

БІЗНЕС-ПЛАН

**будівництво та продаж індивідуальних житлових будинків
у котеджному форматі**



перша черга Терновиця (5 індивідуальних житлових будинків)

Структура

1.Опис проекту	3
1.1.Резюме проекту	4
1.2.Концепція проекту	7
1.3.Юніт-економіка	11
2.Аналіз ринку та галузі	13
2.1.Огляд ринку	14
2.2.Конкуренти	18
2.3.Цільова аудиторія	20
2.4.Маркетинговий план	23
3.Організаційний план та менеджмент	26
3.1.Організаційна структура	27
3.2.Тимчасові рамки проекту	30
3.3.Характеристика бізнес середовища	31
4.Фінансовий план	33
4.1.Витрати	34
4.2.Дохід	36
4.3.Прибуток	37
5.Ризики проекту	40
5.1.SWOT аналіз	41
5.2.Аналіз проектних ризиків	43
5.3.Конкурентні переваги	45
6.Економічна ефективність проекту	47
6.1.Економічна ефективність проекту	48

1.Опис проекту



1.1.Резюме проекту

Бізнес-план розроблено для реалізації девелоперського проекту під робочою назвою «Голдера Груп», який передбачає будівництво та продаж індивідуальних житлових будинків у котеджному форматі в Новояворівська територіальна громада. Перспектива межування Яворівська територіальна громада, велике прикордоння (20 км від Польського кордону).

Проект базується на наявному земельному банку (5 ділянок загальною площею близько 50 соток) із вже підготовленою інфраструктурою: підведені комунікації, виконані фундаментні роботи та сформована дорожня мережа, що дозволяє значно скоротити строки реалізації будівництва та зменшити інвестиційні ризики. В цілому напрацьовано 1,5 га земельного банку в різній ступені готовності, з перспективою збільшення до 10 га протягом декілька років. В залежності від домовленостей з інвесторами, партнерами.

Мета проекту - займання вільної ніші в Яворівському районі, створення та реалізація прибуткового девелоперського продукту, сучасних індивідуальних будинків площею близько 80-150 кв.м. із земельними ділянками 5-8 соток, з подальшим масштабуванням моделі до будівельного циклу в 10-15 будинків на рік. Будівництво під продаж, та під оренду.

Інфраструктура комплексу Терновиця:

Будинки здаються у стані під ремонт (коробка + комунікації + фасадні рішення). Проект передбачає формування компактного котеджного кварталу:

- 5 індивідуальних житлових будинків (перша черга),
- площа будинку: 150 кв.м.
- площа ділянки: 7-8 соток, загальна площа 50 соток, де частина враховує дорогу та під'їзди,
- готові фундаменти (частково), підведені комунікації (вода, електрика), внутрішня дорога та зонування території, огорожа та базовий благоустрій,
- під запит клієнта можна робити всі роботи під ключ, ремонт, ландшафт, обслуговування сервіс, догляд за ділянкою.

Бізнес-модель

Основна модель - будівництво з подальшим продажем	Додаткові джерела доходу
• собівартість: \$500-700/кв.м. (ціна з ділянкою) • продаж: від \$1000-1500/кв.м. • середній чек будинку: \$80-150 000 • валова маржа: до 40-60%, (X2-X3)	• ремонт "під ключ" • ландшафтний дизайн • будівельні та підрядні послуги • девелопмент котеджних містечок у майбутньому

Цільова аудиторія - сім'ї середнього та вище середнього доходу, мешканці Львова та регіону, клієнти, що шукають заміське житло біля міста, інвестори для перепродажу або оренди.

Ключова перевага проекту - вже підготовлена база комплексу Терновиця (земля + фундамент + комунікації), швидкий цикл будівництва (1,5 міс будівництво, або 6 міс на весь цикл без ремонту, 9-12 міс з ремонтом під ключ), старт продажів ще на етапі коробки, локація: прикордонна зона + близькість до траси, формат “готового продукту” для клієнта.

Місія проекту - створювати доступне, **якісне** та швидке у реалізації заміське житло з прозорою економікою для клієнта та інвестора. **Розвиток власного бренду.**

Візія розвитку - масштабування до системного девелопера, вихід на 10+ будинків на рік, запуск власного бренду котеджних містечок, розвиток суміжних напрямків (будівництво, рекрутинг, логістика, оренда рештування).

Стратегія реалізації (дорожня карта на перші 2-роки)

Рік 1	Рік 2
- завершення будівництва 5 будинків комплексу Терновиця - запуск продажів (з етапу коробки) - формування відділу продажів - тестування маркетингових каналів	- масштабування до 8-10 будинків - оптимізація будівельних процесів - розвиток додаткових послуг - підготовка до запуску нових проектів на територіях Новояворівська та Яворівська ОТГ

Аналіз ринку. За даними [Головного управління статистики у Львівській області](#), у I півріччі 2025 року у Львівській області введено в експлуатацію 476,6 тис. кв.м. нового житла, що на 8,9% більше, ніж за аналогічний період 2024 року.

Юніт-економіка комплексу Терновиця:

Юніт-економіка	1 будинок, \$	5 будинків, \$	Курс, долл	1 будинок, грн	5 будинків, грн
	1	5	43,55	1	5
Типовий проект, кількість кв.м.	150				
Витрати	\$73 950	\$323 750		гр3 220 523	гр14 099 313
Собівартість 1 кв.м. (типовий проект 150 кв.м.)	\$493	\$432		гр21 470	гр18 799
Ціна продажу за 1 кв.м.	\$1 000				
Продаж (без внутрішнього ремонту)	\$150 000	\$750 000		гр6 532 500	гр32 662 500
Прибуток до оподаткування (після повернення інвестицій)	\$76 050	\$426 250		гр3 311 978	гр18 563 188

Продажі проекту будуть здійснюватися через комбіновану модель залучення клієнтів, що включає партнерство з ріелторськими мережами (через систему комісій), таргетовану digital-рекламу (Facebook / Instagram), розміщення на профільних платформах (OLX, DOM.RIA), сарафанне радіо, а також ведення соц мереж, Тік-ток, Інстаграм. Додатково планується формування власного відділу продажів, що дозволить контролювати воронку, підвищити конверсію та працювати з клієнтами на всіх етапах - від першого контакту до угоди та додаткових продажів (ремонт, благоустрій, сервіс).

Актуальність проекту обумовлена ринковими змінами після 2022 року: зростанням попиту на замиське житло, активною релокацією населення у західні регіони України та формуванням запиту на автономне, безпечне та доступне житло. При цьому на ринку спостерігається дефіцит якісного продукту в сегменті \$100-150 тис., що створює можливість зайняти вільну нішу. Додатковою перевагою є розташування в прикордонній зоні, що формує стабільний попит як з боку локальних покупців, так і з боку бізнесу та клієнтів, орієнтованих на мобільність і близькість до ЄС.

Основні показники проекту, дол США

Показник	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік	Разом
Обсяг необхідних інвестицій у проект	323 750	0	0	0	0	323 750
Прибуток (після сплати податків, до повернення інвестицій)	449 079	561 458	561 458	561 458	561 458	2 694 912
Повернення інвестицій	323 750	0	0	0	0	323 750
Дохід	750 016	1 600 020	1 600 020	1 600 000	1 600 000	7 150 056
Витрати (включно з податками та поверненням інвестицій)	503 437	1 038 542	1 038 542	1 038 542	1 038 542	4 657 604
Дивіденди, реінвестиції	179 452	561 458	561 458	561 458	561 458	2 425 285
ROI	155,43%					
Точка беззбитковості (міс.)	4-5 міс					
PP, DPP повернення інвестицій	6-9 міс					
Ставка дисконтування	5 %					
NPV	\$286 368					
IRR	28,40%					

1.2. Концепція проекту

Проект «Голдера Груп» передбачає створення сучасного формату заміського житла у вигляді компактного котеджного кварталу в Новояворівській територіальній громаді Терновиця. Концепція базується на поєднанні швидкого девелопменту, доступної ціни входу для клієнта та створення ліквідного продукту, який відповідає актуальним запитам ринку «будинок як альтернатива квартири». Замість складної та тривалої процедури самостійного будівництва, клієнт отримує повноцінне домоволодіння. Щоб зробити наш продукт доступнішим, пропонуємо впровадити **пряме розтермінування від забудовника до 9 місяців**. При розстрочці ціна для клієнта трохи дорожче, але такий крок полегшує клієнту фінансове планування та стимулює темпи продажу.

Модель управління проектом базується на координації та контролі ключових процесів через перевірених локальних контрагентів. Роль компанії - стратегічне управління девелопментом, організація будівельного циклу, контроль якості, фінансів, продажі та взаємодія між усіма контрагентами проекту, тоді як профільні підрядники беруть на себе виконання робіт.

Ініціатор проекту має багаторічний практичний досвід у сфері будівництва та управління будівельними процесами, а також сформовану базу надійних партнерів у регіоні: будівельні бригади, постачальники матеріалів, ріелтори, дизайнери, підрядники з ландшафту та благоустрою, інженерних робіт, внутрішнє оздоблення, меблі. Такий підхід дозволяє надавати кінцевому клієнту комплексний продукт «під ключ» із мінімізацією операційних ризиків та забезпеченням стабільної якості виконання робіт.

Важливою складовою для інвестора є фінансова стійкість: наявність частково підготовлених фундаментів знижує поріг входу, а старт продажів на етапі зведення коробки дозволяє залучати кошти покупців, знижуючи навантаження на інвестора.

Ключові параметри та характеристики проекту

Параметр	Опис та значення
Формат забудови	Компактний квартал з 5 будинків (перша черга) у єдиному архітектурному стилі
Локація	Новояворівська ТГ, поблизу транспортної магістралі з виїздом до міста
Параметри будинку	Орієнтовна площа 150 кв.м., габарити 8,5 × 9,5 м
Комплектація	Будинок «під ремонт» (коробка, дах, вікна, комунікації) + ділянка та паркомісце
Інфраструктура	Готові фундаменти, розділені ділянки, підведені мережі та дорога
Швидкість реалізації	Зведення одного об'єкта - близько 6 місяців, початок продажу на 3-4 міс.
Додаткові можливості	Опція ремонту «під ключ» та адаптація планування під клієнта

Подано заявку на державну реєстрацію торговельної марки «**GOLDERA BUILD & RENOVATION**» до Державної організації «Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій» (УКРНОІВ), що підтверджує намір розвитку власного бренду та захисту інтелектуальної власності компанії. Електронну заявку зареєстровано 29.09.2025 за номером m202518224, що є важливим етапом у формуванні впізнаваного бренду девелоперського та будівельного напрямку «Голдера Груп».

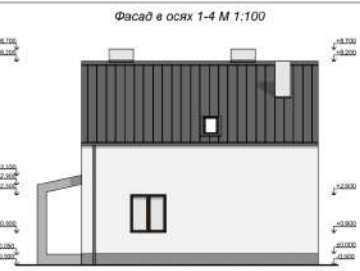
Розписка про одержання електронної заявки на знак для товарів і послуг Вх. № 1089030 Дата та час одержання 29.09.2025 01:00:00	
Номер заявки	m202518224 (в подальшому обов'язково посилається на цей номер)
Заявник	Александрович Олександр Іванович
Позначення знаку	

Стратегічні переваги та архітектурні рішення. Архітектурна концепція базується на принципах функціональності та економічності доцільності. Використання типових проектів та стандартних будівельних рішень дозволяє мінімізувати витрати без втрати комфорту та легко масштабувати проект у майбутньому.

Фасад в осях А-Г М 1:100



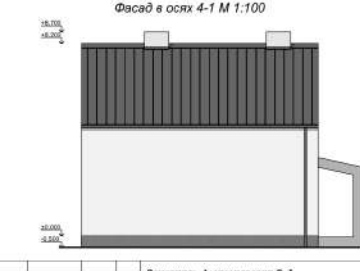
Фасад в осях 1-4 М 1:100



Фасад в осях Г-А М 1:100



Фасад в осях 4-1 М 1:100



			Замовник: Александрович О. І.	2025 - АР
Посада	Приміщення	Габарити	Експлікація приміщень (другий поверх)	
Г/П	Діюча Р. І.		№	Назва
Виконавець	Діюча Р. І.		1	Коридор
Параметри	Шкала Р.		2	Ванна
			3	Туалет
			4	Кухня
			5	Спальня
			6	Спальня
			7	Спальня
			8	Спальня
			9	Спальня
			10	Спальня
			11	Спальня
			12	Спальня
			13	Спальня
			14	Спальня
			15	Спальня
			16	Спальня
			17	Спальня
			18	Спальня
			19	Спальня
			20	Спальня
			21	Спальня
			22	Спальня
			23	Спальня
			24	Спальня
			25	Спальня
			26	Спальня
			27	Спальня
			28	Спальня
			29	Спальня
			30	Спальня
			31	Спальня
			32	Спальня
			33	Спальня
			34	Спальня
			35	Спальня
			36	Спальня
			37	Спальня
			38	Спальня
			39	Спальня
			40	Спальня
			41	Спальня
			42	Спальня
			43	Спальня
			44	Спальня
			45	Спальня
			46	Спальня
			47	Спальня
			48	Спальня
			49	Спальня
			50	Спальня
			51	Спальня
			52	Спальня
			53	Спальня
			54	Спальня
			55	Спальня
			56	Спальня
			57	Спальня
			58	Спальня
			59	Спальня
			60	Спальня
			61	Спальня
			62	Спальня
			63	Спальня
			64	Спальня
			65	Спальня
			66	Спальня
			67	Спальня
			68	Спальня
			69	Спальня
			70	Спальня
			71	Спальня
			72	Спальня
			73	Спальня
			74	Спальня
			75	Спальня
			76	Спальня
			77	Спальня
			78	Спальня
			79	Спальня
			80	Спальня
			81	Спальня
			82	Спальня
			83	Спальня
			84	Спальня
			85	Спальня
			86	Спальня
			87	Спальня
			88	Спальня
			89	Спальня
			90	Спальня
			91	Спальня
			92	Спальня
			93	Спальня
			94	Спальня
			95	Спальня
			96	Спальня
			97	Спальня
			98	Спальня
			99	Спальня
			100	Спальня
			101	Спальня
			102	Спальня
			103	Спальня
			104	Спальня
			105	Спальня
			106	Спальня
			107	Спальня
			108	Спальня
			109	Спальня
			110	Спальня
			111	Спальня
			112	Спальня
			113	Спальня
			114	Спальня
			115	Спальня
			116	Спальня
			117	Спальня
			118	Спальня
			119	Спальня
			120	Спальня
			121	Спальня
			122	Спальня
			123	Спальня
			124	Спальня
			125	Спальня
			126	Спальня
			127	Спальня
			128	Спальня
			129	Спальня
			130	Спальня
			131	Спальня
			132	Спальня
			133	Спальня
			134	Спальня
			135	Спальня
			136	Спальня
			137	Спальня
			138	Спальня
			139	Спальня
			140	Спальня
			141	Спальня
			142	Спальня
			143	Спальня
			144	Спальня
			145	Спальня
			146	Спальня
			147	Спальня
			148	Спальня
			149	Спальня
			150	Спальня
			151	Спальня
			152	Спальня
			153	Спальня
			154	Спальня
			155	Спальня
			156	Спальня
			157	Спальня
			158	Спальня
			159	Спальня
			160	Спальня
			161	Спальня
			162	Спальня
			163	Спальня
			164	Спальня
			165	Спальня
			166	Спальня
			167	Спальня
			168	Спальня
			169	Спальня
			170	Спальня
			171	Спальня
			172	Спальня
			173	Спальня
			174	Спальня
			175	Спальня
			176	Спальня
			177	Спальня
			178	Спальня
			179	Спальня
			180	Спальня
			181	Спальня
			182	Спальня
			183	Спальня
			184	Спальня
			185	Спальня
			186	Спальня
			187	Спальня
			188	Спальня
			189	Спальня
			190	Спальня
			191	Спальня
			192	Спальня
			193	Спальня
			194	Спальня
			195	Спальня
			196	Спальня
			197	Спальня
			198	Спальня
			199	Спальня
			200	Спальня
			201	Спальня
			202	Спальня
			203	Спальня
			204	Спальня
			205	Спальня
			206	Спальня
			207	Спальня
			208	Спальня
			209	Спальня
			210	Спальня
			211	Спальня
			212	Спальня
			213	Спальня
			214	Спальня
			215	Спальня
			216	Спальня
			217	Спальня
			218	Спальня
			219	Спальня
			220	Спальня
			221	Спальня
			222	Спальня
			223	Спальня
			224	Спальня
			225	Спальня
			226	Спальня
			227	Спальня
			228	Спальня
			229	Спальня
			230	Спальня
			231	Спальня
			232	Спальня
			233	Спальня
			234	Спальня
			235	Спальня
			236	Спальня
			237	Спальня
			238	Спальня
			239	Спальня
			240	Спальня
			241	Спальня
			242	Спальня
			243	Спальня
			244	Спальня
			245	Спальня
			246	Спальня
			247	Спальня
			248	Спальня
			249	Спальня
			250	Спальня
			251	Спальня
			252	Спальня
			253	Спальня
			254	Спальня
			255	Спальня
			256	Спальня
			257	Спальня
			258	Спальня
			259	Спальня
			260	Спальня
			261	Спальня
			262	Спальня
			263	Спальня
			264	Спальня
			265	Спальня
			266	Спальня
			267	Спальня
			268	Спальня
			269	Спальня
			270	Спальня
			271	Спальня
			272	Спальня
			273	Спальня
			274	Спальня
			275	Спальня
			276	Спальня
			277	Спальня
			278	Спальня
			279	Спальня
			280	Спальня
			281	Спальня
			282	Спальня
			283	Спальня
			284	Спальня
			285	Спальня
			286	Спальня
			287	Спальня
			288	Спальня
			289	Спальня
			290	Спальня
			291	Спальня
			292	Спальня
			293	Спальня
			294	Спальня
			295	Спальня
			296	Спальня
			297	Спальня
			298	Спальня
			299	Спальня
			300	Спальня
			301	Спальня
			302	Спальня
			303	Спальня
			304	Спальня
			305	Спальня
			306	Спальня
			307	Спальня
			308	Спальня
			309	Спальня
			310	Спальня
			311	Спальня
			312	Спальня
			313	Спальня
			314	Спальня
			315	Спальня
			316	Спальня
			317	Спальня
			318	Спальня
			319	Спальня
			320	Спальня
			321	Спальня
			322	Спальня
			323	Спальня
			324	Спальня
			325	Спальня
			326	Спальня
			327	Спальня
			328	Спальня
			329	Спальня
			330	Спальня
			331	Спальня
			332	Спальня
			333	Спальня
			334	Спальня
			335	Спальня
			336	Спальня
			337	Спальня
			338	Спальня
			339	Спальня
			340	Спальня
			341	Спальня
			342	Спальня
			343	Спальня
			344	Спальня
			345	Спальня

Управління проектом Терновиця та подальших будівельно земельних проектів здійснюється на базі групи компаній «Голдера Груп», яка виступає операційною платформою, управляюча компанія. Організаційна модель передбачає компактну команду з фокусом на ефективність: **власний відділ продажів, маркетинг та операційний менеджмент**, що дозволяє швидко приймати рішення та контролювати всі етапи реалізації. Проект вже має фізичну інфраструктуру для управління - офіс із зручною локацією, брендуванням та потенціалом для подальшого розширення.



Поточний статус проекту знаходиться на активній стадії підготовки до масштабування та тестування ринку. Сформовано первинний земельний фонд площею близько 50 соток по Терновиця, який структуровано на 5 окремих ділянок по 7 соток із підведеними базовими комунікаціями та організованою внутрішньою логікою квартальної забудови. Вже виконано ключовий етап будівництва - залито фундамент, який пройшов необхідний **технологічний цикл витримки (100 днів)**, що суттєво знижує ризики та пришвидшує подальші роботи.

Фактичний цикл реалізації одного будинку може бути скорочений: при базовій моделі 6 місяців, вже наявний фундамент дозволяє потенційно вкластися приблизно у 1,5-3 місяці до готовності накриття дахом. Водночас, оскільки поточний етап розглядається як тестування ринку та відпрацювання бізнес-моделі, у плануванні закладено консервативні строки з додатковим часовим запасом. Це дозволяє гнучко перевірити гіпотези, налагодити процеси будівництва та продажів без критичного тиску на терміни.



Масштабування та перспективи

У перспективі проект трансформується з точкового будівництва у повноцінну девелоперську платформу. Це передбачає:

- Створення власної екосистеми (відділ продажів, проектування, будівництво);
- Перехід від квартальної забудови до великих котеджних містечок;
- Диверсифікацію у напрямку комерційної та логістичної нерухомості.

Додатково, як паралельний напрям розвитку, розглядається запуск рекреаційного проекту: ділянка 1,6 га (оренда через аукціон з довгостроковою пролонгацією) з концепцією відпочинкового комплексу - будиночки під оренду, SPA (чан, сауна), BBQ-зона, водойма, рибалка та простір для подій на 40-50 осіб (приватні заходи, лекції, невеликі івенти). Проведення соціальних та реабілітаційних програм (зокрема для ветеранів). Таким чином, «Голдера Груп» формує диверсифіковану модель розвитку з декількома джерелами доходу, різні проекти, формування банку землі, потенціал масштабування.

Пропозиція до інвестора

Проект Терновиця передбачає запуск девелопменту 5 будинків із загальним обсягом інвестицій \$350- 400 000 на період 12 місяців. Мета - тестування ринку, перевірка ключових гіпотез, налагодження системи продажів, взаємодії з підрядниками та формування стабільної бізнес-моделі з можливістю масштабування.

Загальний бюджет (CAPEX) на реалізацію становить **\$350- 400 000**, з яких вже профінансовано:

- \$50 000 - придбання земельних ділянок
- \$20 000 - підготовчі будівельні роботи

Таким чином, **потреба в інвестиціях становить \$250- 300 000.**

- При 21,6% річних інвестор може отримати **\$64 800**, плюс тіло кредиту \$300 000
- Або 30% від прибутку, при інвестиціях \$300 000, націнка X2 ціна продажу всіх будинків за \$600 000, прибуток \$300 000, а 30% від прибутку для інвестора може скласти **\$90 000**, плюс тіло кредиту \$300 000
- Інвестор може запропонувати свій варіант співпраці

Проект знаходиться на високому рівні готовності (земля, часткова інфраструктура), що суттєво знижує ризики інвестора та скорочує час до першого доходу.

За песимістичним сценарієм, **ROI проекту складає 155%** за перший цикл (12 міс) без урахування додаткових джерел доходу (ремонт, додаткові послуги, сервісні моделі). **Реалістичний ROI 200%**, середній показник по регіону по будівельному напрямку.

Проект розглядається як пілот для подальшого масштабування (10+ будинків на рік) після підтвердження економіки та попиту.

1.3.Юніт-економіка

У цьому розділі представлено юніт-економіку проекту, яка відображає структуру інвестицій, витрат та ефективність будівництва одного об'єкта як базової бізнес-одиниці. Аналіз дозволяє оцінити капітальні вкладення (CAPEX), масштабування до кількох будинків та сформувати основу для розрахунку прибутковості проекту в цілому.

Разові витрати, дол США (CAPEX)	1 будинок, \$	5 будинків, \$	Курс, долл	1	2	3	4	5	6	7-12	1 рік	Разом
Земля та підготовка	1	5	43,55									
Земля (5 ділянок по 10 соток)	10 000	50 000		50 000	0	0	0	0	0	0	50 000	50 000
Підготовка, дорога	5 000	25 000		12 500	12 500						25 000	25 000
Паркан	1 000	5 000		5 000	0	0	0	0	0	0	5 000	5 000
Разом, земля та підготовка	16 000	80 000		67 500	12 500	0	0	0	0	0	80 000	80 000
Будівництво												
Будівництво будинку	40 000	200 000		40 000	40 000	30 000	30 000	30 000	30 000	0	200 000	200 000
Комунікації	3 000	15 000		0	0	0	5 000	5 000	5 000	0	15 000	15 000
Непередбачені витрати	2 950	14 750		2 458	2 458	2 458	2 458	2 458	2 458	0	14 750	14 750
Разом, будівництво	45 950	229 750		42 458	42 458	32 458	37 458	37 458	37 458	0	229 750	229 750
Інші витрати												
Маркетинг та просування	1 500	1 500		0	0	0	500	500	500	0	1 500	1 500
Юридичні питання	500	500		0	500	0	0	0	0	0	500	500
Дизайн	500	2 500		2 500	0	0	0	0	0	0	2 500	2 500
Директор напрямку	3 000	3 000		500	500	500	500	500	500	0	3 000	3 000
Відділ продажів	3 000	3 000		0	0	0	1 000	1 000	1 000	0	3 000	3 000
Маркетолог	1 500	1 500		0	0	0	500	500	500	0	1 500	1 500
Бухгалтер	2 000	2 000		0	0	500	500	500	500	0	2 000	2 000
Разом, інші витрати	12 000	14 000		3 000	1 000	1 000	3 000	3 000	3 000	0	14 000	14 000
Витрати всього	73 950	323 750		112 958	55 958	33 458	40 458	40 458	40 458	0	323 750	323 750
Юніт-економіка												
Націнка Х2	147 900	739 500										739 500
Націнка Х3	221 850	1 109 250										1 109 250

2. Аналіз ринку та галузі



2.1.Огляд ринку

Ринок житлової нерухомості України у 2025 році демонструє поступове відновлення після падіння у 2022-2023 роках, при цьому обсяги введення житла досягли майже докризових рівнів.

Обсяги введення житла в експлуатацію в Україні у 2025 році практично зрівнялися з "доковідними" показниками. При цьому на ринку зафіксовано тренд на "приватність" - українці дедалі частіше вибирають власні будинки замість квартир у багатоповерхівках.

За даними офіційної статистики, минулого року в Україні здали 117,6 тис. одиниць житла (квартир та приватних будинків). Це лише на 0,7% менше за показник 2024 року, що свідчить про остаточну стабілізацію галузі після обвалу на початку повномасштабного вторгнення.

Аналітики зазначають, що структура будівництва повернулася до пропорції 70/30, яка була характерною для 2019-2020 років. У 2025 році частка індивідуальних будинків зросла до 31,5% (37,1 тис. одиниць). Для порівняння, у "піковому" 2021 році цей сегмент займав лише 19%, тоді як багатоповерхівки домінували з часткою 81%.

У сегменті приватного будівництва впевнену першість тримає Київська область (9,5 тис. будинків), за нею йдуть Львівська (3,6 тис.) та Волинська (2,6 тис.) області.

Джерело: www.rbc.ua/rus/news/rinok-neruhomosti-ozhiv-de-ukrayini-buduyut-1774538265.html.com

За даними аналітиків OLX Нерухомість, протягом 2025 року інтерес до купівлі приватних будинків зріс більш ніж на п'яту частину. Водночас кількість оголошень на ринку скоротилася, що сформувало додатковий тиск на ціни.

На тлі зростання попиту середня вартість приватних будинків підвищилася приблизно на 27%. Для таунхаусів і дуплексів подорожчання було стриманішим - близько 5%.

Найбільш відчутне зростання зафіксували в окремих регіональних центрах. Так, ціни на будинки у Сумах піднялися приблизно на чверть, в Ужгороді - більш ніж на 20%, у Луцьку - понад 20%. Водночас ринок залишається нерівномірним: у низці південних і східних міст спостерігається зворотна динаміка.

Зокрема, зниження вартості зафіксували в Херсоні (понад 20%), Дніпрі та Миколаєві (близько 8%), а також у Вінниці (5%). У Тернополі та Запоріжжі ціни практично не змінилися.

Найвищі ціни на приватні будинки традиційно зберігаються у великих містах і регіонах з активним попитом на релокацію. Лідерами залишаються Київ, Львів, Ужгород та Одеса.

За підрахунками аналітиків, середні ціни на заході країни наприкінці року виглядали так:

- **Львів - близько 209 тис. доларів (+19% за рік)**
- Луцьк - 94,5 тис. доларів (+21%)
- Рівне - 90 тис. доларів (+13%)
- Івано-Франківськ - 125 тис. доларів (+3%)
- Ужгород - 174 тис. доларів (+23%), Чернівці - майже 120 тис. доларів (+8%), Тернопіль - близько 95 тис. доларів, Хмельницький - 78,6 тис. доларів (+1%)

Аналітики пов'язують зростання інтересу до приватного житла не лише з безпековими чинниками. Важливу роль відіграють автономність, можливість встановлення альтернативних джерел енергії, а також бажання мати більший житловий простір без залежності від багатоквартирної інфраструктури. В умовах обмеженої пропозиції та стабільного попиту сегмент приватних будинків поступово перетворюється на один із найбільш динамічних на українському ринку нерухомості.

Джерело: <https://media.ritm.group/news/popit-na-privatni-budinki-zrostaie-iak-zminivsia-rinok-zitla-na-zaxodi-ukrayini.com>



Джерело: <https://lun.ua/stat/sale/lviv>

- БІЗНЕС-ПЛАН -

Аналіз локального ринку показує, що у Новояворівському та Яворівському напрямках наразі спостерігається обмежена кількість сучасних пропозицій у сегменті індивідуальних будинків площею 80-150 кв.м., що формує вільну ринкову нішу для проекту. Водночас у передмісті Львова та прилеглих населених пунктах аналогічні об'єкти реалізуються у діапазоні від \$1 000 до \$1 700 за кв.м., що підтверджує сформований попит на замиське житло та потенціал капіталізації проекту в обраному ціновому сегменті.

Для прикладу, у Сокольниках дуплекс площею 154 кв.м. продається за \$207 900 (\$1 350/кв.м.), у Наварії будинок площею 152 кв.м. - за \$243 280 (\$1 600/кв.м.), а у Львові на вул. Мазепи приватний будинок площею 269 кв.м. виставлений за \$450 000 (\$1 670/кв.м.). Навіть у менш розвинених локаціях регіону приватні будинки продаються на рівні понад \$1 000 за кв.м., що підтверджує ринкову ліквідність сегменту замиського житла.

Локація	Ціна	Посилання	Фото
м. Львові, вул. Мазепи	450 000 \$ за 269 кв.м., 1 670 \$ за кв.м.	https://dom.ria.com/uk/prodazha-domov/ternovytsa-obl-lvovskaya/	
Наварія, вул. Літня	243 280 \$ 152 кв. м, 1 600 \$ за кв. м	https://dom.ria.com/uk/prodazha-domov/navaryia/	
Сокольники, вулиця Михайла Грушевського	207 900 \$ дуплекс 154 кв. м, на 2.4 сотки, 1 350 \$ за кв.м.	https://dom.ria.com/uk/realty-prodaja-dupleks-sokolniki-mihaila-grushevskogo-ulitsa-33723466.html	
Нагірне, вулиця Івана Франка	73 000 \$ 70 кв. на 25 соток, 1043 \$ за кв. м	https://dom.ria.com/uk/realty-prodaja-dom-mostiska-grushevskogo-ulitsa-34104249.html	

Попит на будинки в Львівському регіоні на вторинному ринку зріс на 19%, тоді як пропозиція скоротилась на 2%, що призвело до дисбалансу ринку. Як наслідок, середні ціни на приватні будинки у 2025 році зросли на 27% у порівнянні з попереднім періодом.

За даними [Головного управління статистики у Львівській області](#), у I півріччі 2025 року у Львівській області введено в експлуатацію 476,6 тис. кв.м. нового житла, що на 8,9% більше, ніж за аналогічний період 2024 року.

Ринок заміського житла також демонструє структурну зміну попиту, де основним фактором вибору стає автономність житла, а не лише його розташування. Серед ключових причин зростання попиту на приватні будинки - безпековий фактор, можливість автономного енергозабезпечення та розвиток дистанційної роботи.

Додатковим [драйвером](#) є внутрішня міграція населення, що стимулює попит у західних регіонах України, включаючи Львівську область.

Основні тренди на 2025-2026 роки:

- Попит на автономність: усе більше покупців шукають будинки з генераторами, сонячними панелями та власними свердловинами.
- Раціональний метраж: популярність невеликих, продуманих будинків 100-150 кв. м - тільки зростатиме.
- Інфраструктура на першому місці: при виборі заміського житла критичне значення матиме доступ до шкіл, лікарень, магазинів.
- Замість дачі - друге житло: українці дедалі частіше сприймають заміський будинок не як сезонну нерухомість, а як альтернативу міській квартирі.

Розрахунок TAM, SAM, SOM

Показник	Опис ринку	Кількість	Середній чек	Обсяг ринку
TAM (Total Addressable Market)	Вся потенційна аудиторія покупців приватних будинків у Львівській області (населення 2,5 млн; 50% економічно активні; 5% потенційно розглядають купівлю будинку)	60 000 домогосподарств	\$120 000 - \$170 000	\$7,2 - 10,2 млрд
SAM(Serviceable Available Market)	Частка аудиторії, яка реально купує або буде будинки щороку (3-5% від TAM)	1 800 - 3 000 будинків/рік	\$120 000 - \$170 000	\$216 - 510 млн /рік
SOM(Serviceable Obtainable Market)	Реалістична частка ринку для одного девелопера на старті	+10 будинків/рік	\$150 000	1,5 млн /рік

2.2.Конкуренти

Ринок, на якому працює проект, поділяється на 4 основні сегменти:

1. Приватні забудовники (доступний сегмент)

- будівництво під ключ
- індивідуальні котеджі
- ціна: \$500-900/кв.м.

2. Котеджні містечка (середній сегмент)

- готові будинки + інфраструктура
- ціна: \$800-1 300/кв.м.

3. Елітні / концептуальні проекти (преміум)

- дизайн + сервіс + ком'юніті
- ціна: \$1 200-2 000/кв.м.

4. Альтернатива (модульні будинки)

- швидке будівництво
- ціна: \$600-900/кв.м.

+ непрямі конкуренти:

- замиські комплекси / retreat-локації (оренда замість купівлі)

Компанії та проекти які представлені на ринку

Назва	Локація	Формат	Площа	Ціна	\$/м²	Джерело
Приватні забудовники						
KutsanivBUD	Львівська обл.	збудовник	80-200 кв.м.	\$90 000 - 150 000	\$700-1000	https://kutsanivbud.com.ua
Олександр Дзюбак Sporuda Development Group. співзасновник		приватна збудова	130-170 кв.м.	\$110 000 - 160 000	\$800-1000	https://sporuda.group/about-company/
Прораб Буд		під ключ	100-180 кв.м.	\$500-800/кв.м.	\$500-800	-
RS-Bud		збудовник	100-400 кв.м.	\$80 000 - 200 000	\$500-800	https://rs-bud.com/tsiny/
Ванбуд-Плюс		збудовник	100-200 кв.м.	\$70 000 - 150 000	\$500-800	https://vanbud.com.ua

- БІЗНЕС-ПЛАН -

Назва	Локація	Формат	Площа	Ціна	\$/м²	Джерело
Котеджні містечка						
Family House Lviv	передмістя	КМ	100-150 кв.м.	\$85 000 - 130 000	\$700-900	https://home.ritm.group
Comfort House			120-140 кв.м.	\$95 000 - 140 000	\$750-1000	www.comfort-house.lviv.ua/
Green Estate			100-130 кв.м.	\$80 000 - 120 000	\$700-900	https://dom.ria.com/uk
Концептуальні проекти						
Villa Crystal	Рясне-Руське	КМ	120-160 кв.м.	від \$132 000	від \$1100	https://lun.ua/uk/new/lviv
Scandi House Lviv	передмістя	сучасні котеджі	110-160 кв.м.	\$100 000 - 180 000	\$900-1200	https://scandi.ua/
Модульні будинки						
Modul House Ukraine	Україна	модульні	50-120 кв.м.	\$30 000 - 80 000	\$600-900	https://modulehouse.ua/ru/
Каркасні будинки	Яворівський р-н	під замовлення	150 кв.м.	від \$105 000	від \$700	https://karpatybud.com.ua

2.3.Цільова аудиторія

Цільова аудиторія нашого проекту охоплює кілька ключових сегментів покупців, які розглядають придбання індивідуального житла у Львівська область як альтернативу квартирі або як інвестиційний актив. Основний фокус зроблено на платоспроможних домогосподарствах із середнім та вище середнього рівнем доходу, які шукають готовий житловий продукт у замиському форматі.

Основні сегменти цільової аудиторії

Сегмент	Профіль	Орієнтовна кількість	Потреби	Платоспроможність
Мешканці Львова (25-45 років)	ІТ, підприємці, менеджмент, креативний клас	ЦА 50 000-125 000, а саме 5% від населення Львівської області	Власний будинок замість квартири, простір, приватність	Доходи 40 000-120 000 грн/міс; власна квартира, авто, готовність продати свою квартиру та купити будинок \$100 000-150 000
Молоді сім'ї	Пари з дітьми або планують	30 000-50 000 домогосподарств у регіоні	Безпека, екологія, власна територія	Комбіновані доходи 50 000- 100 000 грн/міс
Підприємці та самозайняті	Малий та середній бізнес	20 000+ у регіоні	Інвестиція + комфорт проживання	Готовність купувати без іпотеки або з мінімальним кредитом
Інвестори	Купівля з метою перепродажу або оренди	5 000-10 000 активних інвесторів	Ліквідність, швидкий перепродаж, приріст ціни	Інвестиційний бюджет \$50 000-200 000
Релоковані українці	Переїзд із східних та центральних регіонів	Значний приріст після 2022 року	Безпека, стабільність, готове житло	Готовність купувати житло у західному регіоні
Заробітчани (Польща)	Чоловіки, жінки 30-50 років, працюють за кордоном, накопичують капітал	10 000+ потенційно в регіоні	Купівля будинку для сім'ї або повернення в Україну	Дохід \$3 000-5 000/міс; готовність купувати швидко або з частковою оплатою

Для розширення доступності продукту може бути запропонована модель розтермінування напрямку від забудовника терміном до 9 місяців. Такий формат передбачає дещо вищу фінальну ціну об'єкта, але значно спрощує прийняття рішення для клієнта та прискорює продажі.

Стратегія реалізації проекту базується на поєднанні прямого продажу (формування власного відділу продажів) та залученні широкої партнерської мережі (контрагенти). Професійні агенції нерухомості та приватні ріелтори забезпечують доступ до «теплої» бази покупців, прискорюючи закриття угод. Спеціалізовані маркетплейси, як-от [ЛУН](#) та [DIM.RIA](#), гарантують максимальне охоплення онлайн-аудиторії та стабільну лідогенерацію. Співпраця з інвестиційними консультантами та бізнес-клубами відкриває вихід на великих капіталодавців, зацікавлених у ліквідних активах. Використання лідерів думок і блогерів створює нативну довіру до бренду, стимулюючи інтерес з боку молодих сімей та IT-спільноти.

Потреби та мотивації цільової аудиторії

B2C сегмент

- Перехід із квартири у будинок як покращення якості життя. Основна мотивація - отримати більше простору, власну ділянку та відсутність сусідів.
- Безпековий фактор. Попит на замиське житло зростає через бажання жити поза густонаселеними районами.
- Автономність. Власне житло дозволяє встановлювати альтернативні джерела енергії, що є критично важливим фактором.
- Готовий продукт. Клієнти не хочуть займатись будівництвом самостійно, а шукають швидке рішення.
- Інвестиційна привабливість. Будинки розглядаються як актив із потенціалом росту вартості.

B2B сегмент

- Інвестори шукають об'єкти з коротким циклом будівництва та можливістю швидкого перепродажу. Ключова мотивація - маржинальність 20-40% при горизонті 6-12 місяців. Запит на стандартизований продукт, який легко масштабувати та продавати.

Сегменти ЦА за пріоритетами

Поточна та потенційна сила компанії у задоволенні потреб сегмента	Привабливість сегмента			
		Низька	Середня	Висока
	Слабка			Використовувати можливості: • Заробітчани
	Середня		Використовувати можливості: • Регіональні покупці	Другий пріоритет: • Інвестори
	Сильна	Використовувати можливості: • Релоковані клієнти	Другий пріоритет: • Інвестори	Основний пріоритет • Мешканці Львова (IT, підприємці), молоді сім'ї

Портрет споживача:



Андрій, 34 роки -
ІТ-спеціаліст, Львів

- Дохід - 200 000 грн/міс
- Працює віддалено, шукає будинок замість квартири
- Готовий інвестувати \$130 000 у будинок для проживання



Марія, 45 років -
заробітчанка (Польща)

- Дохід - \$3 000-5 000/міс
- Працює за кордоном, накопичує капітал
- Шукає будинок в Україні для сім'ї або повернення
- Готова купити з можливістю поетапного фінансування або швидкого заселення



Олег, 39 років - підприємець

- Дохід - 120 000 грн/міс
- Купує будинок як інвестицію
- Розглядає перепродаж через 6-12 місяців



Ірина, 36 років - релокована з Харкова

- Дохід - 100 000 грн/міс (сімейний)
- Шукає стабільне житло у західному регіоні
- Готова купити готовий будинок без будівництва

2.4.Маркетинговий план

Маркетингова стратегія спрямована на формування стабільного попиту на індивідуальні житлові будинки у Львівська область у найбільш ліквідному сегменті \$100 000-150 000. Основною задачею маркетингу є швидкий продаж об'єктів ще на етапі будівництва та забезпечення постійного потоку клієнтів для масштабування проекту.

Ключова ідея маркетингу - позиціонування продукту як альтернативи квартирі у Львові, де клієнт отримує більше простору, приватність та власну ділянку за співставний бюджет. Проект подається як готове рішення “будинок без будівництва”, що закриває головний біль клієнта - складність і тривалість самостійного девелопменту.

Проект орієнтується на сформований попит на замиське житло, який посилився після 2022 року та продовжує зростати за рахунок тренду на автономність, безпеку та зміну стилю життя.

Маркетингова модель передбачає формування трьох основних потоків клієнтів:

- прямі покупки (для проживання)
- інвестори (перепродаж / оренда)
- клієнти через партнерські канали (ріелтори, агенції)

На ринку проект позиціонується як швидкий девелоперський продукт середнього сегменту, що поєднує доступну ціну, готову інфраструктуру та прогнозований результат. На відміну від більшості конкурентів, акцент робиться не на “мрії про будинок”, а на конкретному продукті з чіткими строками і ціною.

Маркетинговий план запуску. Перший рік роботи передбачає поетапний запуск маркетингу.

Етап 1 - підготовка (1-2 міс)	Етап 2 - запуск продажів	Етап 3 - масштабування
• розробка бренду та позиціонування • створення візуалізацій будинків (рендери) • запуск лендингу • створення сторінок у соцмережах • підготовка контенту (фото, відео, планування)	• запуск таргетованої реклами • розміщення оголошень на платформах нерухомості • перші заявки та покази • продаж 1–2 будинків на етапі коробки • збір відгуків та кейсів	• збільшення рекламного бюджету • підключення партнерів (ріелтори) • розширення контенту (відео будівництва) • оптимізація воронки продажів • запуск наступної черги будівництва

Ключові відмінності маркетингової пропозиції: готові фундаменти та комунікації, швидкий цикл будівництва (6 місяців), продаж на ранніх етапах (нижча ціна входу), чітка економіка для інвестора, ліквідний формат будинку (150 кв.м. + ділянка).

Основні канали маркетингу

- **Digital-маркетинг.** Контекстна реклама (Google Ads), основні запити: купити будинок Львів, будинок у передмісті Львова, котедж Львівська область. Мета - залучення гарячого попиту.
- **Таргетована реклама (Instagram / Facebook).** Аудиторія: 25-50 років, Львів та область. Інтереси: нерухомість, будівництво, інвестиції, сім'я. Мета - формування попиту та генерація лідів.
- **SEO-просування.** Просування сайту за ключовими запитами: будинок Львів, купити котедж, будинок під Львовом
Контент: статті про переваги будинку, порівняння з квартирою, кейси клієнтів.
- **Платформи нерухомості.** Основні канали продажу: DOM.RIA, OLX Нерухомість, ЛУН.
- **Відеоконтент.** Соцмережі, Тік-Ток, Ютуб, Тредс. Формати: огляди будинків, процес будівництва “до/після”, відгуки клієнтів. Відео формує довіру та пришвидшує прийняття рішення.
- **Партнерські канали.** Локальні ріелтори та агентства нерухомості, будівельні компанії, дизайнери інтер'єру. Партнери отримують комісію 2-5% від угоди. Дані контрагенти проекту вже мають сформовані клієнтські бази та активний попит у регіоні Новояворівської та Яворівської громад. Додатковий маркетинг та просування беруть на себе в рахунок комісії.
 - www.tiktok.com/@real_estate_tiktok?_r=1&t=ZS-95kMCPu6M4o
 - www.tiktok.com/@neruhomistnovoyavorivska?_r=1&t=ZS-95kMik7qIW6
 - https://dom.ria.com/uk/realtor-10194700.html?utm_source=copylink&utm_medium=share&utm_campaign=ads_secondary&r_audience=smo&r_source=copylink&r_medium=share&r_campaign=ads_secondary
 - <https://0969615259.rieltor.ua/>
- **Офлайн-канали.** Брендуння об'єкта (банери), покази будинків, сарафанне радіо.

Воронка продажів

Етап	Дії
Усвідомлення	реклама, соцмережі, платформи нерухомості
Інтерес	сайт, оголошення, консультація
Розгляд	перегляд будинку, прорахунок
Рішення	бронювання / аванс
Закриття	підписання договору
Лояльність	рекомендації, повторні покупки

Модель 7P для Soul

Компонент	Застосування
Product (Продукт)	індивідуальні будинки 150 кв.м. із ділянкою, стан “під ремонт”, можливість ремонту “під ключ”
Price (Ціна)	\$100 000-150 000 за будинок; стратегія середнього сегменту
Place (Місце)	Львівська область; продаж через сайт, платформи, партнерів
Promotion (Просування)	digital-реклама, платформи нерухомості, соцмережі, відео
People (Люди)	власник, відділ продажів, підрядники, маркетинг
Process (Процес)	заявка → консультація → показ → бронювання → угода
Physical Evidence	готові будинки, фото/відео, відгуки клієнтів, будівельний процес

PESTEL-аналіз зовнішнього середовища проекту

Фактор	Вплив	Можливості	Ризики
Політичні	воєнний стан	попит на західні регіони	нестабільність
Економічні	доходи населення	зростання цін на житло	падіння купівельної спроможності
Соціальні	тренд на будинки	стабільний попит	зміна поведінки
Технологічні	digital-маркетинг	дешеве залучення клієнтів	ріст вартості реклами
Екологічні	попит на природу	еко-позиціонування	сезонність
Правові	будівельні норми	прозорий бізнес	регуляторні ризики

Висновок: обрана маркетингова стратегія на даному етапі розробки бізнес ідеї оптимальна і дає уявлення про поступове та планомірне охоплення всіх основних напрямів у маркетинговому бізнес плануванні.

3. Організаційний план та менеджмент

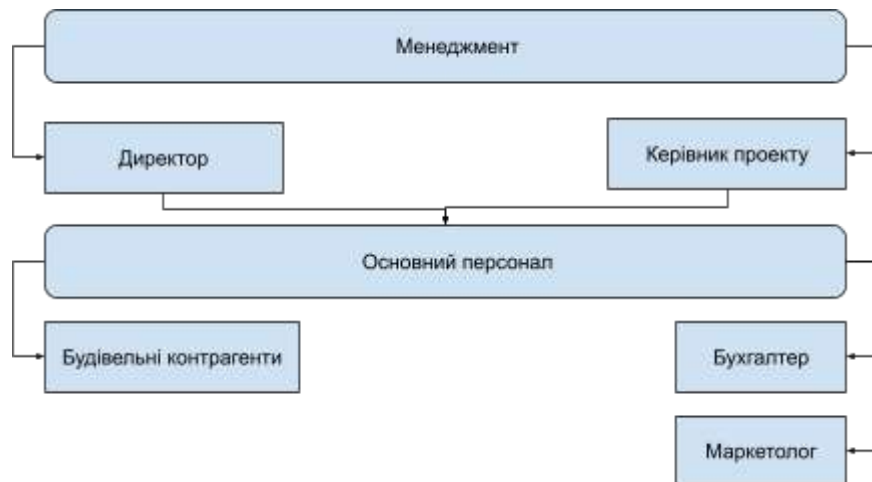


3.1. Організаційна структура

Організаційна структура проекту побудована за компактною девелоперською моделлю, що об'єднує управління будівництвом, продажами та фінансами. Це дозволяє мінімізувати витрати, контролювати якість та забезпечувати швидку реалізацію об'єктів у Львівській області. Модель передбачає чітке розмежування стратегічного, операційного управління та продажів. Ключова особливість - активне використання аутсорсингу (будівельні бригади, дизайнери, ріелтори), що забезпечує гнучкість і можливість масштабування без значного розширення штату.

Організаційна модель включає такі рівні управління:

- **Стратегічний рівень** - власник / засновник проекту, який визначає напрям розвитку, приймає інвестиційні рішення, контролює фінансову модель та масштабування бізнесу.
- **Операційний рівень** - керівник проекту (project manager), відповідальний за координацію будівництва, взаємодію з підрядниками, контроль строків реалізації та бюджету.
- **Функціональні підрозділи** - команди та підрядники, які забезпечують ключові процеси: будівництво, продажі, маркетинг, фінанси та юридичний супровід.



Персонал та фонд оплати праці (перший етап)

На стартовому етапі реалізації проекту (будівництво 5 будинків) формується компактна команда, яка покриває ключові функції: управління, продажі, маркетинг та фінансовий облік. Модель передбачає залучення персоналу у форматі ФОП, що дозволяє оптимізувати податкове навантаження та зберегти гнучкість витрат на ранній стадії. Основна частина команди підключається поступово (з 3-4 місяця), відповідно до етапів будівництва та початку продажів.

Штатна структура та зарплати

Посада	Кількість	Основні обов'язки	Зарплата за 6 міс роботи	
			дол США	грн
Директор напрямку	1	управління проектом, контроль будівництва, підрядники, стратегія	3000	130 650
Менеджер з продажу	2	продаж будинків, робота з клієнтами, ріелтори	3000	130 650
Маркетолог	1	реклама, соцмережі, генерація лідів	1500	65 325
Бухгалтер	1	фінанси, податки, звітність	2000	87 100
Загалом			9500	413 725

Заявник проекту

Олексій Александрович	Ініціатор та організатор проекту
	- Багаторічний досвід у сфері будівництва та управління будівельними процесами. У період з 2017 по вересень 2025 року працював у Польщі (PRB-Rembud), де виконував роль організатора будівельних робіт. - Ключові компетенції: формування та управління будівельними бригадами, пошук і координація підрядників, авторський та технічний нагляд, організація постачання матеріалів, контроль бюджетів та фінансових розрахунків, а також повний супровід будівельних проектів від фундаменту до здачі об'єкта. - Щорічно під управлінням реалізовувалось 10-15 житлових будинків, як у базовому стані (коробка), так і "під ключ", включаючи внутрішні оздоблювальні роботи, електрику, сантехніку, системи опалення, фасадні рішення, благоустрій території та індивідуальні рішення під запит клієнтів.
Контакти: +38097-702-37-00, +38067-601-00-17 (WhatsApp, Telegram)	

Локальні контрагенти проекту (співпраця перевірена роками)

- Ландшафтний дизайн, благоустрій та озеленення www.instagram.com/grund.garden?igsh=cGRxeHd3amRrbm93
- Будмайданчик, будівельні матеріали, завод бетона www.tiktok.com/@blusbud?_r=1&t=ZS-95kLmBzrV5E
- Загорожі www.tiktok.com/@parkan_plus?_r=1&t=ZS-95kLwrgocKd
- Меблі, фурнітура www.tiktok.com/@mebli_lux?_r=1&t=ZS-95kM385SWUK
- Освітлення та меблі www.tiktok.com/@fortuna_0419?_r=1&t=ZS-95kM3ebzf0y

Досвід Заявника проекту



Приклад виконаних проектів



3.2.Тимчасові рамки проекту

Реалізація проекту «Голдера Груп» у Львівська область передбачає поетапний підхід із паралельним запуском будівництва та продажів. Загальний цикл реалізації першої черги (5 будинків) становить близько 12 місяців, що дозволяє оптимізувати грошові потоки та скоротити період повернення інвестицій.

Ключовою особливістю проекту є початок продажів на ранніх етапах будівництва (етап коробки), що дозволяє частково фінансувати проект за рахунок клієнтів та зменшити фінансове навантаження.

Діаграма Ганта

Задача / Місяць	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Підготовка проекту (документи, планування)												
Маркетинг підготовка (бренд, сайт, контент)												
Запуск реклами та продажів												
Будівництво (1–2 будинки)												
Будівництво (3–5 будинки)												
Продаж на етапі будівництва												
Завершення будівництва (1–2 будинки)												
Завершення будівництва (3–5 будинки)												
Передача об'єктів клієнтам												
Постпродажний супровід												
Аналіз та запуск наступної черги												

3.3. Характеристика бізнес середовища

Бізнес-середовище проекту формується під впливом трансформації ринку житлової нерухомості, зростання попиту на заміське житло та зміни поведінки покупців у Львівська область. Ринок індивідуального житлового будівництва перебуває у фазі активного розвитку, що створює можливість для зайняття сильної позиції у середньому ціновому сегменті.

- **Соціальний тренд** - зростання попиту на приватний простір, безпеку та автономність проживання, особливо серед мешканців міст, які переходять від квартир до будинків.
- **Економічна база** - концентрація платоспроможної аудиторії у Львів та області забезпечує стабільний попит у сегменті \$100 000-150 000
- **Ринкова ніша** - дефіцит системного девелопменту у сегменті доступних індивідуальних будинків із готовою інфраструктурою.
- **Конкурентне поле** - фрагментований ринок: приватні забудовники, котеджні містечка, відсутність стандартизованого продукту.
- **Споживча поведінка** - клієнти віддають перевагу готовим рішенням “під ключ” замість самостійного будівництва.
- **Інвестиційний сегмент** - зростає інтерес до нерухомості як активу з потенціалом швидкого перепродажу.
- **Технологічний фактор** - digital-маркетинг та платформи нерухомості дозволяють швидко залучати клієнтів.
- **Ризики** - макроекономічна нестабільність, воєнний фактор, зростання вартості будівництва.

Бізнес-модель



Канва бізнес-модель. Опис ключових бізнес-процесів відображено за допомогою **business model canvas** - один із інструментів стратегічного управління для опису бізнес-моделі підприємства. Являє собою одну сторінкову схему, що описує всі бізнес-процеси компанії: пропозицію, інфраструктуру, споживачів та фінанси.

Canvas модель

Ключові партнери	Ключові активності	Пропозиція цінності	Відносини з клієнтами	Клієнтський сегмент
- Будівельні підрядники - Постачальники будівельних матеріалів - Ріелтори та агентства нерухомості - Архітектори та дизайнери - Юридичні та бухгалтерські партнери	- Будівництво будинків - Управління проектом - Маркетинг і продажі - Робота з клієнтами - Розвиток нових черг проекту	- Готовий будинок як альтернатива квартирі - Оптимальна ціна у сегменті \$100 000-150 000 - Швидке будівництво (6 міс) - Наявність інфраструктури - Простий і зрозумілий продукт для покупця	- Персональні консультації - Супровід угоди - Післяпродажна підтримка - Рекомендації клієнтів	- Мешканці Львів (25-45 років) - Молоді сім'ї - Підприємці - Інвестори - Релоковані українці - Заробітчани
	Ключові ресурси		Канали збуту	
	- Земельні ділянки - Проекти будинків - Будівельні команди - Фінансові ресурси - Бренд і маркетинг		- Сайт проекту - Instagram / Facebook - Платформи нерухомості (DOM.RIA, OLX, ЛУН) - Партнерські продажі (ріелтори) - Сарафанне радіо	
Структура витрат		Потоки доходів		
- Разові витрати, будівництво (матеріали, роботи) - Операційні, маркетинг і реклама, фонд оплати праці, адміністративні витрати, юридичні та бухгалтерські послуги		- Продаж будинків - Додаткові послуги (ремонт “під ключ”) - Зростання вартості об’єктів на етапі будівництва - Потенційний дохід від масштабування проекту		

4.Фінансовий план



4.1.Витрати

Витрати 1 рік, дол США

Витрати, дол США	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1 рік
Разові витрати (CAPEX)													
Земля (5 ділянок по 10 соток)	50 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50 000
Підготовка, дорога	12 500	12 500					0	0	0	0	0	0	25 000
Паркан	5 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5 000
Будівництво будинку	40 000	40 000	30 000	30 000	30 000	30 000	0	0	0	0	0	0	200 000
Комунікації	0	0	0	5 000	5 000	5 000	0	0	0	0	0	0	15 000
Непередбачені витрати	2 458	2 458	2 458	2 458	2 458	2 458	0	0	0	0	0	0	14 750
Разові витрати (CAPEX)	109 958	54 958	32 458	37 458	37 458	37 458	0	0	0	0	0	0	309 750
Постійно змінні витрати (OPEX)													
Маркетинг та просування	0	0	0	500	500	500	0	0	0	0	0	0	1 500
Юридичні питання	0	500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	500
Дизайн	2 500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2 500
Разом постійно змінних витрат	2 500	500	0	500	500	500	0	0	0	0	0	0	4 500
Зарплата: ФОП - Фонд оплати праці (OPEX)													
Директор напрямку	500	500	500	500	500	500	0	0	0	0	0	0	3 000
Відділ продажів	0	0	0	1 000	1 000	1 000	0	0	0	0	0	0	3 000
Маркетолог	0	0	0	500	500	500	0	0	0	0	0	0	1 500
Бухгалтер	0	0	500	500	500	500	0	0	0	0	0	0	2 000
Разом із зарплати	500	500	1 000	2 500	2 500	2 500	0	0	0	0	0	0	9 500
Витрати всього	112 958	55 958	33 458	40 458	40 458	40 458	0	0	0	0	0	0	323 750

Витрати 2-3 рік, дол США

Витрати, дол США	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	2 рік	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	3 рік	4 рік	5 рік	Разом
Разові витрати (CAPEX)													
Земля (5 ділянок по 10 соток)	25 000	25 000	25 000	25 000	100 000	25 000	25 000	25 000	25 000	100 000	100 000	100 000	450 000
Підготовка, дорога	12 500	12 500	12 500	12 500	50 000	12 500	12 500	12 500	12 500	50 000	50 000	50 000	225 000
Паркан	2 500	2 500	2 500	2 500	10 000	2 500	2 500	2 500	2 500	10 000	10 000	10 000	45 000
Будівництво будинку	100 000	100 000	100 000	100 000	400 000	100 000	100 000	100 000	100 000	400 000	400 000	400 000	1 800 000
Комунікації	7 500	7 500	7 500	7 500	30 000	7 500	7 500	7 500	7 500	30 000	30 000	30 000	135 000
Непередбачені витрати	7 375	7 375	7 375	7 375	29 500	7 375	7 375	7 375	7 375	29 500	29 500	29 500	132 750
Разові витрати (CAPEX)	154 875	154 875	154 875	154 875	619 500	154 875	154 875	154 875	154 875	619 500	619 500	619 500	2 787 750
Постійно змінні витрати (OPEX)													
Маркетинг та просування	750	750	750	750	3 000	750	750	750	750	3 000	3 000	3 000	13 500
Юридичні питання	250	250	250	250	1 000	250	250	250	250	1 000	1 000	1 000	4 500
Дизайн	1 250	1 250	1 250	1 250	5 000	1 250	1 250	1 250	1 250	5 000	5 000	5 000	22 500
Разом постійно змінних витрат	2 250	2 250	2 250	2 250	9 000	2 250	2 250	2 250	2 250	9 000	9 000	9 000	40 500
Зарплата: ФОП - Фонд оплати праці (OPEX)													
Директор напрямку	1 500	1 500	1 500	1 500	6 000	1 500	1 500	1 500	1 500	6 000	6 000	6 000	27 000
Відділ продажів	1 500	1 500	1 500	1 500	6 000	1 500	1 500	1 500	1 500	6 000	6 000	6 000	27 000
Маркетолог	750	750	750	750	3 000	750	750	750	750	3 000	3 000	3 000	13 500
Бухгалтер	1 000	1 000	1 000	1 000	4 000	1 000	1 000	1 000	1 000	4 000	4 000	4 000	18 000
Разом із зарплати	4 750	4 750	4 750	4 750	19 000	4 750	4 750	4 750	4 750	19 000	19 000	19 000	85 500
Витрати всього	161 875	161 875	161 875	161 875	647 500	161 875	161 875	161 875	161 875	647 500	647 500	647 500	2 913 750

4.2.Дохід

Дохід 1 рік, дол США

Дохід, дол США	\$	грн	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1 рік
Будинок (150 кв.м. та ділянка 7 соток)	1 000	43 550	0	0	0	150 000	300 000	300 000	0	0	0	0	0	0	750 000
Доп послуги	10 000	435 500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Продажі															
Кількість будинків у продажі		3 200	0	0	5	4	2	0	0	0	0	0	0	0	11
Кількість продажів		500	0	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	5
Просування															
Бюджет на маркетинг			0	0	0	1 000	1 000	1 000	0	0	0	0	0	0	3 000
Вартість 1 ліда			0	0	0	1 000	500	500	0	0	0	0	0	0	200,00
Дохід всього грн			0	0	0	150 000	300 000	300 000	0	0	0	0	0	0	750 016

Дохід 2-3 роки, дол США

Дохід, дол США	\$	грн	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	2 рік	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	3 рік	4 рік	5 рік	Разом
Будинок (150 кв.м. та ділянка 7 соток)	1 000	43 550	300 000	450 000	300 000	450 000	1 500 000	300 000	450 000	300 000	450 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	6 750 000
Доп послуги	10 000	435 500	20 000	30 000	20 000	30 000	100 000	20 000	30 000	20 000	30 000	100 000	100 000	100 000	400 000
Продажі															
Кількість будинків у продажі		3 200	5	0	5	0	10	5	0	5	0	10	10	10	51
Кількість продажів		500	2	3	2	3	10	2	3	2	3	10	10	10	45
Просування															
Бюджет на маркетинг			1 500	1 500	1 500	1 500	6 000	1 500	1 500	1 500	1 500	6 000	6 000	6 000	15 000
Вартість 1 ліда			750	500	750	0	500,00	750	500	750	0	500,00	600	600	
Дохід всього грн			320 000	480 000	320 000	480 000	1 600 020	320 000	480 000	320 000	480 000	1 600 020	1 600 000	1 600 000	7 150 000

4.3.Прибуток

Прибуток та збитки 1 рік, дол США

Profit & Loss	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1 рік
Дохід	0	0	0	150 000	300 000	300 000	0	0	0	0	0	0	750 016
Витрати	112 958	55 958	33 458	40 458	40 458	40 458	0	0	0	0	0	0	323 750
Податок ПДВ (20%)	0	0	0	25 000	50 000	50 000	0	0	0	0	0	0	125 000
Податок ЄСВ (22%), ВЗ (військовий збір 1,5%)	0	0	141	141	141	141	0	0	0	0	0	0	564
Прибуток/збиток (Дохід - Витрати-Податки)	-112 958	-55 958	-33 599	84 401	209 401	209 401	0	0	0	0	0	0	300 686
EBITDA	-112 958	-55 958	-33 317	109 683	259 683	259 683	0	0	0	0	0	0	426 814
Сума інвестицій	112 958	55 958	33 458	40 458	40 458	40 458	0	0	0	0	0	0	323 750
Прибуток до податку на прибуток	0	0	0	84 401	209 401	209 401	0	0	0	0	0	0	503 202
Податок на прибуток (18%)	0	0	0	0	0	54 123	0	0	0	0	0	0	54 123
Прибуток після сплати податку на прибуток	0	0	0	84 401	209 401	155 277	0	0	0	0	0	0	449 079
Повернення інвестицій	0	0	0	59 080	146 580	118 089	0	0	0	0	0	0	323 750
Дивіденди, реінвестиції	0	0	0	25 320	62 820	91 312	0	0	0	0	0	0	179 452

Прибутковість, %

48,98%

- БІЗНЕС-ПЛАН -

Прибуток та збитки 2-3 рік, дол США

Profit & Loss	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	2 рік	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	3 рік	4 рік	5 рік	Разом
Дохід	320 000	480 000	320 000	480 000	1 600 000	320 000	480 000	320 000	480 000	1 600 000	1 600 000	1 600 000	7 150 016
Витрати	161 875	161 875	161 875	161 875	647 500	161 875	161 875	161 875	161 875	647 500	647 500	647 500	2 913 750
Податок ПДВ (20%)	53 333	80 000	53 333	80 000	266 667	53 333	80 000	53 333	80 000	266 667	266 667	266 667	1 191 667
Податок ЄСВ (22%), ВЗ (військовий збір 1,5%)	282	282	282	282	1 128	282	282	282	282	1 128	1 128	1 128	5 076
Прибуток/збиток (Дохід - Витрати-Податки)	104 510	237 843	104 510	237 843	684 705	104 510	237 843	104 510	237 843	684 705	684 705	684 705	3 039 523
EBITDA	158 407	318 407	158 407	318 407	953 628	158 407	318 407	158 407	318 407	953 628	953 628	953 628	4 241 326
Сума інвестицій	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	323 750
Прибуток до податку на прибуток	104 510	237 843	104 510	237 843	684 705	104 510	237 843	104 510	237 843	684 705	684 705	684 705	3 242 023
Податок на прибуток (18%)	18 812	42 812	18 812	42 812	123 247	18 812	42 812	18 812	42 812	123 247	123 247	123 247	547 111
Прибуток після сплати податку на прибуток	85 698	195 031	85 698	195 031	561 458	85 698	195 031	85 698	195 031	561 458	561 458	561 458	2 694 912
Повернення інвестицій	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	323 750
Дивіденди, реінвестиції	85 698	195 031	85 698	195 031	561 458	85 698	195 031	85 698	195 031	561 458	561 458	561 458	2 425 285

Прибутковість, %

54,06%

54,06%

54,06%

54,06%

53,51%

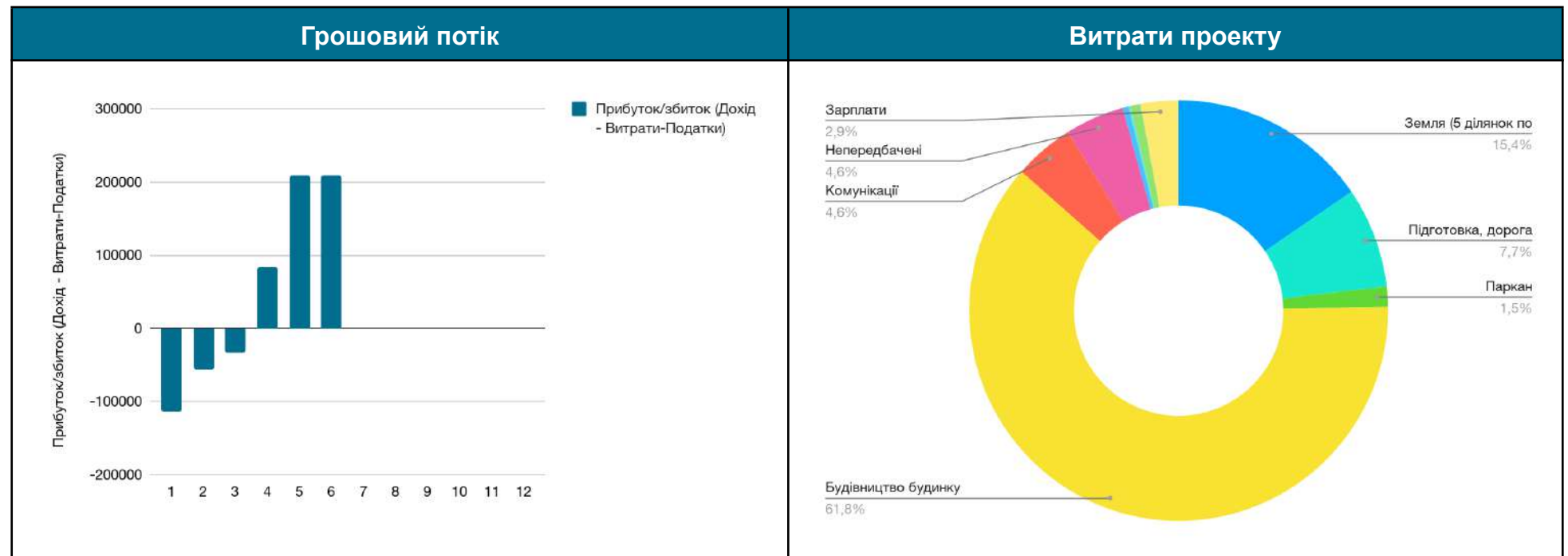
Джерела фінансування та розвиток

Проект базується на поєднанні власних коштів засновника, інвестицій та часткового фінансування за рахунок клієнтів на етапі будівництва. Початкові вкладення спрямовані на підготовку інфраструктури (ділянки, комунікації, фундаменти) та запуск будівництва перших будинків у Львівська область. Поетапна реалізація та залучення підрядників дозволяють оптимізувати витрати та прискорити обіг капіталу.

Фінансова стабільність забезпечується простою та зрозумілою моделлю доходів:

- продаж будинків
- продаж на ранніх етапах будівництва (нижча ціна входу)
- додаткові послуги (ремонт під ключ)

Така модель дозволяє частково фінансувати будівництво за рахунок клієнтів, знижує залежність від зовнішнього капіталу та мінімізує ризики ліквідності. Завдяки короткому циклу будівництва (6 місяців) проект формує швидкий грошовий потік та забезпечує стабільний прибуток після реалізації кожної черги.



5.Ризики проекту



5.1.SWOT аналіз

Розгляд ризиків проводиться шляхом оцінки ймовірності та ступеня впливу методом **SWOT**. Найважливішим є вміння передбачати всі можливі види ризику та способи їх зменшення, або можливості взагалі уникнути.

Сильні сторони		Слабкі сторони	
Готова інфраструктура (ділянки, комунікації, фундаменти)	Ліквідний продукт (будинок як альтернатива квартирі)	Обмежена кількість об'єктів на старті	Новий бренд (відсутність довіри на старті)
Швидкий цикл будівництва (6 місяців)	Можливість продажу на ранніх етапах	Обмежені маркетингові бюджети	Залежність від швидкості продажів
Можливості		Загрози	
Зростання попиту на замиське житло	Розширення у формат котеджних містечок	Макроекономічна нестабільність	Зростання вартості будівельних матеріалів
Залучення інвесторів	Масштабування проекту (нові черги)	Воєнні ризики	Затримки у будівництві

Розглянуто ключові фактори, що впливають на реалізацію проекту. Усвідомлення ризиків дозволяє сформувати чіткий план дій для їх мінімізації та уникнення критичних помилок у процесі управління проектом.

Враховуючи ймовірність виникнення ризиків, вже на етапі планування діяльність будується таким чином, щоб забезпечити стабільну реалізацію проекту та зменшити потенційні втрати. Для більш глибокого опрацювання ризиків у наступному розділі буде проведено детальний аналіз.

VRIO-аналіз дозволяє оцінити конкурентні переваги проекту шляхом аналізу його ресурсів та здатностей. Основними компонентами VRIO-аналізу є: Value (цінність), Rarity (рідкість), Imitability (передбачуваність) та Organization (організація).

Ресурс / компетенція	Цінність	Рідкість	Складність копіювання	Організація	Конкурентний результат
Локація у Львівська область	Так	Частково	Середня	Так	Тимчасова перевага
Готова інфраструктура	Так	Так	Середня	Так	Конкурентна перевага
Швидкий цикл будівництва	Так	Частково	Середня	Так	Тимчасова перевага
Формат “будинок під ключ” (під ремонт)	Так	Частково	Низька	Так	Конкурентний паритет
Низька собівартість будівництва	Так	Так	Середня	Так	Конкурентна перевага
Модель продажу на етапі будівництва	Так	Частково	Середня	Так	Тимчасова перевага
Партнерська мережа (рієлтори)	Так	Ні	Низька	Так	Конкурентний паритет
Бренд (на старті)	Так	Ні	Низька	Частково	Потенційна перевага
Команда управління	Так	Частково	Середня	Частково	Тимчасова перевага
Фінансова модель (часткове самофінансування)	Так	Так	Середня	Так	Конкурентна перевага

Цей аналіз показує, що проект має кілька унікальних і важко імітованих переваг (доступна ціна ділянок, екологічна зона, розташування, можливість комплексного обслуговування клієнтів), які можуть забезпечити довгострокову конкурентоспроможність.

5.2. Аналіз проектних ризиків

Аналіз ризиків - найважливіший етап аналізу інвестиційного бізнес-проекту. У межах аналізу вирішується завдання узгодження двох практично протилежних прагнень: максимізації прибутку та мінімізації ризиків проекту. Результатом аналізу ризиків є розділ, що включає опис ризиків, а також заходів щодо захисту від них, їх мінімізації.

Ризик	Дії для управління / усунення ризику
Обмежена кількість об'єктів на старті	Поетапне масштабування проекту; швидкий запуск наступних черг після продажу перших будинків; концентрація на швидкому обігу капіталу
Новий бренд (відсутність довіри на старті)	Акцент на візуалізації (рендери, відео); показ процесу будівництва; кейси перших клієнтів; активна робота з відгуками
Обмежені маркетингові бюджети	Фокус на найбільш ефективних каналах (OLX, DOM.RIA, таргет); використання органічного трафіку; партнерства з ріелторами
Залежність від швидкості продажів	Продаж на ранніх етапах будівництва; гнучка цінова політика; розтермінування для клієнтів
Макроекономічна нестабільність	Формування фінансового резерву; гнучке планування бюджету; можливість зупинки або перенесення нових черг
Зростання вартості будівельних матеріалів	Фіксація цін із постачальниками; закупівля матеріалів наперед; оптимізація проектних рішень
Воєнні ризики	Фокус на відносно безпечному регіоні; адаптивне планування; можливість тимчасової паузи будівництва
Затримки у будівництві	Контроль підрядників; технічний нагляд; штрафні санкції у договорах; робота з перевіреними бригадами

Розглянемо додаткові ризики, характерні для нашого проекту, які можуть вплинути на реалізацію та фінансовий результат.

Ризик недосягнення запланованого рівня продажів

- Може бути пов'язаний із неправильною ціновою політикою, слабкою маркетинговою активністю, змінами попиту на ринку нерухомості або загальною економічною ситуацією.
- Заходи мінімізації: регулярний аналіз конкурентів; гнучке ціноутворення залежно від етапу будівництва; фокус на продажах на ранніх стадіях; постійний аналіз ефективності каналів продажів.

Людський фактор (підрядники та команда)

- Якість і строки будівництва залежать від підрядників, технагляду та управління проектом. Низька кваліфікація або порушення дисципліни можуть призвести до затримок та додаткових витрат.
- Заходи мінімізації: відбір перевірених підрядників; технічний нагляд; чіткі договори з відповідальністю; контроль якості на кожному етапі.

Ризик фінансування

- Можливі ризики дефіциту обігового капіталу або затримок у продажах, що впливають на фінансування будівництва.
- Заходи мінімізації: поетапне будівництво; продаж на ранніх етапах; формування резервного фонду; диверсифікація джерел фінансування (власні кошти + клієнти + інвестори).

Форс-мажорні обставини

- Можливі фактори: загострення воєнної ситуації, перебої з постачанням матеріалів, логістичні проблеми або надзвичайні події.
- Заходи мінімізації: робота з кількома постачальниками; створення запасів матеріалів; гнучке планування будівництва; страхування об'єктів та активів.

Розмір поправок на ризик інвестиційних проектів

Величина ризику	Цілі проекту	Величина поправки на ризик, %
Низький	Вкладення під час інтенсифікації проекту	1-2
Середній	Збільшення обсягів продажу існуючого проекту	3-5
Високий	Старт та просування на ринок нового продукту	5-7
Дуже високий	Вкладення у дослідження та інновації	8-20

З урахуванням цілей проекту та можливих ризиків було обрано поправку на ризик у розмірі 5% та розраховано інвестиційні показники у розділі Ефективність проекту.

5.3. Конкурентні переваги

Унікальна торгова пропозиція (УТП) - це готовий будинок у Львівська область як альтернатива квартирі у Львів, який клієнт отримує без складного процесу будівництва, із прогнозованою ціною, строками та якістю.

- Проект продає не просто нерухомість, а **готове рішення для життя або інвестиції**, що поєднує приватність, землю та швидкий результат.

Аналіз точок паритету та диференціації дозволяє визначити, які характеристики є стандартом ринку, а які формують унікальність проекту та його конкурентні переваги.

Тип	Фактор	Коротка характеристика
Паритет (Стандарт ринку)	Локація за містом	Розташування у передмісті Львова
	Наявність земельної ділянки	Стандартна характеристика для котеджних проектів
	Базова інфраструктура	Комунікації, під'їзд, базовий благоустрій
	Продаж через digital-канали	Платформи нерухомості, соціальні мережі
	Типові проекти будинків	Стандартизовані рішення площею 120–180 м²
Диференціація (Унікальність)	Швидкий цикл будівництва	Реалізація будинку за 6 місяців
	Продаж на ранніх етапах	Нижча ціна входу для клієнта (інвестиційна привабливість)
	Готова інфраструктура на старті	Наявність фундаментів та комунікацій ще до початку активних продажів
	Чіткий продукт	Концепція “готовий будинок без будівництва клієнта” як готове рішення для кінцевого клієнта
	Оптимальна ціна та якість	Робота в чіткому сегменті \$100 000-150 000
	Фокус на ліквідності	Висока затребуваність: будинки легко продаються та перепродаються
	Модель масштабування	Налагоджені процеси, що дозволяють швидко запускати нові черги

Аналіз п'яти сил Портера використовується для оцінки конкурентної ситуації на ринку та визначення привабливості галузі.

Сила	Вплив	Детальний аналіз	Висновок для проекту
Конкуренція в галузі	Високий	Ринок заміського житла у Львів та області є фрагментованим: приватні забудовники, котеджні містечка, індивідуальні будівельники. Відсутність сильного домінуючого гравця, але велика кількість малих конкурентів. Конкуренція відбувається переважно через ціну, локацію та швидкість будівництва. Частина забудовників працює без стандартизації, що створює нерівномірну якість продукту.	Високий рівень конкуренції компенсується можливістю виділитися за рахунок стандартизації продукту та швидкості реалізації
Загроза нових гравців	Середній	Бар'єри не високі: для старту достатньо земельної ділянки та доступу до підрядників. Водночас масштабування потребує досвіду, фінансування та системного підходу. Нові гравці можуть швидко з'являтися, але не всі здатні забезпечити якість, строки та стабільність. Регуляторні бар'єри помірні.	Ринок відкритий для нових гравців, але системний підхід створює перевагу для професійних девелоперів
Сила постачальників	Середній / високий	Постачальники будівельних матеріалів та підрядники мають значний вплив через коливання цін та обмежену доступність ресурсів. Після 2022 року спостерігається нестабільність цін на будматеріали та логістику. Дефіцит кваліфікованих будівельних бригад.	Диверсифікація постачальників та фіксування ціни для зниження ризиків
Сила покупців	Високий	Покупці мають широкий вибір: квартири у Львів, вторинний ринок, інші котеджі. Висока чутливість до ціни та умов оплати. Клієнти активно порівнюють пропозиції, очікують прозорості та гарантій. Рішення про купівлю довготривале та раціональне.	Для зниження тиску необхідно формувати чітку цінність продукту та довіру до бренду
Загроза товарів-замінників	Високий	Основні заміники: квартири у місті, оренда житла, самостійне будівництво. Квартири є найбільш прямим конкурентом через нижчий поріг входу. Самостійне будівництво може бути дешевшим, але складнішим. Також частина клієнтів відкладає покупку через економічну невизначеність.	Важливо позиціонувати продукт як вигіднішу альтернативу квартирі та простіше рішення ніж самобуд

У цьому розділі наведено приклади проектних ризиків, методи управління, а також розглянуто конкурентні переваги даного проекту. Далі слід підсумувати весь бізнес-план, продемонструвати висновки, показати інвестиційну привабливість обраного напрямку.

6. Економічна ефективність проекту



6.1.Економічна ефективність проекту

Бізнес-план проекту «Голдера Груп» демонструє високий потенціал у сегменті замиського житла у Львівська область, орієнтованого на платоспроможну аудиторію Львів. Проект поєднує зростаючий попит на індивідуальні будинки, вигідну локацію, стандартизований продукт та ефективну фінансову модель, що забезпечує швидкий обіг капіталу.

У заключній частині бізнес-плану розглянемо основні індикатори проекту: **грошовий потік, ефективність проекту, ефективність інвестицій, чистий дисконтований прибуток, індекс рентабельності, внутрішню ставку доходності, при якій чистий дисконтований прибуток (NPV) проекту дорівнює нулю.** Також проведемо аналіз ефективності проекту, оцінивши комплексні показники, співвідношення отриманого прибутку до витрат, включаючи показники грошового потоку, розрахунок рентабельності та ефективності проекту, продемонструвавши Чистий грошовий потік. Дані показники мають показати чисту прибутковість обраного напрямку, що у свою чергу дає аргументовані підстави запускати напрямок та реалізовувати обраний проект.

Для оцінки зміни, динаміки фінансового стану підприємства складемо **план руху коштів** проекту, що враховує всі надходження коштів та платежі протягом трьох років.

Cash Flow, дол США

Стаття	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік	Разом
Залишок на початок періоду	0	246 579	808 057	1 369 535	1 930 994	2 492 452
Інвестиції	323 750	0	0	0	0	323 750
Повернення інвестицій	323 750	0	0	0	0	323 750
Надходження	750 016	1 600 020	1 600 020	1 600 000	1 600 000	7 150 056
Витрати включаючи податки	503 437	1 038 542	1 038 542	1 038 542	1 038 542	4 657 604
Залишок на кінець періоду	246 579	808 057	1 369 535	1 930 994	2 492 452	2 492 452
Грошовий потік у періоді	300 686	684 705	684 705	684 705	684 705	3 039 507

Розрахунок рентабельності та ефективності проекту

Інвестиції в проект необхідні для повного запуску проекту, а також виходу на точку беззбитковості.

Ефективність проекту, дол США

Ефективність проекту	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік
Витрати	503 437	1 038 542	1 038 542	1 038 542	1 038 542
Дохід	750 016	1 600 020	1 600 020	1 600 000	1 600 000
Ефективність проекту	48,98%	54,06%	54,06%	54,06%	54,06%

Провівши розрахунок показника ефективності проекту (співвідношення чистого прибутку до витрат) визначення показника ефективності інвестицій слід обчислити різницю між усіма грошовими притоками і відтоками, наведеними до поточного часу (моменту оцінки інвестиційного проекту). Розраховуємо величину коштів, яку ми очікуємо отримати від проекту, після того, як грошові притоки окуплять початкові інвестиційні витрати та періодичні відтоки, пов'язані зі здійсненням проекту.

Ефективність інвестицій (ROI), дол США

Ефективність інвестицій (ROI)	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік
Інвестиції/капіталовкладення	323 750	0	0	0	0
Прибуток	503 202	684 705	684 705	684 705	684 705
ROI	155,43%				

Проведемо розрахунок NPV, чистий дисконтований дохід (від англ. Net Present Value) - сума планового потоку платежів, приведена до вартості на даний момент часу з урахуванням ставки дисконтування. Ставка дисконтування відбиває швидкість зміни вартості грошей з часом. Цей показник обраний у розмірі 5% (максимально прогнозований темп інфляції на найближчі кілька років).

- БІЗНЕС-ПЛАН -

Проведемо **Аналіз чутливості** для оцінки стійкості проекту до можливих змін ключових параметрів - доходів та витрат. У таблиці розглянуто базовий сценарій (NPV 286 тис дол США) та відхилення на $\pm 10\%$ і $\pm 20\%$ по кожному параметру окремо. Це дозволяє зрозуміти, наскільки проект вразливий до зниження завантаженості чи зростання операційних витрат і який потенціал має при оптимістичному розвитку.

Сценарій	Зміна доходів	Зміна витрат	NPV, дол США
Базовий сценарій	0%	0%	\$286 368
Costs +10%	0%	0,10	\$243 591
Costs +20%	0%	0,20	\$200 799
Costs -10%	0%	-10%	\$329 175
Costs -20%	0%	-20%	\$371 966
Базовий сценарій	0%	0%	\$286 368
Revenue -10%	-10%	0%	\$214 953
Revenue -20%	-20%	0%	\$143 523
Revenue +10%	0,10	0,00	\$357 813
Revenue +20%	0,20	0,00	\$429 243

Найбільший вплив на NPV чинить зміна доходів: падіння виручки на 20% знижує NPV до 143 тис дол США, а зростання на 20% підвищує його до 429 тис дол США. Зміна витрат менш критична - навіть при +20% до витрат проект зберігає позитивний NPV 200 тис дол США). Таким чином, головний ризик проекту - недосягнення планових доходів, тоді як витрати проект витримує значно краще.

NPV проекту, дол США

Ставка дисконтування, NPV, PI	Доходи	Витрати
1 рік	750 016	503 437
2 рік	1 600 000	1 038 542
3 рік	1 600 000	1 038 542
4 рік	1 600 000	1 038 542
5 рік	1 600 000	1 038 542
	Сума доходів	Сума витрат
	7 150 016	4 657 604
Ставка дисконтування		5 %
NPV		\$286 368
Profitability Index		1,554
IRR		28,40%

Концепція базується на актуальному тренді переходу від квартир до приватного житла, а також попиті на готові рішення без складного процесу будівництва. Це формує стабільний попит у середньому ціновому сегменті та створює передумови для швидких продажів.

Фінансова модель проекту демонструє привабливу прибутковість за рахунок короткого циклу будівництва (6 місяців), можливості продажу на ранніх етапах та контролю собівартості. Поетапна реалізація дозволяє зменшити інвестиційне навантаження та забезпечити стабільний грошовий потік.

Аналіз ринку, конкурентного середовища та ризиків підтверджує реалістичність бізнес-моделі та можливість її масштабування. Проект має потенціал динамічного розвитку протягом 3–5 років із поступовим збільшенням обсягів будівництва та доходності.