

Типовой бизнес-план организации туристического агентства в городе с населением свыше 0,8 млн. человек (на примере Санкт-Петербурга) Демонстрационная версия



Компания «Профессиональные Комплексные Решения» является одним из лидеров на рынке предоставления консалтинговых услуг для бизнеса в Санкт-Петербурге. За годы успешной работы компания осуществила сотни проектов в различных отраслях экономики, оказывая консультационную поддержку, как лидерам российского бизнеса, так и начинающим предпринимателям. В типовом проекте бизнес плана содержится комплексная информация, основанная на опыте реализованных проектов и позволяющая оценить перспективы создания предприятия в выбранном направлении.

ООО «ПКР» желает Вам успеха во всех начинаниях и предлагает долгосрочное сотрудничество в целях совершенствования и развития экономики Санкт-Петербурга и России.



Разработчик проекта: компания «Профессиональные Комплексные Решения»
www.prcs.ru, E-mail: info@prcs.ru
(812) 363 4899, 363 4896

Санкт-Петербург
2010

Полное описание отчёта

Настоящий бизнес-план описывает проект организации туристического агентства, осуществляющего продажу различных туристических услуг: въездной и выездной туризм, туры по России и за рубежом, бронирование билетов, номеров в гостинице и др.

При разработке бизнес-плана за основу были взяты следующие параметры будущего турагентства:

- необходимая площадь арендуемого офисного помещения составляет 25 кв. м.
- численность постоянного персонала составляет 3 человека;

В рамках настоящего бизнес-плана было проведено комплексное маркетинговое исследование рынка турагентств Санкт-Петербурга. Кроме этого, был произведен расчет предполагаемых инвестиционных и текущих расходов, а также разработаны организационная схема и график осуществления проекта. На основе полученной информации проведена оценка проекта с экономической и финансовой точек зрения и рассчитаны ключевые финансово-экономические показатели.

В подготовке бизнес-плана участвовали:

- специалист по инвестициям, экономист;
- специалист по налогообложению, бухгалтерскому учету;
- инженер проекта;
- маркетолог-аналитик, специалист по рекламе и PR.

Настоящий отчет выполнен на 71 странице. Проект содержит 5 диаграмм, 1 схема, 16 таблиц и 13 графиков.

Бизнес-план разработан в соответствии с методикой UNIDO (United Nations Industrial Development Organization) и рекомендациями ТАСИС Европейского Союза для Новых Независимых Государств по составлению бизнес-планов.

Заинтересованные пользователи: настоящий бизнес-план будет полезен представителям компаний, осуществляющих деятельность на рынке предоставления туристических услуг, физическим и юридическим лицам, планирующим выход на рынок, а также широкому кругу пользователей, интересующихся вопросами организации туристического агентства.

Цель проекта: бизнес-план является экономическим обоснованием целесообразности открытия турагентства в Санкт-Петербурге.

Концепция проекта: концепция проекта, представленная в данном бизнес-плане, является отражением наиболее перспективной с нашей точки зрения стратегии выхода на рынок для нового туристического агентства.

Турагентство – выгодный и быстроразвивающийся бизнес. Благодаря росту благосостояния граждан России в последние несколько лет росли затраты россиян на туристический отдых. В Санкт-Петербурге спрос на качественные услуги туристических агентств традиционно высокий.

Несмотря на негативное влияние экономического кризиса, рынок туристических услуг по-прежнему является весьма привлекательным для инвестирования.

Услуги туристического агентства:

- продажа готовых туров различной направленности;
- бронирование гостиниц;
- заказ авиа- и ж/д.билетов

Привлекательность рынка:

- небольшие начальные инвестиции
- высокий растущий спрос на туристические услуги
- высокий среднерыночный уровень рентабельности

География исследования: Санкт-Петербург.

Период исследования: 2007-2010 годы.

Источники информации: данные Федеральной службы государственной статистики, Федеральной налоговой службы, Федеральной службы по финансовым рынкам, Федеральной службы страхового надзора, Центра стратегических исследований Росгосстраха и других ведомств. Базовый информационный массив по России сформирован на основе данных, полученных из Единого Государственного Реестра Предприятий и Организаций (ЕГРПО) Росстата, а также Единого Государственного Реестра Юридических Лиц (ЕГРЮЛ) и Единого Государственного Реестра Индивидуальных Предпринимателей (ЕГРИП) ФНС.

Также использовались данные сайтов компаний, данные материалов выставок, отраслевых сборников и специализированных изданий, результаты исследований сторонних компаний.

Для сбора первичной информации проводился опрос участников рынка в форме экспертных интервью, телефонный опрос.

Содержание

Список таблиц.....	3
Список графиков.....	4
Схемы.....	4
Список диаграмм.....	4
1. Исходные данные о проекте.....	5
1.1. Информация об инициаторе проекта.....	5
1.2. Концепция проекта.....	5
1.3. Сроки и этапы реализации проекта.....	7
1.4. Бюджет проекта.....	8
1.5. Описание продукции, услуг.....	10
2. Маркетинговое окружение проекта.....	15
2.1. Тенденции туристической отрасли.....	15
2.2. Развитие туристической отрасли в Санкт-Петербурге.....	19
2.3. Сегментация рынка.....	29
2.4. Мероприятия по продвижению услуг.....	32
3. Организационно-производственная структура проекта.....	37
3.1. Рекомендации по выбору местоположения.....	37
3.2. Дизайн и оформление помещения.....	37
3.3. Организационная структура компании.....	38
3.4. Ценообразование.....	40
3.5. Правовое регулирование проекта.....	43
4. Финансирование проекта.....	45
4.1. Основные принципы планирования и допущения.....	45
4.2. Характеристика инвестиционных ресурсов.....	45
4.3. Планируемые финансовые поступления.....	46
4.4. Затраты текущего (операционного) периода.....	47
4.5. Затраты рекламного характера.....	48
4.6. Финансовые поступления от деятельности комплекса.....	49
4.7. Себестоимость и номенклатура затрат от деятельности комплекса.....	51
4.8. Налоговое окружение.....	51
5. Финансовая оценка проекта.....	53
5.1. Финансовые результаты проекта.....	53
5.2. Оценка показателей эффективности проекта.....	54
6. Заключение.....	58
О ПКР.....	59
Приложение 1.....	60
Приложение 2.....	61

Список таблиц

Таблица 1. Базовые положения реализуемого проекта

Таблица 2. План-график реализации основных мероприятий подготовки проекта

Таблица 3. Перечень мебели и оргтехники для нужд турагентства, рублей

Таблица 4. Перечень инвестиционных затрат, рублей

Таблица 5. Штатное расписание предприятия, оплата труда персонала, рублей

Таблица 6. Смета статей инвестиционных затрат

Таблица 7. Перечень необходимого офисного оборудования для проекта

Таблица 8. Исходные допущения проведения расчетов

Таблица 9. Затраты основного (производственного) периода

Таблица 10. Стоимость затрат на продвижение

Таблица 11. Расчет выручки за 1 год работы при плановой загрузке предприятия

Таблица 12. Расчет выручки за 2,3,4 годы работы при плановой загрузке предприятия

Таблица 13. Налоговое окружение

Таблица 14. Бюджет прибылей и убытков проекта (с разбивкой 1 год – поквартальной; 2,3,4 - годовой)

Таблица 15. Бюджет движения денежных средств проекта, поквартальный

Таблица 16. Параметры инвестиционного проекта и основные показатели финансовой эффективности проекта

Список графиков

График 1. Структура инвестиционных затрат проекта

График 2. Динамика прироста турпотока по регионам, %

График 3. Прогноз туристских прибытий в мире 1990-2010 гг.

График 4. Динамика турпотока по основным направлениям развития туризма в мире

График 5. Суммарный въезд туристов в СЗФО

График 6. Въезд туристов в СЗФО по регионам

График 7. Динамика выездного туризма в Спб в 2009 г.

График 8. Сезонность выездного туризма в Санкт-Петербурге

График 9. Туристические компании СЗФО по направлениям деятельности, на апрель 2009 г.

График 10. Динамика изменения выручки за первый год его функционирования

График 11. Динамика образования чистой прибыли проекта по кварталам

График 12. Финансовые показатели динамики денежных потоков и окупаемости инвестиционных затрат без учета финансирования

Схемы

Схема 1. Мотивация туристских путешествий

Список диаграмм

Диаграмма 1. Структура предпочтений жителей Спб по направлениям туристических поездок

Диаграмма 2. Структура распределения в турпотоке

Диаграмма 3. Распределение мотиваций при выборе туристической поездки

Диаграмма 4. Возрастная структура распределения в турпотоке

Диаграмма 5. Процентное соотношение веса статей накладных расходов

О ПКР

«ПКР» является одним из лидеров рынка профессиональных услуг и долгое время остаётся незаменимым партнёром для многих российских и зарубежных компаний. Аутсорсинговая компания «ПКР» представляет собой специализированную компанию, оказывающую профессиональные услуги в трёх основных направлениях:

- маркетинг, бизнес-планирование и привлечение финансирования;
- внешнеэкономическая деятельность (ВЭД) и логистика;
- бухгалтерский, налоговый, кадровый учёт и аудит

В основу деятельности Компании положена идея аутсорсинга: передача отдельных бизнес – процессов, функций и задач, а также их составляющих, специализированной сторонней фирме.

Компания «ПКР» аккредитована в качестве уполномоченной консалтинговой компании при Правительстве Ленинградской области.

Компания «ПКР» аккредитована при Комитете по инвестициям и стратегическим проектам Правительства Санкт-Петербурга для выполнения финансово-экономической экспертизы стратегических инвестиционных проектов города.

ПКР является почетным членом Санкт-Петербургского Союза предпринимателей, объединяющего в себе более 1 000 предприятий малого и среднего бизнеса.

Квалификация сотрудников подтверждается дипломами российского и международного образца и профессиональными аттестатами: Master of Business Administration (MBA), кандидат экономических наук, квалификационный аттестат аудитора, диплом Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) по международным стандартам финансовой отчётности (Diploma in IFR/IFRS), диплом международного образца Association of Chartered Certified Accountants (ACCA).

Благодаря одновременному участию во многих проектах и широкому перечню предоставляемых услуг мы способны предложить нашим клиентам самые лучшие условия сотрудничества.

Контакты:

Адрес: 191119, Санкт-Петербург, ул. Марата, д.82

Тел.: +7 (812) 363 48 96, 363 48 86

www.prcs.ru

Рабочая группа от ПКР:

Новицкий Даниил Сергеевич, руководитель группы, аудитор, член ACCA

Тел.: 363 48 99, dn@prcs.ru

Бойченко Сергей Викторович, специалист по экономике и финансам

Тел.: 363 48 99 (доб. 102), bs@prcs.ru

Терновая Валентина Витальевна, специалист по бухгалтерскому учету и налогообложению

Тел.: 363 48 99 (доб. 104), vt@prcs.ru

Григорьева Виктория Николаевна, специалист по маркетингу и рекламе, к.э.н.

Тел.: 363 48 99 (доб. 110), vk@prcs.ru

**ПРЕДСТАВЛЯЕМ ВАШЕМУ ВНИМАНИЮ ВЫДЕРЖКИ
ИЗ ТИПОВОГО БИЗНЕС-ПЛАНА
«СОЗДАНИЯ АГЕНТСТВА ПО ОКАЗАНИЮ ПОСРЕДНИЧЕСКИХ УСЛУГ
НА ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ»**

Отражена нумерация страниц в проекте

1. Исходные данные о проекте

1.1. Информация об инициаторе проекта

.....

1.2. Концепция проекта

.....

Таблица 1. Базовые положения реализуемого проекта

Наименование структурной единицы	Турагентство	Единицы измерения
Время работы, часы	10.00 - 19.00	часов
Размер средней комиссии	XX	%
.....	XX	шт./мес.
.....	XX	рублей
.....	XX	

1.3. Сроки и этапы реализации проекта

.....

Таблица 2. План-график реализации основных мероприятий подготовки проекта

.....

1.4. Бюджет проекта

.....

Таблица 4. Перечень инвестиционных затрат, рублей

.....

Структура инвестиционных затрат проекта

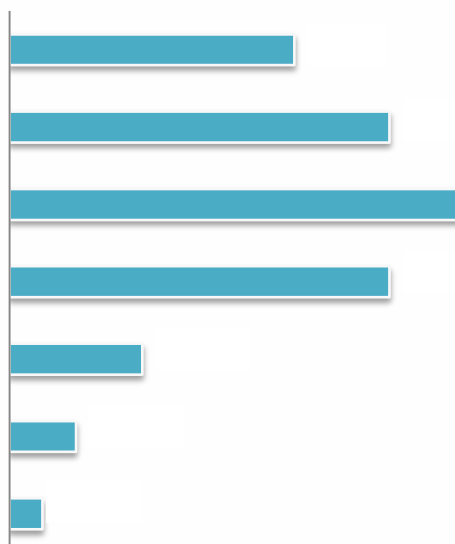


График 1. Структура инвестиционных затрат проекта

1.5. Описание продукции, услуг

.....

2. Маркетинговое окружение проекта

2.1. Тенденции туристической отрасли

Мировая туриндустрия



График 2. Динамика прироста турпотока по регионам, %

.....

График 3. Прогноз туристских прибытий в мире 1990-2010 гг.

2.3. Сегментация рынка

.....

2.4. Мероприятия по продвижению услуг

В туризме большое значение отводится мероприятиям по продвижению продукта к потребителю.

.....

2.5. Метод продажи услуг

3.Метод электронных продаж через Интернет.

.....

2.6. Планирование мероприятий по продвижению услуг

Средства рекламного бюджета, формируются из XX% отчислений ежемесячной выручки, они будут направляться на мероприятия по поддержанию осведомлённости о предложениях турагентства.

.....

3. Организационно-производственная структура проекта

3.1. Рекомендации по выбору местоположения

Как и любое другое предприятие, ориентированное на оказание массовых услуг потребителю, турагентство должно находиться в проходимом месте или иметь видимость своей рекламы с такого места, в этом кроется основной залог обеспеченности клиентской базой.

.....

3.2. Дизайн и оформление помещения

Интерьер офиса должен быть подобающим по уровню выбранной целевой аудитории туристического агентства.

.....

3.3. Организационная структура компании

Турфирмы желательно комплектовать штатом из квалифицированных специалистов со стажем работы.

Какие-либо требования к персоналу со стороны государственных органов, отсутствуют.

График работы офиса продаж:

.....

Таблица 5. Штатное расписание предприятия, оплата труда персонала, рублей

Штатная единица	Количество, человек	Оклад, в рублях	ФОТ, без страховых взносов	ФОТ+ страх. взносы в 2010 году	ФОТ+ страх. взносы в 2011 году
Директор	1	XX	XX	XX	XX
.....	XX	XX	XX	XX	XX
.....	XX	XX	XX	XX	XX
.....	XX	XX	XX	XX	XX

Стандарт обслуживания турфирмы:

.....

3.4. Ценообразование

Проводя определенную политику в области ценообразования, туристическая фирма активно воздействует как на объем продаж, так и на величину получаемой прибыли. Как правило, турфирма не руководствуется получением сиюминутной выгоды, реализуя турпродукт по максимально высокой цене, а проводит гибкую ценовую политику.

Целями турорганизации, влияющими на политику ценообразования, являются:

.....

В целом можно выделить 4 фактора, влияющих на установку цен:

.....

Ценовая эластичность спроса имеет большое значение для ценообразования в туризме.

.....

3.5. Правовое регулирование проекта

.....

4. Финансирование проекта

4.1. Основные принципы планирования и допущения

.....

4.2. Характеристика инвестиционных ресурсов

Таблица 6. Смета статей инвестиционных затрат

Наименование статей инвестиционных затрат	Стоимость работ, рублей
Регистрация предприятия	8 700
.....	

Таблица 7. Перечень необходимого офисного оборудования для проекта

Наименование оборудования, техники	Цена	Количество	Стоимость
Офисное оборудование, в т.ч.:		7	120 000
.....	XX	XX	XX
.....	XX	XX	XX
.....	XX	XX	XX
.....	XX	XX	XX

Финансирование проекта предполагает использование собственных средств инвестора, который является собственником бизнеса, таким образом, в расчетах отсутствует плата за привлечение финансовых ресурсов.

4.3. Планируемые финансовые поступления

Таблица 8. Исходные допущения проведения расчетов

Наименование структурной единицы	Турагентство	Единицы измерения
Время работы, часы	10.00 - 19.00	часов
.....	XX	%
.....	XX	шт.
.....	XX	рублей
.....	XX	

4.4. Затраты текущего (операционного) периода

.....

4.5. Затраты рекламного характера

Таблица 10. Стоимость затрат на продвижение

.....

4.6. Финансовые поступления от деятельности комплекса

.....

4.7. Себестоимость и номенклатура затрат от деятельности комплекса

Основными затратами предприятия общепита являются:

4.8 Налоговое окружение

.....

5. Финансовая оценка проекта

5.1. Финансовые результаты проекта

Таблица 14. Бюджет прибылей и убытков проекта с годовой разбивкой

Наименование показателя	1 год	2 год	3 год	4 год	Итого
Выручка	XX	XX	XX	XX	XX
Производственные расходы	XX	XX	XX	XX	XX

График 12. Динамика образования чистой прибыли проекта по кварталам

Таблица 15. Бюджет движения денежных средств проекта с годовой разбивкой

Наименование показателя/год	1 год	2 год	3 год
<u>Операционная деятельность</u>			
Поступления	13 320 000	22 680 000	24 120 000

5.2. Оценка показателей эффективности проекта

Таблица 16. Параметры инвестиционного проекта и основные показатели финансовой эффективности проекта

График 13. Финансовые показатели динамики денежных потоков и окупаемости инвестиционных затрат без учета финансирования

Описание интегральных показателей эффективности проекта

6. Заключение

.....

О ПКР

.....

Приложение 1

Коммерческое предложение по регистрации организации

Наиболее распространенной формой коммерческой организации является Общество с ограниченной ответственностью (ООО).

Общество с ограниченной ответственностью – это учрежденное одним или несколькими лицами хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

Регистрация ООО в Санкт-Петербурге

Стоимость регистрации ООО – от XX рублей;
Срок регистрации ООО составляет от XX рабочих дней;
Всем клиентам печать на пластиковой оснастке в подарок

Регистрация ООО – в стоимость услуг входит:

.....

Регистрация ООО - в стоимость услуг не входит:

.....

Для регистрации ООО необходимо предоставить:

.....

О дополнительных документах и сведениях, необходимых при регистрации ООО (например, с иностранными участниками, с участниками юридическими лицами) Вас проконсультируют юристы компании «XX».

Приложение 2

Образец документов

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ПУТЕВКА № ____

Организация-продавец: *ЗАО (ООО) "Название фирмы"*,

Адрес: _____ тел. _____, Лицензия N _____ от _____

Тур в: _____

Покупатель:

юр. или физ. лицо _____

озп_ (для физ. лиц) _____

тел.: _____

Наличие руководителя группы: *да/нет*

Продолжительность поездки:

.....

С условиями поездки ознакомлен:

Продавец _____

Покупатель _____

м.п.

Настоящая туристическая путевка составлена в соответствии с условиями договора о туристическом обслуживании N __, заключенного _____ 20 __ г. и является его неотъемлемой частью. В случае если опубликованные условия предоставления туристических услуг организации-продавца носят характер публичной оферты (предложения заключить договор), настоящая туристическая путевка является акцептом (принятием предложения) указанной оферты. В качестве неотъемлемых частей к настоящей путевке прилагаются: полный список туристов (для 5 и более человек) с указанием для каждого данных графы "список туристов"; программа обслуживания туристов; ваучеры на обслуживание в соответствии с программой обслуживания; информация о фактах, рисках рекомендуемых правилах поведения при совершении поездки (информационный листок). При заполнении графы "категория проездного билета" следует использовать сокращения, которые используются предприятиями, предоставляющими услуги. При заполнении графы "гостиница" указывается категория средств размещения туристов в соответствии с данными системы классификации страны (места) пребывания. При заполнении графы "Наличие руководителя группы", "виза", "страховка", "трансфер" используются символы "Да" - при наличии услуги, "Нет" - при отсутствии услуги.

ДОГОВОР КУПЛИ – ПРОДАЖИ

ЗАО "Туристическая компания", именуемое в дальнейшем "Агентство" в лице директора Главного Начальник, действующего на основании Устава, с одной стороны, и _____, именуемый(ая) в дальнейшем Покупатель, с другой стороны, заключили настоящий договор:

1. Предмет договора

.....