



**Intesco
Research
Group**

БИЗНЕС-ПЛАН ТУРИСТИЧЕСКОГО АГЕНТСТВА (с финансовой моделью)



ОПИСАНИЕ

Разработка бизнес-плана туристического агентства на основе одного из реально осуществленных проектов аналитической группы Intesco Research Group. Бизнес-план подготовлен по международному стандарту UNIDO.

К данному бизнес-плану прилагается автоматизированная финансовая модель в формате Excel.

Для того чтобы произвести перерасчеты под новый проект, достаточно изменить базовые показатели в финансовой модели.

Сервис, используемый в модели, настолько прост и удобен, что позволяет любому человеку без финансового образования успешно провести расчеты под собственный проект.

Финансовая модель построена таким образом, что позволяет моментально наблюдать изменение показателей эффективности проекта.

Благодаря гибкости финансовой модели, возможна адаптация данного бизнес-плана под новый проект в любом регионе России.

Цели проекта:

привлечение инвестиционных средств для создания туристического агентства;
обоснование экономической эффективности создания туристического агентства;
разработка поэтапного плана создания и развития туристического агентства.

Описание проекта:

месторасположение – г. Москва. Юго-Западный АО города;
офис, находящийся на первом этаже жилого здания или в бизнес-центре;
хорошая транспортная доступность;
расположение вблизи мест высокой пешеходной активности;
наличие автомобильной стоянки;
12-ти часовой график: с 10:00 до 22:00, ежедневный режим работы;
площади - *** кв. м.

Помещения:

кабинет генерального директора – *** кв. м.;
офисные помещения – *** кв. м.;

подсобные помещения – *** кв. м.

Продажа путевок по категориям:

направления класс эконом;

направления класса комфорт;

направления класса престиж.

Услуги:

заказ туров по Интернету;

резервирование по телефону;

покупка тура в офисе;

доставка по адресу.

Дополнительные сервисы:

бронирование гостиниц;

заказ такси;

организация трансфера.

Средняя стоимость услуг:

направления класс эконом – *** тыс. руб.;

направления класса комфорт – *** тыс. руб.;

направления класса престиж – *** тыс. руб.

Финансовые показатели проекта:

Объем первоначальных вложений - **1,42 млн. руб.**

Чистый доход (NCF) - *** млн руб.

Чистый дисконтированный доход (NPV) - *** млн руб.

Простой срок окупаемости (PB) - *** кварталов

Дисконтированный срок окупаемости (DPB) - **1,88 года**

Индекс прибыльности (PI) - *** ед.

Внутренняя норма доходности (IRR) - *** %

Точка безубыточности (BEP) - *** млн руб/квартал

Выдержки из исследования:

В 2011 году доля туризма в ВВП России составляла 3%, что на 0,5 п.п. больше, чем в 2010 году. По целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» этот показатель должен достичь **%. Нужно сказать, что в развитых странах данный показатель уже сегодня составляет **%, а в странах с экономикой, ориентированной на туризм – **%.

Так, в 2009 году объём туристического рынка оценивался в ** млрд долл. или в **млн турпакетов, в 2010 – ** млрд долл. или ** млн турпакетов, а в 2011 году рынок в денежном выражении достиг ** млрд долл. и ** млн турпакетов. Особенно высокий рост отмечался в 2010 году, когда восстановление после кризиса дало прирост в стоимостном выражении в **%.

Российский туристический рынок развивается достаточно активно. В 2011 году выручка от деятельности туристических фирм в стране составила ** млрд руб. Крупнейшим туристическим центром является Москва. На нее пришлось ** млрд руб от общего объема выручки.

В период с 2005 по 2011 гг. совокупная выручка туристических фирм увеличилась более чем в три раза: с ** млрд руб. до ** млрд руб. Кризисный 2009 год был отмечен замедлением темпов прироста до **%, но уже в 2010 году выручка компаний выросла почти на **, а в 2011 году – больше чем на **.

Около ** всей выручки от организации комплексного туристического обслуживания в 2011 году приходилось на г. Санкт-Петербург, **% формировалось в Москве. Активно в этой области работали агентства Хабаровского края – **%, ** и ** областей – 1,5% и 1,2% соответственно. На прочие регионы в структуре выручки пришлось не более **%.

Всего по итогам первого полугодия 2012 года за рубеж с туристической целью выехало более ** млн российских граждан, в то время как прибытие иностранных граждан составило ** тыс. чел. Причем **% въезжающих – это граждане Германии, а **% - Китая.

Россияне же предпочитают больше для отдыха Турцию (**%) и Египет (**%).

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

- 1.1. Цели проекта
- 1.2. Расчетный период проекта
- 1.3. Стоимость реализации проекта
- 1.4. Источники финансирования проекта
- 1.5. Показатели эффективности проекта

2. ИНФОРМАЦИЯ ОБ УЧАСТНИКАХ ПРОЕКТА

3. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

- 3.1. Концепция туристического агентства
- 3.2. Спектр услуг туристического агентства
- 3.3. Схема работы туристического агентства
- 3.4. Разрешительная документация для открытия туристического агентства

4. АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

- 4.1. Основные характеристики туризма
 - Определение и основные понятия туризма*
 - Основные классификации туризма*
 - Новые виды туризма*
- 4.2. Объем российского рынка туризма
 - Динамика объема рынка туристических услуг*
 - Деятельность туристических агентств в России*
 - Комплексное туристическое обслуживание*
 - Динамика туристических потоков*
- 4.3. Анализ цен на рынке туристических услуг
 - Средние цены на туристические путевки*
 - Цены на проживание в России*
 - Траты российских туристов на отдых в европейских странах*
- 4.4. Рынок онлайн бронирования туристических услуг
 - Тенденции рынка онлайн-бронирования в России*
 - Объем российского рынка онлайн путешествий*
 - Структура рынка онлайн-бронирования по видам*
 - Динамика спроса на онлайн-бронирование туристических услуг*
 - Онлайн рынок туристических услуг в других странах*
- 4.5. Крупнейшие компании на рынке туристических услуг
 - Крупнейшие туристические агентства*

Крупнейшие российские компании, оказывающие экскурсионные услуги
Компании, работающие на туристическом рынке онлайн-бронирования

4.6. Тенденции на рынке туризма

Развитие российского туристического рынка
Сдерживающие факторы развития туризма в России

4.7. Перспективные направления туризма

Экологический туризм

4.8. Государственное регулирование рынка

Мировой опыт государственного регулирования в сфере туризма
Государственное регулирование туристического рынка в России

4.9. Прогноз развития российского рынка туризма на 2013-2015 гг.

5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

5.1. Состав персонала

5.2. Должностные обязанности сотрудников

6. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

6.1. Ценовая политика турфирмы

6.2. Рекламная стратегия турфирмы

Презентация

Текущая реклама и стимулирование сбыта

Варианты развития туристического агентства

6.3. Клиенты турфирмы

7. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

7.1. Расположение туристического агентства

7.2. Аренда / Строительство зданий и сооружений

7.3. Структура использования площадей

7.4. Необходимое оборудование

7.5. Объемы оказываемых услуг

7.6. График реализации проекта

8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

8.1. Первоначальные вложения в проект

Динамика инвестиционных вложений

Направления инвестиционных вложений

8.2. Доходы туристического агентства

8.3. Расходы туристического агентства

8.4. Система налогообложения

8.5. Отчет о прибылях и убытках

8.6. Отчет о движении денежных средств

8.7. Бухгалтерский баланс

9. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

9.1. Методика оценки эффективности проекта

9.2. Чистый доход (NCF)

9.3. Чистый дисконтированный доход (NPV)

9.4. Срок окупаемости (PB)

9.5. Дисконтированный срок окупаемости (DPB)

9.6. Индекс прибыльности (PI)

9.7. Внутренняя норма доходности (IRR)

10. АНАЛИЗ РИСКОВ ПО ПРОЕКТУ

10.1. Качественный анализ рисков

10.2. Анализ чувствительности проекта

10.3. Точка безубыточности проекта

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ДОЛЖНОСТНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ СОТРУДНИКОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО АГЕНТСТВА

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP

СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ, ТАБЛИЦ И СХЕМ

Список графиков:

График 1. Динамика объема российского туристического рынка в 2009-2011 гг.

График 2. Динамика объемов выручки от деятельности туристических агентств в России в 2005-2011 гг., млн руб.

График 3. Динамика объемов выручки от организации комплексного туристического обслуживания в России в 2005-2011 гг., млн руб.

График 4. Динамика въездного/выездного туризма в 2010-1 полугодии 2012 года, тыс. чел

График 5. Динамика российского выездного туризма по крупнейшим зарубежным странам в 1-ом полугодии 2011-2012 гг., чел

График 6. Динамика российского въездного туризма по крупнейшим зарубежным странам в 1-ом полугодии 2011-2012 гг., чел

График 7. Распределение туристов в соответствии со стоимостью туристических путевок в летний период 2012 года, %

График 8. Динамика средних цен на пребывание в доме отдыха, гостинице 2-3* и санатории в 2006-2011 гг., руб/чел. дн.

График 9. Динамика российского рынка онлайн путешествий в 2009-2012* гг., млрд долл.

График 10. Динамика запросов по «бронированию туров» по месяцам в 2010-2012 гг., запросов

График 11. Динамика запросов по «бронированию отелей» по месяцам в 2010-2012 гг., запросов

График 12. Динамика объема российского туристического рынка в 2009-2012 гг. и прогноз на 2013-2015 гг., млрд долл.

График 13. Популярность и сезонность услуг туристического агентства, %

График 14. Загрузка туристического агентства, %

График 15. Динамика цен туристического агентства в течение года, % от средних цен в году

График 16. Динамика количества клиентов по видам поступлений туристического агентства, чел.

График 17. Динамика инвестиционных вложений в проект туристического агентства, тыс. руб.

График 18. Динамика выручки туристического агентства, тыс. руб.

График 19. Динамика выручки, валовой прибыли и прибыли до налогообложения туристического агентства, тыс. руб.

График 20. Динамика чистой прибыли туристического агентства, тыс. руб.

График 21. Движение денежных потоков туристического агентства, тыс. руб.

График 22. Остаток денежных средств на счету туристического агентства, тыс. руб.

График 23. Чистый доход (NCF) туристического агентства, тыс. руб.

График 24. Чистый дисконтированный доход (NPV) туристического агентства, тыс. руб.

График 25. Влияние уровня цен туристического агентства на NCF, % от уровня цен

График 26. Влияние уровня цен туристического агентства на NPV, % от уровня цен

График 27. Влияние уровня цен туристического агентства на PB, % от уровня цен

График 28. Влияние уровня цен туристического агентства на DPB, % от уровня цен

График 29. Влияние уровня цен туристического агентства на PI, % от уровня цен

График 30. Влияние уровня цен туристического агентства на IRR, % от уровня цен

График 31. Точка безубыточности туристического агентства, %

Список диаграмм:

Диаграмма 1. Региональная структура выручки от организации комплексного туристического обслуживания в 2011 году, %

Диаграмма 2. Структура российского въездного туризма по целям в 2010-2011 гг., %

Диаграмма 3. Предпочтения российских пользователей по организации отдыха в 2009-2011 гг., %

Диаграмма 4. Структура российского рынка онлайн-бронирования по видам услуг в 2011 году, %

Диаграмма 5. В какой степени корпоративные путешественники будут меньше нуждаться в советах профессионалов в ближайшие годы, %

Диаграмма 6. Структура ФОТ по видам персонала туристического агентства, %

Диаграмма 7. Структура использования площадей туристического агентства, %

Диаграмма 8. Структура затрат на оборудование для туристического агентства, %

Диаграмма 9. Структура инвестиционных вложений в проект туристического агентства, %

Диаграмма 10. Структура выручки по видам поступлений туристического агентства, %

Диаграмма 11. Структура текущих расходов туристического агентства, %

Диаграмма 12. Структура себестоимости услуг туристического агентства, %

Диаграмма 13. Структура налоговых выплат туристического агентства, %

Список схем:

Схема 1. Способы работы туристического агентства

Схема 2. Классификация туризма по типам

Схема 3. Классификация туризма по целям поездок

Схема 4. Классификация туризма по виду транспорта

Схема 5. Классификация туризма по продолжительности путешествий

Список таблиц:

Таблица 1. Объемы выручки от деятельности туристических агентств по регионам и федеральным округам РФ в 2008-2011 гг., тыс. руб.

Таблица 2. Объемы выручки от организации комплексного туристического обслуживания по регионам и федеральным округам РФ в 2008-2011 гг., тыс. руб.

Таблица 3. Динамика выездного туризма из России в 2010- 1-ом полугодии 2012 года по странам, чел

Таблица 4. Динамика въездного туризма из России в 2010- 1-ом полугодии 2012 года по странам, чел

Таблица 5. Крупнейшие предприятия с основным видом деятельности по ОКВЭД «деятельность туристических агентств» в 2011 году, выручка, рентабельность

Таблица 6. Крупнейшие предприятия с основным видом деятельности по ОКВЭД «предоставление туристических экскурсионных услуг» в 2011 году, выручка, рентабельность

Таблица 7. Персонал туристического агентства, чел.

Таблица 8. Площади помещений туристического агентства, кв. м.

Таблица 9. Оборудование для офиса туристического агентства

Таблица 10. Мебель для офиса туристического агентства

Таблица 11. Параметры поступлений туристического агентства

Таблица 12. Средние цены на категории услуг туристического агентства, тыс. руб.

Таблица 13. Инвестиционные затраты по проекту туристического агентства, тыс. руб.

Таблица 14. Динамика поступлений туристического агентства, тыс. руб.

Таблица 15. Стоимость аренды помещения для туристического агентства, тыс. руб.

Таблица 16. Параметры текущих затрат туристического агентства

Таблица 17. Налоговые выплаты туристического агентства, тыс. руб.

Таблица 18. Отчет о прибылях и убытках туристического агентства, тыс. руб.

Таблица 19. Отчет о движении денежных средств, тыс. руб.

Таблица 20. Бухгалтерский баланс туристического агентства, тыс. руб.

Таблица 21. Расчет эффективности инвестиционного проекта туристического агентства, тыс. руб.

Таблица 22. Показатели эффективности проекта туристического агентства

Таблица 23. Анализ чувствительности основных показателей проекта, % от уровня цен

Таблица 24. Расчет точки безубыточности туристического агентства, %

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP

INTESCO RESEARCH GROUP – аналитическая группа, основным направлением деятельности которой является разработка высококачественных бизнес-планов, ТЭО и маркетинговых исследований, как российских, так и региональных рынков РФ. Мы предоставляем нашим клиентам актуальную и достоверную информацию, профессиональные рекомендации для ведения бизнеса.

Все работы **INTESCO RESEARCH GROUP** построены на проверенных научно-исследовательских методиках. При проведении маркетинговых исследований и разработке бизнес-планов опирается на принятые во всем мире методики оценки эффективности инвестиционных вложений, на российские и международные стандарты качества.

Аналитики компании **INTESCO RESEARCH GROUP** являются выпускниками ведущих московских вузов (МГУ, МФТИ, РЭА им. Плеханова, Высшая школа экономики, ФИНЭК) и имеют глубокие знания в маркетинге, методологии построения маркетинговых исследований, оценке эффективности инвестиционных проектов, составлении аналитических отчетов и бизнес-прогнозирований.

Профессиональный подход и сервис, высококвалифицированные специалисты, глубокие знания различных рынков, большой проектный опыт и постоянное совершенствование позволяют компании **INTESCO RESEARCH GROUP** оказывать высококачественные услуги всем своим клиентам.

Информация из наших отчетов публикуется в крупнейших российских газетах и журналах: «Ведомости», «Коммерсант-Деньги», «Российская газета», «Forbes», «Russian Food Market», «Food Service», «РБК daily», «Ценовик», «Мое дело. Магазин», «MAXIM» «Однако», «Хлебопекарное производство», «Продукты и Прибыль», «Кондитерская сфера/хлебопечение», «Unipack.Ru» и пр.

НАШИ КЛИЕНТЫ



**ЦЕЛЬ НАШЕЙ КОМПАНИИ – УСПЕШНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ
БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ СВОИХ КЛИЕНТОВ**

Е-mail: info@i-plan.ru

Сайт: www.i-plan.ru

Тел.: +7 (495) 645-97-22