учет и планирование	82
14.3.	Принятие решений и информационный обмен	84
14.4.	Подрядчики проекта.....	85
14.5.	Организационная структура проекта	85

Введение

Договором №1-04/11 от 04 апреля 2011 года между Степаненко Д.А. и «Дачным Альянсом» «На оказание комплекса консалтинговых услуг по подготовке к розничной продаже земельного участка проекта «Иванова Фазенда» установлено следующее определение рассматриваемого земельного участка:

Земельный участок, категория земель: земли сельскохозяйственного назначения, разрешенное использование: для дачного строительства, общая площадь 131700 кв.м., адрес объекта: Тульская обл., р-н Веневский, в 800 м. по направлению на северо-запад от н.п. Красный, с востока участок граничит с землями общей долевой собственности СПК «Даровское», со всех остальных – с землями леса.

В связи с тем, что рассматриваемый по Договору вышеуказанный земельный участок является составной частью совместного бизнес-проекта Заказчика и другого собственника смежных к рассматриваемому земельных участков – работа Исполнителя будет основана на основании следующего определения земельного участка:

Земельный участок (образующий единый поселок и проект), состоящий из трех отдельных участков:

- **131700 кв.м.**
- **238300 кв.м.**
- **47600 кв.м.**

А вместе 417600 кв.м. (или 4176 соток)

категория земель: земли сельскохозяйственного назначения, разрешенное использование: для дачного строительства.

Таким образом, работа компании «Дачный Альянс» на основании устного согласования с Заказчиком и другим собственником (смежных земельных участков к указанному в Договоре земельному участку) строится из понимания целостности будущего проекта и его развития как единого земельного участка общей площадью 417600 кв.м. (41,76 Га).

В связи с отказом Степаненко Д.А. от продолжения вышеуказанного договора, по взаимному устному согласованию сторон, работы по настоящему Договору продолжились Исполнителем на измененных условиях.

1. Создание товара (продукта)

1.1. Детальный анализ земельного участка

В апреле 2011 года был проведен следующий анализ земельного участка:

1.1.1. Описание участка

Рассматриваемый Земельный участок площадью 41,76 Га расположен в Веневском районе Тульской области, вблизи населенного пункта Красный.

Земельный участок состоит из 3-х отдельных участков (земли сельскохозяйственного назначения, разрешенное использование: для дачного строительства, на 3-х отдельных кадастрах, в собственности у физических лиц).

1.1.2. Месторасположение, основные факторы

Расстояние от МКАД – 137 км через трассу Москва-Дон (М4)
122 км по трассе Москва-Дон, и около 15 км по дороге через поселок Мордвес.

Ближайшие населенные пункты: Поселок Мордвес, поселок Дьяконово, поселок Красный. Из них, только поселок Мордвес располагает минимальным набором инфраструктуры (магазины).

1.1.3. Ландшафтные характеристики участка

Участок сложной неправильной формы. Вытянут. По периметру Земельного участка расположен лес. Сам земельный участок ровный. Без существенных перепадов высот. В некоторых частях участка расположены молодые березовые рощи.

От места въезда (единственного) до противоположной части Земельного участка около 1800 метров (по условной «центральной оси» участка).

В самом широком месте земельного участка ширина составляет около 420 метров.

В самом узком месте земельного участка ширина составляет около 50 метров

Сложная неправильная форма земельного участка является с одной стороны, затрудняющим проектирование эскиза генерального плана фактором, а с другой стороны, при надлежащей разработки концепции проекта может являться дополнительным фактором привлекательности земельного участка.

1.1.4. Подъезды к участку

Непосредственно к съезду на Земельный участок ведет узкая грунтовая дорога. С одной ее стороны – овраг, с другой – лес. Съезд с грунтовой дороги на земельный участок – на первый взгляд, стихийно сложившийся проезд через территорию, предположительно являющуюся лесом.

С противоположной стороны рассматриваемого земельного участка организовать подъездную дорогу не представляется возможным в связи по финансово-экономическим причинам. Тем не менее, для соответствия будущего эскиза генерального плана проекта нормам должен быть предусмотрен запасной (второй) выезд, который будет указан через противоположную текущему въезду часть земельного участка.

1.1.5. Описание физических, юридических, административных и технико-технологических ограничений участка

По состоянию на апрель 2011 года на рассматриваемом Земельном участке отсутствуют физические, юридические и технико-технологические ограничения участка.

Тем не менее, компания «Дачный Альянс» отмечает о наличии у нее вопросов по согласованию расположения и правового статуса подъездной дороги через лес от грунтовой дороги к границам

поселка. Данный аспект является важным при последующем проектировании коммуникационных сетей в поселке (учитывая потенциальное расположение точек подключения электричества и магистрального газа).

1.1.6. Анализ сильных и слабых сторон участка

1.1.6.1. Слабые стороны участка

К слабым сторонам участка относятся:

- транспортная доступность:
 - транспортная доступность на автомобиле (расстояние, качество дороги после съезда с трассы);
 - транспортная доступность на общественном транспорте (практически отсутствует, только декларативная);
 - доступность до городской или поселковой инфраструктуры (практически отсутствует);
- отсутствие полноценной близлежащей инфраструктуры;
- низкий уровень жизни в прилегающих районах
- отсутствие водоема на территории земельного участка и прилегающих районах
- повышенная конкурентная среда (дополнительно подлежит описанию в настоящем и последующих отчетах)
- фактическое использование третьими лицами рассматриваемого земельного участка, а также прилегающей лесной территории под охотничье угодье

Существенным и негативным фактором является транспортная доступность Земельного участка – фактическое расстояние от МКАД, и что немаловажно – удаленность от магистрали. Необходимость проезжать мелкие населенные пункты (с ярко выраженным низким уровнем жизни их жителей) является дополнительным фактором, понижающим привлекательность Земельного участка.

1.1.6.2. Сильные стороны участка

- природная составляющая проекта (лес);
- продуманная идеология проекта (в потенциале);
- экологическая чистота;
- тишина;
- наличие административного ресурса (декларируемого Заказчиком);
- текущая себестоимость земельного участка (с учетом перевода в «дачку»)

2. Описание товара (продукта)

В настоящем Промежуточном Техническом Отчете рассматриваются следующие основные Гипотезы наилучшего развития земельного участка:

- **Гипотеза 1:**

Создание загородного поселка сегмента «эконом-класса» с участками «без подряда» (участки 10-25 соток с коммуникациями):

- **Гипотеза 2:**

Создание загородного поселка сегмента «эконом-класса» (участки 20 соток с коммуникациями) с готовым домостроением «low-cost»

- **Гипотеза 3:**

Создание загородного поселка с большими участками (участки 50-70 соток)

- **Гипотеза 4:**

Создание загородного поселка с усадьбами (участки от 1 до 1,5 Га)

2.1. Гипотеза 1. Загородный поселок сегмента эконом-класса с участками «без подряда» (участки 10-25 соток с коммуникациями)

2.1.1. Описание продаваемого продукта (г1).

Земельный участок размером от 10 до 25 соток без подряда с коммуникациями в организованном дачном поселке на 202 участка

- **Площадь поселка - 41,76 Га**
- **Кол-во участков – 202 шт**
- **Площадь территории общественного пользования – 261,45 соток**
- **Площадь проездов – 571,55 соток**
 - В т.ч. **Площадь дороги – 255,58 соток**
- **Длина дороги 7 метровой ширины – 1768 метров**
- **Длина дороги 3,5 метровой ширины – 3561 метров**
- **Средняя площадь участка – 16,57 сотки**
- **Средняя стоимость 1-ой сотки – 35 000 рублей**
- **Средняя стоимость участка - 579 292 рублей**

2.1.2. Состав продукта (г1):

- земельные участки на продажу;
- подъездная и внутрипоселковые дороги;
- подведено и разведено по поселку электричество;
- магистральный газ – в поселке;
- документы готовы к сделке;
- создан ДПК;
- предусмотрена и развивается инфраструктура:
 - въездная группа;
 - искусственный (противопожарный) водоем;
 - детские и спортивные площадки;
 - малые архитектурные формы;
 - пункт сбора ТБО;

2.1.3. Идеология продукта (г1):

Недорогой (по рынку) земельный участок в продуманном и развивающемся поселке в центре настоящего леса

- поселок в настоящем русском лесу
- организованный дачный поселок
- все участки от 10 до 25 соток со высокой средней площадью сотки (16,57)
- полностью понятная концепция и юридическое оформление;
- наличие всех документов к сделке

2.1.4. Принципиальное отличие данного продукта от других проектов (г1):

Принципиальных отличий от других аналогичных проектов в рамках рассматриваемой Гипотезы 1 развития проекта не имеется.

2.1.5. «Упаковка» продукта (г1):

Недорогие земельные участки без подряда с коммуникациями в окружении настоящего леса. «Сертификат экологии» - от специализированных организаций.

2.1.6. Эскиз Генерального плана (г1)

Для данной гипотезы разработан концепт эскизного проекта Генерального плана. Эскизный проект является Приложением к настоящему Отчету

2.1.7. Планируемые финансово-экономические показатели (г1)

Для рассматриваемой гипотезы разработаны предварительные финансово-экономические показатели на базе рыночных цен и экспертного мнения Исполнителя – компании «Дачный Альянс».

Предварительные финансово-экономические показатели для Гипотезы 1 – являются Приложением к настоящему Отчету.

Полученные предварительные финансово-экономические показатели свидетельствуют о финансовой бесперспективности данной гипотезы. Несмотря на возможную экономию в расходной части проекта путем снижения затрат на выполнение определенного вида работ и услуг, рентабельность проекта – крайне низкая. Продажная стоимость сотки может быть повышена путем усиления проекта более насыщенной инфраструктурой. Однако, компания «Дачный Альянс» полагает, что в случае с рассматриваемым земельным участком данное мероприятие является существенным риском без достаточных гарантий.

2.2. Гипотеза 2. Загородный поселок сегмента эконом-класса с готовым домостроением «low-cost» (участки 20 соток с коммуникациями)

2.2.1. Описание продаваемого продукта (г2).

Земельный участок размером от 17 до 25 соток с готовым домом с коммуникациями в организованном дачном поселке на 163 участка

- **Площадь поселка - 41,76 Га**
- **Кол-во участков – 163 шт.**
- **Площадь территории общественного пользования – 168,33 соток**
- **Площадь проездов – 531,99 соток**
 - В т.ч. Площадь дороги – 241,75 соток
- **Длина дороги 7 метровой ширины – 1768 метров**
- **Длина дороги 3,5 метровой ширины – 3180 метров**
- **Средняя площадь участка – 21,32 сотки**
- **Средняя стоимость 1-ой сотки – 35 000 рублей**
- **Средняя стоимость участка - 746 311 рублей (для внутренних расчетов)**
- **Готовое домостроение площадью от 80 кв.м.**
- **Средняя стоимость земельного участка с готовым домостроением – 2 000 000 рублей (предварительная условная цена)**

2.2.2. Состав продукта (г2):

- земельный участок с готовым домом;
- подъездная и внутрипоселковые дороги;
- подведено и разведено по поселку электричество (с подводкой к дому);
- магистральный газ – в поселке;
- документы готовы к сделке;
- создан ДПК;
- предусмотрена и развивается инфраструктура:
 - въездная группа
 - искусственный (противопожарный) водоем
 - детские и спортивные площадки
 - малые архитектурные формы
 - пункт сбора ТБО

2.2.3. Идеология продукта (г2):

Земельный участок с готовым домом по низкой цене в лесном поселке со всеми коммуникациями. Единая концепция проекта.

2.2.4. Принципиальное отличие данного продукта от других проектов (г2):

Участок и готовый дом, при этом прибыль продавца – только с земельного участка. Строительство дома – в себестоимость. Участок+дом = цена ниже рынка. (При этом следует понимать, что «строительство в себестоимость» - декларация, реально же в финансовых расчетах учитывается средний доход в 200 000 рублей с каждого домовладения).

2.2.5. «Упаковка» продукта (г2):

«Все по-честному», только необходимый для круглогодичного проживания минимум - первый поселок «low-cost» (по аналогии с подачей авиакомпаниями своих low-cost услуг). Готовый дом с участком в настоящем лесу

2.2.6. Эскиз Генерального плана (г2)

Для данной гипотезы разработан концепт эскизного проекта Генерального плана. Эскизный проект является Приложением к настоящему Отчету

2.2.7. Планируемые финансово-экономические показатели (г2)

Для рассматриваемой гипотезы разработаны предварительные финансово-экономические показатели на базе рыночных цен и экспертного мнения Исполнителя – компании «Дачный Альянс». Предварительные финансово-экономические показатели для Гипотезы 2 – являются Приложением к настоящему Отчету.

Полученные предварительные финансово-экономические показатели (в случае успешной работы по их увеличению путем снижения и оптимизации расходной части проекта) позволяют первоначально рассматривать данную гипотезу более детально. Однако по экспертному мнению компании «Дачный Альянс», реализация данной гипотезы связана с повышенными финансовыми рисками, а также с резким увеличением затратной части проекта на первоначальное строительство готового домостроения.

2.3. Гипотеза 3. Загородный поселок с большими участками (50-70 соток) с коммуникациями без подряда

2.3.1. Описание продаваемого продукта (г3).

Земельный участок размером от 50 до 70 соток с коммуникациями в организованном дачном поселке на 60 участков (приблизительное количество)

- **Площадь поселка - 41,76 Га**
- **Кол-во участков – 60 шт**
- **Площадь территории общественного пользования – 173,87 соток**
- **Площадь проездов – 367,29 соток**
- В т.ч. Площадь дороги – 171,30 соток
- **Длина дороги 7 метровой ширины – 1802 метра**
- **Длина дороги 3,5 метровой ширины – 1110 метра**
- **Средняя площадь участка – 60,58 соток**
- **Средняя стоимость 1-ой сотки – 35 000 рублей**
- **Средняя стоимость участка - 2 120 323 рубля**

2.3.2. Состав продукта (г3):

- земельный участок площадью 50-70 соток;
- подъездная и внутрипоселковые дороги;
- подведено и разведено по поселку электричество (с подводкой к дому);
- магистральный газ – в поселке;
- документы готовы к сделке;
- создан ДПК;
- предусмотрена и развивается инфраструктура:
 - въездная группа
 - искусственный (противопожарный) водоем
 - детские и спортивные площадки
 - малые архитектурные формы
 - пункт сбора ТБО

2.3.3. Идеология продукта (г3):

Небольшой по количеству участков поселок с большими дачными участками в живописном лесу

2.3.4. Принципиальное отличие данного продукта от других проектов (г3):

Не вступает в конкуренцию с «шести-восьмисоточными участками»
Тихое, спокойное место единомышленников (участки подобной площади в поселке с единой концепцией – «штучный товар»)

2.3.5. «Упаковка» продукта (г3):

Есть, ради чего уезжать от Москвы на 137 километров
Не 6, не 8 и даже не 25 соток участок.
Дачные усадьбы в окружении живописного леса
Небольшой поселок единомышленников

2.3.6. Эскиз Генерального плана (г3)

Для данной гипотезы разработан концепт эскизного проекта Генерального плана. Эскизный проект является Приложением к настоящему Отчету

2.3.7. Планируемые финансово-экономические показатели (г3)

Для рассматриваемой гипотезы разработаны предварительные финансово-экономические показатели на базе рыночных цен и экспертного мнения Исполнителя – компании «Дачный Альянс».

Предварительные финансово-экономические показатели для Гипотезы 3 – являются Приложением к настоящему Отчету.

Полученные предварительные финансово-экономические показатели (в случае успешной работы по их увеличению путем снижения и оптимизации расходной части проекта) по экспертному мнению компании «Дачный Альянс» являются допустимыми для дальнейшей их отработки и детализации.

2.4. Гипотеза 4. Загородный поселок с усадьбами от 1 до 1,5 Га (без подряда с коммуникациями)

2.4.1. Описание продаваемого продукта (г4).

Земельный участок размером от 1 Га до 1,5 Га соток с коммуникациями в организованном дачном поселке на 31 участок (приблизительное количество)

- Площадь поселка - 41,76 Га
- Кол-во участков – 31 шт
- Площадь территории общественного пользования – 173,87 соток
- Площадь проездов – 343,65 соток
 - В т.ч. Площадь дороги – 159,33 соток
- Длина дороги 7 метровой ширины – 1826 метров
- Длина дороги 3,5 метровой ширины – 797 метра
- Средняя площадь участка – 118,01 соток
- Средняя стоимость 1-ой сотки – 35 000 рублей
- Средняя стоимость участка - 4 130 542 рубля

2.4.2. Состав продукта (г4):

- земельный участок площадью 118 соток;
- подъездная и внутрипоселковые дороги;
- подведено и разведено по поселку электричество (с подводкой к дому);
- магистральный газ – в поселке;
- документы готовы к сделке;
- создан ДПК;
- предусмотрена и развивается инфраструктура:
 - въездная группа
 - искусственный (противопожарный) водоем
 - детские и спортивные площадки
 - малые архитектурные формы
 - пункт сбора ТБО

2.4.3. Идеология продукта (г4):

Небольшой поселок Усадеб в живописном лесу

2.4.4. Принципиальное отличие данного продукта от других проектов (г4):

Большие площади участков; «целостный проект»

2.4.5. «Упаковка» продукта (г4):

Есть, ради чего уезжать от Москвы на 137 километров

Дачные усадьбы в окружении живописного леса

Возможность вести фермерский уклад жизни (с наличием для этого всей близлежащей инфраструктуры)

2.4.6. Эскиз Генерального плана (г4)

Для данной гипотезы разработан концепт эскизного проекта Генерального плана. Эскизный проект является Приложением к настоящему Отчету

2.4.7. Планируемые финансово-экономические показатели (г4)

Для рассматриваемой гипотезы разработаны предварительные финансово-экономические показатели на базе рыночных цен и экспертного мнения Исполнителя – компании «Дачный Альянс». Предварительные финансово-экономические показатели для Гипотезы 4 – являются Приложением к настоящему Отчету.

Полученные предварительные финансово-экономические показатели (в случае успешной работы по их увеличению путем снижения и оптимизации расходной части проекта) позволяют первоначально рассматривать данную гипотезу более детально. Однако, по экспертному мнению компании «Дачный Альянс», данная гипотеза не находит своего подтверждения при отработке продажной части (в части понимания целевой аудитории, портрета потенциального клиента, а также в связи с другими особенностями рассматриваемого земельного участка).

2.5. Комментарии и пояснения

2.5.1. Финансово-экономические показатели

Представляемая работа основана на имеющемся теоретическом и практическом опыте работы компании «Дачный Альянс» на рынке загородной недвижимости сегмента «Дальние дачи».

Цель работы – разработать укрупненный Финансовый план загородного проекта по каждой из 4-рех предлагаемых Заказчику Гипотез для последующего анализа данного плана собственниками проекта с целью принятия правильных управленческих решений по развитию проекта.

При этом следует особо заметить, что в «дачном бизнесе» основными параметрами, которые определяют успешность (финансовую эффективность проекта) являются следующие параметры:

- начальная себестоимость земельного участка;
- стоимость перевода земельного участка в необходимое «разрешенное использование»;
- стоимость получения коммуникаций (электричество, газ);
- стоимость строительства подъездной и внутрипоселковых дорог;
- «правильность» разработанной концепции развития земельного участка (создание продукта);
- обеспечение правильности выполнения концепции развития земельного участка (реализация процесса создания «продукта», а также обеспечение розничных продаж объекта)

По каждой из гипотез представлены следующие финансовые таблицы:

Исходные таблицы:

- Расчетные показатели проекта
- Финансовые показатели проекта

Сводная таблица:

- Укрупненный финансовый план

Определение расчетных параметров проекта

Целью данной работы является разработка укрупненного финансового плана проекта. Для обеспечения финансовых расчетов требуется введение стоимости ряда работ и услуг, которые должны быть востребованы в проекте. При этом компания «Дачный Альянс» руководствуется следующей логикой ценообразования: в первоначальных расчетах использовать текущие (публичные) рыночные цены, после чего работать совместно с Заказчиком над вариантами рационального снижения цен по каждой позиции.

В расчетах приведены реальные и объективные цены на услуги, материалы и работы на сегодняшний день. При этом следует понимать, что эти цены, хотя и являются «среднерыночными» - основаны на реальных ценах 2010-2011 годов. При этом «крайние» - максимальные и минимальные значения в расчетах не применяются.

Расчетная средняя стоимость сотки – 35 000 рублей для всех вариантов (гипотез) выбрана исходя из экспертного мнения компании «Дачный Альянс». Использование во всех вариантах (гипотезах) единого значения средней стоимости сотки позволяет получить максимально объективную сравнительную финансово-экономическую информацию по всем рассматриваемым гипотезам.

2.6. Вывод о наилучшем варианте использования

На основании проведенной предварительной работы компания «Дачный Альянс» рекомендует взять за основу Гипотезу 3 развития земельного участка:

«Загородный поселок с большими участками (50-70 соток) без подряда с коммуникациями»

В мае 2011 года Заказчиком была согласована и утверждена Гипотеза № 3:

«Загородный поселок с большими участками (50-70 соток) с коммуникациями без подряда»

3. Юридическая схема проекта

3.1. Вводная юридическо-правовая информация

3.1.1. Собственность на землю граждан и юридических лиц

Собственностью граждан и юридических лиц (частной собственностью) являются земельные участки, приобретенные гражданами и юридическими лицами по основаниям, предусмотренным законодательством Российской Федерации.

Граждане и юридические лица имеют право на равный доступ к приобретению земельных участков в собственность. Земельные участки, находящиеся в государственной или муниципальной собственности, могут быть предоставлены в собственность граждан и юридических лиц, за исключением земельных участков, которые в соответствии с Земельным кодексом, федеральными законами не могут находиться в частной собственности.

Территориальные границы земельного участка определяются в порядке, установленном земельным законодательством, на основе документов, выдаваемых собственнику государственными органами по земельным ресурсам и землеустройству.

Если иное не установлено законом, право собственности на земельный участок распространяется на находящиеся в границах этого участка поверхностный (почвенный) слой и замкнутые водоемы, находящиеся на нем лес и растения.

Собственник земельного участка вправе использовать по своему усмотрению все, что находится над и под поверхностью этого участка, если иное не предусмотрено законами о недрах, об использовании воздушного пространства, иными законами и не нарушает прав других лиц (ст. 261 Гражданского Кодекса РФ).

Лица, имеющие в собственности земельный участок, вправе продавать его, дарить, отдавать в залог или сдавать в аренду и распоряжаться им иным образом (ст. 209 Гражданского Кодекса РФ) постольку, поскольку соответствующие земли на основании закона не исключены из оборота или не ограничены в обороте.

На основании закона и в установленном им порядке определяются земли сельскохозяйственного и иного назначения, использование которых для других целей не допускается или ограничивается. Пользование земельным участком, отнесенным к таким землям, может осуществляться в пределах, определяемых его назначением (ст. 260 ГК РФ).

Собственник земельного участка может возводить на нем здания и сооружения, осуществлять их перестройку или снос, разрешать строительство на своем участке другим лицам. Эти права осуществляются при условии соблюдения градостроительных и строительных норм и правил, а также требований о назначении земельного участка.

Если иное не предусмотрено законом или договором, собственник земельного участка приобретает право собственности на здание, сооружение и иное недвижимое имущество, возведенное или созданное им для себя на принадлежащем ему участке (ст. 263 ГК РФ).

Собственник земельного участка имеет право:

- использовать в установленном порядке для собственных нужд имеющиеся на земельном участке общераспространенные полезные ископаемые, пресные подземные воды, а также закрытые водоемы в соответствии с законодательством Российской Федерации;
- возводить жилые, производственные, культурно-бытовые и иные здания, строения, сооружения в соответствии с целевым назначением земельного участка и его разрешенным использованием с соблюдением требований градостроительных регламентов, строительных, экологических, санитарно-гигиенических, противопожарных и иных правил, нормативов;
- проводить в соответствии с разрешенным использованием оросительные, осушительные, культуртехнические и другие мелиоративные работы, строить пруды и иные закрытые водоемы в соответствии с установленными законодательством экологическими, строительными, санитарно-гигиеническими и иными специальными требованиями;
- осуществлять другие права на использование земельного участка, предусмотренные законодательством.

Собственник земельного участка имеет право собственности:

- на посевы и посадки сельскохозяйственных культур, полученную сельскохозяйственную продукцию и доходы от ее реализации, за исключением случаев, если он передает земельный участок в аренду, постоянное (бессрочное) пользование или пожизненное наследуемое владение, либо безвозмездное срочное пользование;

- на расположенные на земельном участке многолетние насаждения, за исключением случаев, установленных Лесным кодексом Российской Федерации (ст. 40 ЗК РФ).

Земельные участки и находящееся на них недвижимое имущество могут предоставляться их собственниками другим лицам в постоянное или срочное пользование, в том числе в аренду.

Лицо, не являющееся собственником земельного участка, осуществляет принадлежащие ему права владения и пользования участком на условиях и в пределах, установленных законом или договором с собственником.

Владелец земельного участка, не являющийся собственником, не вправе распоряжаться этим участком, если иное не предусмотрено законом или договором (ст. 264 ГК РФ).

Собственники земельных участков и лица, не являющиеся собственниками земельных участков, обязаны:

- использовать земельные участки в соответствии с их целевым назначением, принадлежностью к той или иной категории земель и разрешенным использованием способами, которые не должны наносить вред окружающей среде, в том числе земле как природному объекту;
- сохранять межевые, геодезические и другие специальные знаки, установленные на земельных участках в соответствии с законодательством;
- осуществлять мероприятия по охране земель, соблюдать порядок пользования лесами, водными и другими природными объектами;
- своевременно приступать к использованию земельных участков в случаях, если сроки освоения земельных участков предусмотрены договорами;
- своевременно производить платежи за землю;
- соблюдать при использовании земельных участков требования градостроительных регламентов, строительных, экологических, санитарно-гигиенических, противопожарных и иных правил, нормативов;
- не допускать загрязнение, захламление, деградацию и ухудшение плодородия почв на землях соответствующих категорий;
- выполнять иные требования, предусмотренные законодательством Российской Федерации (ст. 42 ЗК РФ).

3.1.2. Право ограниченного пользования чужим земельным участком (сервитут)

Собственник недвижимого имущества (земельного участка, другой недвижимости) вправе требовать от собственника соседнего земельного участка, а в необходимых случаях и от собственника другого земельного участка (соседнего участка) предоставления права ограниченного пользования соседним участком (сервитута).

Сервитут может устанавливаться для обеспечения прохода и проезда через соседний земельный участок, прокладки и эксплуатации линий электропередачи, связи и трубопроводов, обеспечения водоснабжения и мелиорации, а также других нужд собственника недвижимого имущества, которые не могут быть обеспечены без установления сервитута.

Обременение земельного участка сервитутом не лишает собственника участка прав владения, пользования и распоряжения этим участком.

Сервитут устанавливается по соглашению между лицом, требующим установления сервитута, и собственником соседнего участка и подлежит регистрации в порядке, установленном для регистрации прав на недвижимое имущество. В случае недостижения соглашения об установлении или условиях сервитута спор разрешается судом по иску лица, требующего установления сервитута.

Сервитут может быть установлен также в интересах и по требованию лица, которому участок предоставлен на праве пожизненного наследуемого владения или праве постоянного пользования (ст. 274 ГК РФ).

Порядок установления, сохранения и прекращения сервитута регулируется ст. 274–277 ГК РФ и ст. 23, 48 ЗК РФ. Различают частный и публичный сервитут.

Частный сервитут устанавливается в соответствии с гражданским законодательством.

Публичный сервитут устанавливается законом или иным нормативным правовым актом Российской Федерации, нормативным правовым актом субъекта Российской Федерации, нормативным правовым актом органа местного самоуправления в случаях, если это необходимо для обеспечения интересов государства, местного самоуправления или местного населения, без изъятия земельных участков. Установление публичного сервитута осуществляется с учетом результатов общественных слушаний.

Сервитут может быть **срочным** или **постоянным**.

Осуществление сервитута должно быть наименее обременительным для земельного участка, в отношении которого он установлен.

Собственник земельного участка, обремененного частным сервитутом, вправе требовать соразмерную плату от лиц, в интересах которых установлен сервитут, если иное не предусмотрено федеральными законами.

Сервитуты подлежат государственной регистрации в соответствии с Федеральным законом «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним».

По требованию собственника земельного участка, обремененного сервитутом, сервитут может быть прекращен ввиду отпадения оснований, по которым он был установлен.

В случаях, когда земельный участок, принадлежащий гражданину или юридическому лицу, в результате обременения сервитутом не может использоваться в соответствии с назначением участка, собственник вправе требовать по суду прекращения сервитута (ст. 276 ГК РФ).

Применительно к правилам, предусмотренным ст. 274–276 ГК РФ, сервитутом могут обременяться здания, сооружения и другое недвижимое имущество, ограниченное пользование которым необходимо вне связи с пользованием земельным участком (ст. 277 ГК РФ).

Частный сервитут может быть прекращен по основаниям, предусмотренным гражданским законодательством.

Публичный сервитут может быть прекращен в случае отсутствия общественных нужд, для которых он был установлен, путем принятия акта об отмене сервитута (ст. 48 ЗК РФ)

3.1.3. Разрешенное использование земельных участков

На сегодняшний день содержание рассматриваемого понятия не раскрыто ни в земельном законодательстве, ни в юридической науке. Определение его дано в ст. 37 Градостроительного кодекса РФ, и то лишь применительно к градостроительству.

Пытаясь раскрыть содержание данного понятия на основе действующего законодательства, юристы склоняются к тому, что суть разрешенного использования составляют права лица по использованию земельного участка, то есть **разрешенное использование** – это конкретное разрешенное целевое использование земельного участка.

Например, в настоящее время законодательство различает такие понятия, как:

- **садовый земельный участок** – земельный участок, предоставленный гражданину или приобретенный им для выращивания плодовых, ягодных, овощных, бахчевых или иных сельскохозяйственных культур и картофеля, а также для отдыха (с правом возведения жилого строения без права регистрации проживания в нем и хозяйственных строений и сооружений);
- **огородный земельный участок** – земельный участок, предоставленный гражданину или приобретенный им для выращивания ягодных, овощных, бахчевых или иных сельскохозяйственных культур и картофеля (с правом или без права возведения некапитального жилого строения и хозяйственных строений и сооружений в зависимости от разрешенного использования земельного участка, определенного при зонировании территории);
- **дачный земельный участок** – земельный участок, предоставленный гражданину или приобретенный им в целях отдыха (с правом возведения жилого строения без права регистрации проживания в нем или жилого дома с правом регистрации проживания в нем и хозяйственных строений и сооружений, а также с правом выращивания плодовых, ягодных, овощных, бахчевых или иных сельскохозяйственных культур и картофеля) (Закон № 66-ФЗ);
- **приусадебный земельный участок** – используется для производства сельскохозяйственной продукции, а также для возведения жилого дома, производственных, бытовых и иных зданий, строений, сооружений с соблюдением градостроительных регламентов, строительных, экологических, санитарно-гигиенических, противопожарных и иных правил и нормативов;
- **полевой земельный участок** – используется исключительно для производства сельскохозяйственной продукции без права возведения на нем зданий и строений (Закон № 74-ФЗ);
- **земельные участки для их комплексного освоения в целях жилищного строительства** (ст. 30.2 ЗК РФ);
- **земельные участки для строительства** (ст. 31 ЗК РФ);
- **земельные участки для ведения личного подсобного хозяйства** (ст. 33 ЗК РФ);
- **земельные участки для индивидуального жилищного строительства** (ст. 33 ЗК РФ);
- **другие земельные участки.**

Предельные (максимальные и минимальные) размеры земельных участков, предоставляемых гражданам в собственность из находящихся в государственной или муниципальной собственности земель для ведения

крестьянского (фермерского) хозяйства, садоводства, огородничества, животноводства, дачного строительства, устанавливаются законами субъектов Российской Федерации, для ведения личного подсобного хозяйства и индивидуального жилищного строительства – нормативными правовыми актами органов местного самоуправления (ст. 33 ЗК РФ). Предоставление таких земель осуществляется в порядке, установленном земельным законодательством.

Максимальный размер общей площади земельных участков, которые могут находиться одновременно на праве собственности и (или) ином праве у граждан, ведущих личное подсобное хозяйство, устанавливается законом субъекта Российской Федерации.

Часть земельных участков, площадь которых превышает указанный максимальный размер, должна быть отчуждена гражданами, у которых находятся эти земельные участки, в течение года со дня возникновения прав на эти земельные участки, либо в этот срок должна быть осуществлена государственная регистрация указанных граждан в качестве индивидуальных предпринимателей или государственная регистрация крестьянского (фермерского) хозяйства (Закон № 112-ФЗ).

Для создания фермерского хозяйства и осуществления его деятельности могут предоставляться и приобретаться земельные участки из земель сельскохозяйственного назначения и земель иных категорий.

Земельные участки, предоставляемые и приобретаемые для создания фермерского хозяйства и осуществления его деятельности, формируются в соответствии с земельным законодательством Российской Федерации.

Минимальные размеры земельных участков не устанавливаются для фермерских хозяйств, основной деятельностью которых является садоводство, овощеводство защищенного грунта, цветоводство, виноградарство, семеноводство, птицеводство, пчеловодство, рыбоводство или другая деятельность в целях производства сельскохозяйственной продукции по технологии, допускающей использование земельных участков, размеры которых менее минимальных размеров земельных участков, установленных законами субъектов Российской Федерации (Закон № 74-ФЗ).

Особый правовой статус имеют земли сельскохозяйственного назначения. Федеральный закон от 24 июля 2002 г. «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения» № 101-ФЗ регулирует отношения, связанные с владением, пользованием, распоряжением земельными участками из земель сельскохозяйственного назначения; устанавливает правила и ограничения, применяемые к обороту земельных участков и долей в праве общей собственности на земельные участки из земель сельскохозяйственного назначения – сделкам, результатом совершения которых является возникновение или прекращение прав на земельные участки из земель сельскохозяйственного назначения и доли в праве общей собственности на земельные участки из земель сельскохозяйственного назначения; определяет условия предоставления земельных участков из земель сельскохозяйственного назначения, находящихся в государственной или муниципальной собственности, а также изъятия их в государственную или муниципальную собственность.

Действие указанного закона не распространяется на земельные участки, предоставленные из земель сельскохозяйственного назначения гражданам для индивидуального жилищного, гаражного строительства, ведения личного подсобного и дачного хозяйства, садоводства, животноводства и огородничества, а также на земельные участки, занятые зданиями, строениями, сооружениями. Оборота указанных земельных участков регулируется Земельным кодексом Российской Федерации.

Правовое регулирование отношений в области оборота земельных участков и долей в праве общей собственности на земельные участки из земель сельскохозяйственного назначения осуществляется Конституцией Российской Федерации, Земельным кодексом Российской Федерации, Гражданским кодексом Российской Федерации, указанным Федеральным законом, другими федеральными законами, а также принимаемыми в соответствии с ними иными нормативными правовыми актами Российской Федерации и законами субъектов Российской Федерации.

При проведении территориального землеустройства выполняются следующие виды работ:

- образование новых и упорядочение существующих объектов землеустройства;
- межевание объектов землеустройства.

Согласно Положению о проведении территориального землеустройства, утвержденному постановлением Правительства РФ от 7 июня 2002 г. № 396, Росреестр России и его территориальные органы обеспечивают проведение территориального землеустройства, включая образование новых и упорядочение существующих объектов землеустройства, а также межевание объектов землеустройства. При этом территориальное землеустройство проводится в соответствии с решениями органов государственной власти, а также на землях, находящихся в федеральной собственности.

Территориальное землеустройство (межевание) остальных объектов землеустройства проводится юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями или кадастровыми инженерами на основании договора по инициативе органов местного самоуправления, собственников земельных участков, землепользователей, землевладельцев или по решению суда в соответствии с Инструкцией по межеванию земель, утвержденной Роскомземом 8 апреля 1996 г.

Работы по межеванию объектов землеустройства включают в себя:

- определение границ объекта землеустройства на местности и их согласование с лицами, права которых могут быть затронуты;
- закрепление на местности местоположения границ объекта землеустройства межевыми знаками и определение их координат или составление иного описания местоположения границ объекта землеустройства;
- изготовление карты (плана) объекта землеустройства в установленном порядке.

При определении границ объекта землеустройства на местности и их согласовании обеспечивается учет законных интересов лиц, права которых могут быть затронуты межеванием, путем извещения их в письменной форме не позднее чем за 7 дней до начала работ. Отсутствие надлежащим образом извещенных лиц не является препятствием для проведения этих работ.

Контроль за проведением землеустройства осуществляют Роснедвижимость и его территориальные органы в соответствии с Положением, утвержденным постановлением Правительства РФ от 29 декабря 2008 г. № 1061.

3.1.4. Сделки с земельными участками

Сделками с садовыми, огородными и дачными земельными участками признаются действия граждан, направленные на установление, изменение или прекращение земельных и иных прав.

При совершении сделок с садовыми, огородными и дачными земельными участками изменение их целевого назначения и разрешенного использования не допускается.

Сделки с садовыми, огородными и дачными земельными участками регулируются Федеральным законом от 15 апреля 1998 г. №66-ФЗ «О садоводческих, огороднических и дачных некоммерческих объединениях граждан» (далее – Закон № 66-ФЗ), а также гражданским и земельным законодательством с учетом особенностей, установленных законодательством о недрах, об охране окружающей природной среды, о градостроительстве, водным, лесным и иным законодательством.

Не допускаются сделки с садовыми, огородными и дачными земельными участками, если такие сделки приводят к нарушениям градостроительных, строительных, экологических, санитарно-гигиенических, противопожарных и иных установленных требований (норм, правил и нормативов) или к невозможности соблюдать целевое назначение указанных земельных участков и условия их разрешенного использования.

Отчуждение, залог, сдача в аренду садового, огородного или дачного земельного участка, находящегося в общей собственности, осуществляются при согласии всех участников общей собственности (ст.29).

3.1.5. Купля-продажа земельных участков

Вопросы продажи недвижимости, в том числе земельных участков, регулируются нормами параграфа 7 части второй ГК РФ и ст. 37 ЗК РФ «Особенности купли-продажи земельных участков».

Объектом купли-продажи могут быть только земельные участки с установленными границами, прошедшие государственный кадастровый учет. Продавец при заключении договора купли-продажи обязан предоставить покупателю имеющуюся у него информацию об обременениях земельного участка и ограничениях его использования.

Являются недействительными следующие условия договора купли-продажи земельного участка:

- устанавливающие право продавца выкупить земельный участок обратно по собственному желанию;
- ограничивающие дальнейшее распоряжение земельным участком, в том числе ипотеку, передачу земельного участка в аренду, совершение иных сделок с землей;
- ограничивающие ответственность продавца в случае предъявления прав на земельные участки третьими лицами.

Указанные требования применяются также к договору мены.

Покупатель в случае предоставления ему продавцом заведомо ложной информации об обременениях земельного участка и ограничениях его использования в соответствии с разрешенным использованием; о разрешении на застройку данного земельного участка; об использовании соседних земельных участков, оказывающем существенное воздействие на использование и стоимость продаваемого земельного участка; о качественных свойствах земли, которые могут повлиять на планируемое покупателем использование и стоимость продаваемого земельного участка; иной информации, которая может оказать влияние на решения покупателя о

покупке данного земельного участка и требования о предоставлении которой установлены федеральными законами, вправе требовать уменьшения покупной цены или расторжения договора купли-продажи земельного участка и возмещения причиненных ему убытков.

3.1.6. Оборот земельных участков

Собственники садовых, огородных и дачных земельных участков вправе их продать, подарить, передать в залог, аренду, срочное пользование, обменять, заключить договор ренты и договор пожизненного содержания с иждивенцем, а также добровольно отказаться от указанных участков.

Садовые, огородные и дачные земельные участки, находящиеся в собственности граждан, наследуются по закону или по завещанию.

Садовые, огородные и дачные земельные участки, находящиеся в общей совместной собственности супругов, могут быть разделены между ними. Земельные участки общего пользования садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения разделу не подлежат.

Раздел садового, огородного или дачного земельного участка возможен только с согласия члена садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения или в судебном порядке. При этом образующиеся при разделе садовые, огородные или дачные земельные участки не могут быть меньше минимального размера земельного участка, установленного нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации.

Оборот садовых, огородных и дачных земельных участков осуществляется в пределах, установленных гражданским законодательством, и в той мере, в какой он допускается земельным законодательством (ст.30, 31).

3.1.7. Садоводческие, огороднические и дачные объединения

Общие положения

Законодательство по хозяйственному праву выделяет такую категорию хозяйства, как **садоводческие, огороднические и дачные объединения граждан**.

Правовое регулирование ведения гражданами садоводства, огородничества и дачного хозяйства осуществляется в соответствии с Конституцией Российской Федерации, Федеральным законом от 15 апреля 1998 г. №66-ФЗ «О садоводческих, огороднических и дачных некоммерческих объединениях граждан», гражданским, земельным, градостроительным, административным и уголовным законодательством Российской Федерации.

Земельные отношения, возникающие в связи с созданием садоводческих, огороднических или дачных некоммерческих объединений, а также в связи с деятельностью таких объединений, указанный Федеральный закон регулирует в той мере, в какой они не урегулированы законодательством Российской Федерации.

Закон применяется по отношению ко всем садоводческим, огородническим и дачным некоммерческим объединениям, создаваемым и ранее созданным на территории Российской Федерации (ст.2).

3.1.8. Правовое положение земельных участков и объединений граждан

Закон определяет правовое положение земельных участков и объединений граждан следующим образом:

Садовый земельный участок – земельный участок, предоставленный гражданину или приобретенный им для выращивания плодовых, ягодных, овощных, бахчевых или иных сельскохозяйственных культур и картофеля, а также для отдыха (с правом возведения жилого строения без права регистрации проживания в нем и хозяйственных строений и сооружений).

Огородный земельный участок – земельный участок, предоставленный гражданину или приобретенный им для выращивания ягодных, овощных, бахчевых или иных сельскохозяйственных культур и картофеля (с правом или без права возведения некапитального жилого строения и хозяйственных строений и сооружений в зависимости от разрешенного использования земельного участка, определенного при зонировании территории).

Дачный земельный участок – земельный участок, предоставленный гражданину или приобретенный им в целях отдыха (с правом возведения жилого строения без права регистрации проживания в нем или жилого дома с правом регистрации проживания в нем и хозяйственных строений и сооружений, а также с правом выращивания плодовых, ягодных, овощных, бахчевых или иных сельскохозяйственных культур и картофеля).

Садоводческое, огородническое или дачное некоммерческое объединение граждан (садоводческое, огородническое или дачное некоммерческое товарищество; садоводческий, огороднический или дачный потребительский кооператив; садоводческое, огородническое или дачное некоммерческое партнерство) – некоммерческая организация, учрежденная гражданами на добровольных началах для содействия ее членам в решении общих социально-хозяйственных задач ведения садоводства, огородничества и дачного хозяйства (далее – садоводческое, огородническое или дачное некоммерческое объединение).

Члены садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения не отвечают по его обязательствам, и такое партнерство не отвечает по обязательствам своих членов (ст.4).

Порядок создания садоводческого, огороднического или дачного объединения, членства в нем, регистрации его в государственных органах и формы ведения им хозяйства определены в гл. 2-4 Закона №66-ФЗ .

3.1.9. Управление садоводческими, огородническими и дачными объединениями

Органы управления садоводческим, огородническим или дачным некоммерческим объединением

Органами управления садоводческим, огородническим или дачным некоммерческим объединением являются общее собрание его членов, правление такого объединения, председатель правления.

Общее собрание членов садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения является высшим органом управления таким объединением.

Садоводческое, огородническое и дачное некоммерческое объединение вправе проводить общее собрание его членов в форме **собрания уполномоченных**.

Уполномоченные садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения избираются из числа членов такого объединения и не могут передавать осуществление своих полномочий другим лицам, в том числе членам садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения.

Уполномоченные садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения избираются в соответствии с уставом такого объединения, в котором устанавливаются:

- число членов такого объединения, от которых избирается один уполномоченный;
- срок полномочий уполномоченного такого объединения;
- порядок избрания уполномоченных такого объединения (открытым голосованием или тайным голосованием с использованием бюллетеней);
- возможность досрочного переизбрания уполномоченных такого объединения (ст.20).

К исключительно компетенции общего собрания членов садоводческого, огороднического и дачного некоммерческого объединения (собрания уполномоченных) относятся следующие вопросы:

- внесение изменений в устав такого объединения и дополнений к уставу или утверждение устава в новой редакции;
- прием в члены такого объединения и исключение из его членов;
- определение количественного состава правления такого объединения, избрание членов его правления и досрочное прекращение их полномочий;
- избрание председателя правления и досрочное прекращение его полномочий, если уставом такого объединения не установлено иное;
- избрание членов ревизионной комиссии (ревизора) такого объединения и досрочное прекращение их полномочий;
- избрание членов комиссии по контролю за соблюдением законодательства и досрочное прекращение их полномочий;
- принятие решений об организации представительств, фонда взаимного кредитования, фонда проката такого объединения, о его вступлении в ассоциации (союзы) садоводческих, огороднических или дачных некоммерческих объединений;
- утверждение внутренних регламентов такого объединения, в том числе ведения общего собрания членов такого объединения (собрания уполномоченных); деятельности его правления; работы ревизионной комиссии (ревизора); работы комиссии по контролю за соблюдением законодательства; организации и деятельности его представительств; организации и деятельности фонда взаимного кредитования; организации и деятельности фонда проката; внутреннего распорядка работы такого объединения;
- принятие решений о реорганизации или о ликвидации такого объединения, назначении ликвидационной комиссии, а также утверждение промежуточного и окончательного ликвидационных балансов;
- принятие решений о формировании и об использовании имущества такого объединения, о создании и развитии объектов инфраструктуры, а также установление размеров целевых фонтов и соответствующих взносов;
- установление размера пеней за несвоевременную уплату взносов, изменение сроков внесения взносов малообеспеченными членами такого объединения;
- утверждение приходно-расходной сметы такого объединения и принятие решений о ее использовании;

- утверждение приходно-расходной сметы такого объединения и принятие решений о ее исполнении;
- рассмотрение жалоб на решения и действия членов правления, председателя правления, членов ревизионной комиссии (ревизора), членов комиссии по контролю за соблюдением законодательства, должностных лиц фонда взаимного кредитования и должностных лиц фонда проката;
- утверждение отчетов правления, ревизионной комиссии (ревизора), комиссии по контролю за соблюдением законодательства, фонда взаимного кредитования, фонда проката;
- поощрение членов правления, ревизионной комиссии (ревизора), комиссии по контролю за соблюдением законодательства, фонда взаимного кредитования, фонда проката и членов такого объединения.

Общее собрание членов садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения (собрание уполномоченных) вправе рассматривать любые вопросы деятельности такого объединения и принимать по ним решения.

Общее собрание членов садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения (собрание уполномоченных) созывается правлением такого объединения по мере необходимости, но не реже чем один раз в год. Внеочередное общее собрание членов такого объединения (собрание уполномоченных) проводится по решению его правления, требованию ревизионной комиссии (ревизора) такого объединения, а также по предложению органа местного самоуправления или не менее чем одной пятой общего числа членов такого объединения.

Правление садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения обязательно в течение семи дней со дня получения предложения органа местного самоуправления или не менее чем одной пятой общего числа членов такого объединения либо требования ревизионной комиссии (ревизора) такого объединения о проведении внеочередного общего собрания членов такого объединения (собрания уполномоченных) рассмотреть указанное предложение или требование и принять решение о проведении внеочередного общего собрания членов такого объединения (собрания уполномоченных) или об отказе в его проведении.

Правление садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения может отказать в проведении внеочередного общего собрания членов такого объединения (собрания уполномоченных) указанное общее собрание членов садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения (собрание уполномоченных) должно быть проведено не позднее чем через тридцать дней со дня поступления предложения или требования о его проведении. В случае, если правление садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения приняло решение об отказе в проведении внеочередного общего собрания членов такого объединения (собрания уполномоченных), оно информирует в письменной форме ревизионную комиссию (ревизора) такого объединения или членов такого объединения либо орган местного самоуправления, требующих проведения внеочередного общего собрания членов садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения (собрания уполномоченных), о причинах отказа.

Отказ правления садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения в удовлетворении предложения или требования о проведении внеочередного общего собрания членов такого объединения (собрания уполномоченных) ревизионная комиссия (ревизор), члены такого объединения, орган местного самоуправления могут обжаловать в суд.

Уведомление членов садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения о проведении общего собрания его членов (собрания уполномоченных) может осуществляться в письменной форме (почтовые открытки, письма), посредством соответствующих сообщений в средствах массовой информации, а также посредством размещения соответствующих объявлений на информационных щитах, расположенных на территории такого объединения, если его уставом не установлен иной порядок уведомления. Уведомление о проведении общего собрания членов такого объединения (собрания уполномоченных) направляется не позднее чем за две недели до даты его проведения. В уведомлении о проведении общего собрания членов такого объединения (собрания уполномоченных) должно быть указано содержание выносимых на обсуждение вопросов.

Общее собрание членов садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения (собрание уполномоченных) правомочно, если на указанном собрании присутствует более чем 50% членов такого объединения (не менее чем 50% уполномоченных). Член такого объединения вправе участвовать в голосовании личного или через своего представителя, полномочия которого должны быть оформлены доверенностью, заверенной председателем такого объединения.

Председатель общего собрания членов садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения (собрания уполномоченных) избирается простым большинством голосов присутствующих на общем собрании членов такого объединения.

Решения о внесении изменений в устав такого объединения и дополнений к его уставу или об утверждении устава в новой редакции, исключении из членов такого объединения, о его ликвидации и (или) реорганизации, назначении ликвидационной комиссии и об утверждении промежуточного и окончательного

ликвидационных балансов принимаются общим собранием членов такого объединения (собранием уполномоченных) большинством в две трети голосов.

Другие решения общего собрания членов садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения (собрания уполномоченных) принимаются простым большинством голосов.

Решения общего собрания членов садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения (собрания уполномоченных) доводятся до сведения его членов в течение семи дней после даты принятия указанных решений в порядке, установленной уставом такого объединения.

Член садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения вправе обжаловать в суд решение общего собрания его членов (собрания уполномоченных) или решение органа управления таким объединением, которые нарушают права и законные интересы члена такого объединения.

При необходимости решение общего собрания членов садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения может приниматься путем проведения заочного голосования (опросным путем).

Порядок и условия проведения заочного голосования устанавливается уставом садоводческого, огороднического и дачного некоммерческого объединения и внутренним регламентом о проведении заочного голосования, порядок сообщения членам такого объединения предполагает повестки дня, ознакомление с необходимыми сведениями и документами, внесения предложений о включении в повестку дня дополнительных вопросов, а также указание конкретного срока окончания процедуры заочного голосования.

Общее собрание членов садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения не может проводиться в заочной форме, если в повестку дня включены вопросы утверждения приходно-расходной сметы, отчеты правления и ревизионной комиссии (ревизора) такого объединения (ст.21).

Полномочия правления

Правление садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения в своей деятельности руководствуется законодательством Российской Федерации, законодательством субъектов Российской Федерации, нормативными правовыми актами органов местного самоуправления и уставом такого объединения.

Правление является коллегиальным исполнительным органом, избирается прямым тайным голосованием из числа членов объединения на срок два года общим собранием членов такого объединения (собранием уполномоченных) и подотчетно общему собранию (собранию уполномоченных), если уставом такого объединения не предусмотрено иное. Численный состав членов правления устанавливается общим собранием членов такого объединения (собранием уполномоченных).

Вопрос о досрочном переизбрании членов правления может быть поставлен по требованию не менее чем одной трети членов такого объединения.

Заседания правления созываются председателем правления в сроки, установленные правлением, а также по мере необходимости. Заседания правомочны, если на них присутствует не менее чем две трети его членов.

Решения правления принимаются открытым голосованием простым большинством голосов присутствующих членов правления.

Решения правления садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения обязательны для исполнения всеми членами такого объединения и его работниками, заключившими трудовые договоры с таким объединением.

К компетенции правления садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения относятся:

- практическое выполнение решений общего собрания членов такого объединения (собрания уполномоченных);
- принятие решения о проведении внеочередного общего собрания членов такого объединения (собрания уполномоченных) или об отказе в его проведении;
- оперативное руководство текущей деятельностью такого объединения;
- составление приходно-расходных смет и отчетов такого объединения, представление их на утверждение общего собрания его членов (собрания уполномоченных);
- распоряжение материальными и нематериальными активами такого объединения в пределах, необходимых для обеспечения его текущей деятельности;
- организационно-техническое обеспечение деятельности общего собрания членов такого объединения (собрания уполномоченных);
- организация учета и отчетности такого объединения, подготовка годового отчета и представление его на утверждение общего собрания членов такого объединения (собрания уполномоченных);
- организация охраны имущества такого объединения и имущества его членов;
- организация страхования имущества такого объединения и имущества его членов;
- организация строительства, ремонта и содержания зданий, строений, сооружений, инженерных сетей, дорог и других объектов общего пользования;
- приобретение и доставка посадочного материала, садового инвентаря, удобрений, ядохимикатов;

- обеспечение делопроизводства такого объединения и содержание его архива;
- прием на работу в такое объединение лиц по трудовым договорам, их увольнение, поощрение и наложение на них взысканий, ведение учета работников;
- контроль за своевременным внесением вступительных, членских, целевых, паевых и дополнительных взносов;
- совершение от имени такого объединения сделок;
- оказание членам такого объединения содействия в безвозмездной передаче сельскохозяйственной продукции детским домам, домам-интернатам для престарелых и инвалидов, дошкольным образовательным учреждениям;
- осуществление внешнеэкономической деятельности такого объединения;
- соблюдение таким объединением законодательства Российской Федерации и устава такого объединения;
- рассмотрение заявлений членов такого объединения.

Правление садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения в соответствии с законодательством Российской Федерации и уставом имеет право принимать решения, необходимые для достижения целей деятельности такого объединения и обеспечения его нормальной работы, за исключением решений, которые касаются вопросов, отнесенных к компетенции общего собрания его членов (собрания уполномоченных) (ст.22).

Полномочия председателя правления

Правление садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения возглавляет **председатель правления**, избранный из числа членов правления на срок два года.

Полномочия председателя правления определяется законом и уставом такого объединения.

Председатель правления при несогласии с решением правления вправе обжаловать данное решение общему собранию членов такого объединения (собранию уполномоченных).

Председатель правления садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения действует без доверенности от имени такого объединения, в том числе:

- председательствует на заседаниях правления;
- имеет право первой подписи под финансовыми документами, которые в соответствии с уставом объединения не подлежат обязательному одобрению правлением или общим собранием членов такого объединения (собранием уполномоченных);
- подписывает другие документы от имени такого объединения и протоколы заседания правления;
- на основании решения правления заключает сделки и открывает в банках счета такого объединения;
- выдает доверенности, в том числе с правом передоверия;
- обеспечивает разработку и вынесение на утверждение общего собрания членов такого объединения (собрания уполномоченных) внутренних регламентов такого объединения, положения об оплате труда работников, заключивших трудовые договоры с таким объединением;
- осуществляет представительство от имени такого объединения в органах государственной власти, органах местного самоуправления, а также в организациях;
- рассматривает заявления членов такого объединения.

Председатель правления садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения в соответствии с уставом такого объединения исполняет другие необходимые для обеспечения нормальной деятельности такого объединения обязанности, за исключением обязанностей, закрепленных за другими органами управления таким объединением (ст.23).

Председатель правления садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения и члены его правления несут ответственность перед таким объединением за убытки, причиненные такому объединению их действиями (бездействием). При этом не несут ответственности члены правления, голосовавшие против решения, которое повлекло за собой причинение такому объединению убытков, или не принимавшие участия в голосовании.

Председатель правления и его члены при выявлении финансовых злоупотреблений и нарушений, причинение убытков такому объединению могут быть привлечены к дисциплинарной, материальной, административной или уголовной ответственности в соответствии с законодательством (ст.24).

Контроль за финансово-хозяйственной деятельностью объединения

Контроль за финансово-хозяйственной деятельностью садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения, в том числе за деятельностью его председателя, членов правления и правления, осуществляет ревизионная комиссия (ревизор) в составе одного или не менее чем трех человек, избранная из числа членов такого объединения общим собранием его членов на срок два года. В состав ревизионной комиссии (ревизором) не могут быть избраны председатель и члены правления, а также их супруги, родители, дети, внуки, братья и сестры (их супруги).

Порядок работы ревизионной комиссии (ревизора) и ее полномочия регулируются положением о ревизионной комиссии (ревизоре), утвержденным общим собранием членов такого объединения (собранием уполномоченных).

Ревизионная комиссия (ревизор) подотчетна общему собранию членов такого объединения. Перевыборы ревизионной комиссии (ревизора) могут быть проведены досрочно по требованию не менее чем одной четверти общего числа членов такого объединения.

Члены ревизионной комиссии (ревизор) садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения несут ответственность за надлежащее выполнение установленных обязанностей.

Ревизионная комиссия (ревизор) садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения обязана:

- проверять выполнение правлением такого объединения и председателем правления решений общих собраний членов такого объединения (собраний уполномоченных), законность гражданско-правовых сделок, совершенных органами управления таким объединением, нормативных правовых актов, регулирующих деятельность такого объединения, состояние его имущества;
- осуществлять ревизии финансово-хозяйственной деятельности такого объединения не реже чем один раз в год, а также по инициативе членов ревизионной комиссии (ревизора), решению общего собрания членов такого объединения (собрания уполномоченных) либо по требованию одной пятой общего числа членов такого объединения или одной трети общего числа членов его правления;
- отчитываться о результатах ревизии перед общим собранием членов такого объединения (собранием уполномоченных) с представлением рекомендации об устранении выявленных нарушений;
- докладывать общему собранию членов такого объединения (собранию уполномоченных) обо всех выявленных нарушениях в деятельности органов управления таким объединением;
- осуществлять контроль за своевременным рассмотрением правлением такого объединения и председателем данного правления заявлений членов такого объединения.

По результатам ревизии при создании угрозы интересам садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения и его членам либо при выявлении злоупотреблений членов правления такого объединения и председателя правления ревизионная комиссия (ревизор) в пределах своих полномочий вправе созывать внеочередное общее собрание членов такого объединения.

В целях предупреждения и ликвидации нарушений землепользования, а также в целях охраны памятников и объектов природы, истории и культуры на общем собрании членов объединения (собрании уполномоченных) может избираться комиссия **по контролю за соблюдением законодательства**, которая работает под руководством правления.

Комиссия оказывает консультативную помощь членам такого объединения, обеспечивает выполнение земельного, природоохранного, лесного, водного законодательства, составляет акты о нарушениях законодательства и передает их для принятия мер на рассмотрение правления такого объединения.

Члены комиссии могут быть назначены общественными инспекторами государственных органов, осуществляющих контроль за соблюдением законодательства, и наделены соответствующими полномочиями.

В объединении, число членов которого менее тридцати, комиссия может не избираться, ее функции в данном случае возлагаются на одного или нескольких членов правления такого объединения.

Протоколы общих собраний объединения (собраний уполномоченных) подписывают председатель и секретарь такого собрания; данные протоколы заверяются печатью такого объединения и хранятся в его делах постоянно.

Протоколы заседаний правления и ревизионной комиссии (ревизора), комиссии по контролю за соблюдением законодательства подписывает председатель правления или заместитель председателя. Данные протоколы заверяются печатью и хранятся в делах постоянно.

Копии протоколов общих собраний, заседаний правления, ревизионной комиссии объединения, комиссии по контролю за соблюдением законодательства, заверенные выписки из протоколов представляются для ознакомления членам объединения по их требованию, а также органу местного самоуправления, органам государственной власти субъекта Российской Федерации, судебным и правоохранительным органам, организациям в соответствии с их запросами (ст.25-27).

Формы государственной поддержки садоводов, огородников и дачников определены в гл.8 (ст.35-38) Закона №66-ФЗ.

Ответственность должностных лиц органов государственной власти, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных учреждений за нарушения земельного законодательства определена ст.48-51 указанного закона.

Реорганизация и ликвидация садоводческого объединения

Реорганизация садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения (слияние, присоединение, разделение, выделение, изменение организационно-правовой формы) и его ликвидация осуществляются в соответствии с решением общего собрания членов такого объединения на основании законодательства Российской Федерации и ст.39-45 Закона №66-ФЗ.

Распоряжение земельным участком ликвидируемого садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации и законодательством субъектов Российской Федерации.

В случае если у ликвидируемого садоводческого, огороднического или дачного потребительского кооператива недостаточно средств на удовлетворение требований кредиторов, кредиторы вправе обратиться в суд с иском об удовлетворении оставшейся части требований за счет имущества членов такого кооператива.

Выплата средств кредиторам ликвидируемого садоводческого, огороднического и дачного некоммерческого объединения производится ликвидационной комиссией в порядке очередности, установленной ГК РФ, и в соответствии с промежуточным ликвидационным балансом начиная с дня его утверждения.

После завершения расчетов с кредиторами ликвидационная комиссия составляет ликвидационный баланс, который утверждает общее собрание членов садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения (собрание уполномоченных) либо принявший решение о ликвидации такого объединения орган.

Земельный участок и недвижимое имущество, находящиеся в совместной собственности либо в собственности садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения и оставшиеся после удовлетворения требований кредиторов, могут быть с согласия бывших членов такого объединения проданы в порядке, предусмотренным законодательством Российской Федерации, а вырученные средства за указанные земельный участок и недвижимое имущество переданы членам такого объединения в равных долях.

Ликвидация садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения считается завершенной, а такое объединение – прекратившим существование после внесения об этом записи в единый государственный реестр юридических лиц. Орган, осуществляющий государственную регистрацию юридических лиц, сообщает о ликвидации такого объединения в органах печати, в которых публикуются данные о государственной регистрации юридических лиц.

Документы и бухгалтерская отчетность ликвидированного садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения передаются на хранение в государственный архив, который обязан в случае необходимости допускать для ознакомления с указанными материалами членов ликвидационного объединения и его кредиторов, а также выдавать по их просьбе необходимые копии, выписки и справки.

Запись о прекращении деятельности садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения вносится органом, осуществляющим государственную регистрацию лиц, в порядке, предусмотренном федеральным законом о государственной регистрации юридических лиц.

Государственная регистрация изменений учредительных документов садоводческих, огороднических и дачных некоммерческих объединений осуществляется в порядке, установленном законом о государственной регистрации юридических лиц (ст.40-45).

3.1.10. Правила застройки территорий садоводческих объединений

Разработка проектов организации и застройки территории садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого объединения осуществляется в соответствии с установленными земельным и градостроительным законодательством правилами землепользования и застройки, системой государственных градостроительных нормативов и правил, а также ст.32-34 Закона №66-ФЗ.

Постановлением Госстроя России от 10 сентября 1997 г. №18-51 приняты и введены в действие *Правила планировки и застройки территорий садоводческих объединений граждан* (СНиП 30-02-97).

Указанные Правила распространяются на проектирование застройки территорий садоводческих объединений граждан, зданий и сооружений.

Нормы и правила составлены с учетом требований следующих нормативных документов:

- СП 11-106-97 «Разработка, согласование, утверждение и состав проектно-планировочной документации на застройку территорий садоводческих объединений граждан»;
- СНиП 2.04.01-85* «Внутренний водопровод и канализация зданий»;
- СНиП 2.04.02-84* «Водоснабжение. Наружные сети и сооружения»;
- СНиП 2.04.03-85 «Канализация. Наружные сети и сооружения»;
- СНиП 2.04.05-91* «Отопление, вентиляция и кондиционирование»;
- СНиП 2.04.08-87* «Газоснабжение»;

- СНиП 2.05.13-90 «Нефтепродуктопроводы, прокладываемые на территории городов и других населенных пунктов»;
- СНиП 2.07.07-89* «Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений»;
- СНиП 2.08.01-89* «Жилые здания»;
- СНиП II-2-79* «Строительная теплотехника»;
- СНиП 3.05.04-85* «Наружные сети и сооружения водоснабжения и канализации»;
- ВСН 59-88 «Электрооборудование жилых и общественных зданий. Нормы проектирования»;
- НПБ 106-95 «Индивидуальные жилые дома. Противопожарные требования»;
- ПУЭ «Правила устройства электроустановок»;
- СанПиН 2.1.4.027-95 «Санитарные правила и нормы «Зоны санитарной охраны источников водоснабжения и водопроводов хозяйственно-питьевого назначения»;
- РД 34.21.122-87 «Инструкция по устройству молниезащиты зданий и сооружений»;
- Положение о порядке проектирования и эксплуатации зон санитарной охраны источников водоснабжения и водопроводов хозяйственно-питьевого назначения. №2640-82.

Перечень основных документов, необходимых для разработки, согласования и утверждения проектной документации по планировке и застройке территории садоводческих объединений, приведен в СП 11-106.

Общие положения

Организация территории садоводческого объединения осуществляется в соответствии с утвержденным администрацией местного самоуправления проектом планировки и застройки территории садоводческого объединения, являющимся юридическим документом, обязательным для исполнения всеми участниками освоения и застройки территории садоводческого объединения. Все изменения и отклонения от проекта должны быть утверждены администрацией местного самоуправления.

При установлении границ территории садоводческого объединения должны соблюдаться требования по охране окружающей среды; по защите территории от шума и выхлопных газов транспортных магистралей, промышленных объектов, от электрических, электромагнитных излучений, от выделяемого из земли радона и других негативных воздействий.

Размещение территорий садоводческих объединений в санитарно-защитных зонах промышленных предприятий запрещается.

Территорию садоводческого объединения необходимо отделять от железных дорог любых категорий и автодорог общего пользования I, II, III категорий санитарно-защитной зоной шириной не менее 50 м, от автодорог IV категории – не менее 25 м с размещением в ней лесополосы шириной не менее 10 м.

Запрещается размещение территорий садоводческих объединений на землях, расположенных под линиями высоковольтных передач. Расстояние по горизонтали от крайних проводов высоковольтных линий (при наибольшем их отклонении) до границы территории садоводческого объединения принимается в соответствии с правилами устройства электроустановок (ПУЭ).

Расстояние от застройки до лесных массивов на территории садоводческих объединений должно быть не менее 15 м.

При пересечении территории садоводческого объединения инженерными коммуникациями или подлежащими охране природными объектами следует предусматривать санитарно-защитные зоны в соответствии с действующими нормами СНиП 2.07.01 и СНиП 3.05.04.

Территории садоводческих объединений в зависимости от числа садовых участков, расположенных на них, подразделяются:

- на малые – от 15 до 100;
- средние – от 101 до 300;
- крупные – 301 и более садовых участков.

Планировка и застройка территории садоводческого объединения

По границе территории садоводческого объединения, как правило, предусматривается ограждение. Допускается не предусматривать ограждение при наличии естественных границ – реки, бровки оврага и др.

Ограждение территории садоводческого объединения не следует заменять рвами, канавами, земляными валами.

Территория садоводческого объединения должна быть соединена подъездной дорогой с автомобильной дорогой общего пользования.

На территории садоводческого объединения с числом садовых участков до 50 следует предусматривать один въезд, более 50 – дополнительно один и более въездов. Ширина ворот должна быть не менее 4,5 м, калитки – не менее 1 м.

Земельный участок, предоставленный садоводческому объединению, состоит из земель общего пользования и земель индивидуальных садовых участков.

К **землям общего пользования** относятся земли, занятые дорогами, улицами, проездами (в пределах красных линий), пожарными водоемами, а также площадками и участками объектов общего пользования (включая их санитарно-защитные зоны). Обязательный перечень объектов общего пользования приведен в табл.1, рекомендуемый – СП 11-106.

Таблица 1. Минимально необходимый состав зданий, сооружений, площадок общего пользования

Объекты	Удельные размеры земельных участков, м ² на садовый участок, на территории садоводческих (дачных) объединений с числом участков		
	15-100 (малые)	101-300 (средние)	301 и более (крупные)
Сторожка с правлением объединения	1-0,7	0,7-0,5	0,4-0,2
Магазин смешанной торговли	2-0,5	0,5-0,2	0,2 и менее
Здания и сооружения для хранения средств пожаротушения	0,5	0,4	0,35
Площадки для мусоросборников	0,1	0,1	0,1
Площадка для стоянки автомобилей при въезде на территорию садоводческого объединения	0,9	0,9-0,4	0,4 и менее

Примечание. Типы и размеры зданий и сооружений для хранения средств пожаротушения определяются по согласованию с органами Государственной противопожарной службы. Помещение для хранения переносной мотопомпы и противопожарного инвентаря должно иметь площадь не менее 10 м² и негорюемые стены.

При въезде на территорию общего пользования садоводческого объединения предусматривается сторожка, состав и площади помещений которой устанавливаются уставом садоводческого объединения.

Планировочное решение территории садоводческого объединения должно обеспечивать проезд автотранспорта ко всем индивидуальным садовым участкам, объединенным в группы, и объектам общего пользования.

На территории садоводческого объединения ширина улиц и проездов в красных линиях устанавливается архитектурно-планировочным заданием на проектирование и должна быть:

- для улиц – не менее 9 м;
- для проездов – не менее 7 м.

Минимальный радиус поворота – 6,5м.

На проездах следует предусматривать разъездные площадки длиной не менее 15 м и шириной не менее 7 м, включая ширину проезжей части. Расстояние между разъездными площадками, а также между разъездными площадками и перекрестками должно быть не более 200м.

Максимальная протяженность тупикового проезда согласно требованиям СНиП 2.07.01 и НПБ 106 не должна превышать 150 м.

Тупиковые проезды обеспечиваются разворотными площадками размером не менее 12 × 12м. Использование разворотной площадки для стоянки автомобилей не допускается.

Для обеспечения пожаротушения на территории общего пользования садоводческого объединения должны предусматриваться противопожарные водоемы или резервуары вместимостью при числе участков: до 300 – не менее 25 м³, более 300 – не менее 60 м³ каждый с площадками для установки пожарной техники, с возможностью забора воды насосами и организацией подъезда не менее двух пожарных автомобилей.

Количество водоемов и их расположение определяются требованиями СНиП 2.04.02.

Садоводческие объединения, включающие до 300 садовых участков, в противопожарных целях должны иметь переносную мотопомпу, при числе участков от 301 до 1000 – прицепную мотопомпу, более 1000 – не менее двух прицепных мотопомп.

Для хранения мотопомп обязательно строительство специального помещения.

Типы и размеры зданий и сооружений для хранения средств пожаротушения определяются по согласованию с органами Государственной противопожарной службы. Помещение для хранения переносной мотопомпы и противопожарного инвентаря должно иметь площадь не менее 10 м², негорюемые стены.

Территории садоводческих объединений должны быть обеспечены противопожарным водоснабжением путем подключения к наружным водопроводным сетям либо путем устройства противопожарных водоемов и резервуаров.

На наружных водопроводных сетях через каждые 100 м следует устанавливать соединительные головки для забора воды пожарными машинами.

Водонапорные башни, расположенные на территории садоводческих объединений, должны быть оборудованы устройствами (соединительными головками и т.п.) для забора воды пожарными машинами.

По согласованию с органами Государственной противопожарной службы допускается для пожаротушения использовать естественные источники, расположенные на расстоянии не более 200 м от территорий садоводческих объединений.

Расход воды для пожаротушения следует принимать 5 л/с.

Здания и сооружения общего пользования должны отстоять от границ садовых участков не менее чем на 4 м.

На территории садоводческих объединений и за ее пределами запрещается организовывать свалки отходов.

Бытовые отходы, как правило, должны утилизироваться на садовых участках. Для не утилизируемых отходов (стекло, металл, полиэтилен и др.) на территории общего пользования должны быть предусмотрены площадки для мусорных контейнеров.

Площадки для мусорных контейнеров размещаются на расстоянии не менее 20 и не более 100 м от границ садовых участков.

Планировка и застройка садовых участков

Площадь индивидуального садового участка принимается не менее 0,06 га.

Индивидуальные садовые участки, как правило, должны быть огорожены. Ограждения с целью минимального затенения территории соседних участков должны быть сетчатыми или решетчатыми. Допускается по решению общего собрания членов садоводческого объединения устройство глухих ограждений со стороны улиц и проездов.

На садовом участке следует предусматривать устройство компостной площадки, ямы или ящика, а при отсутствии канализации - и уборной.

На садовом участке допускается разводить садовый дом сезонного, временного или круглогодичного пользования, хозяйственные постройки и сооружения, в том числе постройки для содержания мелкого скота и птицы, теплицы и другие сооружения с утепленным грунтом, навес или гараж для автомобиля. Строительство указанных объектов должно осуществляться по соответствующим проектам.

Противопожарные расстояния между строениями и сооружениями в пределах одного садового участка не нормируются.

Допускается группировать и блокировать строения и сооружения на двух соседних участках при однорядной застройке и на четырех соседних участках при двухрядной застройке.

Садовый дом должен отстоять от красной линии улиц не менее чем на 5 м, от красной линии проездов - не менее чем на 3 м. При этом должны быть учтены противопожарные расстояния между садовыми домами, расположенными на противоположных сторонах проезда. Расстояние от хозяйственных построек до красных линий улиц и проездов должно быть не менее 5 м.

Минимальные расстояния до границы соседнего садового участка по санитарно-бытовым условиям должны быть:

- от садового дома - 3 м;
- от постройки для содержания мелкого скота и птицы - 4 м;
- от других построек - 1 м;
- от стволов высокорослых деревьев - 4 м, среднерослых - 2 м;
- от кустарника - 1 м.

Минимальные расстояния между постройками по санитарно-бытовым условиям должны быть:

- от садового дома и погреба до уборной - 12 м;
- до душа, бани и сауны - 8 м;
- от колодца до уборной и компостного устройства - 8 м;
- до постройки содержания мелкого скота и птицы, душа, бани, сауны - 12 м;
- от погреба до компостного устройства и постройки для содержания мелкого скота и птицы - 7 м.

Указанные расстояния должны соблюдаться как между постройками на одном участке, так и между постройками, расположенными на смежных участках.

Допускается примыкание хозяйственных построек к садовому дому. При этом помещения для мелкого скота и птицы должны иметь изолированный наружный вход, расположенный не ближе 7 м от входа в садовый дом.

Возможно объединение хозяйственной постройки и садового дома при соблюдении санитарно-гигиенических требований.

Гаражи для автомобилей могут быть отдельно стоящими встроенными или пристроенными к садовому дому и хозяйственным постройкам.

Конструктивные решения зданий и сооружений

Садовые дома проектируются (возводятся) с различной объемно-планировочной структурой: одноэтажные, двухэтажные, мансардные, с произвольным перепадом уровней этажей.

Под садовым домом и хозяйственными постройками допускается устройство подвала и погреба. Под помещениями для скота и птицы устройство погреба не допускается.

Высота жилых помещений принимается от пола до потолка не менее 2,2м. Высоты хозяйственных помещений, в том числе расположенных в подвале, следует принимать не менее 2 м, в высоту погреба - не менее 1,6м до низа выступающих конструкций (балок, прогонов).

При проектировании домов для круглогодичного проживания следует учитывать требования СНиП 2.08.01 и СНиП II-3.

Лестницы, ведущие на второй этаж (в том числе на мансарду), могут располагаться как внутри, та и снаружи садовых домов. Размеры указанных лестниц, а также лестниц, ведущих в подвальные и цокольные этажи, принимаются в зависимости от конкретных условий и, как правило, с учетом требования СНиП 2.08.01.

Не допускается организация стока дождевой воды с крыш на соседний участок.

Инженерное обустройство

Территория садоводческого объединения должна быть оборудована **системой водоснабжения**, отвечающей требованиям СНиП 2.04.02.

Снабжение хозяйственно-питьевой водой может производиться как от централизованной системы водоснабжения, так и автономно - от шахтных и мелкотрубчатых колодцев, каптажей родников с соблюдением действующего Положения о порядке проектирования и эксплуатации санитарной охраны источников водоснабжения и водопроводов хозяйственно-питьевого назначения №2640-82.

Устройство ввода водопровода в садовые дома СНиП 2.04.01 допускается при наличии местной канализации или при подключении к централизованной системе канализации.

Свободный напор воды в сети водопровода на территории садоводческого объединения должен быть не менее 0,1 МПа.

На территории общего пользования садоводческого объединения должны быть предусмотрены **источники питьевой воды**. Вокруг каждого источника организуется санитарно-защитная зона:

- для артезианских скважин - радиусом от 30 до 50 м (устанавливается гидрогеологами);
- для родников и колодцев - в соответствии с действующими санитарными правилами и нормами СанПиН 2.1.4.027.

Для полива садово-огородных культур, как правило, следует использовать открытые водоемы и специально оборудованные котлованы - накопители воды - или предусматривать водопроводную сеть сезонного действия.

При наличии водопровода или артезианской скважины для учета расходуемой воды на водоразборных устройствах на территории общего пользования и на каждом садовом участке следует предусматривать установку счетчиков.

В отапливаемых садовых домах обогрев и горячее водоснабжение следует предусматривать от автономных систем, к которым относятся источники теплоснабжения (котел, печь и др.; при устройстве печей и каминов следует выполнять требования СНиП 2.04.05), а также нагревательные приборы и водоразборная арматура.

Сбор, удаление и обезвреживание нечистот могут быть неканализованными, с помощью местных очистных сооружений, размещение и устройство которых осуществляются с соблюдением соответствующих норм и согласованием в установленном порядке. Возможно также подключение к централизованным системам канализации при соблюдении требований СНиП 2.04.03.

При неканализованном удалении фекалий надлежит обеспечивать устройства с местным компостированием - пудр-клозеты, биотуалеты.

Допускается использование выгребных устройств типа люфт-клозет и надводная уборная. Применение выгребных устройств должно быть согласовано в каждом отдельном случае на стадии разработки проекта местными органами по регулированию, использованию и охране подземных вод, с учреждениями санитарно-эпидемиологической службы.

Сбор и обработку стоков душа, бани, сауны и хозяйственных сточных вод следует производить в фильтрованной траншее с гравийно-песчаной засыпкой или в других очистных сооружениях.

Допускаются хозяйственные сточные воды сбрасывать в наружный кювет по специальной канаве.

Газоснабжение садовых домов может быть от газобаллонных установок сжиженного газа, от резервуарных установок со сниженным газом или от газовых сетей. Проектирование газовых систем, установку газовых плит и приборов учета расхода газа следует осуществлять в соответствии с требованиями Правил безопасности в газовом хозяйстве и СНиП 2.04.08.

Баллоны со сжиженным газом следует хранить на промежуточном складе газовых баллонов, расположенном на территории общего пользования. Хранение баллонов на садовых участках не допускается.

Баллоны вместимостью более 12л для снабжения газом кухонных и других плит должны располагаться в пристройке из негорючего материала или в металлическом ящике у глухого участка наружной стены не ближе 5 м от входа в здание. На кухне согласно требованиям НПБ 106 допускается устанавливать баллон с горючим газом вместимостью не более 12л.

Сети электроснабжения на территории садоводческого объединения следует предусматривать, как правило, воздушными линиями. Запрещается проведение воздушных линий непосредственно над садовыми участками, кроме индивидуальной подводки.

Электрооборудование и молниезащиту садовых домов и хозяйственных построек следует проектировать в соответствии с требованиями Правил устройства электроустановок (ПУЭ), РД 34.21.122, ВСН 59 и НПБ 106.

В садовом доме следует предусматривать установку счетчика для учета потребляемой электроэнергии.

На улицах и в проездах территории садоводческого объединения следует предусматривать наружное освещение, управление которым осуществляется, как правило, из сторожки.

Помещение сторожки должно быть обеспечено телефонной или радиосвязью с ближайшим населенным пунктом, позволяющей осуществлять вызов неотложной медицинской помощи, пожарной, милицейской и аварийных служб.

3.1.11. Правила пользования лесными ресурсами

Пользование лесными ресурсами регулируется лесным законодательством, которое состоит из Лесного кодекса от 4 декабря 2006г. №200-ФЗ (в ред. От 24.07.2009), других федеральных законов и принимаемых в соответствии с ними законов субъектов РФ, постановлений Правительства РФ, нормативных правовых актов субъектов РФ и муниципальных правовых актов.

Имущественные отношения, связанные с оборотом лесных участков и лесных насаждений, регулируются гражданским законодательством, а также Земельным кодексом, если иное не установлено Лесным кодексом, другими федеральными законами.

Участниками лесных отношения являются Российская Федерация, субъекты РФ, муниципальные образования, граждане и юридические лица.

Понятие леса

Использование, охрана, защита, воспроизводство лесов осуществляются исходя из понятия о лесе как об экологической системе или как о природном ресурсе.

Леса располагаются на землях лесного фонда и землях иных категорий.

Использование, охрана, защита, воспроизводство лесов осуществляются в соответствии с целевым назначением земель, на которых эти леса располагаются.

Границы земель лесного фонда и границы земель иных категорий, на которых располагаются леса, определяются в соответствии с земельным законодательством, лесным законодательством и законодательством о градостроительной деятельности.

Лесным участком является земельный участок, границы которого определяются в соответствии с установленным порядком.

Лесные участки в составе земель лесного фонда находятся в федеральной собственности. Формы собственности на лесные участки в составе земель иных категорий определяются в соответствии с земельным законодательством.

Право постоянного (бессрочного) пользования лесными участками. Право ограниченного пользования чужими лесными участками (сервитут), право аренды лесных участков, а также право безвозмездного срочного пользования лесными участками возникает и прекращается по основаниям и в порядке, которые предусмотрены гражданским законодательством, законодательством РФ о концессионных соглашениях и земельным законодательством, если иное не предусмотрено Лесным кодексом (ст.5-9).

Правила пребывания граждан в лесах

Правила пребывания граждан в лесах предусматривает ст. 11 Лесного кодекса.

Граждане имеют право свободно и бесплатно пребывать в лесах и для собственных нужд осуществлять заготовку и сбор дикорастущих плодов, ягод, орехов, грибов, других пригодных для употребления в пищу лесных ресурсов (пищевых лесных ресурсов), а также недревесных лесных ресурсов (п.1. ст. 11).

К недревесным лесным ресурсам относятся пни, береста, кора деревьев и кустарников, хворост, веточных корм, еловая, пихтовая, сосновая лапы, если и деревья других хвойных пород для новогодних праздников, мох, лесная подстилка, камыш, тростник и подобные лесные ресурсы (п.2 ст.32).

Порядок заготовки и сбора гражданами лесных ресурсов для собственных нужд устанавливается законом субъекта РФ (п.4 ст.32). Ограничение заготовки гражданами пищевых лесных ресурсов и сбора ими лекарственных растений для собственных нужд может устанавливаться в соответствии со ст. 27 ЛК РФ.

Граждане обязаны соблюдать правила пожарной безопасности в лесах, правила санитарной безопасности в лесах, правила лесовосстановления и правила ухода за лесами (п.2 ст.11)

Пребывание граждан в лесах может быть ограничено в целях обеспечения:

- пожарной и санитарной безопасности в лесах;
- безопасности граждан при выполнении работ.

Запрещение или ограничение пребывания граждан в лесах по иным основаниям не допускаются (п.5 и 6 ст.11).

Пребывание граждан в лесах в целях охоты регулируется лесным законодательством и законодательством о животном мире (п.7 ст.11).

Правила охоты в лесах регламентирует Федеральный закон от 24 июля 2009 г. №209-ФЗ « Об охоте и о сохранении охотничьих ресурсов и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Он закрепил такие виды охоты, как промысловая, любительская и спортивная. Предусмотрена также охота в целях осуществления научно-исследовательской, образовательной деятельности, акклиматизации и переселения охотничьих ресурсов, обеспечения ведения традиционного образа жизни и традиционной хозяйственной деятельности коренных малочисленных народов.

Любой из перечисленных видов охоты может осуществляться при наличии разрешения на добычу охотничьих ресурсов (за исключением отдельных случаев).

Определен правовой статус охотника, которому обязательно выдается охотничий билет. Сведения об указанных лицах и о выданных билетах заносятся в охотхозяйственный реестр. Для получения билета необходимо сдать охотничий минимум.

Для каждого региона установлен лимит на добычу охотничьих ресурсов (за исключением отдельных видов).

Земельные, лесные участки и право на добычу охотничьих ресурсов в границах охотничьих угодий можно арендовать на основании охотхозяйственных соглашений. Они заключаются на срок от 20 до 49 лет по результатам проведения аукционов.

Закон №209-ФЗ вступил в силу с 1 апреля 2010 г., за исключением отдельных приложений, для которых предусмотрены иные сроки вступления в силу.

3.2. Основные участники проекта

Инвестор

Фактический собственник проекта. Лицо, которое будет являться «денежным мешком» и от которого первоначально будет идти финансирование проекта. Имеется понимание, что данным лицом будет являться одно физическое лицо.

Проект

Единый комплекс рассматриваемых земельных участков подлежащих созданию и последующей розничной продаже.

Продукт

Земельный участок, состоящий на кадастровом учете, вынесенный в натуре, имеющий свидетельство на право собственности, где собственником является физическое лицо. Категория земли – земли сельхозназначения, разрешенное использование: для дачного строительства.

Проектные требования к продукту:

Инвестиции в реализацию данного проекта (в крупном масштабе) имеют право быть при соблюдении следующих условий:

- **полное понимание этапов, сроков и стоимости формирования продуктов всего проекта (земельных участков, состоящих на кадастровом учете, вынесенных в натуре, имеющих свидетельства на право собственности, где собственником является физическое лицо);**
- **для участков всех очередей – юридическая готовность продукта должна быть не позднее, чем за один месяц до плана начала их реализации;**

Продавец

Продавцом выступает физическое лицо. В данном проекте продавец – Индивидуальный предприниматель. Таким образом, требуется наличие как минимум 3-х максимально лояльных Инвестору физических лиц, которые будут являться индивидуальными предпринимателями и собственниками объектов недвижимости разрабатываемого проекта.

Покупатель

Физическое лицо (по желанию потенциального покупателя, покупателем согласно договору купли-продажи может любое указанное им лицо).

Юридическая форма образования всего проекта

Согласно требованиям действующего законодательства разрабатываемый проект, для обеспечения успешного получения коммуникаций, должен быть оформлен в соответствии с требованиями 66-ФЗ.

Исходя из ранее полученной успешной практики создания и реализации подобных проектов, Исполнитель предлагает следующую форму:

Дачный потребительский кооператив (ДПК).

Членами ДПК должны быть не менее 3-х физических лиц. В связи с тем, что схема реализация данного проекта предусматривает продажу земельных участков, находящихся в собственности физических лиц –

членов ДПК – следует учесть, что выбранные в члены ДПК физические лица должны быть 100% доверенными лицами Инвестора.

4. Инфраструктура проекта

Инфраструктура поселка должна быть функциональной, укладываться в рамки выделенного на нее бюджета, а также выделяться индивидуальными особенностями.

В связи со спецификой проекта – инфраструктура будет являться его визитной карточкой.

В числе инфраструктурных объектов выделяется:

- поселковая инфраструктура, т.е. инфраструктура, расположенная на землях общего пользования
- «шоу-участок» - земельный участок, являющийся «образцово-показательным» для демонстрации возможностей будущего собственника проекта. Далее этот участок может (и должен быть) продан. Соответственно статьями финансирования для его обустройства могут быть как частично «затраты на инфраструктуру», так и другие статьи расходов с тем пониманием, что после продажи данного «шоу-участка» денежные средства будут возвращены в бюджет проекта под другие нужды.

4.1. Объекты инфраструктуры поселка:

4.1.1. Въездная группа

Размещается на въезде в поселок с дороги. Въездная группа должна предусматривать наличие пункта охраны, забор, ворот (шлагбаума) с автоматическим управлением.

4.1.2. Декоративные элементы

- Указатели улиц
- Номера участков
- Оформление места сбора мусора
- Указатели видов досуга и хобби

4.1.3. Другие элементы

- Административное здание – здание охраны – многофункциональное здание
 - Здание должно быть размещено на 1-ой очереди поселка. Здание должно быть спроектировано с учетом возможности решения следующих задач:
 - Наличием на 1-м этаже административных помещений, таких как – комната председателя ДПК, комната сотрудников эксплуатирующих служб, комнаты для переговоров; комнаты для размещения охраны
 - 2 этаж должен быть спроектирован с учетом возможности постоянного проживания семьи из 2-3 человек (сторожей).
 - При этом следует предусмотреть наличие 2-х функциональных зон данного строения: административной и жилой; при этом доступ в административную часть должен проектироваться с учетом планируемых регулярных посещений ее жителями поселка.
- Пункты охраны
- Заборы по периметру участков
 - Для обеспечения надлежащего «товарного вида» реализуемых объектов недвижимости требуется обустройство каждой очереди заборами по периметру участков.
- Система освещения (электрофикации)
 - Предусматривается стандартная система освещения, принятая для коттеджных поселков среднего класса (бетонные столбы с уличным освещением)

- При этом следует предусматривать возможность управления уличным освещением в разных режимах:
 - Полное освещение, экономное и суперэкономное освещение
 - Освещение по очередям проекта
- Детская площадка
 - Детская площадка должна быть оборудована только сертифицированными в РФ объектами. При этом декоративный забор детской площадки должен быть выполнен в стиле концепции, принятой для поселка
- Зона для спортивных площадок
 - На 1-ом этапе должна быть оборудовано открытая площадка для мини-футбола (максимум около 40*20 метров)
 - Далее должно быть предусмотрено площадь 25-40 соток под размещение других спортивных площадок, спецификация которых будет определена позднее
- Малые архитектурные формы и доски объявления
- Часовня (может быть построена при дополнительных согласованиях)

4.1.4. Пруд

Пруд должен декларироваться в первый год продаж. Далее, в зависимости от темпов продаж и финансовых показателей, должно быть принято решение об обустройстве пруда.

В разработанном эскизном проекте Генерального плана предусмотрено 2 водоема, имеющих смысловую нагрузку, в том числе, и «противопожарную».

4.1.5. Перечень объектов «шоу-рума» - показательного участка

Следует понимать, что шоу-рум - по сути, это обычный участок, находящийся в собственности физического лица, члена ДПК, который на определенный срок (как правило, до момента продажи 50-80% объектов недвижимости в поселке) выводится из продаж. Впоследствии данный земельный участок вместе со всеми объектами на нем должен быть продан. При этом для удобства, все текущие финансовые расчеты относят затратную часть на обустройство шоу-рума на себестоимость проекта.

При этом, обустройство шоу-рума должно осуществляться по «остаточному принципу» после утверждения общей сметы проекта и подтверждения наиболее затратных ее статей (т.е. после решения вопроса землеустройства, заключение договоров на электрификацию, строительство дорог, заборов)

Примерный набор «шоу-рума»:

Дом хозяина
 Ферма (миниферма)
 Дом для прислуги
 Баня
 Беседка/мангал
 Ландшафтный дизайн
 Плодовый сад
 Огород
 Декоративный пруд
 Погребок

4.1.6. Технические элементы «шоу-рума»

Скважина
 Септик
 Газгольдер

4.1.7. Дополнительные элементы шоу-рума

- персонал для обслуживания и охраны;
- животные
- создание жилой уютной домашней обстановки (мебель, утварь и т.п.)

5. Архитектурная концепция проекта

5.1. Описание архитектурной концепции проекта

Тезисы:

- сомасштабность человеку;
- единение с природой;
- экологичность.

«Деревенский» стиль:

- дом гармонирует с окружающим миром;
- немного грубый стиль, но очень уютный и естественный;
- простые формы и натуральные материалы;
- несущие балки видны снаружи зданий, что придает особую выразительность;
- спокойные природные цвета дерева украшают дом снаружи и внутри.

Материалы:

- неоцилиндрованное бревно (обработка вручную бревна создает неповторимую структуру, выглядит необычно и интересно); допускается возможность проработки использования основного материала – лафета.
- камень.

5.2. Наглядные идеологические примеры архитектурной концепции

Наглядные идеологические примеры архитектурной концепции приводятся в Приложении к настоящему Отчету.

6. Анализ рынка

6.1. Анализ рынка

6.1.1. Анализ существующей конкуренции

В настоящее время наблюдается существенное увеличение предложений земельных участков без подряда (от 8 до 25 соток), в т.ч. и на расстоянии от 60 до 200 км от МКАД. Спрос на такие участки стабильно высокий. Пик спроса приходится на 2009-2010 годы.

Объекты загородной недвижимости, продаваемые на существенном удалении от МКАД (свыше 100 км) имеют или весомые конкурентные преимущества (Большая вода, природная составляющая, близлежащая инфраструктура), или ориентированы как садово-дачные участки или участки для ИЖС/ПМЖ для регионального (локального потребителя).

6.1.2. Идеологическая и территориальная конкуренция

До выбора Заказчиком основной Гипотезы развития рассматриваемого земельного участка идеологическими конкурентами рассматриваемого земельного участка являются все предложения земельных участков в организованных поселках, расположенные в 100-150 километровой зоне от МКАД в Южном (Юго-Восточном) направлении.

Большой лесной массив, в окружении которого находится рассматриваемый земельный участок, безусловно являясь важным конкурентным преимуществом, требует дополнительной «фиксации» и «отстройки» от конкурентов – практически любой земельный участок, реализуемый на подобном рынке имеет характеристики – «рядом лес, речка, городская/поселковая инфраструктура».

Рассматриваемое направление (трасса Москва-Дон (М4) – является сравнительно новым для загородной недвижимости и в настоящее время имеет малую конкурентную среду. Данный факт связан, в первую очередь, с тем, что на рассматриваемом направлении развито сельское хозяйство и не было массивов переводов земель под садоводство или дачное строительство.

6.1.3. Прогнозируемая конкуренция

Учитывая тенденции развития рынка загородной недвижимости последних лет (на основании анализа создания в 2003-2005 годах рынка «дальних дач», а также изменения концепций многочисленных новых поселков в 2008-2010 годах на «продажа земли без подряда») имеется понимание того факта, что в ближайшие годы начнется формирование рынка «очень дальних дач». Дополнительно следует принимать во внимание тот факт, что на сегодняшний день у различных собственников имеется «огромное» количество земельных участков, для последующей возможной розничной продажи.

При этом компания «Дачный Альянс» прогнозирует в ближайшее время (1-2 года) формирование «нового класса покупателей загородной недвижимости». Данный класс покупателей более не будет заинтересован в покупке «пустого поля», требования к гарантиям продавца, юридическим и финансовым схемам проекта, а также к стадии готовности проекта будут возрастать. С конкурентного рынка уйдут неполноценные, обанкротившиеся или «зависшие» проекты. Тем не менее «фактор низкой цены» на продаваемый объект останется основным при выборе покупателем объекта загородной недвижимости.

6.1.4. Заключение и выводы по существующей и прогнозируемой конкуренции

Выбранная идеология разрабатываемого проекта относится к категории «штучного товара». За счет этого у разрабатываемого проекта не так много конкурентов. Однако и круг потенциальных клиентов достаточно узок. Данный факт позволит при проведении грамотной работы по созданию и рекламированию проекта быть «на виду» среди других малочисленных конкурентов. Вместе с тем это накладывает существенно более серьезные требования к недопущению любых ошибок развития проекта.

6.1.5. Анализ объектов-аналогов – их сильные и слабые стороны

В процессе работы над настоящим отчетом анализировались следующие загородные проекты

- *Барсуки 2*
- *Мечта*
- *Окунево*
- *Заречье*
- *У серебряных прудов*
- *Дачный*
- *Вишневый сад*
- *Экопарк*
- *Сосновый лес*
- *Романовские дачи*

Краткая сводная таблица передавалась Заказчику в мае 2011 года.

Сильные стороны объектов-аналогов:

- нахождение подобных объектов в собственности или управлении у крупных девелоперов, имеющих собственный «раскрученный брэнд» - таких как Красивая Земля, Своя Земля, Долина Имений и т.п.
- более конкурентоспособные земельные участки (наличие водоемов, транспортная доступность, расстояние, направление)
- текущая стадия освоения земельного участка

Слабые стороны объектов-аналогов

- отсутствие целенаправленной идеологии продажи подобных объектов;
- отсутствие подготовленной к продаже «площадки», т.е. продажа неосвоенного земельного участка (или неграмотное освоение объекта);
- необоснованное и непонятное ценообразование.

7. Создание проекта

7.1. Землеустройство

Заказчику оказывались устные консультационные услуги по проведению землеустройства проекта.

В рамках работы по настоящему проекту был разработан эскизный проект Генерального плана поселка.

Какая-либо официальная информация о проведенных или планируемых работах по землеустройству Заказчиком не предоставлялась.

7.2. Коммуникации (дороги, электричество и газификация)

7.2.2. Дороги

В рамках данного проекта рассматривается 2 варианта обустройства дорог:

- дороги с щебеночным покрытием;
- дороги с асфальтовым покрытием.

При этом предлагается поэтапное строительство дороги – как в части очередности ее строительства в самом поселке, так и в части очередности технологических этапов строительства.

Предлагается к рассмотрению вариант обустройства дороги со стабилизированным грунтом, по которую впоследствии можно положить асфальт. Данная схема позволит визуально выделить дорожное полотно, обеспечить возможность транспортного сообщения в поселке, при этом существенно сэкономив денежные средства, необходимые на старте проекта.

7.2.2.1. Подъездная дорога

Подъездная дорога не является частью земельного участка Заказчика, однако без ее надлежащего обустройства проект существовать не имеет возможности. Минимальная ширина подъездной дороги должна составлять 6 метров. Для обустройства подъездной дороги следует получить Акт выбора и разрешение на строительство дороги. Данная работа должна быть проведена до начала строительных работ в поселке.

Информация о работах по получению Акта выбора и разрешения на строительство подъездной дороги на момент оформления настоящего Отчета заказчиком не предоставлено.

7.2.3. Электричество. Схема получения ТУ.

Заказчику были оказаны устные консультационные услуги, в том числе с выездом в регион. По результатам переговоров была получена информация о возможности покупки на проект электричества по цене 472 рубля за 1 кВт. Данное ценообразование является крайне благоприятным для проекта. Заказчику было рекомендовано в кратчайшие сроки получить ТУ на электрификацию. При этом было оговорено, что до «выхода» документов должен быть обеспечен их просмотр «в черновике». На момент формирования настоящего Отчета какая-либо информация по электрификации проекта Заказчиком предоставлена не была.

Прилагаем 3 основных схемы получения электрической мощности, которые применимы в настоящее время к дачным загородным проектам.

Вариант 1. Покупка электрической мощности согласно существующим и действующим тарифам для юридических лиц

По данной схеме юридическое лицо – ДПК подает заявку на выделение электрической мощности и техническое присоединение.

В мае 2010 года УФАС РФ дало разъяснение, что в случае отсутствия технической возможности присоединения СНТ и ДПК приравниваются к заявителям, в отношении которых может быть применен индивидуальный тариф. Индивидуальный тариф складывается из стоимости одного киловатта и любых мероприятий, связанных с физическим появлением электричества на объекте (реконструкция линий, замена или реконструкция трансформаторов и т.д.)

Исходя из практики без определенных договоренностей с энергосетевыми компаниями в технических условиях всегда будут содержаться какие-либо обременения, связанные с улучшением состояния объектов энергосетевых компаний.

Вариант 2. Электрификация физических лиц по льготному тарифу.

По данному льготному тарифу предусматривается выделение 15 кВт одному физическому лицу – собственнику объекта недвижимости по цене 550 рублей.

Согласно закону О техническом присоединении есть норматив о том, что в сельской местности от точки присоединения до объекта потребителя расстояние не должно превышать 500 метров. Также надо учесть, что такое присоединение возможно по линиям низкого напряжения (0,4 кВт). Исходя из этого мы можем электрифицировать только те участки, которые попадают под данные требования.

Также нужно учитывать, что к этим объектам необходима электролиния, которую физическое лицо может построить самостоятельно или быть включенным в программу электрификации, срок осуществления которой по закону 23 месяца. Однако существует множество аргументов на возможность продления данного срока (отсутствие финансирования данной программы и т.п.).

Вариант электрификации последующих участков возможен только в «пошаговом» режиме, что не представляется возможным в рамках осуществления данного проекта.

Вариант 3. Электрификация ДПК как некоммерческого объединения граждан

В соответствии с региональным законодательством юридические лица – некоммерческие организации – для поставки электрической энергии на коммунально-бытовые нужды, не в целях извлечения прибыли, гражданам, членам этой организации, рассчитывающихся по общему счетчику, оплачивают технологическое присоединение в размере 550 рублей с учетом НДС, умноженного на количество членов (абонентов) этой организации, при условии присоединения каждым членом не более 15 кВт.

К юридическим лицам – некоммерческим организациям, на которых распространяется вышеуказанная плата, - относятся:

- садоводческие, огороднические или дачные некоммерческие организации граждан (садоводческое, огородническое или дачное товарищество, садоводческий, огороднический или дачный потребительский кооператив, садоводческое, огородническое или дачное некоммерческое партнерство) – некоммерческие организации, учрежденные гражданами на добровольных началах для содействия ее членам в решении общих социально-хозяйственных задач ведения садоводства, огородничества и дачного хозяйства;

Данная схема в прямом ее изложении для нас также не предоставляется возможной.

Однако, существует вариант ее «прохождения» (следует отметить, что по данной схеме компанией «Дачный Альянс» получены технические условия на другой коттеджный поселок).

7.2.4. Газификация

Газификация поселка является ключевым и важным моментом существования проекта

Заказчику были оказаны консультационные услуги по вопросам обеспечения газификации проекта. Какая-либо информация по газификации проекта в настоящее время от Заказчика не поступала. В финансовую таблицу включены ориентировочные экспертные оценочные стоимости требуемых для газификации работ.

В рамках данного проекта рассматривается 2 варианта газификации поселка:

- автономная газификация (газгольдеры) – до физической газификации проекта на некоторые объекты;
- подведение в поселок магистрального газа

7.2.4.1. Автономная газификация (газгольдеры)

Автономная газификация понадобится для оборудования объектов шоу-участка, а также сторожки-административного здания. Как минимум на первое время до физического проведения магистрального газа в поселок.

7.2.4.2. Подведение в поселок магистрального газа

От Заказчика получена устная информация о существовании определенной схемы газификации проекта. Другая информация по газификации предоставлена не была.

8. Юридическое оформление

8.1. Основные участники проекта

Проект

Единый комплекс рассматриваемых земельных участков подлежащих созданию и последующей розничной продаже.

Продукт

Земельный участок, состоящий на кадастровом учете, вынесенный в натуре, имеющий свидетельство на право собственности, где собственником является физическое лицо. Категория земли – земли сельхозназначения, целевое назначение земли – «для ведения дачного хозяйства».

Проектные требования к продукту:

Инвестиции в реализацию данного проекта (в крупном масштабе) имеют право быть при соблюдении следующих условий:

- **полное понимание этапов, сроков и стоимости формирования продуктов всего проекта (земельных участков, состоящих на кадастровом учете, вынесенных в натуре, имеющих свидетельства на право собственности, где собственником является физическое лицо);**
- **для участков всех очередей – юридическая готовность продукта должна быть не позднее, чем за один месяц до плана начала их реализации;**
- **гарантированное понимание возможности постановки на кадастровый учет земельных участков площадью от 50 до 70 соток.**

Продавец

Продавцом выступает физическое лицо. В данном проекте продавец – Индивидуальный предприниматель.

Покупатель

Физическое лицо (по желанию потенциального покупателя, покупателем согласно договору купли-продажи может любое указанное им лицо).

Юридическая форма образования всего проекта

Дачный потребительский кооператив (ДПК)

Членами ДПК должны быть не менее 3-х физических лиц. В связи с тем, что схема реализации данного проекта предусматривает продажу земельных участков, находящихся в собственности физических лиц – членов ДПК – следует учесть, что выбранные в члены ДПК физические лица должны быть 100% доверенными лицами Инвестора.

8.2. Взаимодействие участников проекта

Участники проекта

Инвестор	Фактический собственник проекта, вкладывающий денежные средства для создания, развития и продажи проекта
Индивидуальные предприниматели	Максимально доверенные и подконтрольные лица, являющиеся юридическими собственниками всего проекта. Являются продавцами земельных участков в поселке.
Физические лица	Те же лица, что и индивидуальные предприниматели (в части регулирования взаимоотношений с ДПК)
ДПК	Юридическое образование поселка. Состоит из членов ДПК (которыми являются физические лица)
Подрядные организации	Любые сторонние организации, с которыми у Индивидуального предпринимателя или ДПК имеются договорные отношения на оказание услуг или выполнение работ
Покупатель	Физическое лицо, купивший земельный участок в поселке

Описание схемы взаимодействия участников проекта.

Инвестор

Должен обеспечивать финансирование проекта. Нужно понимать, что в схеме финансирования предусматриваются платежи, как наличные, так и безналичные.

Индивидуальный предприниматель

Является собственником земельных участков (согласно схеме распределения), соответственно, продавцом.

Приход денежных средств:

- займы (в случае необходимости);
- денежные средства, полученные за отчуждение земельных участков (по договорам купли-продажи);

Расход денежных средств

- возврат займов (если они были);
- выплата процентов по займам (если таковые были);
- оплата налогов с дохода;
- оплата земельного налога, т.к. согласно схеме ИП являются собственниками земельных участков;
- чистая прибыль передается Инвестору (скорее всего, в наличной форме)

Физическое лицо

Является членом ДПК.

Приход денежных средств

- займы

Расход денежных средств

- возврат займов;
- выплата процентов по займам
- членские взносы в ДПК

Дачный потребительский кооператив (ДПК)

Приход денежных средств:

- займы;
- членские взносы;
- доход с продажи земельных участков;
- доход согласно «договорам эксплуатации» с новыми собственниками земельных участков

Расход денежных средств:

- возврат займов;
- выплата процентов по займам;
- земельный налог на земли общего пользования;
- оплата работ подрядным организациям согласно заключенным договорам (по освоению поселка);
- оплата заработной платы и налогов, связанных с ней, согласно штатному расписанию
- оплата за подрядным организациям за услуги по эксплуатации поселка(вывоз мусора, ЧОП, энергосбыт и т.п.)
- оплата налогов

Комментарии:

Наличие заемных денежных средств в ДПК необходимо для безопасности ведения бизнеса. Т.к. любой собственник земельного участка в пределах ДПК имеет законное право требовать включение его в состав членов ДПК, нам необходимо предусмотреть вариант, согласно которому мы можем ему отказать (с объяснением конкретной причины). При наличии долгов (в виде заведенных займов), желающих стать членами не будет (из практики работы). Существуют два рабочих варианта:

- Займ на физических лиц

Собравшись на общем собрании, члены ДПК принимают решение о проведении определенных объемов работ, при этом говорят, что собственных денег у них нет и решают взять займы (каждый самостоятельно), которые, в свою очередь, и станут членскими взносами. Все это прописывается в протоколе и принимается такое решение, которое также записывается в протокол. Таким образом, в документах ДПК (протоколах решений) отражается факт наличия займов у членов ДПК на развитие данного ДПК. При всей юридической слабости данной схемы – схема является рабочей.

- Займ на ДПК

Собравшись на общем собрании члены принимают решение о необходимости финансирования развития ДПК и решают взять займ на ДПК. Все это отражается как в документах ДПК (протоколах), так и в финансовой отчетности. Также эти средства видны в проводках ДПК. При этом следует учитывать, что ДПК должно вернуть эти займы и проценты со своего расчетного счета. ДПК может иметь такой вал денег, только если продавать с него земельные участки по рыночной стоимости (напрямую покупателю). Это очень неудобно, т.к. фактически невозможно определить эти участки так, чтобы они были проданы тогда, когда это будет нужно.

Рекомендуем займ на членов ДПК.

Выбор системы налогообложения

Все участники проекта должны применять упрощенную систему налогообложения.

8.3. Функции и задачи ДПК

Некоммерческая организация, которая регистрируется желательно по месту расположения проекта. Действует в рамках собственного Устава. ДПК регистрируется при наличии в нем не менее 3-х членов. В ДПК должно быть исполнительное лицо – Председатель Правления ДПК. Председатель Правления ДПК обязательно должен быть его членом. Членом ДПК имеет право быть физическое лицо, имеющее право собственности на объект недвижимости внутри ДПК.

Сложившаяся практика допускает сначала создание юридического лица, а потом оформления права собственности на недвижимость членом ДПК.

Все решения ДПК принимаются на общих собраниях членов ДПК путем подписания протоколов общего собрания.

В ДПК должен быть бухгалтер. В отличие от Председателя Правления ДПК бухгалтер имеет право быть наемным.

ДПК имеет право иметь штат работников (электрики, энергетик, подсобные рабочие и т.д.).

ДПК имеет право заключать договоры на привлечение любых подрядных организаций, имеющих прямое отношение к деятельности ДПК.

8.4. Собственность ДПК

В собственности ДПК обязательно должны находиться земли общего пользования. Также ДПК имеет право быть собственником технических мощностей, внутренних электролиний, дорог, объектов инфраструктуры и т.д. в соответствии со своими целями и задачами.

8.5. Схема изменения разрешенного использования земель

Согласно полученной от Заказчика информации: рассматриваемый земельный участок считается находящимся в необходимом разрешенном использовании: «Для дачного строительства».

8.6. Выход из проекта собственников, инвесторов, управляющей компании, членов ДПК

В соответствии с настоящим отчетом, собственники земельных участков – не менее 3-х физических лиц, являются членами ДПК.

Таким образом, собственники земельных участков – члены ДПК являются единственными юридическими собственниками проекта.

Существует 2 варианта выхода членов ДПК из проекта:

- выход из членства в ДПК после продажи всех земельных участков и вступление в члены ДПК новых собственников;
- юридическое закрытие и ликвидация ДПК;

Данные лица должны выйти из проекта после продажи всех земельных участков, находящихся в их собственности в данном проекте, после чего на основании законодательства они должны будут выйти из членства в ДПК.

Функции управляющей компании проекта (оказывающей услуги собственникам земельных участков проекта и/или ДПК) может выполнять как само ДПК, так и любая другая подрядная организация по договору с ДПК. Таким образом, выход из проекта будет осуществлен или автоматически (после выхода из членства ДПК) или путем прекращения договора на оказание услуг ДПК подрядной организации.

8.7. Схема регистрации прав на собственность в регистрирующих органах

Регистрация прав на собственность осуществляется в Регистрационной палате.

Стандартный пакет документов для регистрации сделки по купле-продаже земельного участка проекта включает в себя:

- договор купли-продажи (минимум в 3-х экземплярах), подписанные покупателем (покупателями) и продавцом или их полномочными представителями (полномочные представители действуют на основании нотариальной доверенности);
- акт приема-передачи объекта недвижимости (минимум в 3-х экземплярах);
- кадастровый паспорт участка;
- нотариальное согласие супруга (супруги) на приобретение или отчуждение объекта недвижимости;
- в случае, если продавец или покупатель не состоит в браке требуется заявление о том, что он (продавец или покупатель) в браке не состоит (в зависимости от требований данной регистрационной палаты данное заявление может быть как в простой письменной форме, так и в нотариально заверенной);

Вариант 1 Схемы:

Нотариальные доверенности от покупателя и продавца на лицо, физически занимающиеся сдачей и получения пакетов документов в регистрационной палате.

После подписания всех документов и формирования полного пакета документов все документы передаются доверенному лицу, который осуществляет уплату пошлин, подачу документов на регистрацию и получает зарегистрированные документы.

При этом у доверенного лица в момент сдачи документов появляются расписки из регистрационной палаты, в которых указаны срок сдачи и срок выхода документов.

Вариант 2 Схемы:

В случае договоренностей с регистрационной палатой можно работать на основании агентских договоров вместо доверенностей.

Агентский договор может заключаться продавцом и покупателем уполномоченным юридическим лицом. Юридическое лицо, в свою очередь, должно предоставить в регистрационную палату пакет документов на юридическое лицо (согласно требованию регистрационной палаты) и нотариальную доверенность от этого юридического лица на физическое лицо, которое будет в течение всего срока существования проекта осуществлять деятельность по сдаче-получению документов.

9. Строительство поселка

Работы по освоения поселка за отчетный период не производились. Тайминг освоения проекта с финансовыми показателями согласован не был.

Компания «Дачный Альянс» настоятельно рекомендует приступать к любому виду строительных работ в проекте только после утверждения всей схемы работы и графика финансирования проекта в рамках годовичного цикла.

9.1. Дороги

9.2. Коммуникации

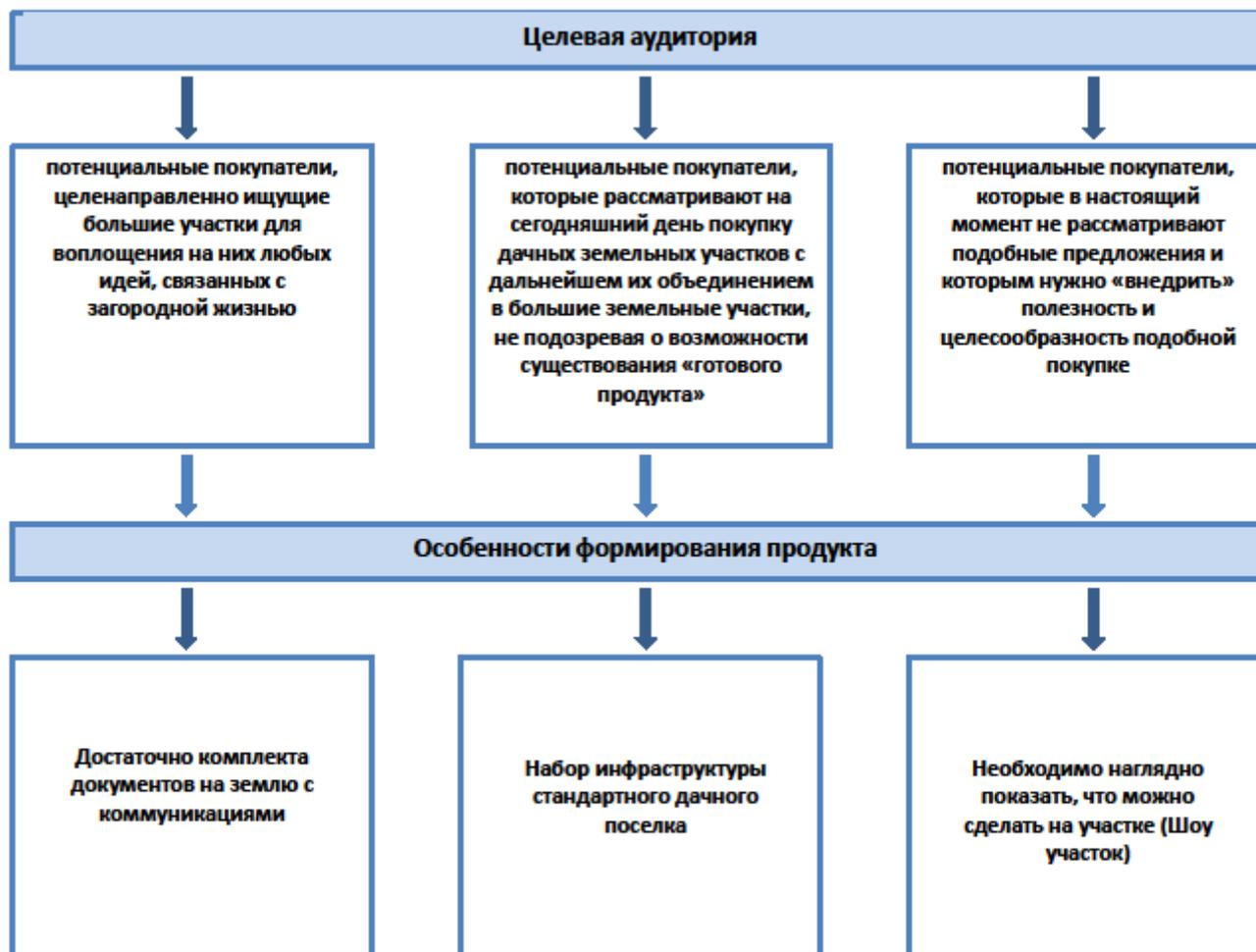
9.3. Инфраструктура

9.4. Заборы

9.5. Другое

10. Вывод на продажи

10.1. Концепция рекламы



Основные потребности покупателя

Амбиции, власть

Хобби

Здоровье

Личное подсобное
хозяйство

Активный отдых

Строительство и
архитектура

Ландшафт

Уединенность

Отдых

Задачи рекламной кампании

- Представить проект
- Убедить в жизнеспособности проекта
- Сориентировать на изучение проекта
- Убедить в нужности проекта для конкретного покупателя
- Подвести к решению о покупке

Основные узлы рекламной кампании

Эксклюзивность

Большие участки

- Власть
- Престиж
- Статус
- Просто
- Фантазии и мечты
- Пустить корни
- Единомышленники
- Размер имеет значение
- Исконно русские земли
- Экология
- Хозяйство
- Хобби

Дачный поселок

- Концепция поселка
- Небольшое количество участков
- Инфраструктура
- Управление в поселке

Ценовая категория

- Это ДОРОГО
- Это ДЕШЕВО (уловка)

Используемые рекламные инструменты

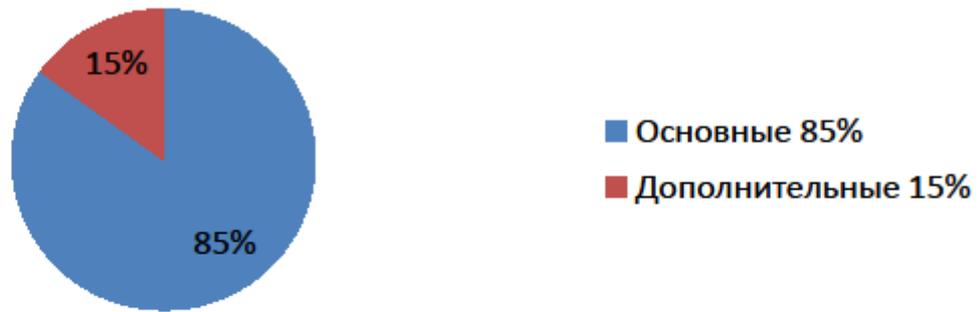
Основные

- Наружная реклама
 - ✓ Щиты
 - ✓ Перетяжки (при наличии)
- Пресса
 - ✓ Периодические издания
 - ✓ Специализированные издания
- Интернет
 - ✓ Контекст
 - ✓ Специализированные сайты недвижимости
 - ✓ Обычные сайты
- Выставки
 - ✓ Выставки недвижимости

Дополнительные

- Наружная реклама
 - ✓ Видео табло
- Пресса
 - ✓ Тематические статьи и интервью
- Радио
 - ✓ Участи в передачах
 - ✓ Рекламные ролики
- PR-мероприятия
 - ✓ Спонсорство, спец. Акции
 - ✓ Конференции и семинары
 - ✓ Презентации

Распределение рекламных инструментов



Распределение рекламного бюджета по основным инструментам

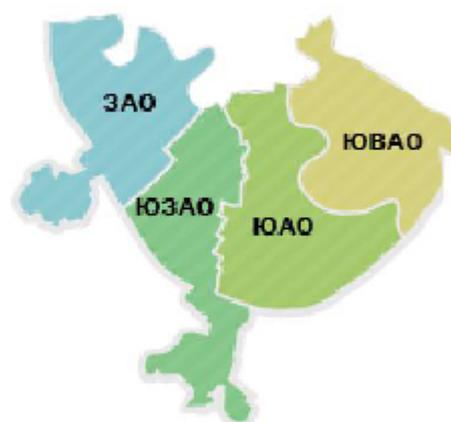


Территориальное размещение

Потенциальные покупатели проживают в Москве, ближайшее Подмосковье.

80% наиболее перспективных клиентов проживают в западной, юго-западной, южной и юго-восточной частях города.

Расположение места работы – без приоритетов.



Тайминг рекламной кампании

1. Подготовка (февраль – март)

Попасть в цитируемость

2. Запуск сайта (март)

Основной информационный носитель

3. Начало рекламной кампании (март)

Запуск рекламной кампании и размещение носителей

Распределение бюджета по месяцам

Распределение бюджета по месяцам



10.1.1. Задачи рекламной кампании

- Представить проект
- Убедить в жизнеспособности проекта
- Сориентировать на изучение проекта
- Убедить в нужности проекта для конкретного покупателя
- Подвести к решению о покупке

10.1.2. Целевая аудитория поселка

Согласно определенному портрету потенциального покупателя земельного участка проекта «Иванова Фазенда», таким покупателем будет житель Москвы (причем не обязательно коренной), старше 30 лет, решивший жилищные вопросы в Москве, имеющий опыт жизни за городом (в формате загородного дома или садового участка – как в прошлом, так и в настоящем времени). Клиент проекта – человек с генетически заложенной тягой к земле. Персона, стремящаяся уйти (пусть хотя бы на короткий срок) от урбанизации и неблагополучия городской жизни.

«Новые дачники» - сегмент «Дальних дач». Люди, стремящиеся к единому социальному и, возможно, ментальному сообществу. Люди, желающие жить среди себе подобных. Данное предложение рассчитано на людей, «страдающих» гигантоманией. Генетически зависимым, имеющим потребность, но не реализовавшим до сих пор возможность владения «большой землей».

Данная целевая аудитория поселка способна оценивать текущую ситуацию рынка загородной недвижимости и его ценообразования. Собственники или управленцы малого и среднего бизнеса.

Средний годовой доход – не менее 5 000 000 рублей.

Данный участок покупается представителями указанной целевой аудитории для собственной семьи. Освоение земельного участка осуществляется от 2-х до 5-ти лет. Основные мотивы приобретения – для отдыха, для удовлетворения собственной амбициозности в части владения «большими просторами земли».

Целевой аудиторией проекта являются следующие основные группы потенциальных покупателей:

- **потенциальные покупатели, целенаправленно ищущие большие земельные участки для воплощения на них любых идей, связанных с загородной жизнью;**

(В настоящее время подобной группе клиентов достаточно сложно подобрать себе такой участок. В отсутствие полноценного дачного поселка с большими участками потенциальные покупатели вынуждены рассматривать предложения земельных участков «в бессмысленной нарезке» или отдельно расположенные участки различной категории (сельхозназначения, КФХ). В обоих случаях потенциальный покупатель сталкивается со сложностью с подведением коммуникаций, а также гарантировано получает неоднородную социальную среду вокруг себя)

- **потенциальные покупатели, которые рассматривают на сегодняшний день покупку дачных земельных участков с дальнейшим их объединением в большие земельные участки, не подозревая о возможности существования «готового продукта»**

(Совершенно точно известно о достаточно большом количестве покупателей земельных участков в дачных поселках, которые покупают сразу несколько 3-5 смежных участков с целью их использования как «единый проект»)

- **потенциальные покупатели, которые в настоящий момент не рассматривают подобные предложения и которым нужно «внедрить» полезность и целесообразность подобной покупки)**

(Наиболее сложная, но в тоже время, наиболее важная по потенциалу целевая группа. Принимают решение о покупке земельного участка стандартной площади из соображений типа: «построю дом, баню и беседку», «а зачем мне большой участок?», «все участки имеют стандартный размер 6-25 соток»)

10.1.3. Наименование проекта

Варианты названия загородного проекта

Концепция загородного проекта: поселок на 60 домовладений с большими участками (50-70 соток) с коммуникациями без подряда в экологически чистом месте, окружен лесом.

Основные принципиальные отличия загородного проекта, как основополагающие для дальнейшего формирования названия:

- Большие участки (поселок для единомышленников) с коммуникациями;
- Единая (насколько это возможно) ментальная и социальная среда будущих жителей
- Экологически-чистое место в лесу

- Достоянная инфраструктура — исключительное преимущество среди поселков с большими участками (стандартная инфраструктура действующего поселка эконом-класса + повышенная площадь общественной территории)

Предлагается к рассмотрению следующий подход к наименованию проекта:

1. Собственно название проекта;
 - а. Название должно быть максимально уникальным в своем сегменте, быть удобно для запоминания и адаптировано (не вызывать заведомого отторжения) для будущей рекламной кампании. В то же время, название должно соответствовать, а еще лучше, развивать основные принципы Концепции проекта.
2. Информационная «подводка» к названию проекта;
 - а. Информационная подводка должна обладать дополнительными характеристиками описания проекта, которые в совокупности с названием должны решать основные задачи – запоминаемость и лояльность целевой аудитории проекта, а также в связи с острой конкуренцией на рынке, максимально отражать суть проекта. (В качестве примеров информационной «подводки» можно рассматривать следующие типовые и персональные варианты названий: «Коттеджный поселок», «Дачный поселок», «Клубный поселок», «Эко-поселок», «Поселок-усадьба» и др.).

Предлагаются 2 основных направления для выбора названия проекта:

- «**БАРЧУКИ**»
- «**ФАЗЕНДА**»

Предлагается следующая информационная «подводка» к названию проекта:

- **Дачные усадьбы**

Краткое определение предлагаемой информационной «подводки» к названию проекта - Дачные усадьбы

в русской архитектуре — отдельное поселение, комплекс жилых, хозяйственных, парковых и иных построек, усадебный парк, составляющих единое целое. Как правило, термин «усадьба» относят к владениям русских дворян и зажиточных представителей других сословий, относящимся к XVII — началу XX веков. «Усадьба» предполагает целенаправленное использование больших земельных участков, наличие жилых, парковых, хозяйственных построек в едином архитектурном стиле. Термин «Усадьба» прослеживается с XVII в. в таких документах, как писцовые и переписные книги, чаще употребляется выражения «двор вотчинников» и «двор помещиков» в зависимости от существовавших тогда форм собственности на землю. Термин «Усадьба», кроме того, указывает на большие земельные владения, предполагающие обустройство жилых и нежилых активов, по словарю В. И. Даля «усадьба - господский дом на селе со всеми угодами, садом и огородом».

Совместное употребление «дачные» с усадьбами - привносит в организационное определение некую «современность». Тем самым называя наш загородный проект - **Дачные усадьбы**, мы подчеркиваем масштабы владения (большие земельные участки), русскость, статусность приобретения и, в то же время, говоря «дачные», мы подразумеваем современность, наличие инфраструктуры, и говорим о том, что наши «дачные усадьбы» **доступны**.

Вариант названия - Дачные усадьбы «Барчуки»

Дополнительный вариант:

- **«Новые Барчуки»**

(Или просто «Барчуки» («Новые Барчуки»). «Подводка» - «Дачные усадьбы» будет вариативно использоваться в рекламной кампании)

Барчук - мальчик из барской семьи (толковый словарь Ожегова), малолетний сын барина (словарь Ефремовой). Название «Барчуки» подчеркивает русскость и гармонично продолжает определение загородного проекта – Дачные усадьбы, содержит преемственность поколений – на этой большой земле будут жить дети, внуки, дом в Дачных усадьбах строится на века. В дальнейшем такое название может определить единый архитектурный стиль загородного проекта, который гармонично впишется в экологическую составляющую (удаленность от мегаполиса, лесное окружение, тишина, покой, свежий воздух).

Вариант названия – Дачные усадьбы «Русская Фазенда»:

Дополнительные варианты:

- **Ивановы Фазенды** или *(следует читать «ивАновы» - провокационно в части ударений, требует дополнительной проработки)*
- **Новые русские Фазенды**

Фазенда - в Бразилии крупное поместье , земельное или скотоводческое. То же, что асьенда, эстансия. В широком значении шутивное наименование земельного участка, в том числе садоводческого (фразеологический словарь).

Название загородного проекта должно подчеркивать его организационное определение. Что такое фазенда, знакомо каждому русскому человеку. Именно там, на «фазендах», проводит все лето средний класс нашей страны, знакомое всем определение дачных участков приличной площади. В нашем случае - действительно загородный проект для среднего класса, с привычным и понятным для обывателя названием, с достойным уровнем жизни - инфраструктурой и всеми удобствами.

Фактические данные присутствия на рынке загородной недвижимости идентичных или похожих названий:

Сочетание - Дачные усадьбы - 0 (в первой сотне поисковых запросов в yandex, google)

Сочетание - «Барчуки» - 0 (в первой сотне поисковых запросов в yandex, google)

Сочетание - «Русская фазенда» - 0 (в первой сотне поисковых запросов в yandex, google)

Частично похожие названия:

Поселок-усадьба «Истринское поместье»

База отдыха «Фазенда»

Коттеджный поселок «Фазенда»(Приозерск, Ленинградская обл.)

Усадьба/усадьбы используются в названиях более 10 различных проектов

На основании вышеизложенного, для фирменного обозначения вновь создаваемого дачного потребительского кооператива предлагаются следующие варианты:

- ДПК «Барчуки»
- ДПК ««Новые Барчуки»
- ДПК «Русская Фазенда»
- ДПК «Новые русские фазенды»
- ДПК «Иванова фазенда»

При этом наименование «Дачные усадьбы» могут не являться частью официального юридического наименования дачного кооператива, а использоваться в рекламной кампании как дополнительный обозначающий суть проекта термин.

Заказчиком выбран и утвержден следующий вариант наименование проекта:

Дачные усадьбы «Иванова Фазенда»

10.1.4. Основные причины, по которым потенциальный покупатель должен купить земельный участок в поселке «Иванова Фазенда»

Понимание основных причин покупки клиентами земельных участков сегмента «дальних дач»:

- желание владеть собственностью (дачной недвижимостью);
- желание разнообразить свой досуг и отдых дачной жизнью;
- желание обеспечить отдых на природе себе и своей семье;
- желание «инвестировать» в загородную недвижимость (с разумной концепцией и реальностью ее выполнения);

Основными и отличительными причинными и побудительными мотивами для потенциального клиента проекта «Иванова Фазенда» должны являться:

- **желание реализовать свои амбиции и мечты, связанные со строительством дома и обустройством земельного участка;**
- **желание соответствовать «моде» на загородную жизнь**

Основное отличие земельных участков поселка «Иванова Фазенда» от других предложений на рынке является «масштабность» участков, их большой размер, возможность не ограничивать пределы своих мечтаний, желаний и возможностей в части владения и развития земельного участка стандартными размерами земельного участка.

Дополнительным побуждающим к покупке фактором должен будет являться фактор «эксклюзивности» предложения (новый продукт на рынке загородной недвижимости). Достаточно высокий для обычных покупателей земельных участков «ценником» за участок в поселке «Иванова Фазенда» - является показателем отсутствия в поселке «случайных людей на «Жигулях» - дорогой «входной билет» будет способствовать формированию определенного социального уровня будущих жителей данного проекта.

Данный «естественный отбор» позволит нам уже на начальной стадии развития проекта позиционироваться перед потенциальным покупателем «качеством» целевой аудитории проекта, что является само по себе самым главным фактором по принятию решения о приобретении какой-либо недвижимости, а особенно загородной.

10.1.5. Основные идеологические направления рекламной кампании

Основные направления для создания образа продукта у потенциальных покупателей, позиционирования товара, а также отстройки товара от конкурентов:

- **Эксклюзивность**
- **Большие участки**
- **Дачный поселок**
- **Ценовая категория**

Эксклюзивность

Само предложение является уникальным и не имеющим аналогов на рынке

Большие участки. Основные рекламно-имиджевые «узлы»:

- Власть

(можно будет нанять специальных людей, для обслуживания своего «поместья». Возможность чувствовать себя «хозяином», «помещиком»)

- Хозяйство

(можно завести хозяйство, пусть не промышленных масштабов, но гораздо серьезнее и разнообразнее, чем обычный сад в небольших дачных участках).

- «Бросить корни»

(Место, где никогда никому не будет тесно и все найдется занятие и развлечение, место, куда можно будет надолго приезжать после выхода на пенсию. Сюда можно перевести из душных городских квартир своих пожилых родственников. Причем не только из близлежащих районов, но и из любых других – создать «родовое гнездо» в хорошем понимании этого слова)

- Единомышленники (социальная среда)

(Ценовая категория и «эксклюзивность» продукта существенно исключает попадание в поселок «случайных людей»)

- Объем участка

*(Пространство для реализации всех желаний. Новое понимание площади земельного участка для настоящей **Дальней дачи**)*

- Исконно Русские земли

(Исторические места. Возвращение к истокам. Место, где можно ощутить себя частью истории Руси, жить и творить эту историю)

- Экология

(Очень экологически чистое место, качественные продукты и все это в 2-х часах езды от Москвы)

- Престиж

*(Иметь большие участки в собственности – это очень престижно. Это не простая «дача» в 8-25 соток, это «Иванова Фазенда», где в собственности очень большой для современной дачи земельный участок. Это очень большая, «козырная» **Дальняя дача**).*

- Статусность

(Единицы могут похвастаться тем, что владеют земельным участком большого размера в концептуальном поселке))

- «Просторы»

(Просторы как на самом участке, так и за его пределами)

- Хобби

(Можно заняться очень и очень многим, используя возможности своего большого участка)

- Фантазии и мечты

(Можно реализовать все свои мечты и фантазии. А когда реализуешь – можно придумать еще. Места хватит!)

Дачный поселок. Основные рекламно-имиджевые «узлы»:

- Небольшое количество участков

(Количество участков позволяет говорить о некоей «клубности» данного поселка)

- Коммуникации

(Все самое необходимое для круглогодичного проживания – на участке)

- Концепция поселка

(большие земельные участки с коммуникациями в организованном дачном поселке)

- Инфраструктура поселка

(въездная группа, освещение, дороги – все, чтобы жить и развивать свой участок)

- Управление в поселке

(охрана, вывоз мусора, чистка дорог, председатель и технический персонал, всегда готовый помочь)

Ценовая категория. Основные рекламно-имиджевые «узлы»:

- Посыл: «Это дорого»

Покупая земельный участок большой площади – его обустройство – очень дорого, следовательно – это перспективно «дорогая покупка», такой покупкой можно будет гордиться, в эту недвижимость можно вкладывать, понимая, что тем самым будет создаваться «родовое гнездо», которым будут пользоваться потомки.

- Посыл: «Это дешево» (по сути, «уловка» - маркетинговый ход)

0,5 Га по цене 15 соток. Покупая сейчас участок большой площади не нужно немедленно заниматься его полным благоустройством. Достаточно для начала построить небольшой дачный дом, который потом, может стать гостевым. Можно обустраивать свой большой земельный участок постепенно, несколько лет. При этом с момента приобретения присутствует чувство владения огромными просторами – личной резиденцией, развивать которую могут продолжить и потомки.

10.1.6. Типы первичного контакта с потенциальным клиентом:

Главной целью рекламной кампании является получения входящего контакта целевого клиента. В подавляющем большинстве случаев таким контактом будет телефонный звонок в отдел продаж. Задачей менеджера по продажам (после проведения устной презентации проекта, его особенностей, уникальности и отличия от других) будет являться приглашение потенциального клиента к личной встрече – в офисе или непосредственно на территории проекта.

Таким образом, должны быть разработаны следующие бизнес-процессы работы с потенциальными клиентами:

- работа сайта на получение обратной связи;
- работа при первичном контакте по телефону;
- работа при первичном посещении офиса отдела продаж;
- работа при первичном посещении поселка.

При этом одним из основных связующих звеньев между потенциальным покупателем и менеджером по продажам будет являться сайт поселка «Иванова Фазенда» разработке которого следует уделить повышенное внимание (рекомендуется заказать его разработку известному «брендовому» интернет-разработчику)

11. Концепция продаж

11.1. Этапность проекта

Проект предусматривает поэтапную очередность освоения и продаж. Предусмотрено 3 очереди освоения проекта. Расчетное время создания и полной реализации проекта (не менее 90% объектов недвижимости) – 24 месяца (2 года).

В связи с неопределенностью вопросов по землеустройству (отсутствие информации) перечень очередей реализации подлежит корректировке.

11.2. Базовые варианты по организации продаж

В настоящем отчете представляется к рассмотрению 3 варианта организации продаж:

- Создание собственного отдела продаж
- **Передача продаж на аутсорсинг**
- Передача продаж в агентства недвижимости

11.2.1. Создание собственного отдела продаж

Создание собственного отдела продаж (в качества структурного подразделения действующей организации или в качестве отдельного юридического лица).

11.2.2. Передача продаж на аутсорсинг

Продажа по договору на выполнение аутсорсинга отдела продаж, при котором:

Рекламная поддержка осуществляется силами собственника проекта

Вознаграждение за выполнение работ по аутсорсингу отдела продаж составляет в среднем 5% от стоимости объекта недвижимости

Согласно предварительной информации Заказчиком выбрана схема продаж – Аутсорсинг отдела продаж силами «Дачный Альянс». Схема и условия работы по аутсорсингу поселка

регулируются отдельными договорами и соглашениями с учетом финансовых параметров, приведенных в настоящем Отчете.

11.2.3. Передача продаж в агентства недвижимости

Продажа по договору (договорам) с агентствами недвижимости, при котором: Рекламная поддержка осуществляется силами агентства недвижимости.

Среднее вознаграждение агентства недвижимости при таком варианте продажи может составить от 5% до 15% от стоимости объекта недвижимости.

Минусами данного варианта является фактическое отсутствие контроля за распределением рекламного бюджета, его эффективности и обратной связи с потенциальными клиентами, а также высокая стоимость накладных расходов, связанных с комиссиями агентствам недвижимости за продажу.

Основным недостатком риэлторских агентств для частного девелопера является отсутствие прямой заинтересованности в продаже одного проекта, т.к. их бизнес-процесс построен на поточном методе работы.

Также надо учитывать наличие собственных девелоперских проектов у крупных риэлторских компаний, в продаже которых прослеживается их прямая заинтересованность.

Соответственно распределение клиентов на «чужие» объекты осуществляется по остаточному принципу.

В случае привлечения риэлторских агентств для продажи проекта мы рекомендуем компанию «ИНКОМ» - Сретенское отделение».

11.3. Требования к средствам коммуникации (для входящих контактов)

11.3.1. Доменное имя

Необходимо разработать и зарегистрировать доменное имя для сайта проекта поселка

Доменное имя должно быть простым для написания (однозначное написание «со слуха») и отражать суть проекта (название поселка).

Доменное имя должно быть оформлено на физическое или юридическое лицо. При этом следует воздержаться от оформления имени на ДПК или иное лицо, имеющие риски идентификации (и блокировки активов) в связи с реализацией данного проекта.

11.3.2. Рекламный телефонный номер

Необходимо выбрать и приобрести телефонный номер, который будет использован в рекламной кампании на всем жизненном цикле проекта. При этом телефонный номер не должен быть привязан к определенному адресу офиса. Иметь возможность управления через интернет с настройками переадресации. Иметь возможность осуществления записи всех разговоров и быстрого получения статистики по входящим звонкам.

12. Разработка рекламных материалов

Рекламные инструменты, с помощью которых следует осуществлять продвижение на рынок разработанного продукта, подразделяются на основные и дополнительные.

К основным рекламным инструментам следует отнести:

Наружная реклама

- щиты
- перетяжки (при их появлении на рынке)

Пресса

- периодические издания
- специализированные издания

Интернет

- Контекстная реклама
- Специализированные сайты недвижимости
- «Обычные» сайты

Выставки

- Выставки недвижимости

К дополнительным рекламным инструментам разрабатываемого проекта относятся

Наружная реклама

- видео табло
- иная наружная реклама, не описанная в основных рекламных инструментах

Пресса

- тематические статьи и интервью

Радио

- участие в передачах
- рекламные ролики

PR-мероприятия

- спонсорство, специальные акции
- конференции и семинары
- презентации

Иные мероприятия

- промоуторские акции
- директ-маркетинговые программы
- инновационные методы продвижения

12.1. Предлагаемые инструменты продвижения проекта «Иванова Фазенда»

Основные рекламные инструменты

12.1.1. Наружная реклама

Для чего нужна в рамках проекта «Иванова Фазенда»

- Для более масштабного охвата целевой аудитории, которая не видит (не ищет, не нашла, не хочет видеть) информацию о проекте на других носителях.
- Для получения быстрого отклика на рекламу (т.к. находясь в движении или пробке водитель или его пассажир располагают временем на «ни к чему не обязывающий звонок»)

Щиты.

Щиты планируются устанавливать в Московской области и на МКАД.

Из нашей практики, а также из практики ведущих рекламных агентств установка щитов в Москве (внутри МКАД) нецелесообразна.

Щиты в Московской области.

Предлагается к преимущественному размещению наборы щитов формата 3*6, несущие на себе связующую смысловую нагрузку и ощущение постоянного восприятия на протяжении 300 и далее метров. Место расположения щитов – на основных и смежных трассах, ведущих к проекту. Щиты рекомендуется размещать на удалении от МКАД от 50 км и далее (в пределах 1-20 км от МКАД направления перенасыщены рекламными поверхностями, они дорогие и не имеют необходимой рекламной отдачи). Начиная от 50 км от МКАД – расстояние между конструкциями увеличивается, есть возможность поставить щиты «под себя», стоимость подобных предложений существенно ниже, чем рядом с МКАД.

Целевая аудитория данных щитов – потенциальный клиент, направляющийся в один из поселков (к себе, к родственникам и друзьям, а также с «чужой рекламой»). А также потенциальный клиент, уже уехавший от МКАД на 50 и более километров, является психологически более подготовленным к восприятию удаленности поселка от МКАД. Посредством нашего каскада щитов потенциальный клиент имеет возможность прочитать и успеть осмыслить прочитанное.

Дополнительно данные щиты служат имиджевой поддержкой для тех групп потенциальных клиентов, которые уже видели проект «Иванова Фазенда» в рекламе, направляются туда или уже посещали его ранее.

Дополнительно возможно точечное периодическое размещение 1-2 имиджевых щитов формата 4*12 или 5*15 в территориально удачном обзоре вблизи крупных торговых центров, заправок и развязок, населенных пунктов на смежных и основной трассах.

Щиты на МКАД

Предлагаются к размещению в определенный период времени (минимальный срок размещения – 1 месяц) от 1 до 3 штук. Щит, преимущественно крупного формата, технически идеально оснащен (подсветка, а следовательно, читабелен в любое время суток), несет имиджевую составляющую в своей основе. Расположен в пределах до 10-15 км от основной и смежных трасс.

Перетяжки.

Перетяжки являются одним из самых основных наружных носителей для поиска и привлечения (получения входящих контактов) целевой аудитории.

В связи с тем, что в настоящее время перетяжки в Москве отсутствуют, к данному вопросу следует вернуться при изменении ситуации с перетяжками.

Реклама в интернете

Контекстная реклама, продвижение сайта. Реклама в специализированных порталах и на других ресурсах, для поиска целевой аудитории.

Промо-акции и иные PR-мероприятия

12.2. Распределение рекламных инструментов

Основные и дополнительные инструменты:

Основные рекламные инструменты в среднем 85% от годового бюджета
 Дополнительные рекламные инструменты в среднем 15% от годового бюджета

Распределение рекламного бюджета по основным инструментам

Наружная реклама 50%

Интернет 30%

Пресса 10 %

Другие 10%

12.3. Тайминг рекламной кампании

Основные этапы

Месяц 1,2 – подготовка, попадание в цитируемость

Месяц 2 – запуск сайта – основной информационный носитель

Месяц 3 – запуск рекламной кампании и размещение носителей

12.4. Виды основных рекламных материалов

Вид носителя	Размер носителя	Основные элементы	Примечание
Рекламный Щит	3*6 (метры)	<ul style="list-style-type: none"> • Лого «Иванова Фазенда» • Название поселка «Иванова Фазенда» • Основной слоган • Информационное наполнение (в рамках рекламной кампании) • Контактная информация (телефон + сайт) 	Планируется размещение в Московской области по трассам к поселку в виде каскада из 3 щитов с разными взаимодополняющими слоганами
Рекламный Щит	4*12 (метры)	<ul style="list-style-type: none"> • Лого «Иванова Фазенда» • Название поселка «Иванова Фазенда»» • Основной слоган • Информационное наполнение (в рамках рекламной кампании) • Контактная информация (телефон + сайт) 	Имиджевый щит около торговых центров
Рекламный Щит	5*15 (метры)	<ul style="list-style-type: none"> • Лого «Иванова Фазенда» • Название поселка «Иванова Фазенда»» • Основной слоган • Информационное наполнение (в рамках рекламной кампании) • Контактная информация (телефон + сайт) 	Имиджевый щит на МКАД
Перетяжка (при возобновлении в Москве)	15*1,1 или 12*1 или 14*1 (метры)	<ul style="list-style-type: none"> • Лого «Иванова Фазенда» • Название поселка «Иванова Фазенда» • Основной слоган (может и не быть) 	В Москве

		<ul style="list-style-type: none"> • Информационное наполнение (в рамках рекламной кампании) • Контактная информация (телефон+сайт или только телефон) 	
Модуль в прессу вар.1	210*280 мм- формат1/1	<ul style="list-style-type: none"> • Лого «Иванова Фазенда» • Название поселка «Иванова Фазенда» • Основной слоган • Развернутое информационное наполнение • Контактная информация (телефон+сайт) 	Модуль в специализированную прессу по недвижимости
Модуль в прессу вар.2	174*122 мм – формат 1/2	<ul style="list-style-type: none"> • Лого «Иванова Фазенда» • Название поселка «Иванова Фазенда» • Основной слоган • Развернутое информационное наполнение • Контактная информация (телефон+сайт) 	Модуль в специализированную прессу по недвижимости (Типа «Недвижимость и цены»)
Модуль в прессу вар.3	205*265-формат1/1 205*131-формат1/2	<ul style="list-style-type: none"> • Лого «Иванова Фазенда» • Название поселка «Иванова Фазенда» • Основной слоган • Развернутое информационное наполнение <p>Контактная информация (телефон+сайт)</p>	Модуль в гляцевый журнал
Модуль в прессу вар.4	120*146-формат 1/4	<ul style="list-style-type: none"> • Лого «Иванова Фазенда» • Название поселка «Иванова Фазенда» • Основной слоган • Развернутое информационное наполнение • Контактная информация (телефон+сайт) 	Модуль в журналы типа «7 дней»
Интернет-баннер вертикальный	240*400 (flash)	<ul style="list-style-type: none"> • Лого «Иванова Фазенда» • Информационное наполнение 	Базовый размер (концепт первой страницы)
Интернет-баннер горизонтальный	975*70 (flash)	<ul style="list-style-type: none"> • Лого «Иванова Фазенда» • Информационное наполнение 	Базовый размер (концепт первой страницы)
Рекламный штендер поселка	2 м * 0,85 м	<ul style="list-style-type: none"> • Лого «Иванова Фазенда» • Название поселка «Иванова Фазенда»» • Основной слоган • Информационное наполнение 	В отдел продаж

		<ul style="list-style-type: none"> • Контактная информация (телефон+сайт) 	
Карта на стену с генеральным планом поселка	2,5 м * 1,5 м	<ul style="list-style-type: none"> • Сама карта • Лого «Иванова Фазенда» • Название проекта «Иванова Фазенда» • Таблица – «условные обозначения» 	В отдел продаж

Базовые требования к файлам в прессу: запрошена и получена информация у каждого издания.

12.5. Перечень печатной продукции.

- «Большой основной рекламный буклет»

Формат А4

Приблизительные разделы:

О Проекте

О Поселке

Фотогалерея:

- Виды поселка (аэрофотосъемка)
- Фото природы
- Фото будущих элементов поселка (возможностей)

Инфраструктура поселка

О районе

«Мечты и возможности»

Генплан поселка

План шоу-участка (возможно - разворот-раскладушка в буклете)

Отдел продаж

Схема проезда в поселок

Партнеры проекта

- «Малый рекламный буклет эконом-класса» (с уменьшенным набором информации)

Формат буклета, Состав разделов и т.п. будет уточняться и разрабатываться после разработки «Основного буклета»

Примечание – «Перечень основных элементов, которые будут в буклете»

- *Основной описательный текст*
- *Краткий описательный текст*
- *Маленькая фотография*
- *Большая фотография*
- *Фотогалерея на одной странице*
- *Фотогалерея в тексте*
- *Генплан*
- *Шоу-участок («разворот-раскладушка» в буклете)*
- *Схема проезда в поселок*
- *Схема проезда в отдел продаж*
- *Партнеры проекта*
- *Обложка и внутренние страницы обложки*

- Сайт

– ТЗ и общая смысловая нагрузка сайта должна быть разработана выбранным Исполнителем с использованием материалов данного Отчета.

Сайт поселка должен быть отдельным сайтом, на котором будет информация только о конкретном проекте.

Помимо общей информации, такой как:

- О проекте
- Новости
- Генеральный план
- Контакты
- Фотогалерея

На сайте должны быть предусмотрены разделы, позиционирующие проект как надежный, открытый и уверенный в себе (документы, ход строительства и т.п.).

Дизайн должен быть креативным, заставить потенциального клиента представить себе свою жизнь в поселке нового типа – Дачные усадьбы «Иванова Фазенда».

12.6. Визуализация рекламных материалов

В рамках проведенной работы была осуществлена визуализация рекламных материалов проекта.

12.6.1. Визуализация названия – Дачные усадьбы "Иванова Фазенда"

Осуществлена работа по визуализации названия проекта «Дачные усадьбы «Иванова Фазенда».

на основании:

Идеологии проекта-

Большие земельные участки с коммуникациями в организованном дачном поселке. Наличие коммуникаций и достойной инфраструктуры обязательно, как необходимый элемент комфортного проживания в организованном загородном проекте. Значительное расстояние от МКАД (137 км.) как преимущество для создания уединенности, возможность построить свою усадьбу на века в экологически чистом месте, в поселке единомышленников, в окружении живописных лесов.

Целей РК-

1. Вывод на перенасыщенный маленькими, не оснащенными коммуникациями участками рынок загородной недвижимости - жизнеспособного проекта с большими земельными участками в рамках организованного поселка со всеми условиями для людей преимущественно единой социальной среды
2. Реализация больших земельных участков с учетом продуманной идеологии проекта и грамотной рекламной кампании

Целевой аудитории-

По социальным показателям:

1. Человек, имеющий стабильный средний доход или стремящийся к нему (от 400 000 р./месяц на семью из 3 человек)
2. Человек семейный (большая семья- жена, дети, родители, родственники)

3. Человек образованный, нашедший свою нишу в жизни, состоявшийся в профессии
4. Возрастная группа – от 30 до 60 лет

По психоэмоциональным показателям:

1. Человек, тяготеющий ко всему русскому, уважающий свои корни
2. Человек, желающий жить в единой, спокойной социальной среде, в кругу единомышленников, уставший от мегаполиса. Он ищет поселок, где сможет жить среди людей близких по менталитету, конечно всегда есть возможность приобрести 10 участков по 6 соток и постараться воссоздать на своем большом участке атмосферу усадьбы, но кругом соседи и каждый с 6 сотками, что говорит о разрозненности социальной среды и интересов.
3. Человек с сильно развитым чувством ответственности и заботы о подрастающем и будущем поколении
4. Человек с амбициями, строящий масштабные планы на будущее

Требования к визуализации:

- Запоминаемость
- Ассоциативность
- Универсальность, функциональность использования в РК
- Лаконичность
- Возможность в дальнейшем использовать элементы визуализации в архитектурном стиле поселка

Задача визуализации:

1. Идентификация продукта на рынке загородной недвижимости (узнаваемость, яркость образа, уникальность)
2. Передача сути проекта с учетом целевой аудитории (максимальное совпадение с идеологией проекта)

1.



2.



3.



4.



В вариантах №1, №2, №3, №4 :

Использовался красный и черный цвет, акцент произведен на яркость цветов, т.к. бледные цвета снижают уровень заинтересованности потребителя. Мотивационные маркетинговые исследования в сфере рекламы показывают, что красный цвет оказывает возбуждающее действие на психику человека, привлекает внимание, а черный помогает сконцентрироваться.

Прорабатывались варианты использования других ярких цветов, характерных для визуализации в сфере загородной недвижимости – зеленый, синий и их оттенки. Большинство поселков используют зеленые цвета, символизирующие цвет природы, зелени, экологичности, тем самым выстраиваясь в одну линейку идентичных продуктов. Зеленый примелькался, не ассоциативен с темой русскости настолько, насколько красный. Синий цвет в основном используется в загородных проектах с морской тематикой (наличие большой воды). Мы, используя в визуализации красный и черный, привлекаем внимание и концентрируем потребителя, вместе с тем эти цвета абсолютно соответствуют психотипу нашего потенциального покупателя.

Вариант №1

Шрифт: Vopart-Modern Regular

Цвет: ИФ - красный ДУ – черный.

Декоративный элемент в данном написании нельзя отнести к конкретному стилю. Он близок стилизации как классицизма, так и модерна, а также напоминает старинную русскую декоративную роспись – хохлому, старорусский книжный орнамент.

Комментарии:

Визуализация лаконична, универсальна и функциональна при использовании на любом рекламном носителе, обладает ярким образом, и соответствует психотипу потребителя – тяготение ко всему русскому и вместе с тем монументальность и сдержанность. Намеренно ставим ударение в слове «Иванова», с целью исключения «плавающего» понимания .

Вариант №2

Шрифт: ДУ - Candara Regular; ИФ - Blagovest Regular

Цвет: ИФ - красный ; ДУ - черный

В качестве декоративного элемента использовалась славянская вышивка крестом.

Комментарии:

Визуализация лаконична; универсальна и функциональна при использовании на любом рекламном носителе; славянская вышивка ассоциативна с русскими корнями, ремеслами; создает единый образ названия поселка - Иванова Усадьба и организационного наименования – Дачные усадьбы.

Визуализация в форме полуовала – гармонично впишется в дальнейшем в дизайн рекламных носителей. Намеренно ставим ударение в слове «Иванова», с целью исключения «плавающего» понимания .

Вариант №3

Шрифт: ДУ - Candara Regular; ИФ - Pelagy Regular

Цвет: ДУ - красный ; ИФ - черный

Декоративный элемент - конь, вышитый крестом (также элемент славянской вышивки). Конь - знак Солнца, Солнечных Богов.

Комментарии:

Визуализация отвечает всем требованиям и задачам. Образ коня был навеян фразой "какой русский не любит быстрой езды". В дальнейшем, на рекламных носителях название может использоваться как с конем, так и без него. На крупных форматах (щиты, билборды), в прессе – конь, вышитый крестом – яркий образ русской мощи, солнца, света, во многом предопределяет ассоциативный ряд дальнейшего дизайнерского оформления макетов. Намеренно ставим ударение в слове «Иванова», с целью исключения «плавающего» понимания , дополнительно ударная буква выделяется красным цветом и для визуального равновесия в слове «Фазенда» также выделяем ударную букву цветом.

Вариант №4

Шрифт: ДУ - Candara Regular; ИФ - Pelagy Regular

Цвет: шрифт - черный , декор. элемент - красный

ИФ - сокращенная аббревиатура "Иванова Фазенда"

На заднем плане элемент хохломской росписи.

Комментарии:

Визуализация лаконична, запоминаема, универсальна и функциональна при использовании на любом рекламном носителе. Обладает рядом преимуществ : возможность дальнейшего употребления названия на рекламном носителе с дефицитом места – Дачные усадьбы ИФ , так и полномасштабное название в форме полукруга на крупных форматах, а также в прессе. Сокращая «Иванова Фазенда» до вензеля

«ИФ», мы привносим некую загадочность в название, придаем индивидуальность, а тем самым обособленность от общей массы похожих друг на друга поселков. Вензель «ИФ» в дальнейшем может использоваться как визитная карточка проекта – на сувенирной продукции, в рекламных буклетах, в элементах архитектуры проекта.

В процессе работы Заказчиком был выбран Вариант № 4.

12.6.2. Основные рекламные слоганы проекта

Слоган рекламной кампании – Дачные усадьбы «Иванова Фазенда»

Слоган призван отображать основные направления идеологии проекта, поддерживать единый стилистический образ продукта.

Варианты слоганов:

Вариант №1 - «Благо, когда своей земли без края!»

Соблюдена старорусская речевая стилистика – «благо» – в этическом смысле то же, что и «добро». Т.е. с первых строк обращения поддерживаем положительный, располагающий настрой. «Когда своей земли без края» - т.е. много, подразумевая владение дачной усадьбой. Одно из главных направлений идеологии - приобретение в собственность большого участка земли среди себе подобных.

Вариант №2 – «Благо, когда своей земли от души!»

Соблюдена старорусская речевая стилистика, как и в варианте №1. Но во втором варианте - «Когда своей земли от души» - именно столько, сколько сам пожелаешь. Возможно приобретение усадьбы любой площади – от 50 соток.

Вариант №3 – «Есть где разгуляться – Дачные усадьбы!»

Слоган для рекламных поверхностей с дефицитом места. Здесь мы уже конкретизируем – максимально точно, буквально парой слов передаем основное направление идеологии проекта – крупные земельные участки в виде дачных усадеб. Делаем это по-русски, с душой – «Есть где разгуляться».

Вариант №4 – «Испокон веков.... Человек должен жить на земле. Владеть усадьбой – предлагаем мы!»

Риторическая подводка к самому главному – мы предлагаем не просто кусок земли, а усадьбу со всеми удобствами. Призываем человека к своим корням, истокам.

12.6.3. Визуализация основных рекламных материалов

Обоснование дизайна рекламных макетов + использование слоганов на рекламных макетах

Макет в прессу (модуль 1/4)

Благо, когда своей земли от души!



ВПЕРВЫЕ!!!

Дачные усадьбы от 50 соток

- Близко** в 1,5 ч. от Москвы (трасса М4)
- Удобно** все коммуникации
- Цивилизованно** развитая инфраструктура
- Выгодно** без подряда, от 00 т.р./сотка

000-00-00
www.vashi-dachi.ru Проект в управлении компании "Абсолютный формат"

Благо, когда своей земли без края!



ВПЕРВЫЕ!

Дачные усадьбы от 50 соток

- ✓ **Близко** в 1,5 часах езды от Москвы (трасса М4)
- ✓ **Удобно** все коммуникации
- ✓ **Цивилизованно** развитая инфраструктура
- ✓ **Выгодно** без подряда, от 00 т.р./сотка

000-00-00
www.vashi-dachi.ru Проект в управлении компании "Абсолютный формат"

Благо, когда своей земли от души!



ВПЕРВЫЕ!

Дачные усадьбы от 50 соток

- ✓ **Близко** в 1,5 часах езды от Москвы (трасса М4)
- ✓ **Удобно** все коммуникации
- ✓ **Цивилизованно** развитая инфраструктура
- ✓ **Выгодно** без подряда, от 00 т.р./сотка

000-00-00 www.vashi-dachi.ru
Проект в управлении компании "Абсолютный формат"

Испокон веков...
Человек должен жить на земле.
Владеть усадьбой - предлагаем мы!



ВПЕРВЫЕ!

Дачные усадьбы от 50 соток

- ✓ **Близко** в 1,5 часах езды от Москвы (трасса М4)
- ✓ **Удобно** все коммуникации
- ✓ **Цивилизованно** развитая инфраструктура
- ✓ **Выгодно** без подряда, от 00 т.р./сотка

000-00-00
www.vashi-dachi.ru Проект в управлении компании "Абсолютный формат"

Макет в прессу позволяет нам использовать варианты слоганов №1, №2, №4. Яркое цветовое решение привлечет внимание (роспись хохлома), также на макете в прессу мы можем подробно указать преимущества нашего продукта. Мы делаем упор на то, что «ВПЕРВЫЕ» на рынке большие участки не голословно называются усадьбами, а тезисно определяем почему мы, не как основная масса - и с нами «Дачные усадьбы» - это близко, удобно, цивилизованно, выгодно! Формулировка : «Дачные усадьбы от 50 соток» без употребления ограничения «до» имеет свой смысл: на рекламном носителе - макет в печатном издании – мы можем разместить все преимущества Дачных усадеб - коммуникации, инфраструктура, охрана. Мы подчеркиваем, что это не просто большие участки в чистом поле, а большие участки (мы не ограничиваем своего покупателя в сотках) предполагающие все блага. Основную информацию мы не просто доносим до потребителя, а выделяем отдельно, как преимущества

Близко - в 1, 5 часах езды от Москвы (1, 5 часа выглядит симпатичнее, чем 137 км.)

Удобно – все коммуникации (безусловно удобнее усадьба со всеми городскими удобствами, чем большой участок земли в чистом поле)

Цивилизованно – развитая инфраструктура (с большинстве случаев продавец больших участков хочет подкупить ценой, но забывает о том, что из общества незаслуженно выкидывает своих покупателей.

Между тем очень важно , когда есть охрана, элементарная детская площадка и т.д.)

Выгодно – без подряда, от 00 р./сотка (выгодно, потому что можешь строить сам сейчас или через какое то время, цена – самый весомый из всех аргументов.

Щит 6x3

Благо, когда своей земли от души!

Участки от 50 соток без подряда
Все коммуникации, инфраструктура
В 1,5 часах от Москвы (трасса М4)

от
00 Т.р.
сотка

www.vashi-dachi.ru
т. **123-45-67**

Проект в управлении компании "Абсолютный формат"



Благо, когда своей земли без края!

Участки от 50 соток без подряда
Все коммуникации, инфраструктура
В 1,5 часах от Москвы (трасса М4)

от **00 Т.р.** сотка

www.vashi-dachi.ru т. **123-45-67**

Проект в управлении компании "Абсолютный формат"



Макет щита позволяет нам использовать вариант слогана № 1, 2. Помимо того, что в слогане соблюдена старорусская стилистика и отображены основные моменты идеологии продукта, он безусловно несет положительный заряд и настраивает потенциального покупателя на дальнейшее изучение макета. Яркое цветовое решение - хохлома на белом + красный, черный текст. На трассе выигрышно смотрится белый фон поверхности – заметен в любое время суток. Текстовая нагрузка не перенасыщает макет, но содержит основную информацию о продукте. О текстовой нагрузке – в логотипе уже есть информация о том, что предлагаются Дачные усадьбы, поэтому в тексте макета мы можем сообщить об участках от 50 соток без подряда, отмечаем преимущества усадеб – все коммуникации, инфраструктуру и территориальную доступность. Не концентрируем внимание на том, что кол-во соток предлагаемых участков от 50 до 70 соток, т.к. можем объяснить преимущество формулировки «от» без «до». Как правило, если мы говорим от 50 соток, то у покупателя складывается впечатление, что до бесконечности (до нескольких гектар), как предлагает компания «Красивая Земля». Но компания «Красивая Земля» предлагает огромные земельные участки без подряда и без каких либо условий, коммуникаций, охраны, уже не говоря о наборе инфраструктуры, мы же готовы предложить помимо участков от 50 соток (покупатель как вариант может приобрести и несколько участков по 50-70 соток, получив в следствии все блага наших Дачных Усадеб) целый набор преимуществ цивилизованных, современных коттеджных поселков - инфраструктура, охрана, коммуникации. И именно на щите, где есть техническая возможность разместить все наши преимущества, мы можем указать «от 50 соток», предоставляя покупателю возможность выбора участка любого размера. На щите помимо телефона, указываем сайт проекта.

Предлагается разместить на трассе несколько каскадных щитов. У нас трасса скоростная - М4 и точечное расположение щитов на трассе не будет иметь должного эффекта, хотя размещение точечных щитов на перекрестках, светофорах, рядом с приличными заправками могут иметь место. Информация на скорости, размещенная на каскадных щитах, будет более запоминаема и просто более заметна.

Перетяжка:

На макете перетяжки используем слоган – вариант №3 – «Есть где разгуляться – Дачные усадьбы!» Использование именно этого слогана обусловлено дефицитом поверхности. У продукта может быть несколько ключевых слоганов - главное, чтобы они поддерживали единый стилистический образ и соответствовали идеологии. Здесь максимально кратко и стилистически правильно мы говорим о том, что предлагаем покупателю - большие земельные участки. Главное не перегрузить макет, и мы размещаем основную информацию - от 50 до 70 (без подряда), от 00 р./сотка (цена всегда имеет значение, когда она привлекательна). Именно на перетяжках нам необходимо ограничить объемы предлагаемых участков, т.к. макет перетяжки ограничивает нас в возможности размещения всей преимущественной информации. Возможность описать все наши преимущества мы имели на щитах, макетах в прессу. Здесь мы вынуждены, чтобы не ввести покупателя в заблуждение и не встать в одну линейку с продуктами компании «Красивая Земля», указывать ограниченность земельных участков, что подразумевает наличие каких-либо условий, о которых мы не можем сказать в связи с ограниченностью места макета и в целях избежания переполнения макета информацией.

Примечание: в настоящее время перетяжки не рассматриваются из-за запрета в г. Москве.

12.7. Другие виды рекламной и иной продукции, требуемые к разработке:

- **Архитектурный макет поселка**
- **Архитектурный макет шоу-участка**

Остальные носители являются второстепенными. Их перечень определяется. Что касается структуры сайта, то с ней, а также с требованиями к компонентам сайта мы еще определяемся.

12.8. Изменение среднемесячного бюджета рекламной кампании проекта

В связи с увеличением рекламируемых проектов, запрета перетяжек, а следовательно, накладных расходов на рекламу, внесена корректировка в среднемесячный бюджет рекламной кампании. В финансовых показателях установлена следующая сумма затрат на рекламу проекта: 600 000 рублей в месяц.

13. Создание отдела продаж

Данный раздел был сформирован до принятия Заказчиком принципиального решения о выборе «аутсорсинга отдела продаж» как основного варианта по реализации объектов недвижимости поселка.

13.1. Базовые требования к отделу продаж.

13.1.1. Размещение

Отдел продаж должен располагаться в Москве. Территориальное размещение – Близость к 3-му транспортному кольцу. Желательно Южная часть Москвы. Близость к метро не принципиальна. Место расположения офиса продаж должно быть удобно с точки зрения возможности парковки автотранспорта потенциальных клиентов.

Офис отдела продаж должен иметь презентабельный вид в части самого здания, в котором размещается офис – снаружи и внутри, а также быть в явном виде выделенным в виде отдельных помещений, функционально относящихся только к офису продаж загородной недвижимости.

13.1.2. Перечень работников (позиций) отдела продаж. Штатные сотрудники

В минимальном объеме отдел продаж должен быть укомплектован следующими сотрудниками:

- Руководитель отдела продаж
- Секретарь

- Менеджер по рекламе
- Диспетчер (2 вакансии) – данная штатная единица может отсутствовать.
- Курьер

При этом, следует понимать, что в случае, если отдел продаж является отдельным подразделением организации то частично, а если это самостоятельное юридическое лицо, то полностью необходимо предусматривать наличие в штате:

- генерального директора;
- главного бухгалтера.

13.1.3. Перечень работников (позиций) отдела продаж. Другие сотрудники

В данном разделе указаны те позиции отдела продаж, которые объективно подвержены кадровой «текучке». Юридические взаимоотношения с такими сотрудниками требуют дополнительной проработки на предмет соответствия законодательства.

- Менеджеры отдела продаж (от 2-х до 3-х вакансий);
- Регистратор (сотрудник, работающий с регистрирующими органами в районе места нахождения проекта), (1-постоянный, второй дополнительный, резервный)

13.1.4. Требования к составу помещений офиса отдела продаж

Офис отдела продаж должен состоять из следующих помещений, выполняющих различную смысловую нагрузку

- Ресепшн-приемная
- Переговорная комната
- Кабинет руководителя отдела продаж
- Кабинет сотрудников
- Кабинет для диспетчеров (операторов колл-центра) – данная позиция может отсутствовать.

13.1.5. Требования к оборудованию офиса отдела продаж

Офис отдела продаж должен быть оборудован соответствующей мебелью и оргтехникой для каждого из сотрудников.

Дополнительно должна быть оборудована переговорная комната:

- мягкая мебель с журнальным столиком;
- возможность размещения макета поселка и макета шоу-участка;
- телевизор с компьютером и DVD для показа презентаций

14. Управление проектом

14.1. Финансовая схема проекта

Финансовая схема проекта (расчет основных затрат на реализацию проекта) приводится в Приложении к настоящему Отчету.

После предоставления Заказчиком возможностей и тайминга начального финансирования проекта, будет доработан тайминг основных мероприятий по созданию и развитию проекта.

14.2. Финансовый учет и планирование

Заказчик не предоставил сведения о возможности первоначального финансирования проекта, а также сроках и объемах подобного финансирования. В связи с чем, все указанные расчеты в настоящем Отчете носят рекомендательный характер. При этом Заказчику особо указывается, что для начала осуществления инвестиций в данный проект, требуется четкое понимание возможности обеспечения своевременного финансирования проекта на весь срок его реализации.

Финансовый учет ведется посредством фиксации всей информации о затратах, связанных с реализацией данного проекта (с приложением более подробной информации о каждой финансовой операции). Все суммы затрат далее «относятся на себестоимость продаваемой сотки поселка».

К настоящему Отчету приложена информация о расходной части на создание проекта, контролируемой Исполнителем.

Расчетные показатели

Расчетные показатели

Показатель	единица измерения	Примечание	значение	
Общая площадь земельного участка	сотки	Исходная	4176,00	
% от общей площади земельного участка под земли общего пользования (внутрипоселковые дороги, придорожная территория, инфраструктура)	процент	Расчет АФ	13,80	Можно править
Площадь земельного участка под земли общего пользования	сотки	Формула	580,00	
% от общей площади земельного участка под размещение земельных участков на розничную продажу	процент	Формула	86,20	
Площадь земельного участка под розничную продажу	сотки	Формула	3599,71	
Количество земельных участков для розничной продажи	штуки	Расчет АФ	59,00	Можно править
Средняя площадь одного земельного участка под розничную продажу	сотки	Формула	61,01	
Процент общей площади земельного участка под размещение внутрипоселковых дорог	процент	Расчет АФ	4,63	
Площадь внутрипоселковых дорог	кв. метры	Формула	19334,88	
Средняя ширина внутрипоселковых дорог усредненная	метры	Расчет АФ	7,00	
Расчетная длина внутрипоселковых дорог	метры	Формула	2718,00	расчет
Длина забора по периметру земельного участка	метры	Расчет АФ	5122,00	
Срок реализации проекта (определенный процент от общего количества земельных участков)	месяцы	Расчет АФ	24,00	Можно править
"Точка реализации" проекта - процент от общего кол-ва земельных участков	процент	Расчет АФ	90,00	Можно править
Количество земельных участков, рассчитываемых для реализации в проекте	штуки	Формула	53,10	
Среднемесячный темп розничной реализации земельных участков на весь срок проекта	штуки (участки)	Формула	2,21	
Требуемая электрическая мощность в среднем на 1 участок	кВт	Расчет АФ	10,00	Можно править
Общая требуемая электрическая мощность на проект	кВт	Формула	590,00	
Длина внутренних электрических сетей (вдоль внутрипоселковых дорог)	метры	Соответствует длине внутрипоселковых дорог	2718,00	
Длина внутреннего газопровода (вдоль внутрипоселковых дорог)	метры	Соответствует длине внутрипоселковых дорог	2718,00	

ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Показатель	единица измерения	Примечание	значение	
Текущая себестоимость земельного участка (покупка и комиссия районного исполкома земельного участка) сота	рубли	История информации Заказчика	1 822,00	
Общая стоимость приобретения земельного участка	рубли	Формула	7 808 672,00	
Общая сумма других непредвиденных расходов по проекту	рубли	История информации Заказчика	2 800 000,00	
Комиссия агентству недвижимости за продажу одного объекта недвижимости в проекте (процент)	процент	Расчет АФ	5,00	Можно проверить
Комиссия агентству недвижимости за продажу одного объекта недвижимости в проекте (средняя сумма за один объект)	рубли	Формула	106 771,12	
Плательные расходы на реальную поддержку проекта (среднемесечно)	рубли	Расчет АФ	600 000,00	Можно проверить
Плательные расходы, связанные с обеспечением управления проектом (среднемесечно на весь цикл реализации проекта)	рубли	Расчет АФ	150 000,00	Можно проверить
Плательные расходы на обеспечение эксплуатации проекта (среднемесечно на весь цикл реализации - без учета последующих оплат со стороны будущих пользователей)	рубли	Расчет АФ	50 000,00	Можно проверить
Плательные расходы на содержание резервного фонда на непредвиденные и иные расходы (среднемесечно) на весь цикл реализации	рубли	Расчет АФ	30 000,00	Можно проверить
% налога от дохода от реализации объектов недвижимости проекта	процент	УСН	6,00	
Сумма налога от дохода от реализации одного объекта недвижимости (средняя сумма за один объект)	рубли	Формула	128 125,34	
Средняя стоимость соты объекта недвижимости проекта	рубли	Расчет АФ	35 000,00	Можно проверить
Средняя стоимость одного объекта недвижимости проекта	рубли	Формула	2 138 422,37	
Усредненная стоимость комплексных инженерных работ за один участок (в рамках всего проекта)	рубли	Расчет АФ	15 000,00	Можно проверить
Стоимость оборудования забора по периметру проекта (полный метр)	рубли	Расчет АФ	900,00	Можно проверить
Стоимость строительства дороги (квадратный метр)	рубли	Расчет АФ	800,00	Можно проверить
Общая сумма расходов на инфраструктуру проекта	рубли	Расчет АФ	8 000 000,00	Можно проверить
Планируемый валовый доход от реализации земельного участка (в рамках утвержденного кол-ва до "точки отрыва проекта")	рубли	Формула	113 300 936,00	
Планируемый валовый доход от реализации оставшихся после "точки отрыва проекта" земельных участков (дополнительная прибыль)	рубли	Формула	12 888 992,00	
Сумма налога от дохода после продажи оставшихся земельных участков	рубли	Формула	756 936,62	
Дисконт от общей стоимости оставшихся земельных участков (комиссия) процент	процент	Расчет АФ	15,00	Можно проверить
Общая сумма дисконта от общей стоимости оставшихся земельных участков (комиссия)	рубли	Формула	1 300 940,50	
Минимальная сумма "дополнительных доходов" (требуемая к получению с одного объекта недвижимости проекта)	рубли	Расчет АФ	10 000,00	Можно проверить
Условительный расчет ИТУ и ТУ на конфигурацию + внешний проект внешней сети рабочих и согласован; внутренняя сеть рабочей проект и согласован	рубли	Расчет АФ	10 000 000,00	Можно проверить
Строительно-монтажные работы по разводке газопровода по территории земельного участка (вдоль внутриквартальной дороги) - за один километр	рубли	Расчет АФ	1 700 000,00	Можно проверить
Строительно-монтажные работы по разводке электрических сетей - за один километр (включая проект, монтаж по воздушным линиям с угловыми оплотнениями)	рубли	Расчет АФ	1 200 000,00	Можно проверить
Приобретение электрических измерителей по информации от Заказчика (по результатам встречи)	рубли	Расчет АФ	500,00	Можно проверить

14.3. Принятие решений и информационный обмен

В настоящем проекте участвуют следующие документы:

- Отчет по проекту:
 - текущий отчет
 - альбомы с графической, фотографической и иной информацией по проекту
 - архивные отчеты за предыдущие периоды
- Журнал действий и согласований
- Журнал учета особых мнений Исполнителя
- Рабочие материалы
 - утвержденные
 - в работе
 - списанные (отработанные)

14.4. Подрядчики проекта

Заказчик не предоставил информацию о предполагаемых подрядчиках проекта. Также не была предоставлена информация по этапам освоения проекта. В связи с этим осуществлять работы по выбору (рекомендации) подрядных организаций, а также контролю качества и объемов выполняемых работ не представлялось возможным.

14.5. Организационная структура проекта

В настоящем проекте предполагается участие следующих структур, подразделений и персонала:

Инвестор

Уполномоченные представители Инвестора

Индивидуальные предприниматели (не менее 3-х)

ДПК «Иванова Фазенда» (рабочее название)

Председатель ДПК

Члены ДПК

Службы ДПК

Отдел продаж

(собственный отдел продаж или иной подконтрольный)

Управляющая компания проектом

(собственная или наемная)

Подрядные организации

По строительству

По рекламе

По обслуживанию поселка

Партнеры проекта

Банки

Страховые компании

14.6. Координация работы и ведение системы планирования и финансового учета

Все выполняемые работы по проекту должны быть зафиксированы в едином журнале учета работ по проекту.

Все работы, которые планируются выполнять, срок и условия их выполнения, стоимость и т.п. должны быть согласованы и утверждены на рабочем Совете проекта, в который должны входить как Инвестор и его уполномоченные лица, так и иные лица и организации, участвующие в проекте.

Все затраты, связанные с проектом должны планироваться в финансовой смете. Финансовая смета должна составляться:

- на год (укрупнено без детализации)
- на полгода (укрупненно с детализацией)
- на месяц (максимально укрупнено)

Затраты, которые не были отражены в смете, но были фактически понесены за отчетный период должны фиксироваться в итоговой месячной смете.

Контроль за сметными расходами, исполнению сметы и т.п. осуществляет доверенное лицо Инвестора.

Все ключевые решения, связанные с созданием и освоением проекта принимаются Инвестором после получения им мнений других участников проекта.

Должны быть предусмотрены как минимум еженедельные расширенные совещания всех участников проекта.

Все действия Инвестора, связанные с созданием и развитием проекта должны быть тщательно взвешены и проработаны. Должны быть учтены все возможные последствия (положительные и отрицательные) любого действия (или бездействия) на максимально возможный период времени, желательно на весь срок существования проекта.

Инвестор должен обеспечить (собственными силами или силами нанятого персонала) контроль над всеми информационными, денежными и документальными потоками проекта.