

Бизнес-план туристиче- ской компании



Оглавление

1. Основные результаты.....	3
1.1. Сущность проекта.....	3
1.2. Эффективность реализации проекта	3
1.3. Источники финансирования.....	3
2. Сведения об инициаторе проекта.....	3
3. Краткая характеристика рынка	3
4. Концепция маркетинга.....	4
5. Организационная структура	4
6. План продаж	4
7. Материальные ресурсы.....	4
7.1. Инвестиционные расходы	4
7.2. Текущие расходы	4
8. Финансовый план	5
8.1. Анализ бюджета движения денежных средств.....	5
8.2. Анализ бюджета доходов и расходов	5
8.3. Анализ прогнозного баланса	5
9. Эффективность проекта.....	5
10. Анализ рисков.....	5
11. Приложения.....	5
11.1. Ретроспективная динамика и прогноз объемов мирового туризма по регионам	5
11.2. Прогнозный отчет о движении денежных средств.....	5
11.3. Прогнозный отчет о прибылях и убытках	5
11.4. Прогнозный баланс	6

На нашем сайте размещены другие [примеры разработанных нами бизнес-планов](#). Вы также можете ознакомиться с [отзывами наших заказчиков](#), описанием [процедуры заказа бизнес-планов и ТЭО](#). Узнайте как оптимизировать расходы на эту работу посмотрев видеопост ["Стоимость разработки бизнес-плана"](#) на нашем канале Youtube.

 Если вы [заполните этот вопросник для подготовки коммерческого предложения](#), мы пришлём вам КП, учитывающее возможности такой оптимизации.

1. Основные результаты

1.1. Сущность проекта

Проект предполагает создание туристической компании с головным офисом в Дубае, основными направлениями деятельности которой будет предоставление следующих услуг:

- **Агентские услуги.** Продажа кругосветных туров большой продолжительности для состоятельных клиентов РФ, Украины, Белоруссии, Казахстана и Туркмении. Основной упор будет сделан на обслуживание туристов, желающих путешествовать разными видами транспорта с высоким уровнем сервиса, и проживать в условиях повышенной комфортности. У создаваемой компании на ближайшие * мес. имеются предварительные заявки на общую сумму порядка *,* млн. долл. США. Поставщик услуг – крупный туроператор, зарегистрированный в Белизе.

- **Туристическая деятельность.** Перепродажа кругосветных морских круизов. На ближайшие * мес. планируются продажи на уровне * млн. долл. США.

Партнерами создаваемой компании являются лидеры туристических услуг СНГ – компании: ООО «АЛС-Тур», ООО «ЛУМ-Тур», ООО «Воскресенье».

1.2. Эффективность реализации проекта

Результаты расчетов показали, что деятельность создаваемой компании эффективна, прибыльна и высококорентабельна. Совокупность показателей эффективности свидетельствует о положительных перспективах реализации данного проекта.

1.3. Источники финансирования

Деятельность создаваемой компании финансируется ее организаторами.

2. Сведения об инициаторе проекта

Проект реализуется профессионалами, имеющими опыт в осуществлении аналогичных проектов.

3. Краткая характеристика рынка

По данным Всемирной туристической организации (United Nations World Tourism Organization. UNWTO), в течении последних десятилетий объемы мирового туризма возросли многократно (см. в приложении – *11.1 Ретроспективная динамика и прогноз объемов мирового туризма по регионам*). Положительная динамика наблюдалась во всех регионах. Люди стали больше путешествовать, тратить больше средств на отдых вдали от дома. В перспективе тенденция к росту объемов мирового туризма продолжится. По оценкам UNWTO к **** г. число принятых иностранных туристов во всех странах мира вырастет по сравнению с показателями **** г. в два раза. В текущих условиях рассматриваемый проект имеет благоприятные перспективы для реализации.

4. Концепция маркетинга

Услуги, реализуемые в рамках рассматриваемого проекта, относятся к дорогостоящим услугам элитного класса, ориентированным на потребительскую аудиторию с высоким уровнем дохода.

Партнерами создаваемой компании являются лидеры туристических услуг СНГ – компании: ООО «АЛС-Тур», ООО «ЛУМ-Тур», ООО «Воскресенье». С указанными компаниями имеются предварительные договоренности о реализации оказываемых услуг и участии в их продвижении.

При реализации туристических продуктов в рамках рассматриваемого проекта применяются методы, используемые при реализации дорогостоящих услуг элитного класса, в частности: личные (персональные) продажи; прямой маркетинг, стимулирование сбыта путем участия клиентов в бонусных программах; организация мероприятий с участием СМИ; участие в благотворительных акциях; лоббирование интересов компании в администрациях различного уровня.

В рамках проекта разработан бюджет продвижения и PR, объем которого составляет ** тыс. долл. США в год. Указанный объем принят на основании данных аналогичных проектов. Кроме того, из выручки компании выделяется **% на оплату услуг посредников (агентов).

5. Организационная структура

Основной офис и руководство компании размещается в Дубае (ОАЭ), из головного офиса осуществляется управление дополнительным офисом компании в Санкт-Петербурге.

6. План продаж

...

Таблица 1. Допущения при формировании плана продаж

...

Диаграмма 1. График доходов

7. Материальные ресурсы

7.1. Инвестиционные расходы

Инвестиционные расходы проекта составляют средства, направляемые на финансирование оборотного капитала создаваемого предприятия. Общая потребность в финансировании составляет **, * тыс. долл. США. Инвестиционные расходы осуществляются в течение первых семи месяцев реализации проекта, в последующие периоды внешних вложений не требуется, проект финансирует себя сам.

7.2. Текущие расходы

...

Таблица 2. Ставки текущих расходов

...

Диаграмма 2. График расходов

8. Финансовый план

8.1. Анализ бюджета движения денежных средств

Как видно из данных, представленных в приложении (см. 11.2 *Прогнозный отчет о движении денежных средств*), в течение прогнозного периода проект не испытывает недостатка в денежных средствах: показатели объема денежных средств на начало и конец периода не принимают отрицательных значений.

8.2. Анализ бюджета доходов и расходов

Как видно из данных, представленных в приложении (см. 11.3 *Прогнозный отчет о прибылях и убытках*), с восьмого прогнозного месяца деятельность предприятия является прибыльной.

8.3. Анализ прогнозного баланса

Как видно из данных, представленных в приложении (см. 11.4 *Прогнозный баланс*), суммарные активы соответствуют суммарным пассивам. Все денежные затраты обеспечены притоками средств.

9. Эффективность проекта

...

Таблица 3. Показатели эффективности проекта

Совокупность приведенных показателей свидетельствует о положительных перспективах реализации данного проекта.

10. Анализ рисков

Основным фактором риска для рассматриваемого проекта является падение спроса на реализуемые услуги на фоне развивающегося финансового кризиса. Меры по снижению (исключению) риска: данный вид риска является неуправляемым, возможно применение различных видов страхования, хеджирования. Вероятность возникновения данного риска – средняя. Степень влияния – высокая. Возможность управления риском – нет.

11. Приложения

11.1. Ретроспективная динамика и прогноз объемов мирового туризма по регионам

Диаграмма 3. Ретроспективная динамика и прогноз объемов мирового туризма по регионам, млн. принятых иностранных туристов

11.2. Прогнозный отчет о движении денежных средств

...

Таблица 4. Прогнозный отчет о движении денежных средств, долл. США

11.3. Прогнозный отчет о прибылях и убытках

...

Таблица 5. Прогнозный отчет о прибылях и убытках, долл. США
11.4. Прогнозный баланс

...

Таблица 6. Баланс, руб.