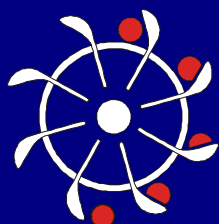


# ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

## ОТКРЫТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО АГЕНТСТВА

### ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.



**STEP BY STEP  
МАРКЕТИНГОВОЕ  
АГЕНТСТВО**

г. Москва



<b>Аннотация .....</b>	<b>3</b>
<i>Цели исследования.....</i>	<i>3</i>
<i>Представленная информация .....</i>	<i>3</i>
<b>Полное содержание исследования .....</b>	<b>4</b>
<b>Приложения .....</b>	<b>4</b>
<b>Список диаграмм и таблиц.....</b>	<b>7</b>
<b>Содержание бизнес-плана.....</b>	<b>10</b>
<i>Суть проекта.....</i>	<i>10</i>
<i>География исследования.....</i>	<i>10</i>
<i>Методы сбора информации .....</i>	<i>10</i>
<i>Описание сегментов рынка .....</i>	<i>10</i>
<i>Конкурентный Анализ (пример описания одного участника рынка) .....</i>	<i><b>Ошибка!</b></i>
<b>Закладка не определена.</b>	

## АННОТАЦИЯ

### Цели исследования

Создание туристического агентства.

### Представленная информация

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

1. Описание услуг
2. Анализ рынка услуг
3. Маркетинговый план
4. План сбыта
5. Производственная часть
6. Организационная структура
7. Финансовый план
8. Нормативная база
9. Организационный план

Данный типовой бизнес – план был обновлен в июне 2006 года. В ходе обновления была проведена работа по анализу рынка за 2005 год, а также сделаны следующие изменения:

- Более подробно изложена нормативная информация, а также подробно рассмотрен процесс получения всех необходимых лицензий и разрешений
- Добавлены:
  - Должностные инструкции сотрудников предприятия
  - Другие полезные приложения

## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

### ОГЛАВЛЕНИЕ

#### 1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Суть проекта

Долгосрочные и краткосрочные цели проекта

Расчетные сроки проекта

Резюме комплекса маркетинга (4P) услуг

Стоимость проекта

Источники финансирования проекта

Выгоды и риски проекта

Ключевые экономические показатели эффективности проекта

#### 2. ОПИСАНИЕ УСЛУГ

Функциональное назначение услуг

Виды услуг

Стоимость услуг, принятая концепция ценообразования

Требования к контролю качества

Возможности для дальнейшего развития услуг

Патентно-лицензионная защита услуг

#### 3. АНАЛИЗ РЫНКА

Анализ положения дел в отрасли

Текущая ситуация в отрасли

Рынок выездного туризма

Рынок внутреннего туризма

Факторы, влияющие на отрасль

Сдерживающие факторы для рынка выездного туризма

Сдерживающие факторы для рынка внутреннего туризма

Тенденции развития отрасли

Тенденции рынка выездного туризма

Тенденции рынка внутреннего туризма

Общие данные о рынке

Объем рынка, потенциальная емкость рынка

Структура рынка

Ценообразование на рынке

Конечные потребители

Потенциальные потребители услуг, их потребительские предпочтения

Диаграмма 15. Предпочтения отдыхающих за границей в выборе класса гостиницы, %

Сегментация потребителей по их потребностям, оценка сегментов потребителей

Описание основных сегментов потребителей, потребительские предпочтения основных сегментов потребителей

Выбор и обоснование целевого сегмента

Конкурентный анализ

Описание и анализ потенциальных конкурентов

«Магазин горящих путевок»

«Велл»

«Куда.Ру»

«Туринфо глобал трэвел»

«Глобал трэвел»

«Горячие туры»

«Путевочка»

«Sunrise TourCenter»

Выбор и обоснование уникального достоинства услуги

#### 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

Уникальное достоинство продукта, позиционирование

Цены, ценовая политика. Обоснование цены на услуги.

Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий сбыта услуги

Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы.

#### 5. ПЛАН СБЫТА

Цены на конкретные позиции услуги

Организация сбыта, каналы сбыта

Скорость товарооборота

#### 6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ



Описание производственного процесса. Технологическая схема производства организации услуги.

Требования к поставщикам

Состав основного оборудования

Оценка и обоснование необходимых ресурсов

Оценка постоянных и переменных затрат при оказании услуг

План оказания услуг на расчетный период

### 6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

Выбор и обоснование типа предприятия

Выбор и обоснование дополнительных сервисов

### 7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

Организационная структура предприятия

Специализация, количество и состав сотрудников

Затраты на оплату труда

### 8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Объем финансирования

Состав и характер затрат на реализацию проекта (инвестиционные затраты)

Основные формы финансовых расчетов

Показатели эффективности проекта

### 9. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Нормативная база и необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта (сроки и стоимость получения)

### 10. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

План-график реализации проекта

ПРИЛОЖЕНИЯ



## ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Выдержки из Постановления Правительства Москвы от 22.01.2002 №41-ПП «О перспективах развития и правилах размещения средств наружной рекламы, информации и оформления города»

Приложение 3. Должностные инструкции работников турагентства

Должностная инструкция руководителя предприятия

Должностная инструкция Бухгалтера

Должностная инструкция Менеджера по продаже турпродукта

Должностная инструкция Курьера

## СПИСОК ДИГРАММ И ТАБЛИЦ

Таблица 1. Положительные и отрицательные факторы, влияющие на отрасль.

Таблица 2. Стоимость услуг туров.

Таблица 3. Состав основного оборудования.

Таблица 4. Постоянные ежемесячные расходы.

Таблица 5. Штатное расписание.

Таблица 6. Стоимость регистрации фирмы и получения лицензии.

Таблица 7. Смета затрат на приобретение оборудования.

Таблица 8. Отчет о прибылях и убытках, тыс. руб.

Таблица 9. План движения денежных средств (Cash Flow), тыс. руб.

Таблица 10. Календарный план осуществления проекта

Диаграмма 1. Структура спроса по итогам летнего сезона 2005 г., %

Диаграмма 2. Структура спроса по итогам зимнего сезона 2004/2005 г., %

Диаграмма 3. Структура спроса на направления горнолыжного туризма по итогам зимнего сезона 2004/2005 г., %

Диаграмма 4. Динамика выездного потока из России в 2002 – 2005 гг., млн. чел.

Диаграмма 5. Темпы прироста количества российских граждан, выехавших за рубеж в 2003 – 2005 гг. с целью туризма, в % к предыдущему году

Диаграмма 6. Структура стоимости туристической путевки (%)

Диаграмма 7. Соотношение по половому признаку российских туристов, путешествующих по России, %

Диаграмма 8. Соотношение по половому признаку российских туристов, путешествующих по странам дальнего зарубежья и СНГ, %

Диаграмма 9. Факторы, определяющие отдых в России, %

Диаграмма 10. Предпочтения туристов, отдыхающих в России, в отношении выбора спутника, %

Диаграмма 11. Предпочтения туристов, отдыхающих за границей, в отношении выбора спутника, %

Диаграмма 12. Предпочтения отдыхающих в России в способе организации отдыха, %



Диаграмма 13. Предпочтения отдыхающих за границей в способе организации отдыха, %

Диаграмма 14. Отношение российских туристов к покупке туристической путевки в кредит, %

Диаграмма 15. Предпочтения отдыхающих в России в отношении пользования услугами гостиниц, %

Диаграмма 16. Предпочтения отдыхающих за границей в выборе класса гостиницы, %

Диаграмма 17. Уровень доходов российских туристов, путешествующих по странам дальнего зарубежья и СНГ, %

Диаграмма 18. Соотношение независимых и сетевых турагенств в Москве, %

Схема 1. Организационная структура предприятия.

## СОДЕРЖАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

### СУТЬ ПРОЕКТА

Создание туристического агентства, приносящего ежегодную чистую прибыль в размере 188 тысячи рублей в год.

### ГЕОГРАФИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Г. Москва

### МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

Кабинетное исследование, экспертные интервью

### ОПИСАНИЕ СЕГМЕНТОВ РЫНКА

Как было указано ранее, рынок туристических услуг включает следующих участников:

- **Туроператоры** – те, кто непосредственно и создает туристический продукт (выкупает номера в отелях, бронирует места в самолетах, организует встречу и размещение туристов, разрабатывает всевозможные экскурсионные программы);
- **Турагенты** – посредники между туроператорами и потребителями, живут на комиссию туроператора, которая зачастую составляет 10%;
- **Физические лица** (как правило), которые покупают готовый туристический продукт - туристические путевки.



### КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ (ПРИМЕР ОПИСАНИЯ ОДНОГО УЧАСТНИКА РЫНКА)

#### «МАГАЗИН ГОРЯЩИХ ПУТЕВОК»

В 1998 г. впервые заявила о себе сеть агентств «Магазин горящих путевок», которая строит бизнес на принципах франчайзинга. Сегодня это самая крупная сеть на российском туррынке – 169 агентств. В нее входят 49 московских агентств (11 из них – собственные) и 120 агентств, расположенных в регионах России, а также в Белоруссии, Латвии, Азербайджане и Украине.

«Магазин горящих путевок» – еще и одна из самых жестких франшиз в отечественном турбизнесе. Это касается и построения бизнеса, и требований, предъявляемых к агентствам, и величины роялти. Первоначальный взнос для франчайзи отсутствует. Франчайзинговые платежи составляют: для Москвы в первый год работы агентства - \$20 тыс., во второй год - \$25 тыс., в третий - \$30 тыс. (разбивается ежемесячно). В регионах ставка плавает в зависимости от местных условий и составляет от 4 до 8 тыс. \$. Жесткие требования предъявляются и к операторам. Если кто-то из них попал в «черный список», формируемый на основании претензий агентств, сотрудничество с ним прекращается.

В 2004 году сеть обслужила 220<sup>1</sup> тыс. туристов, выехавших за границу через московский авиаузел. По экспертным оценкам, оборот всей сети составил более \$130 млн., а головной компании - около \$10 млн.

---

<sup>1</sup> <http://www.foros.ru/news/2005/03/02/7.html>



**Маркетинговое Агентство Step by Step** работает на рынке маркетинговых услуг

5 лет. Сегодня мы активные участники следующих **рынков**:

- Рынок недвижимости
- Рынок торговой недвижимости
- Рынок торговых предприятий
- Рынок промышленных предприятий
- Рынок HoReCa
- ИТ-рынок

Готовые инициативные исследования занимают в портфеле нашего Агентства значительную долю. На сегодняшний день мы являемся лидерами рынка инициативных исследований. В портфеле Маркетингового Агентства 100 готовых исследований (с каждым днем их количество увеличивается) по ключевым направлениям работы Агентства, а так же по многим перспективным и развивающимся рынкам.

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет



Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**. Благодаря этому, мы предлагаем:

- Услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки

**Наши ключевые клиенты:** ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honeywell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.