Кафедра экономики и менеджмента в туризме и гостиничном хозяйстве

**Курсовая работа**

По дисциплине «Планирование на предприятии»

«**Бизнес-план по созданию туристического агентства**

**«ТУР для ВАС»**

**Содержание:**

Введение

1. Резюме

2. Состояние отрасли и перспективы её развития

2.1 Основные проблемы развития туризма в России

2.2 Состояние туризма в Чувашии

3. Описание целей и основные задачи, решаемые в бизнес-плане

4. Характеристика видов деятельности

5. Организационно-правовая форма предприятия

6. Оценка рынков сбыта. Конкуренция и конкурентные преимущества

7. План маркетинга

8. Производственный план

9. Организационная структура предприятия

10. План технического оснащения

11. План по труду и заработной плате

12. Финансовый план

13. Потенциальные риски и проблемы

14. Эффективность бизнес-плана

Заключение

Список используемой литературы

**Введение**

Люди отдыхают по-разному: кто-то предпочитает валяться дома на диване, поехать на природу с друзьями или пойти в кино, а кого-то влекут тайны средневековых замков Европы, подводный мир Красного моря или культура Востока, и таких людей немало. Ведь туризм – один из популярнейших видов отдыха во всех странах.

Одним из важнейших этапов создания туристской фирмы является разработка бизнес – плана. У многих людей, только начинающих изучать деятельность в **сфере туризма** или же делающих в ней первые шаги, может возникнуть вопрос: для чего нужен бизнес – план и нужен ли он вообще?

**Бизнес – план –** это стержень бизнеса, он включает разработку целей и задач, в нем даётся оценка ресурсов, необходимых для достижения поставленных целей в условиях конкуренции и т.п.

Бизнес – план отвечает на вопрос: стоит ли вообще вкладывать средства в этот проект и принесёт ли он доход, который окупит все затраты?

Наличие бизнес – плана – это обязательное требование со стороны цивилизованного рынка, а отсутствие такового начинает восприниматься как нечто абсурдное и может вызвать настороженное отношение со стороны партнеров, кредиторов и клиентов.

Каждый начинающий предприниматель должен уяснить для себя, что такое планирование – это определение и упорядочение крупных задач организации, включающее:

• Маркетинговый анализ (анализ соответствия новых видов деятельности требованиям рынка и конкуренции);

• Технико-экономический анализ (анализ соответствия новых видов деятельности специализации предприятия, его организации и технологии);

• Финансовый анализ (анализ экономической эффективности новых видов деятельности).

Разработка бизнес – плана новой турфирмы должна производиться поэтапно.

Конечная цель данной разработки - обоснование целесообразности предприятия. Состав, структура и объём бизнес – плана определяется спецификой вида деятельности, размером предприятия и целью составления, размером предлагаемого рынка сбыта, наличия конкуренции и перспектив роста создаваемого предприятия.

Не существует жестко регламентированной формы и структуры бизнес – плана, однако, как правило, в нем:

- предусматриваются разделы, в которых раскрываются основная идея и цели бизнеса;

- характеризуется специфика продукта предприятия и удовлетворения им потребностей рынка;

- дается оценка рынка и устанавливается стратегия поведения фирмы на определенных рыночных сегментах;

- определяется организационная и производственная структура;

- формулируется финансовый проект дела, включая стратегию финансирования и предложения по инвестициям;

- описываются перспективы роста предприятия.

Нельзя экономить времени на планировании. Планируя, Вы сбережете его больше.

**1. Резюме**

Наименование предприятия: полное товарищество, туристическое агентство «ТУР для ВАС».

Адрес: г. Чебоксары, пр. М. Горького 19.

Сфера бизнеса: турагентская деятельность.

Бизнес-план рассчитан на 1 год функционирования предприятия. По окончании этого срока можно продолжить деятельность предприятия, если будут достигнуты поставленные цели и задачи.

Планируется создать туристическое агентство, полное товарищество «ТУР для ВАС» в туристской сфере деятельности – внутренний туризм. Бизнес-план рассчитан на 1 год функционирования предприятия.

Туристическая фирма «ТУР для ВАС» будет занимается внутренним туризмом и предоставлять туристическое и экскурсионное обслуживание в Туапсе и по России, как иностранным, так и нашим туристам.

Основной упор будет делаться на работу с иностранными туристами из англоговорящих стран. Фирма уделяет особое внимание тому, чтобы дать возможность своим клиентам познакомится с реальной жизнью в России. «ТУР для ВАС» – семейное предприятие в форме товарищества с ограниченной ответственностью. Управление фирмой будет осуществляться её владельцем. Привлечение заёмных средств не планируется, так как владельцы компании обладают достаточными денежными средствами для открытия своего дела.

Уставный капитал предприятия равен **1 456 000** рублей.

Точка безубыточности проекта равна – 862 992 рублей. А запас финансовой прочности на уровне 98 %.

Уровень рентабельности 136 %.

Доход от проекта 529 742 руб.

Индекс рентабельности 1.4.

Производственный рычаг 1 раз, при изменении выручки на 1 % прибыль предприятия возрастет в 1 раз.

Срок окупаемости проекта – 8 месяцев.

Чистый приведённый доход - 365 781 руб.

**2. Состояние отрасли и перспективы её развития**

**2.1 Основные проблемы развития туризма в России**

Россия, обладая колоссальным туристским потенциалом, занимает весьма скромное место на мировом рынке туристских услуг. На ее долю приходится 1,5 % мирового туристского потока. Существующая материальная база туризма более чем на 80 % нуждается в реконструкции. Не созданы условия, стимулирующие приток в отрасль частных инвестиций, в том числе из-за рубежа. Отсутствует система научного и рекламно-информационного обеспечения продвижения национального турпродукта на внутреннем и внешнем рынках, в то время как одним из наиболее эффективных средств интеграции российского туризма в условиях рыночных отношений может стать сама информатизация.

Такое положение во многом объясняется изменением геополитической ситуации, распадом хозяйственных связей, падением производства, инфляцией и как итог - снижением уровня жизни и резким усилением дифференциации доходов населения, что вызвало сокращение внутреннего туризма. Не способствуют росту туризма существование «горячих» точек и криминогенная ситуация в ряде регионов страны.

Недостаточно эффективная система государственного регулирования туризма открывает возможности для недобросовестной конкуренции, нарушения прав потребителей туристских услуг; слабо стимулирует развитие иностранного и внутреннего туризма; создает возможности для криминализации туристского бизнеса, экспансии иностранных фирм на отечественном туристском рынке.

Инвестиции в отечественный туризм носят только тактический характер и затруднены в силу не гарантированности возврата средств и получения прибыли, отсутствия планового характера деятельности и возможности осуществлять долгосрочную инвестиционную стратегию.

Ситуация с социальным туризмом в РФ оставляет желать лучшего. Причина далеко не в том, что ухудшилось в целом социально-экономическое положение, а главным образом, - в просчетах соответствующего ведомства федеральной исполнительной власти и в пробелах законодательства. Можно утверждать, что наиболее опасным для российского туризма может стать отставание в обеспечении информацией процессов стратегического планирования и информационно-психологической ориентации общественного мнения. Отечественные разработчики туристских информационных систем и комплексов полностью ориентируются на зарубежные системы отбора и интеграции туристской информации. Практически полностью отсутствует развитие отечественных систем получения информации о текущем состоянии российского туристского продукта и сферы обслуживания.

Количество иностранцев, желающих посмотреть русские красоты, увеличивается, однако, их спрос в полной мере удовлетворить пока невозможно. Россия для многих из них по-прежнему остается закрытой страной. Однако эксперты Всемирной туристской организации (ВТО) не исключают, что при правильной организации работы индустрии туризма уже к 2020 г. Россия может подняться на 5 место, пропустив вперед лишь Францию, Испанию, Великобританию и Италию. Недавно Россия стала членом Исполнительного совета ВТО. А это, по мнению экспертов, означает, что туризм у нас на подъеме.

**2.2 Состояние туризма в Чувашии**

На территории республики зарегистрировано около 75 туристических агентств против 70 во втором полугодии прошлого года, т.е с момента начала кризиса открылось еще около 5 новых туристских агентств и осталось 2 туроператора против 4 в прошлом году.

По состоянию на 1 сентября 2009 года число сотрудников турфирм по сравнению с аналогичным периодом прошлого года осталось в прежнем количестве. Увеличилось число занятых в гостиничном бизнесе, санаторно-курортной отрасли. Из этого следует, что туризм по-прежнему остается перспективной отраслью экономики.

При этом необходимо отметить, что с министерством непосредственно активно сотрудничают около 40 туристических фирм, остальные по тем или иным причинам предпочитают оставаться в «тени».

В соответствии с информацией представленной 43 туристскими организациями в Минспорт Чувашии в первом полугодии 2009 года они обслужили свыше 52 тысяч человек (в первом полугодии 2008 г. – 40 тысяч человек, но тогда отчитались 33 организации). За пределы республики выехали свыше 31 тысячи человек, что аналогично прошлому полугодию. Сами руководители туристских организаций отмечают снижение заинтересованности граждан в отдыхе.

Основными направлениями массового выезда туристов традиционно явились Краснодарский край, Египет, Турция, страны Европы.

На территории Чувашской Республики туристскими организациями в первом полугодии 2009 года принято и обслужено более 21 тысячи человек. В основном из принятых граждан - это круизные экскурсанты, число которых ежегодно растет, прежде всего, за счет увеличения количества заходов туристских теплоходов в речной порт г. Чебоксары.

По данным Чебоксарского речного порта на сентябрь месяц в Чебоксары зашли 312 туристических теплохода, а за весь навигационный период 2008 года всего зашли 314 теплоходов. Это говорит о востребованности круизных путешествий и большой работе туроператоров по привлечению экскурсантов в г. Чебоксары.

Радует, что туристические организации республики и администрации районов, такие как Козловка, Мариинский Посад, Чебоксарский район разрабатывают новые экскурсионные программы обслуживания туристов.

На сегодняшний день по данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Чувашской Республике в республике функционируют 106 коллективных средства размещения, что на 34 коллективных средств размещения больше, чем за аналогичный период 2008 года, из них: 50 гостиниц, 10 мотелей, 8 организаций гостиничного типа, 25 санаторно-курортных организаций, 10 организаций отдыха, 3 турбаза.

Номерной фонд коллективных средств размещения увеличился на 474 номера и насчитывает 3235 номеров, что на 2,1 % больше, чем в 2006 году.

На сегодняшний день в республике классифицировано пять средств размещения: 2\* - гостиница «Россия» ОАО «Отель», 3\* - ОАО «Санаторно-курортный комплекс «Волжанка», 3\* - ООО «Отель-ДИС», 3\* - гостиница «Чувашия» ОАО «Отель», 4\* - ООО «Кантри-отель «Берёзки».

**3. Описание целей и основные задачи, решаемые в бизнес-плане**

Перед тем, как приступить к работе требуется пройти множество этапов. К таковым относятся следующие.

**Регистрация юридического лица.**

2. Нужно выбрать банк, в котором будут храниться деньги и заключить с ним договор, открыть временный счёт, куда требуется перечислить 50 % объявленного уставного фонда.

3. Заключается договор аренды на помещение, где реально будет осуществляться деятельность юридического лица, либо реальное место юридического лица.

4. Встать на учёт в Налоговую. В течении 5-7 дней вас должны зарегистрировать.

5. В течение 10 дней необходимо встать на учёт во все внебюджетные фонды: пенсионный. Медицинский, региональный, территориальный, фонд социального страхования, фонд занятости, Росстат.

6. Со всеми справками необходимо прийти в банк и перевести счёт из временного в обычный текущий расчётный счёт. Именно с этого момента предприятие может вести хозяйственную деятельность.

7. Со справкой о разрешении на ведение хозяйственной деятельности нужно изготовить печать и нотариально её заверить.

Для регистрации юридического лица необходимо оплатить государственную пошлину в размере 2000 рублей, также необходимо изготовить печать (350-500 рублей). При условии, что устав и учредительный договор будут заверены у нотариуса (1000 руб.).

Когда прошли регистрацию, то необходимо получить лицензию на деятельность. Как нам известно, туристская деятельность подлежит обязательной регистрации. Лицензирование теперь осуществляется Департаментом туризма Минэкономразвития России.

Для получения лицензии на турагентскую деятельность требуется наличие у турагента не менее 20% работников (по штатному расписанию), имеющих высшее, среднее специальное или дополнительное образование в области туризма либо стаж работы в области туризма не менее 3 лет. Руководитель турагентства должен иметь высшее, среднее специальное или дополнительное образование, а стаж его работы в области туризма должен составлять не менее 3 лет. Лицензия выдаётся на 5 лет. Для её получения лицензии необходимо оплатить 1300 рублей, т.к. сумма платежа за рассмотрение одного заявления составляет 300 рублей, за выдачу одного бланка лицензии – 1.000 рублей. Оплата 1.000 рублей производится после получения соискателем официального письма с положительным решением о выдаче лицензии.

Документы, необходимые к подаче в Департамент туризма Министерство Экономического развития РФ представлены в Приложении № 1.

И, наконец, заключительным моментом является получение сертификата соответствия.

Таким образом затраты на регистрацию предприятия складываются следующим образом: государственная пошлина 2000 руб. + печать 500 руб. + учредительный договор. Заверенный у нотариуса 1000 руб. + лицензия на 5 лет 1300 руб. = 4800 руб.

Затраты на организацию предприятия составят: 4800 руб.

Анализ потенциального рынка показывает неудовлетворенность спроса на обслуживание индивидуальных туристов и небольших групп, особенно на обслуживание, направленное на выполнение конкретных пожеланий клиентов.

Индивидуальный туризм не требует существенных первоначальных капиталовложений, и владельцы предприятия используют в качестве первоначального капитала свои личные средства.

Создать туристическое агентство, основными целями которого будут являться:

1. Высокий объём продаж.

2. Увеличение доли фирмы на сложившихся рынках по конкретному продукту.

3. Освоение новых рынков.

4. Завоевать хорошую репутацию и имидж у потребителей.

5. Создание уникальных туристских продуктов.

Возможные другие цели:

1. Увеличение роста чистого дохода.

2. Повышение качества выпускаемой продукции.

3. Увеличение доли сервисных и сопутствующих услуг.

4. Анализ стимулирования сбыта;

5. Разработка и выбор стратегии турфирмы по продвижению турпродукта «ТУР для ВАС» на рынок России;

6. Разработка формализованной процедуры продвижения турпродукта;

7. В скором времени построение сетевой модели как основы продвижения турпродукта.

При разработке и внедрении новых товаров целями будут являться:

1. Освоение новых видов продукции.

2. Увеличение объёма выпуска этой продукции.

3. Проникновение на рынок и вытеснение старой продукции.

Обозначив цели деятельности компании, необходимо охарактеризовать виды деятельности.

**4. Характеристика видов деятельности**

На начальном этапе своего развития фирма «ТУР для ВАС» представляет собой небольшую туристическую компанию, занимающуюся приёмом иностранных туристов и обслуживанием наших туристов. Фирма «ТУР для ВАС» предоставляет туристические и экскурсионные услуги и показывает своим клиентам российскую действительность и места российской глубинки. Туристы проводят свой отпуск в высококлассных гостиницах. Опытные гиды проводят экскурсии по основным историко-архитектурным памятникам и туристическим маршрутам Краснодарского края. «ТУР для ВАС» предлагает индивидуальные экскурсии, составленные по темам, заказанным клиентом, а также гарантирует высококачественное транспортное обслуживание и организацию питания.

Предполагаются следующие направления деятельности фирмы:

В особенности приём иностранных туристов здесь и экскурсионное обслуживание.

Молодёжный туризм.

Семейный туризм.

Познавательный туризм.

Индивидуальный туризм и также экскурсионное обслуживание туристов, по индивидуальным программам и заранее запланированным.

Таким образом, услуги «ТУР для ВАС» рассчитаны широкий круг потребителей.

Предлагается создать новую туристическую фирму, которая будет заниматься внутренним туризмом и экскурсионной деятельностью, в особенности специализирующуюся на обслуживании иностранных туристов, и русских тоже.

**5. Организационно-правовая форма предприятия**

Фирма «ТУР для ВАС» будет функционировать как полное товарищество. Порядок создания и деятельности хозяйственных товариществ регулируется § 2 гл. 4 ГК РФ (ст. ст. 66 - 86). Учредители полного товарищества, во-первых, осуществляют предпринимательскую деятельность от имени товарищества и, во-вторых, несут ответственность по его обязательствам всем своим имуществом. Прежде всего, товарищество основано на лично-доверительных отношениях участников, ибо здесь не исключена ситуация, когда сделку от имени товарищества заключил один участник, а имущественную ответственность по ней будет нести другой участник своим личным имуществом.

При создании полного товарищества, закон считает достаточным лишь одного учредительного документа – учредительного договора, который должен быть подписан всеми участниками и государственно зарегистрирован.

Учредительный договор и устав товарищества оформлены в полном соответствии с требованиями законодательства.

Учредители вносят в устав доли в размере 728 000 руб.

**6. Конкуренция и конкурентные преимущества**

Благодаря удачному расположению фирмы в центре г. Чебоксары, услуги компании несомненно будут пользоваться спросом. Потенциальными потребителями могут стать: семьи, школьники, студенты, как наши, так и иностранные, отдельные туристы, пожилые люди. Безусловно, расположение фирмы в центре Чебоксар, наличие разного рода магазинов, даёт ей больше возможности для успешного существования, поскольку поток людей ежедневно очень большой и кто-нибудь да обязательно заглянет в неё.

В близи находятся турагентства занимающиеся выездным туризмом в разные страны мира:

1. туристическое агентство "Хороший отдых" (349 м)

Адрес: [г. Чебоксары, пр. М.Горького, 13/22](http://www.cheb.ru/doma/m_gorky/13_22.xhtml)

1. Туристическое агентство "Турсервис+» (350 м)

Адрес: [г.Чебоксары, пр. М.Горького, 33](http://www.cheb.ru/doma/m_gorky/13_22.xhtml)

1. Туристическое фирма "Континенталь" (366 м)

**Адрес:** [г.Чебоксары, пр. М.Горького, 33](http://www.cheb.ru/doma/m_gorky/33.xhtml)

Но никто из них не предоставляет обслуживание иностранных туристов, и тем более по индивидуальным турам, экскурсиям и программам.

Нельзя не сказать, что деятельность любой туристской компании зависит от сезона, если учесть, что приоритетным направлением в деятельности фирмы является работа с иностранными туристами, то важно знать самые посещаемые месяцы года. А таковыми является период с мая-сентябрь. Следовательно в это время планируется усилить рекламную компанию и, что повлечёт за собой поток туристов.

**7. План маркетинга**

Фирма «ТУР для ВАС» предоставляет услуги, которые позволяют удовлетворить естественный интерес людей познакомиться с образом жизни, менталитетом и культурой другой страны, в частности России. Фирма «ТУР для ВАС» поможет людям узнать, что есть общего и каковы различия между их собственными и типичным российским образом жизни. Предоставляемые услуги ориентированы, главным образом, на индивидуальных туристов или очень небольшие группы, состоящие из трех-четырех человек. Как правило, клиентам будет предлагаться традиционный туристический набор представлений о России.

Самой сильной стороной фирмы является работа опытных профессиональных гидов, готовых удовлетворить все пожелания клиента. Спрос на такие услуги практически не ограничен, поскольку лишь очень немногие фирмы их предлагают.

Существующие турфирмы можно подразделить на следующие группы:

1) акционерные общества закрытого типа, появившиеся в результате распада крупных советских государственных компаний-монополистов (типа «Интуриста» или «Спутника»). Их сила заключается в том, что они унаследовали большинство прежних связей и, следовательно, велик объем оказываемых услуг. Их слабость в том, что обслуживание клиента в большинстве случаев поставлено на поток и мало учитывает конкретные интересы личности;

2) совместные предприятия, путевки которых продаются иностранным учредителям за границей через обширную сеть турагенств. Такие компании ориентированы на обслуживание больших групп, в которых индивидуальное обслуживание практически мало осуществимо;

3) компании, производящие не очень большой спектр туристских продуктов по 4-5 направлениям и реализующая их через сеть других турагенств и самостоятельно;

4) частные компании, обычно с небольшим объёмом работы, заинтересованные в сотрудничестве с иностранными партнерами – поставщиками клиентов. В большинстве случаев они предлагают более высокое качество обслуживания и индивидуализированный подход к клиенту. Некоторые из них выделяются тем, что специализируются на спортивном или оздоровительном туризме.

Фирма «ТУР для ВАС» принадлежит к третьей и четвёртой группе. Рыночная ниша (индивидуальный, ориентированный на клиента туризм в России) достаточно велика, чтобы приносить прибыль, и в то же время достаточно мала для того, чтобы быть привлекательной для крупных туристических фирм, обслуживающих большие потоки туристов. В настоящее время фирма привлекает клиентов по прямым контактам с нами или по рекомендации. Фирма «ТУР для ВАС» занимается поиском иностранных партнеров с целью увеличения объема работы путем установления контактов с западными фирмами, что, в конечном счете, привело бы к увеличению прибыли. Фирма предлагает также свои услуги местным фирмам для получения дополнительных средств, идущих на развитие фирмы.

Для более успешного продвижения туристского продукта на рынке следует прибегнуть к рекламной компании.

**Таблица № 1**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Вид рекламного мероприятия** | **Частота использования и сроки** | **Затраты (руб.).** | **Затраты на одно мероприятие (руб.).** |
| 1. Раздача листовок в центре города (каждый день по 8 часа). | 2 дня в неделю | 21 504 | 672 |
| 2. Реклама в газетах | 2 публикации в неделю со дня открытия | 56000 | 1272 |
| 3. Реклама на радио | 1 раз в день по 30 сек. 3 раза в неделю | 84000 | 84000 |
| **Итого стоимость рекламной компании:** | **161 504** | | | |

**Рассмотрим более детально затраты на рекламную компанию:**

Стоимость 1 листовки составляет 30 копеек. В день планируется раздавать 500 листовок. Раздатчик листовок в 1 час получает 60 рублей, работает по 8 часов в день. Соответственно в день на раздачу листовок будет затрачено 630 рублей. 32 дня \* 672 = 21 504. За 32 дней раздачи листовок на это мероприятие будет затрачено **21 504 руб.**

Газета является наиболее читаемым и популярным изданием среди людей, издаётся еженедельно. Стоимость рекламы с туроператором колеблется от 1 120 руб. до 1 820 руб. за 1 публикацию (в которую входит название, адрес, телефон, и номер лицензии). Планируется всего 44 публикации. Соответственно средняя стоимость публикации на столь долгий срок будет 1272 руб. За 44 публикации **56 000 руб.** Причём в процессе размещения рекламы будет проводиться анализ наиболее популярных операторов и по результатам будут меняться операторы. А также постоянно будут меняться рекламируемые туристические направления, в зависимости от своей популярности.

Стоимость одного выхода (30 сек.) на радио Максимум составляет 7000 руб. Следовательно, не трудно подсчитать, что за 3 выхода в неделю эта стоимость составит 21000 руб. Сроки рекламной компании на радио 1 месяц - затраты в этот период составят **84000 руб.**

В общем, на рекламную компанию за весь год будет затрачиваться

**161 504 руб.**

**8. Производственный план**

План производства заключается в предполагаемом объём продаж каждого вида турпродукта и количество их реализации. Исходя из того, что фирма планирует заниматься только внутренним туризмом и экскурсионным обслуживанием как для граждан г. Чебоксар, так и для иностранцев, то план производства будет представлен в виде двух таблиц, которые безусловно тесно связаны между собой.

В данной таблице представлено, сколько туров фирма планирует продавать в данный месяц и по данному направлению.

**Таблица № 2**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Месяц/Вид турпродукта** | **Проживание иностр.туристов** | **Молодёжный тур** | **Познавательный туризм** | **Семейный тур** | **Экскурсии** | | **Индивидуальный тур** | |
| **Иностр.**  **тур.групп** | **Русс. Тур.**  **групп** | **Иностр-ам** | **Русск.** |
| Апрель | 5 | 40 | 30 | 30 | 5 | 10 | 10 | 5 |
| Май | 10 | 50 | 40 | 70 | 40 | 40 | 40 | 10 |
| Июнь | 15 | 60 | 30 | 80 | 40 | 40 | 40 | 20 |
| Июль | 20 | 100 | 50 | 80 | 30 | 20 | 40 | 25 |
| Август | 20 | 100 | 50 | 80 | 28 | 20 | 30 | 40 |
| Сентябрь | 20 | 40 | 50 | 80 | 20 | 30 | 40 | 10 |
| Октябрь | 17 | 30 | 60 | 40 | 10 | 40 | 20 | 10 |
| Ноябрь | 15 | 30 | 70 | 40 | 10 | 20 | 20 | 5 |
| Декабрь | 20 | 80 | 20 | 50 | 15 | 10 | 20 | 5 |
| Январь | 20 | 80 | 20 | 60 | 10 | 10 | 5 | 5 |
| Февраль | 15 | 40 | 15 | 40 | 5 | 8 | 8 | 5 |
| Март | 15 | 30 | 10 | 20 | 8 | 9 | 6 | 5 |
| **ИТОГО:** | **192** | **680** | **445** | **670** | **246** | **257** | **279** | **145** |

Такой вид турпродукта как проживание иностранных туристов в гостиницах наиболее интенсивно будет продаваться в период с июня по октябрь, то есть когда в России лето и только начало осени и когда не очень холодно. Погода является основополагающим фактором в России для иностранных туристов.

Молодёжный туризм: в апреле планируются туры в Подмосковные пансионаты для молодёжи (для этого заключены договоры с туроператорами по Подмосковью), а также проведение экскурсий для школьников и студентов. Особенный пик продаж по данному направлению планируется с мая ( многие люди выезжают на майские праздники и на выходные) по август (350 туров), когда у студентов и школьников каникулы и ещё декабрь, январь (160 туров), когда в России самый значительный праздник Новы Год.

Семейный отдых. Особенный пик продаж приходится с мая по сентябрь

( 390 туров), декабрь, январь (110 туров). В июне многие едут лечиться в санатории или просто отдохнуть. В июле и августе уже большим спросом пользуются дома отдыха с водоемами.

Познавательный туризм: основное направление, по которому будут реализовываться данные туры - это Москва, Санкт - Петербург, Золотое Кольцо, Псков, Владимирская область, Тверь-Торжок, Гусь Хрустальный. Необходимо отметить, что особый пик продаж будет приходиться с июля по ноябрь (280 туров).

Говоря об экскурсиях и индивидуальном туризме, надо сказать, что спрос на них особенно велик в период праздников и в теплое время года в России, то есть с мая по сентябрь.

**Таким образом, за весь год планируется продать примерно 2914 туров.**

Средняя стоимость одного тура и экскурсии - **13000 руб.**

Объём ожидаемой средней прибыль от продажи туров и экскурсий за весь год – **37 882 000 руб.**

Турфирма сотрудничает с туроператорами по договорам комиссии, реализуя турпродукты по твердой цене, за что получает комиссионное вознаграждение в 10% от стоимости тура.

**9. Организационная структура предприятия**

«ТУР для ВАС» - предприятие в форме товарищества с ограниченной ответственностью. Управление фирмой осуществляется ее владельцами.

Генеральный директор, он же один из учредителей компании. В обязанности генерального директора входят разработка имиджа фирмы, маркетинг, представительские функции, взаимодействие с партнерами, получение необходимых лицензий, набор и обучение персонала, составление программ пребывания туристов в России, деловая переписка.

Управляющий директор исполняет обязанности управляющего директора фирмы «ТУР для ВАС», в которые входят: оперативное управление, бухгалтерский учет, юридические аспекты деятельности фирмы, взаимодействие с транспортными фирмами, организация проживания и питания туристов, а также все остальные необходимые моменты организации обслуживания туристов.

В зависимости от объёма работы заключаются договоры с гостиницами, хозяевами квартир, гидами-переводчиками, водителями автомашин или транспортными фирмами. Гиды-переводчики и водители автомашин работают на основе почасовой оплаты.

**10. План технического оснащения**

Успешная деятельность любого предприятия во многом зависит не только от управляющего компанией, но и от персонала, а для того, чтобы он хорошо работал, необходимо подумать о хорошем оснащении помещения.

Помещение будет разделено на 2 комнаты: в одной комнате будут находиться руководители, а в другой рабочий персонал.

Для работы предприятию необходимо: прежде всего помещение с уже сделанным ремонтом. Аренда помещения (в которую уже входит оплата коммунальных услуг), которая будет осуществляться за каждые 3 месяца то есть в 4 платежа, канцелярские принадлежности, офисная мебель, оргтехника, коммунальные услуги. Оплата коммунальных услуг будет входить в стоимость аренды.

Аренда помещения в центре г. Чебоксары составляет 450руб. за 1 кв.м., нашей фирме потребуется помещение в 25 кв.м. Таким образом, за месяц на аренду будет уходить **11250руб**.

А в год на аренду **135 000 руб.**

За коммунальные платежи будет осуществляться оплата в размере 3000 руб. в мес., таким образом, в год на оплату будет уходить 3000 \* 12 = **36 000 руб.**

Также необходимо подключение телефонных аппаратов (междугородняя и международная связь) – 4000 руб. в месяц (в год 48000 руб.), выделенной Интернет - линии - 5000 руб. в месяц (в год 60000 руб.), канцелярские принадлежности – 2800 руб. в месяц ( в год 33 600 рублей).

Итого за год на оплату будет уходить 48000+60000= **108 000 руб.**

**Таблица № 3** Первоначальные затраты на оснащение предприятия

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Количество | Затраты на единицу | Затраты, в руб. |
| 1. Компьютер | 5 | 18000 | 90000 |
| 2. Принтер | 3 | 8400 | 25200 |
| 3. Факс | 1 | 7000 | 7000 |
| 4. Ксерокс | 1 | 7000 | 7000 |
| 5. Шкаф | 2 | 4000 | 8000 |
| 6. Стол | 6 | 4000 | 24000 |
| 7. Стулья | 10 | 2000 | 20000 |
| 8. Тумбочка | 4 | 600 | 2400 |
| 9. Диван | 1 | 10000 | 10000 |
| 10. Стеллаж | 1 | 1500 | 1500 |
| 11. Сейф | 1 | 3000 | 3000 |
| 12. Кресла | 2 | 2600 | 5200 |
| 13. Телефон | 5 | 350 | 1750 |
| ИТОГО: | **205 050** | | |

**Оргтехника – 130950 руб.,**

**мебель – 74100руб.**

**Таким образом, объём первоначальных капитальных вложений на оснащение предприятия 205 050 руб.**

**Начисление амортизации**

В соответствии с Налоговым кодексом РФ, начисление амортизации осуществляется на основные средства со сроком полезного использования более 12 месяцев и со стоимостью более 10 000 рублей. Таким образом, в данном бизнес-плане амортизация будет начисляться только на компьютер и диван:

**∑**амортизационных отчислений за год: 28 000 / 5 = 5 600 руб.

**∑**амортизационных отчислений за мес.: 5 600/ 12 = 466 руб.

Годовая норма амортизации: (5 600/ 28 000) \* 100% = 20%.

**Таким образом на амортизацию будет отчисляться 5 600 руб.в год.**

**11. План по труду и заработной плате**

**Таблица № 4** Квалификационные характеристики работников

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Должность** | **Обязанности** | **Дополнительно** |
| **Генеральный директор** | --разработка имиджа фирмы;  --маркетинг;  --представительские функции;  --взаимодействие с партнерами;  --получение необходимых лицензий;  --набор и обучение персонала;  --составление программ пребывания туристов в России;  --деловая переписка; | Является учредителем фирмы |
| **Управляющий директора** | --оперативное управление;  --юридические аспекты деятельности фирмы;  --взаимодействие с транспортными фирмами;  --организация проживания и питания туристов;  --все остальные необходимые моменты организации обслуживания туристов; | Является учредителем фирмы |
| **Менеджеры по направлениям** | --работа с клиентами.  --оформление договоров с клиентами на туристское обслуживание.  --информирование туристов о туристских формальностях. | Работают по договору |
| **Бухгалтер** | --работа с финансовыми делами фирмы;  --ведение книг записей;  --осуществление проводок | Работает по договору |
| **Курьер** | Доставка разного рода документации. | Работают временно по договору |

**Таблица № 5** Годовой фонд оплаты труда персонала

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Должность** | **Количество** | **Заработная плата (в руб.).** | |
| **В месяц на 1 человека (в руб.).** | **В год на 1 человека (в руб.).** |
| Генеральный директор | 1 | 9000 | 108000 |
| Управ.директор | 1 | 8000 | 96000 |
| Менеджер | 4 | 6000 | 72000 |
| Бухгалтер | 1 | 8400 | 100800 |
| Курьер | 3 | 3000 | 36000 |
| **ИТОГО на оплату труда на общее количество человек:** | **412800** | | |

Помимо ежемесячной заработной платы сотрудники будут получать премии, например за производственные результаты или надбавки к окладам за профессиональное мастерство.

**Расчет отчислений на социальные нужды:**

Единый социальный налог (ЕСН) составляет 26 %.

Сумма отчислений на социальные нужды:

**∑** соц., мес. = Фонд оплаты труда, мес. \* (ЕСН / 100%);

**∑** соц., мес. = 34400 \* (26% / 100%) = 8944 руб.

**∑** соц., за 1 год. = Фонд оплаты труда, за 1 год \* (ЕСН / 100%);

**∑** соц., за 1 год. = 412800\* (26% / 100%) = 103328 руб.

**Годовой фонд оплаты труда и отчислений на социальный нужды равен 516128 рублей.**

**Таблица № 6.** Штатное расписание работников.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование должности** | **График работы в день** | **Рабочие дни в неделю** | **Всего рабочих часов в месяц** | **Перерывы, в том числе на обед** |
| 1. Генеральный директор | 11.00 – 18.30 | Вт - Пт | 140 ч. | 1 час |
| 2.Управляющий директор | 11.00 – 18.30 | Вт – Сб | 168 ч. | 1 час |
| 3. Бухгалтер | 10.00 – 18.00 | Пн - Пт | 160 ч. |  |
| 4. Менеджеры по направлениям | 10.30 – 18.30 | Пн - Сб | 192 ч. | 30 минут |
| 5. Курьер | 12.00 – 19.00 (в зависимости от объёма работы) | Пн – Сб  (в зависимости от объёма работы) | В зависимости от объёма работы | 30 минут |

**12. Финансовый план**

**Таблица № 7.** Расчет суммы первоначальных капитальных вложений.

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование** | **Сумма, в руб.** |
| 1. Аренда помещения | 135 000 |
| 2. Коммунальные платежи | 36 000 |
| 3. Первоначальные затраты на оснащение предприятия | 205 050 |
| 4. Организационные затраты | 4 800 |
| 5. Затраты на рекламную компанию | 161 054 |
| 6. Затраты на выплату заработной платы работникам и отчисления. | 516 128 |
| 7. Расходы на оплату телефонной и Интернет-связи | 108 000 |
| 8. Канцелярские принадлежности | 33 600 |
| 9. Непредвиденные расходы | 15 000 |
| **ИТОГО:** | **1 375 282** |

**Таким образом, сумма первоначальных инвестиций 1 375 282 руб.**

**Таблица № 8.** Расчёт затрат предприятия.

|  |  |
| --- | --- |
| Вид затрат | Сумма за год руб. |
| Затраты на рекламу | 161 054 |
| Затраты на зарплату | 412 800 |
| Отчисления на социальные нужды | 103 328 |
| Расходы на аренду | 135 000 |
| Амортизация | 5 600 |
| **Итого:** | **982 782** |

**Расчет выручки предприятия за 1 год функционирования**

Исходя из производственного плана, где представлен планируемый объём продаж можно рассчитать выручку.

Как говорилось выше, турагентство будет сотрудничать с туроператорами по договорам комиссии, реализуя турпакет по твердой цене туроператора и получая от продажи готовых туров определенный процент. Для расчетов будет принят средний процент комиссии – 10%.

Валовая выручка от продаж = 37 882 000 руб.

Выручка после расчетов с туроператорами (комиссионное вознаграждение) = 37 882 000 руб. \* 10% = 3 788 200 руб.

**Расчёт прибыли**

Прибыль рассчитывается в соответствии с формой № 2 «Отчёт о прибылях и убытках».

**Таблица № 9.**

Схема расчета прибыли предприятия (расчёты ведутся в рублях).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **1** | **Выручка от продаж** | **37 882 000** |
| **2** | Расчеты с туроператорами | **34 093 800** |
| **3** | Заработная плата 412 800  Налоги по заработной плате (ЕСН) 103 328  Аренда 135 000  Коммунальные платежи 36 000  Телефонная связь и Интернет 108 000  Канцелярские принадлежности 33 600  Амортизация 5 600  Прочее 15 000 | **1 014 328** |
| **4** | **Валовая прибыль 1-(2 + 3)** | **2 773 872** |
| **5** | Расходы на рекламу (коммерческие и управленческие расходы) | **161 054** |
| **6** | **Прибыль от продаж (4-5)** | **2 612 818** |
| **7** | Операционные доходы и расходы;  Вне реализационные доходы и расходы | **0** |
| **8** | **Прибыль до налогообложения (6-7)** | **2 612 818** |
| **9** | Чрезвычайные расходы | **0** |
| **10** | Налог на прибыль (24%) | **627 076** |
| **11** | **Чистая прибыль (8-10)** | **1 985 742** |

**13. Потенциальные риски и проблемы**

Все риски, которые могут угрожать деятельности фирмы можно разделить на риски внешней и внутренней среды и на риски, связанные с недостаточностьювнутреннего потенциала предприятия.

**Таким образом, со стороны, компании может угрожать:**

1) нестабильность политической ситуации в России, оказывающая воздействие на иностранный туризм;

2) вследствие высокого уровня преступности туристы опасаются приезжать в Россию;

3) нестабильная и противоречивая система законодательства в России, высокие темпы инфляции, частое введение новых налогов и лицензий, что влияет на себестоимость услуг и делает затруднительным средне- и долгосрочное планирование;

**К рискам внутренней среды можно отнести:**

5) сезонность туризма (3-4 месяца в году).

6) достаточно трудный визовый режим в России для иностранных граждан.

К коммерческим рискам следует отнести:

7) неплатежи партнёров и задержка выполнения договорных обязательств.

8) непредвиденное повышение затрат, недостаточное получение доходов, и пр.

**Риски, связанные с недостаточностью внутреннего потенциала предприятия.**

9. **Квалификационный состав персонала.**

Подбор персонала должен осуществляться с учетом специфики деятельности предприятия в целом и особенностей производственного процесса на каждом рабочем месте. Необходимо учитывать профессиональные навыки и квалификацию соискателей, а также их психологические особенности, умение работать с людьми, уживаться в коллективе.

Все ошибки и недочеты производства и обслуживания должны отслеживаться и выявляться. После детального анализа причин возникновения подобных ситуаций должны приниматься соответствующие меры для их предотвращения в дальнейшем.

У персонала должна быть достаточная мотивация, чтобы работать качественно.

**10. Недостаточность ресурсов предприятия для осуществления плановых заданий.**

Грамотное прогнозирование и планирование с учетом нестабильности внешней и внутренней среды предприятия; корректировка плановых показателей в зависимости от изменений различных факторов, влияющих на хозяйственную деятельность; осуществление контроля над выполнением плана.

На случай недостатка средств у предприятия должен быть резервный фонд для покрытия непредвиденных расходов.

**11. Технические возможности и техника.**

Подбор технического оснащения предприятия должен осуществляться с учетом современных тенденций на рынке специализированного оборудования, особенностей производственного процесса и планируемых объемов выпуска. Необходим постоянный контроль над состоянием оборудования и своевременный ремонт или замена его в случае неисправностей.

**14. Эффективность бизнес-плана**

Уровень рентабельности капитала == (Чистая прибыль / Капитал) \* 100 %

Уровень рентабельности капитала = (1 985 742 / 1 456 000 ) \* 100 % = 136 %.

Уровень рентабельности капитала является рыночным показателем и отражает размер прибыли, приходящийся на 1 рубль капитала предприятия, характеризует конкурентоспособность предприятия и эффективность использования всех денежных средств.

**Доход от проекта**

Доход от проекта = Сумма чистой прибыли за 1 год – Инвестиции:

1 985 742 – 1 456 000 = 529 742 руб.

**3. Индекс рентабельности**

Индекс рентабельности= Сумма чистой прибыли за 1 год/Инвестиционные вложения:

Индекс рентабельности = 1 985 742 / 1 456 000 = 1.4 раза.

Данный показатель должен быть больше 1, что говорит о рентабельности вложенных инвестиций.

**4. Точка безубыточности**

**Точка безубыточности** = Постоянные издержки / (1 – (Переменные издержки / Выручка (после расчетов с туроператором)))

Постоянные издержки = Заработная плата + ЕСН + Аренда + Коммунальные платежи + Амортизация.

Переменные издержки = Реклама + Канцелярские принадлежности + Прочие расходы.

Постоянные издержки = 412 800 +103 328 +135 000 + 36 000 + 5 600 = 857 728 руб.

Переменные издержки = 161 054 + 33 600 + 15 000 = 209 654 руб.

**Точка безубыточности =** 857 728 / ( 1 – (209 654 / 34 093 000) ) = 857 728 / 0.9939= 862 992 руб.

Ниже этого объема выручки реализация товаров станет невыгодной.

**5. Производственный рычаг**

Теперь рассчитаем такой показатель, как **«производственный рычаг»,** который характеризует изменение прибыли предприятия, при изменении выручки на один процент. Величина «производственного рычага» определяет структурное соотношение переменных и постоянных затрат. Чем выше удельный вес постоянных затрат в общих затратах, тем выше «производственный рычаг». Таким образом, «производственный рычаг» - это, с одной стороны, характеристика возможных темпов роста прибыли, с другой - характеристика рисков потери этой прибыли.

**Производственный рычаг** = (Выручка – Постоянные затраты) / / (Выручка – Постоянные затраты – Переменные затраты)

**Производств. рычаг** = (37 882 000 – 857 728 ) / (37 882 000 - 857 728 –209 654) = 37 042 272 / 36 814 618 = 1 раз.

При изменении выручки на 1 % прибыль предприятия возрастет в 1 раз.

**6. Запас финансовой прочности.**

Зная точку безубыточности, мы можем рассчитать **«запас финансовой прочности»,** который показывает, насколько процентов может быть снижен объем реализации для сохранения безубыточности (если фактический объем реализации ниже точки безубыточности, «запас прочности» покажет, насколько процентов необходимо увеличить объём реализации для достижения безубыточного уровня работы).

Запас прочности = ((Выручка – Точка безубыточности) / Выручка) \* 100 %

Запас прочности = ( ( 37 882 000 -862 992) / 37 882 000) \* 100% =

= 37 019 008 / 37 882 000 = 98 %.

То есть предприятие будет продолжать работать без убытков, пока продажи не снизятся более чем на 98 %.

**7. Срок окупаемости проекта.**

**Срок окупаемости проекта =** Объём первоначальных инвестиций /

(Чистая прибыль + Амортизация).

**СО** = 1 440 018 / (1 985 742 + 5 600) = 1 440 018 / 1 991 342 = 0.7.

Чтобы узнать срок окупаемости в месяцах нужно 0.7 \* 12 месяцев = 8.4. Таким образом, получается, что данный проект окупится за 8 месяцев.

**8. Чистый приведенный доход.**

**NPV = (** Сумма Чистой прибыли / 1.09 ) – Уставный капитал.

**NPV =** Сумма (1 985 742/ 1.09 ) – 1 456 000**.**

**NPV =** 365 781 руб.