

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Казанский национальный исследовательский
технический университет им. А.Н.Туполева – КАИ»

Институт экономики, управления и социальных технологий

Методические указания
по выполнению самостоятельных работ по дисциплине Б1.В.ДВ.07.02
«Управление потоками в инновационном производстве»

Казань 2019

Целью самостоятельной работы является разработка и оптимизация сетевого графика управления проектом строительства мотеля в пос. Залесный.

Отчет по самостоятельной работе состоит из следующих **разделов**:

1. Введение.
2. Краткое описание (резюме) проекта.
3. Перечень мероприятий, осуществляемых от момента принятия решения о реализации проекта, до ввода объекта в эксплуатацию.
4. Сетевой график.
5. Указания по оптимизации сетевого графика.
6. Заключение.
7. Список использованной литературы.

Во *введении* отражается цель выполнения работы, дается перечень и краткое описание методов, необходимых для ее выполнения. Объем введения 1-3 страницы.

Краткое описание (резюме) проекта должно отражать суть рассматриваемого проекта. Объем данного раздела 1-8 страниц в зависимости от желаемой детализации сведений.

Перечень мероприятий составляется в следующей форме:

№	Содержание мероприятия (события)	Длительность мероприятия	Ответственное лицо (должность)
0	Принятие решения о реализации проекта		
	...		
N	Ввод мотеля в эксплуатацию		

Сетевой график представляется в виде графика, отражающего структурные и логические связи между событиями – узлами графа. Рассчитывается время начала, время окончания и резерв времени по каждому мероприятию (событию).

В разделе *оптимизация сетевого графика* на основании анализа резервов необходимо предложить возможные варианты сокращения продолжительности проекта.

В *заключении* представляются основные выводы по проделанной работе.
Список литературы должен включать не менее 3 источников.

Исходная информация о проекте строительства мотеля в пос. Залесный представлена в приложении.

Бизнес-план создания мотеля в пос. Залесный

1. Краткое содержание проекта и ожидаемые результаты.

1.1. Суть проекта

В настоящем бизнес плане описывается инвестиционный проект ООО «XXX» по строительству и эксплуатации мотеля в г. Казань.

1.2. Краткая характеристика компании

ООО «XXX» зарегистрировано 15 июля 2003 г. Данное предприятие является динамично развивающейся бизнес-единицей, осуществляющей следующие основные виды деятельности: турагентская (с 2003 года), деятельность по реализации авиа- и железнодорожных билетов (с 2005 года), организация конференций и конгрессов (с 2006 года), в том числе международного уровня. Годовой оборот компании в 2006 году составил более 10 млн. руб., планируемый оборот за 2007 год – 14,8 млн. руб., что подтверждается показателями деятельности ООО «XXX» за первое полугодие 2007 года. Расширение объемов реализации и сфер деятельности предполагает, что ООО «XXX» реализует экспансию на рынок и намерено ее продолжать, осваивая новые виды деятельности. На предприятии работают высококвалифицированные специалисты, регулярно, в соответствии с требованиями действующего законодательства, повышающие свою квалификацию и имеющие необходимые для осуществления деятельности свидетельства и сертификаты.

Указанные обстоятельства предопределяют возможность расширения ООО «XXX» предлагаемого спектра услуг.

1.3. Общая характеристика проекта

Стабилизация и последовательный рост экономики в Российской Федерации привела к бурному росту объемов автомобильных перевозок – как грузовых, так и пассажирских. В то же время сопутствующая дорожная

инфраструктура практически неразвита. Так, в европейских государствах вдоль дорог развита соответствующая инфраструктура, обеспечивающая питание, проживание, ремонт. Указанные элементы на российских дорогах зачастую отсутствуют. На гостиничном рынке города Казани наблюдается стабильное превышение спроса над имеющимся предложением, и специализированные автомобильные гостиницы – мотели – не являются исключением. Ориентация на потребителя, в свою очередь, диктует необходимость создания современной придорожной инфраструктуры. ООО «XXX» предлагает решение этой проблемы с помощью организации мотеля на границе Казани в районе транспортной развязки по дороге Казань-Москва с организацией питания и автостоянки как для грузовых, так и для легковых автомобилей.

ООО «XXX» имеет опыт работы на рынке туристических услуг и реализации авиа- и железнодорожных билетов, а также опыт деятельности в качестве принимающей стороны, что будет способствовать успеху при реализации предлагаемого проекта.

При реализации капитальных вложений ООО «XXX» гарантирует предоставление услуг гостиничного комплекса в формате мотеля, а также услуг автостоянки при наименьших затратах, с возможностью будущего расширения и модернизации.

1.4. Цель организации проекта

Основная цель данного проекта – создание мотеля и автостоянки в г. Казань в непосредственной близости от объездной дороги в районе транспортной развязки (в пос. Залесный). Качество предоставляемых услуг будет обеспечено ориентацией на потребителя и предоставлением комплекса услуг.

1.5. Общая характеристика и особенности услуг

Мотель ООО «XXX» будет построен с использованием современных технологий. На его базе предполагается реализация следующих услуг:

- проживание в номерах двух категорий – повышенной комфортности (люкс) и стандартных;

- охраняемая автомобильная стоянка;
- организация питания на условиях арендных отношений.

Указанные виды деятельности не подлежат обязательному лицензированию.

1.6. Перспективность проекта

1.6.1. Наличие спроса

В настоящее время рынок гостиничных услуг развивается и является одним из самых перспективных рынков, относящихся к сфере услуг, а также является одним из базовых рынков для постиндустриальной экономики. На данный момент на рынке г. Казань существует значительный неудовлетворенный спрос на услуги гостиниц, что в большой степени относится к услугам специализированных гостиничных комплексов для автомобилистов – мотелей. Указанные обстоятельства позволяют прогнозировать тот факт, что предлагаемая услуга найдет своего потребителя.

В части услуг мотеля потенциальной емкостью рынка являются все гости столицы Татарстана, прибывающие в город на собственном автотранспорте, а также водители транзитных грузовых маршрутов. В 2008 году (по завершении строительства и ввода в эксплуатацию) планируемый объем клиентов составит 925 человек.

По услугам автомобильной стоянки оценочная емкость рынка предлагаемого гостиничного комплекса составит 1500 единиц в 2008 году с перспективой увеличения.

Таким образом, к 2011 году планируется обслуживать в год 4061 клиента по услугам мотеля и 3600 клиентов по услугам автостоянки. Таким образом, ООО «XXX» планирует занять собственную рыночную нишу на рынке предоставления услуг гостиничного комплекса.

1.6.2. Месторасположение и характеристика номерного фонда

Отличительной особенностью предлагаемого проекта является удачное расположение мотеля в поселке Залесный, т.е. в районе транспортной развязки

трасс федерального значения, в том числе автодороги Казань-Москва, в непосредственной близости от окружной дороги.

Во всех номерах размещается санузел с полным набором умывальных принадлежностей. Номера также оборудованы телевизорами и прочей бытовой техникой.

1.7. Выгодность проекта

Коммерческая – компания обеспечит получение прибыли для собственного развития и инвесторов.

Экономическая – реализация проекта позволит развить инфраструктуру гостиничной сети Республики Татарстан, это повысит инвестиционную привлекательность региона.

Бюджетная – бюджет получит поступления в виде налогов от деятельности компании.

Социальная – создание дополнительных рабочих мест.

Потребительская – повышение качества предоставляемых услуг, предоставление комплекса потребительно-ориентированных услуг.

Инновационная – внедрение современных технологий обслуживания позволит Республике Татарстан улучшить свое положение в сфере предоставления услуг гостиничного комплекса.

1.8. Контрольные сроки по проекту

В 2007 году ООО «XXX» планирует:

- 1) Совершить покупку и оформить в собственность земельный участок в поселке Залесный.
- 2) Начать строительство гостиничного комплекса на приобретенном земельном участке.

В 2008 г. ООО «XXX» планирует:

- 1) Завершить строительство гостиничного комплекса.
- 2) Начать предоставление услуг специализированного гостиничного комплекса – мотеля.

В 2009-2010 гг.

1) Выйти на полную проектную мощность по предоставлению всего спектра услуг;

2) Повышать количество и качество предоставляемых услуг при помощи постоянного мониторинга потребностей клиентов.

1.9. Состояние работ по проекту на текущий момент

Сформирована управленческая инфраструктура ООО «XXX»

1.10. Необходимые инвестиции и условия финансирования.

Общая сумма инвестиций в проект составляет 9 300 тыс. рублей.

Общие инвестиционные затраты проекта представлены в следующей таблице.

Таблица 1.9.1

Финансирование капитальных вложений по годам реализации проекта, тыс. руб.

Типы капитальных вложений	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	Всего
Земельный участок	2 000	0	0	0	0	2 000
Проектные работы	100	0	0	0	0	100
Оборудование	800	0	0	200	0	1 000
Строительные работы	5 500	500	0	0	0	6 000
Оргтехника	100	0	0	100	0	200
прочее	0	0	0	0	0	0
ВСЕГО	8 500	500	0	300	0	9 300
в т.ч. СМР	5 500	500	0	0	0	6 000
в т.ч. Оборудование	900	0	0	300	0	1 200
в т.ч. прочее	2 100	0	0	0	0	2 100

Финансирование капитальных вложений осуществляется за счет целевого финансирования, направленного на покрытие инвестиционных расходов, и представлено в таблице 1.9.2.

Финансирование капитальных вложений, тыс. руб.

Наименование показателей	Уд. вес в общем финансир.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	Всего
Поступления от хозяйственной деятельности в период реализации проекта (чистая прибыль, начисленная амортизация), направляемые исключительно на финансирование капитальных вложений	3.2%	0	0	0	300	0	300
Целевое финансирование, направляемое исключительно на финансирование капитальных вложений	96.8%	8 500	500	0	0	0	9 000
Итого	100.0%	8 500	500	0	300	0	9 300

ООО «XXX» планирует реализовывать проект за счет целевого финансирования и за счет собственных средств. Общая сумма необходимого целевого финансирования составляет 10 000 тыс. руб.

1.11. Организационно-правовая форма реализации проекта

Инвестиционный проект реализуется на базе ООО «XXX».

1.12. Основные характеристики проекта

табл.1.11.1

Показатель	
Ставка дисконтирования	18,00 %
Период окупаемости	30 мес.
Дисконтированный период окупаемости	33 мес.
Чистый приведенный доход (тыс.руб.)	1 572

2. Рынок и конкуренция.

2.1 Общая характеристика рынка.

Татарстан в целом и город Казань в частности представляют собой большой и экономически перспективный сегмент туристического рынка, в том числе и в части гостиничного бизнеса, что приведет к значительному росту проходимости города в ближайшие годы. Все больший вес в гостиничных услугах приобретают услуги мотелей, обеспечивающие гостиничными услугами клиентов, перемещающихся на автомобилях.

Что касается спроса на услуги автостоянки, то он в г. Казань стабильно остается высоким, причем наблюдается постоянное превышение спроса над имеющимся предложением.

Кроме того, развитие туризма и соответствующей инфраструктуры признано приоритетным направлением экономического развития, что также оказывает существенное влияние на спрос. Необходимо также отметить, что поскольку данное направление признано перспективным направлением, прогнозируется снижение административных барьеров при выходе на рассматриваемый рынок.

Для создания развитой инфраструктуры специализированного гостиничного бизнеса, ориентированного на автомобилистов и

удовлетворяющей требованиям сегодняшнего и завтрашнего дня, необходимо создать сеть мотелей, призванную обеспечить имеющийся и постоянно растущий спрос на данный вид услуг. Именно на достижение данной цели направлен представленный бизнес-проект.

Строительство и создание мотеля предполагает выполнение следующих требований:

- 1) удобное месторасположение;
- 2) относительно низкий уровень цен на услуги.

Предлагаемый в рамках данного проекта мотель ООО «XXX» удовлетворяет заданным требованиям. Постоянный спрос на услуги будет обеспечен мониторингом пожеланий потребителей со своевременным удовлетворением возникающих потребностей.

При оценке емкости рынка целесообразно разделить весь рынок на рынки гостиничных услуг мотеля и услуг автостоянки.

Для определения состояния рынков сбыта и потенциального спроса было проведено маркетинговое исследование.

Рынок гостиничных услуг мотеля

В настоящее время в окрестностях г. Казань имеется только один мотель, расположенный на окружной дороге при выезде из Казани через район «Сухая река». Однако, учитывая то, что рынок является достаточно емким, существует неудовлетворенный спрос на услуги специализированного автомобиле-ориентированного гостиничного комплекса - мотеля.

ООО «XXX» на рынке г. Казань планирует предоставлять услуги по проживанию в номерах повышенной комфортности (люкс) и стандартных номерах, оборудованных санузлом с необходимым набором моющих средств, бытовой техникой и телевизором. Питание будет организовано путем реализации соглашения с предприятием общественного питания, реализующего свою продукцию в помещениях мотеля, предоставленных ООО «XXX» на условиях аренды. Это позволит обеспечить комплексность оказываемых услуг и привлечет дополнительных клиентов.

На рынке существует так называемый неудовлетворенный спрос, рождающийся из постоянно растущего сектора автомобильных перевозок на дальние расстояния.

Часть данной рыночной ниши планирует занять ООО «XXX».

Рынок услуг автостоянки

Услуги автостоянки предоставляются населению г. Казань достаточно широко, однако постоянно растущий парк автомобилей обеспечивает стабильный рост спроса на услуги автостоянки. При этом на трассах федерального значения специализированные охраняемые автостоянки практически отсутствуют, что приводит к необходимости для водителей ночевать в своих транспортных средствах на необорудованных площадках. Таким образом, предлагаемая услуга позволит обеспечить клиентам высокий уровень комфорта, в том числе уверенность в сохранности транспортного средства.

Предлагаемый бизнес-проект направлен на решение описанных проблем и занятие ООО «XXX» соответствующей рыночной ниши.

2.2. Основные конкуренты и их общая характеристика

При определении конкурентов целесообразно выделить наиболее близкие по целевому сегменту к мотелю ООО «XXX» гостиницы и гостиничные комплексы.

В настоящее время необходимо выделить следующих представителей гостиничного бизнеса, предоставляющих также услуги автостоянки:

2.2.1. Мотель на окружной дороге г. Казань

На сегодняшний день данный мотель является единственным мотелем, расположенным в районе г. Казань на окружной дороге. Конкурентными преимуществами данного комплекса является удачное месторасположение (непосредственно на окружной дороге), наличие зоны автостоянки и предприятия общественного питания, а также ориентация на низкий ценовой сегмент. На данный момент неудовлетворенный спрос на автомобильно-ориентированные гостиничные услуги обеспечивает полную загрузку

номерного фонда мотеля. Недостатками данного комплекса является маленький номерной фонд, отсутствие охраны на автостоянке и невысокое качество оказываемых услуг.

2.2.2. Гостиница «Регина»

Гостиница «Регина» предоставляет услуги гостиничного комплекса и автомобильной стоянки. Отличительной особенностью является высокое качество предоставляемых услуг и ориентация на ценовой сегмент выше среднего. Гостиница «Регина» имеет хорошую деловую репутацию, пользуется спросом среди населения Казани и гостей города, однако она не ориентирована на крупный сегмент потребителей услуг автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса (мотеля) – физических лиц, проводящих значительное время на автомобильных дорогах вследствие выполнения своих служебных обязанностей. Недостатком конкурентной позиции гостиницы «Регина» можно считать не очень удачное расположение указанного комплекса, сложность с определением его местонахождения при отсутствии четкой информации о проезде (которую гостиница не предоставляет) и необходимость заезжать в г. Казань для того, чтобы воспользоваться услугами гостиницы «Регина».

2.2.3. Гостиница «Татарстан»

Конкурентным преимуществом гостиницы «Татарстан» является известность торговой марки и реализация услуг в нескольких ценовых сегментах в зависимости от предоставляемых услуг. Кроме того, в г. Казань данная гостиница обладает достаточно хорошим месторасположением и отличается предоставлением достаточно широкого спектра услуг. Гостиница «Татарстан», как и гостиница «Регина» имеет хорошую деловую репутацию, пользуется спросом среди населения Казани и гостей города, однако она не ориентирована на крупный сегмент потребителей услуг автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса (мотеля) – физических лиц, проводящих значительное время на автомобильных дорогах вследствие выполнения своих служебных обязанностей. С точки зрения рассматриваемого потребительского сегмента недостатком гостиницы «Татарстан» является

отсутствие охраняемой автостоянки и необходимость заезжать в центр города, для того, чтобы воспользоваться услугами данного гостиничного комплекса.

2.2.4 Гостиница «Кварт»

Гостиница «Кварт» предоставляет гостиничные услуги в низком ценовом сегменте и расположена недалеко от въезда в город, что является конкурентным преимуществом с точки зрения рассматриваемого сегмента потребительского рынка. Однако у данной гостиницы отсутствует автомобильная стоянка, а предоставляемый номерной фонд лишен удобств. Гостиница «Кварт» была создана на базе общежития, а владельцы не производили вложений в улучшение качества оказываемых услуг. Кроме того, гостиница «Кварт» не размещает наружную рекламу, и потребители испытывают затруднения с ее поиском. Также необходимо отметить тот факт, что данная гостиница имеет весьма сомнительную репутацию.

Сравнительные характеристики конкурентов представлены в следующей таблице:

Таблица 2.2.4.1

Конкуренты	Конкурентные преимущества
Мотель (окружная дорога)	Низкие цены, удобное месторасположение
Гостиница «Регина»	Высокое качество обслуживания
Гостиница «Татарстан»	Узнаваемая торговая марка. Предоставление широкого спектра услуг.
Гостиница «Кварт»	Низкие цены

Таким образом, основными конкурентами предлагаемого проекта являются мотель, расположенный на окружной дороге, и гостиница «Кварт», поскольку основным конкурентным преимуществом для рассматриваемого потребительского сегмента является цена.

2.3. Сравнение ценовой политики.

Таблица 2.3.1

Факторы конкурентоспособности	ООО «XXX»	Мотель	Гостиница «Кварт»
Цена за номер повышенной комфортности	1000	-	-
Цена за стандартный номер	600	650	800
Цена за автостоянку	100	80	-

2.4. Характеристика фирмы и ее конкурентоспособность

Миссия компании – удовлетворить имеющуюся потребность в комфорте и отдыхе в рамках инфраструктуры автомобильных дорог путем создания автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса – мотеля.

Цель компании – создание высокодоходного предприятия гостиничного бизнеса, реализующего комплекс специализированных услуг, ориентированных на автомобилистов.

Отличительная особенность компании – ориентация на потребности рынка и развитие автомобильно-ориентированной гостиничной инфраструктуры в г.Казань.

Сильными сторонами сети ООО «XXX» являются:

1. Удачное месторасположение предлагаемого специализированного гостиничного комплекса.

2. Высокое качество оказываемых услуг в силу ориентации на потребности рынка, основанной на постоянном мониторинге пожеланий потребителей.

3. Наличие комплекса удобств во всех предоставляемых номерах.

4. Низкий уровень цен.

5. Предоставление комплекса услуг, включающего услуги охраняемой автостоянки.

7. Ориентация не только на базовый сегмент рынка, но и предоставление номерного фонда повышенной комфортности.

8. Хорошо подготовленные кадры

9. Лучшее, чем у конкурентов, соотношение цена-качество.

Учитывая выгодную ситуацию на рынке, отсутствие сложившейся инфраструктуры на рынке автомобильно-ориентированных гостиничных услуг, наличие квалифицированного персонала, можно говорить о высокой конкурентоспособности ООО «XXX».

2.5. Основные потребители услуг

Основными потребителями рынка автомобильно-ориентированных гостиничных услуг являются физические лица.

Клиенты, которые воспользуются услугами мотеля ООО «XXX», смогут удовлетворить такие потребности, как:

- отдых и комфорт (путем предоставления номерного фонда с удобствами);
- досуг (телевидение во всех предоставляемых номерах);
- обеспечение сохранности автотранспорта (охраняемая автостоянка);
- питание.

3. Товар и конкурентоспособность.

3.1. Краткое описание предлагаемых услуг, их характеристика.

Описание профильных услуг следует вести по следующим критериям:

- Общее описание;
- Эксклюзивность (для г. Казань);
- Слабые стороны;
- Доходность (ARPU).

Услуги автомобиле-ориентированного гостиничного бизнеса – базовая предлагаемая услуга, известная населению г.Казань и гостям города. Благодаря приемлемой оплате данная услуга может быть востребована как физическими лицами, путешествующими на автомобиле с целью туризма, так и физическими лицами, выполняющими рейсы значительной протяженности по перевозке грузов.

Предлагаемая услуга ООО «XXX» не является эксклюзивной для г. Казань, однако компания впервые начинает предоставлять с предложением минимального европейского уровня удобств.

В качестве слабых сторон услуги ООО «XXX» можно выделить ограниченную емкость предоставляемых услуг автостоянки, что не позволит рассматриваемой организации удовлетворить имеющийся спрос.

Доходность (ARPU) на одного клиента измеряется на уровне 600-700 рублей в месяц. Данная сумма складывается из расчета использования клиентом предоставляемого номерного фонда (стандартный номер) и услуг автостоянки.

4. План реализации товара

4.1. Реализация услуг и проведение рекламной компании.

Для эффективного продвижения комплекса услуг гостиничного бизнеса и достижения поставленных целей на 2007-2011 годы ООО «XXX» разработало следующую программу продвижения услуг на рынке.

Политика продвижения автомобиле-ориентированной гостиничной услуги

Сегодня лидирующие места на рынке занимают компании, ориентированные на потребности клиента. Потребительски-ориентированная компания позволяет быстрее выйти на максимальную загрузку номерного фонда, захватить большую часть рынка, продавать товар по более высокой цене при обеспечении надлежащего уровня качества.

1. Организация рекламной кампании. В первую очередь необходимо реализовать комплекс мероприятий по организации наружной рекламы, включающей узнаваемые указатели, ориентирующие проезжающих по окружной дороге на местонахождение мотеля. Далее в предлагаемых автомобильных картах Республики Татарстан и г. Казань необходимо разместить рекламный блок с указанием адреса мотеля, стоимости услуг и конкурентных преимуществ.

2. Позиционирование. Основной идеей позиционирования является индивидуализация услуги. Пользуясь услугами мотеля ООО «XXX» потребители будут чувствовать индивидуальный подход, являющийся отличительной чертой данной организации. Формирование индивидуального подхода основано в первую очередь на предоставлении комплекса услуг (проживание + питание + охраняемая автостоянка), а так же, на постоянном мониторинге потребностей клиентов и изменении формата предоставляемых услуг на этом основании.

3. Целевая аудитория.

Основные характеристики целевой аудитории автомобиле-ориентированного гостиничного комплекса - мотеля:

- муж/жен 20-45 лет
- доход от 8000 руб. в месяц на одного члена семьи

Стиль жизни:

- активные, увлекающиеся люди, любящие путешествовать;
- люди, проводящие в дороге большое количество времени вследствие выполняемых служебных обязанностей.

Рассмотрим теперь планы мероприятий по размещению рекламы автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса – мотеля и план продвижения данной услуги на активно формирующийся потребительский рынок.

План мероприятий по размещению рекламы на 2008 гг.

Таблица 4.1.1.2.

№	Период проведения	Мероприятие	Рекламные носители	Место	Цель
1	01.08.08 – 31.08.08	Рекламная кампания «Мы открылись»	1. Наружная реклама – указатели, вывеска	Развязка на окружной дороге в пос. Залесный	Привлечение новых клиентов
2	25.12.08 – 30.12.08	Рекламная кампания «Новый год»	1. Наружная реклама – указатели, вывески	Развязка на окружной дороге в пос. Залесный	Привлечение новых клиентов

План мероприятий по увеличению продаж на 2008-2010 гг.

Таблица 4.1.3.1.

№	Период проведения	Мероприятие	Цель
1	Август 2008	Проведение маркетинговой акции, посвященной открытию мотеля, с предоставлением дополнительных услуг бесплатно	Привлечение новых клиентов
2	Февраль - март 2009	Проведение маркетинговой акции «Стоянка-бесплатно!», посвященной 23 февраля и 8 марта	Привлечение новых клиентов, создание базы постоянных клиентов
3	Август 2009	Акция «Нам – 1 год», бесплатная автостоянка для постоянных клиентов.	Привлечение новых клиентов, создание базы постоянных клиентов
5	Февраль - март 2010	Проведение маркетинговой акции «Стоянка-бесплатно!», посвященной 23 февраля и 8 марта	Привлечение новых клиентов, создание базы постоянных клиентов
6	Август 2010	Акция «День города», бесплатная экскурсия по Казани для постоянных клиентов.	Привлечение новых клиентов, создание базы постоянных клиентов

Одной из важнейших составляющих в привлечении клиентов и продвижении услуг ООО «XXX» является создание и предоставление комфортной автомобиле-ориентированной гостиничной услуги.

Для поддержания положительного имиджа компании необходимо разработать стандарт оформления и внешнего вида персонала ООО «XXX», что также будет способствовать узнаваемости точек продаж данной компании.

Коммерческие расходы по годам реализации проекта представлены в следующей таблице:

Таблица 4.1.3.4.

Год	Расходы, тыс.руб.
2008	62
2009	12
2010	20
2011	20
Коммерческие расходы всего по проекту	114

Такое распределение обусловлено следующими факторами:

- Первоначальные затраты на наружную рекламу необходимо осуществлять в течение года ввода объекта в эксплуатацию;
- В последующие годы коммерческие расходы используются для проведения акций по продвижению предоставляемых услуг и на размещение рекламы на картографической продукции.

4.2. Планирование объемов продаж

ООО «XXX» планирует предоставлять юридическим и физическим лицам полный спектр автомобиле-ориентированных гостиничных услуг. Предоставляемые услуги представляют собой, с одной стороны, услуги по размещению клиентов, и с другой стороны, услуги охраняемой автомобильной стоянки.

Услуги сферы общественного питания также предоставляются на территории автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса – мотеля и обеспечиваются сторонней организацией (предприятием общественного

питания) на собственных площадях ООО «XXX», предоставленных указанной стороной организации на условиях аренды.

Исходя из проведенного анализа спроса и выбранной стратегии развития компании строится бюджет продаж в детализации видов оказываемых услуг автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса - мотеля ООО «XXX».

Структура выручки по основным услугам по годам реализации проекта представлена в следующей таблице:

Таблица 4.2.1

Структура выручки по годам реализации проекта

Наименование	2007	2008	2009	2010	2011
Объем продаж услуг в натуральном выражении					
Номер-люкс, кол-во сданных номеров	-	25	144	173	173
Номер стандартный, кол-во сданных номеров	-	900	3 240	3 888	3 888
Услуги автостоянки	-	1 500	3 600	3 600	3 600
Сдача помещений в аренду, кв.м.	-	100	240	240	240
Тарифы по услугам (средняя цена за год), руб.					
Номер-люкс	-	1 000	1 150	1 150	1 300
Номер стандартный	-	600	690	690	800
Услуги автостоянки	-	100	115	115	130
Аренда помещения	-	300	345	345	397
Выручка в денежном выражении, тыс.руб.		745,00	2 898,00	3 378,24	3 898,26
Номер-люкс	-	25	166	199	225
Номер стандартный	-	540	2 236	2 683	3 110
Услуги автостоянки	-	150	414	414	468
Сдача помещений в аренду	-	30	83	83	95

Обоснование возможности получения выручки, при заданных темпах развития.

- В течение первого года ввода проекта в эксплуатацию, во-первых, не достигается выход на полную мощность по загрузке номерного фонда, и во-вторых, мотель эксплуатируется только в период с августа по декабрь.

На втором году реализации проекта предполагается увеличение объемов загрузки номерного фонда, однако предполагается определенное его простаивание по причине не слишком широкой известности среди потенциальных клиентов. В последующие годы прогнозируется полная загрузка номерного фонда

- Рост уровня доходов населения также позволит обеспечить выход на заданные объемы выручки;
- Постоянное увеличение автомобильного парка и объемов перевозки пассажиров и грузов по автодорогам также обосновывает возможность достижения планируемых показателей.

Уровень цен на проживание в автомобильно-ориентированном гостиничном комплексе ООО «XXX» - мотеле находится на более низком уровне, чем в среднем у организаций, предоставляющих аналогичные услуги, на основании чего можно утверждать, что загрузка номерного фонда и соответствующие показатели плановой выручки по стоимостному признаку являются обоснованными и достижимыми.

Спрос на услуги гостиничного бизнеса в последние годы в г. Казань и Республике Татарстан в целом постоянно растет. Также наблюдается значительный неудовлетворенный спрос на данном рынке, что также позволяет сделать оптимистический прогноз по достижению заданных объемов реализации предлагаемых услуг автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса – мотеля.

Прогнозируемое увеличение спроса в ближайшие 5 лет основывается на повышении материального благосостояния населения и повышении проходимости автомобильных дорог при условии наличия крупной транспортной развязки в г. Казань.

Существующее предложение на рынке автомобильно-ориентированных гостиничных услуг является недостаточным и появляется свободный рыночный сегмент, заполнение которого лишь вопрос времени.

Таблица 4.2.2.

Услуга		Потенциальный потребитель
№	Наименование	Наименование
1	Проживание в номере повышенной комфортности	Физические лица, путешествующие на личном автотранспорте
2	Проживание в стандартном номере	Физические лица, путешествующие на личном автотранспорте; физические лица, основная деятельность которых связана с перемещением на автомобильном транспорте
3	Услуги автостоянки	Физические лица, основная деятельность которых связана с перемещением на автомобильном транспорте
4	Проживание + услуги автостоянки	Физические лица, путешествующие на личном автотранспорте; физические лица, основная деятельность которых связана с перемещением на автомобильном транспорте

Получение услуг автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса – мотеля позволит потенциальным потребителям удовлетворить потребность в комфортабельных условиях в рамках дорожной инфраструктуры. Поскольку данный рынок только начинает осваиваться, ООО «XXX» имеет возможность занять рыночную нишу и обеспечить доходность своей деятельности в рамках выполнения миссии организации.

4.3 Ценообразование.

Ценообразование в сегменте массово потребителя (физические лица) необходимо строить исходя из долгосрочных рыночных целей.

В качестве базового метода выбран метод «установления цены на уровне текущих цен» это рассчитано на привлечение большого числа абонентов. В соответствии с этим методом в качестве основы расчета цены реализации продукции выбраны цены конкурентов на рынках, а не собственные издержки производства, как это делается в случае использования метода ценообразования «издержки + прибыль», хотя, безусловно, они учитываются не в последнюю очередь при расчете окупаемости проекта.

Помимо использования ценовых методов компания привлекает клиентов предоставляя необходимые услуги в комплексе и за счет повышения качества сервиса.

Цены на услуги ООО «XXX» указаны в таблице:

Таблица 4.3.1

Цена продажи единицы продукции (услуги) руб.	2007 год	2008 год	2009 год	2010 год	2011 год
Проживание в номере повышенной комфортности	0	1000	1150	1150	1300
Проживание в стандартном номере	0	600	690	690	800
Услуги охраняемой автостоянки	0	100	115	115	130

4.4. Планирование доходов

Основные доходы при реализации проекта планируется получить от реализации услуги проживания в стандартных номерах и номерах повышенной комфортности автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса – мотеля, а также от реализации услуг автостоянки и сдачи в аренду части помещения под организацию пункта общественного питания.

Выручка от реализации проекта по годам представлена в следующей таблице.

Выручка от реализации (тыс. руб.)

Таблица 4.4.1

Наименование	2007	2008	2009	2010	2011
Выручка в денежном выражении, тыс.руб.		745,00	2 898,00	3 378,24	3 898,26
Номер-люкс	-	25	166	199	225
Номер стандартный	-	540	2 236	2 683	3 110
Услуги автостоянки	-	150	414	414	468
Сдача помещений в аренду	-	30	83	83	95

Как видно из таблицы, основной доход в рамках предлагаемого проекта приносит реализация номерного фонда автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса – мотеля.

5. Производственный план.

5.1. Краткое описание строительства и эксплуатации автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса - мотеля ООО «XXX».

Строительство разбивается на следующие этапы:

I, 2007 год – приобретение земельного участка в собственность, начало строительства объекта в III квартале 2007 года;

II, 2008 год – Завершение строительно-монтажных работ, оснащение помещений мотеля необходимым оборудованием, ввод объекта в эксплуатацию, начало реализации услуг автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса - мотеля;

III, 2009 год – Увеличение коэффициента загрузки номерного фонда автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса - мотеля

IV, 2010-2011 годы – Выход на полную проектную мощность по загрузке номерного фонда автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса - мотеля.

Создаваемый автомобильно-ориентированный гостиничный комплекс – мотель позволяет организовать отдых клиентов с высоким уровнем комфорта, что обеспечивается соблюдением современных технологий строительства и надлежащим оборудованием номерного фонда с учетом потребностей потенциальных клиентов. Также в рамках реализации представленного проекта предусматривается модернизация предоставляемой услуги при выявлении соответствующей необходимости в результате учета потребностей клиентов. Предлагаемый комплекс услуг включает:

- проживание в номере, оснащенном удобствами, необходимым набором моющих средств и телевизором;
- услуги охраняемой автомобильной стоянки;
- питание.

5.2. План обеспечения предметами и средствами труда

5.2.1. Инвестиционные затраты.

Общие инвестиционные затраты по объектам представлены в следующей таблице.

Инвестиционные затраты (тыс.руб.)

. Таблица 5.2.1.1

Типы капитальных вложений	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2012г.	Всего
Земельный участок	2 000	0	0	0	0	2 000
Проектные работы	100	0	0	0	0	100
Оборудование	800	0	0	200	0	1 000
Строительные работы	5 500	500	0	0	0	6 000
Оргтехника	100	0	0	100	0	200
прочее	0	0	0	0	0	0
ВСЕГО	8 500	500	0	300	0	9 300
в т.ч. СМР	5 500	500	0	0	0	6 000
в т.ч. Оборудование	900	0	0	300	0	1 200
в т.ч. прочее	2 100	0	0	0	0	2 100

Основные инвестиционные затраты реализуются в 2007-2008 годах, из них основную долю занимают затраты, связанные приобретением земельного участка в собственность и строительством автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса – мотеля. Дальнейшие капитальные вложения в 2010 году связаны с обновлением оборудования в результате формирования новых потребностей клиентов, выявленных в процессе мониторинга предпочтений потребителей в соответствии с представленной концепцией качества предоставляемых услуг.

5.2.2. Текущие (операционные) затраты

К текущим затратам предприятия относятся:

- Прямые затраты на оплату труда рассчитанные исходя из установленной в рамках штатного расписания повременной оплаты труда всех привлекаемых для работы в автомобильно-ориентированном гостиничном комплексе – мотеле – специалистов с соответствующими начислениями на фонд оплаты труда.
- Затраты на хозяйственные товары, относимые к переменным затратам, включают затраты на предоставление необходимого набора моющих

средств и средств гигиены, постельных принадлежностей для проживающих в номерном фонде автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса - мотеля.

- Коммунальные платежи рассчитываются исходя из площади автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса – мотеля и нормы расхода воды и теплоэнергии на каждого проживающего в номерном фонде.
- Статья канцелярские товары включает в себя затраты на обеспечение автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса необходимым для ведения дел количеством канцелярских товаров.
- Статья инструмент и спецодежда включает расходы на специализированный инструмент и спецодежду для горничных в соответствии с принятыми санитарными нормами и правилами внутреннего распорядка ООО «XXX».
- Затраты на инвентарь и хозяйственные принадлежности включают затраты на моющие средства, необходимые для поддержания чистоты и соблюдения санитарных норм в номерном фонде автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса – мотеля и затраты на необходимый для указанных целей инвентарь.
- В состав затрат также включаются затраты на расходные материалы для имеющейся в автомобильно-ориентированном гостиничном комплексе – мотеле оргтехники.
- Затраты на страхование рассчитываются исходя из стоимости имущества автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса – мотеля и представляют собой расходы на обязательное страхование имущественных объектов.
- В состав затрат также включаются затраты на услуги сотовой связи, устанавливаемой в автомобильно-ориентированном гостиничном комплексе - мотеле.

- Затраты на ГСМ представляют собой компенсацию расходов на ГСМ директора, связанных со служебными поездками.
- Статья ремонт зданий, помещений и оборудования включает в себя текущие затраты на поддержание работоспособности всех систем автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса - мотеля.
- Затраты на энергетические ресурсы включают в себя расходы на оплату электроэнергии, потребляемой в автомобильно-ориентированном гостиничном комплексе – мотеле.
- Статья прочие затраты включает в себя дополнительные расходы, связанные с содержанием автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса – мотеля.
- Управленческие расходы включают в себя затраты на оплату труда управленческого аппарата (в соответствии с представленным штатным расписанием), включая начисления на указанную заработную плату, а также затраты на канцелярские товары для нужд административно-управленческого персонала автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса - мотеля.
- Коммерческие затраты включают в себя затраты на рекламу, проведение акций по продвижению услуг на рынке и привлечению клиентов автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса.
- Амортизационные отчисления в автомобильно-ориентированном гостиничном комплексе – мотеле состоят из ежемесячно начисляемой на имущество мотеля амортизации.
- Статья операционные расходы включается в себя земельный налог, налог на имущество и платежи в экологический фонд.

Операционные затраты на 2007-2011 года (тыс. руб.).

Таблица 5.2.2.1

Наименование	2007		2008		2009		2010		2011		2007-2011 гг.	
	тыс.ру б.	уд.вес	тыс.ру б.	уд.вес	тыс.ру б.	уд.вес	тыс.ру б.	уд.вес	тыс.ру б.	уд.вес	тыс.ру б.	уд.вес
1.Производственные затраты всего, в т.ч.:	30	27,9%	438	44,0%	990	47,8%	1 067	48,0%	1 224	49,8%	3 748	47,7%
Переменные всего, в т.ч.:	0	0,0%	28	2,8%	152	7,4%	244	11,0%	284	11,6%	708	9,0%
Хозяйственные товары	0	0,0%	28	2,8%	152	7,4%	244	11,0%	284	11,6%	708	9,0%
Постоянные всего, в т.ч.:	30	27,9%	410	41,2%	837	40,4%	823	37,0%	940	38,3%	3 040	38,7%
Зарплата производственного персонала, включая ЕСН	0	0,0%	125	12,6%	346	16,7%	398	17,9%	458	18,6%	1 327	16,9%
Коммунальные платежи	0	0,0%	50	5,0%	120	5,8%	138	6,2%	159	6,5%	467	5,9%
Канцелярские товары	0	0,0%	5	0,5%	12	0,6%	14	0,6%	16	0,6%	47	0,6%
Инструмент и спецодежда	0	0,0%	29	2,9%	58	2,8%	72	3,3%	76	3,1%	235	3,0%
Инвентарь ихозпринадлежности	0	0,0%	11	1,1%	25	1,2%	29	1,3%	34	1,4%	99	1,3%
Расходные материалы для оргтехники	0	0,0%	3	0,3%	12	0,6%	14	0,6%	16	0,6%	44	0,6%
Страхование	30	27,9%	133	13,3%	127	6,1%	0	0,0%	0	0,0%	289	3,7%
Услуги сотовой связи	0	0,0%	5	0,5%	12	0,6%	14	0,6%	16	0,6%	47	0,6%
ГСМ	0	0,0%	5	0,5%	12	0,6%	14	0,6%	16	0,6%	47	0,6%
Ремонт зданий, помещений, оборудования	0	0,0%	5	0,5%	12	0,6%	14	0,6%	16	0,6%	47	0,6%
Энергетические ресурсы	0	0,0%	25	2,5%	60	2,9%	69	3,1%	79	3,2%	233	3,0%
Прочие	0	0,0%	15	1,5%	41	2,0%	48	2,1%	55	2,2%	159	2,0%
2.Управленческие расходы всего, в т.ч.:	70	65,1%	277	27,9%	494	23,8%	568	25,6%	653	26,6%	2 062	26,3%
Зарплата управленческого персонала с ЕСН	70	65,1%	275	27,6%	488	23,6%	561	25,2%	645	26,3%	2 038	26,0%
Канцелярские товары	0	0,0%	3	0,3%	6	0,3%	7	0,3%	8	0,3%	23	0,3%
3.Коммерческие расходы всего, в т.ч.:	0	0,0%	62	6,2%	12	0,6%	20	0,9%	20	0,8%	114	1,5%
Рекламные услуги	0	0,0%	62	6,2%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	62	0,8%
4.Амортизационные отчисления	0	0,0%	158	15,9%	395	19,1%	395	17,8%	395	16,1%	1 343	17,1%
производственная амортизация	0	0,0%	158	15,9%	395	19,1%	395	17,8%	395	16,1%	1 343	17,1%
5. Операционные расходы всего, в т.ч.:	8	7,0%	59	6,0%	181	8,7%	172	7,8%	164	6,7%	584	7,4%
Земельный налог	8	7,0%	30	3,0%	0	0,0%	30	1,4%	30	1,2%	98	1,2%
Налог на имущество	0	0,0%	28	2,8%	148	7,1%	139	6,3%	130	5,3%	446	5,7%
Платежи в экофонд	0	0,0%	1	0,1%	3	0,1%	3	0,1%	4	0,1%	11	0,1%
ВСЕГО	108	100%	994	100%	2 071	100%	2 222	100%	2 456	100%	7 850	100%

5.2.3. Затраты на налоги

Выделим затраты на налоги отдельно с целью продемонстрировать бюджетную эффективность предлагаемого инвестиционного проекта по созданию и эксплуатации автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса – мотеля.

Начисление налогов по годам реализации проекта

Вид обязательства	2007	2008	2009	2010	2011	2007-2011 гг.
	Всего	Всего	Всего	Всего	Всего	Всего
Налог на доходы физических лиц	7	41	86	99	114	347
Налог на имущество	0	28	148	139	130	446
Налог на землю	8	30	30	30	30	128
Платежи в Экофонд	0	1	3	3	4	11
Налог по упрощенной системе налогообложения	1 488	14	124	278	346	2 250
ЕСН:	9	49	102	118	135	413
Итого	1 512	164	493	666	759	3 594

Как видим, за период реализации проекта его бюджетная эффективность составит 3594 тыс. руб.

5.2.4. Производственно-финансовые показатели

Итоговые производственно-финансовые показатели реализации инвестиционного проекта по созданию и эксплуатации автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса – мотеля представлены в таблице 5.2.4.1.

Производственно-финансовые показатели, тыс. руб.

№	Наименование показателей	2007	2008	2009	2010	2011
		Всего	Всего	Всего	Всего	Всего
1	<u>Выручка (всего)</u>	0	745	2 898	3 378	3 898
2	<u>Себестоимость реализации, работ, услуг (всего)</u>	30	596	1 385	1 462	1 619
3	<u>Валовая прибыль</u>	-30	149	1 513	1 916	2 279
4	Коммерческие расходы	0	62	12	20	20
5	Управленческие расходы	70	277	494	568	653
6	<u>Прибыль (убыток) от продаж</u>	-100	-190	1 008	1 329	1 606
7	Проценты к получению	0	0	0	0	0
8	Проценты к уплате	0	0	0	0	0
9	Доходы от участия в других организациях					
10	Прочие доходы	10 000	0	0	0	0
	в т.ч. от продажи активов	0	0	0	0	0
11	Прочие расходы	0	0	0	0	0
	в т.ч. от продажи активов	0	0	0	0	0
	налоги	8	59	151	172	164
12	<u>Прибыль (убыток) до налогообложения</u>	9 900	-190	1 008	1 329	1 606
13	Налог по упрощенной системе налогообложения	1 488	14	124	278	346
14	<u>Чистая прибыль</u>	8 412	-204	884	1 051	1 260

15	Фонд оплаты труда (вкл. премии, мат. помощь и пр.)	70	302	640	804	929
16	ССЧ (чел.)	1	9	9	9	9
17	Средняя зарплата в мес., руб.	14 000	5 601	5 926	7 449	8 604
18	Темп роста средней зарплаты, %		40%	106%	126%	116%
19	Выработка на 1 работника в месяц ((выручка-стоимость товаров-субподряд)/ССЧ/кол-во мес. в отч. периоде), руб.	0	7	27	31	36
20	Стоимость основных средств (на конец года)	2 000	8 842	8 447	8 052	7 657
21	Сумма начисленной амортизации за год	0	158	395	395	395
22	Налоги и сборы начисленные	1 496	73	275	450	510
23	Налоги и сборы перечисленные	17	1 640	520	712	834
24	Капитальные вложения (освоение)	2 000	7 000	0	0	0
25	Капитальные вложения (финансирование)	8 500	500	0	300	0

Представленный проект обладает высокими производственно-финансовыми характеристиками.

6. План по трудовым ресурсам

ООО «XXX» располагает высококвалифицированным персоналом, прошедшим соответствующее обучение и имеющим необходимые сертификаты. Все работники ООО «XXX», задействованные в проекте по созданию и эксплуатации автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса – мотеля находятся на повременной системе оплаты труда.

ООО «XXX» согласно положению об оплате труда работникам производит следующие выплаты.

6.1 Оклады.

Размер должностного оклада работника определяется в трудовом договоре с каждым работником в соответствии со штатным расписанием.

Таблица 6.1.1.

План по кадрам

Тип должности	Наименование должности	Кол-во ставок	Оклад, руб.	Всего, руб.
АУП	Директор	0,5	20 000	10 000
АУП	Бухгалтер	0,5	10 000	5 000
АУП	Администратор	2	8 000	16 000
ППП	Горничная	2	4 000	8 000
ППП	Слесарь-сантехник	1	5 000	5 000
ППП	Сторож	3	3 000	9 000
ИТОГО		9	-	53 000

В месячный должностной оклад не включаются доплаты, надбавки, премии и иные компенсационные и стимулирующие выплаты.

Срок испытания устанавливается в трудовом договоре и не может превышать трех месяцев.

В срок испытания не засчитываются период временной нетрудоспособности работника и другие периоды, когда он фактически отсутствовал на работе.

Поскольку директор и бухгалтер уже имеются в штате ООО «XXX», указанные лица будут заниматься организацией работы автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса – мотеля на условиях совместительства, т.е. не на полную ставку. Прочий персонал нанимается из числа жителей пос. Залесный, что позволяет установить представленный уровень заработной платы.

6.2 Премияльные выплаты.

Премияльные выплаты начисляются и выплачиваются в соответствии с утвержденным Положением о премировании работников ООО «XXX» по результатам текущей работы за месяц.

7. Организационный план реализации проекта

Проект выделен в ООО «XXX». Для реализации проекта ООО «XXX» создает внутренние структурные подразделения и увеличивает объем выполняемых административно-управленческим персоналом функций .

8. Оценка риска и страхование

Макроэкономическими рисками проекта являются:

- *политический риск*: политический риск в Республике Татарстан незначителен относительно других субъектов РФ, благодаря высокому уровню стабильности власти, высокому уровню признания Президента Республики Татарстан федеральными властями и населением Республики;
- *экономический риск*: в настоящее время в России наблюдается рост промышленного производства, рост внутреннего рынка, общее увеличение спроса, что говорит о тенденции планомерного развития России и внедрения ее

в систему мирового хозяйствования; таким образом, экономический риск не является высоким;

- *правовой риск*: риск изменения законодательства. В настоящее время ситуация с регулированием гостиничного бизнеса является достаточно стабильной, что позволяет предположить, что уровень правового риска в рассматриваемой нами в рамках данного инвестиционного проекта сфере деятельности является незначительным.

Основными рисками по проекту являются:

- риск отсутствия сбыта – на рынке города Казани имеется значительная потребность в реализации услуг автомобильно-ориентированного гостиничного бизнеса, поэтому, при правильной маркетинговой политике и ценообразовании, данный вид риска является незначительным;

- риск увеличения расходов на реализацию проекта – так как стоимость строительно-монтажных работ и земельных участков выбрана в рамках проекта на уровне несколько выше рыночного, то данный риск рассматривается как несущественный.

- риск прихода конкурентов на данный рынок. Данный риск в ближайшие несколько лет оценивается как маловероятный. Рассматриваемый рынок растет значительными темпами, что позволяет прогнозировать сохранение в течение ближайших лет ситуации превышения спроса над предложением на рынке автомобильно-ориентированных гостиничных услуг - мотелей.

- риск снижения уровня покупательского спроса. Данный вид риска также представляется маловероятным, поскольку объем автомобильных перевозок и автопарк растет ежегодно достаточно высокими темпами. В связи с этим данный вид риска не является значительным.

- риск невыполнения сроков строительства и ввода объекта в эксплуатацию. Данный вид риска является значимым, поскольку в современном строительстве достаточно часто возникает ситуация невыполнения поставленных задач в установленные сроки. Снижение данного

риска было достигнуто за счет установления достаточно высоких плановых сроков строительства объекта.

Все виды риска учтены в проекте в формате выбора ставки дисконтирования на уровне 18%.

9. Оценка воздействия на экологию при реализации проекта

1. Частичное нарушение поверхности при строительстве автомобильно-ориентированного гостиничного комплекса – мотеля не препятствует восстановлению почв.

2. Объекты ТБО утилизируются в соответствии с действующими санитарными нормами.

3. Проектируемый объект не имеет источников выделения вредных веществ в атмосферу, возможность аварийных и залповых выбросов исключена.

4. Проектируемый объект является объектом непромышленного назначения и не входит в перечень объектов, подлежащих оповещению.

5. Ввиду отсутствия источников, выбрасывающих вредные вещества, не требуется проведение мероприятий по охране окружающего воздуха, охране почв от отходов производства и охране водной среды.