

Бизнес-план Туристического автобуса

Собственность ООО «БиПлан Консалтинг»

www.bi-plan.ru

1. Конфиденциальность
2. Резюме
3. Этапы реализации проекта
4. Характеристика объекта
5. План маркетинга
6. Техничко-экономические данные оборудования
7. Финансовый план
8. Оценка риска
9. Финансово-экономическое обоснование инвестиций
10. Выводы

Приложения:

Таблица 1. Этапы проекта

Таблица 2. Автобус

Таблица 12. Дисконтированные денежные потоки деятельности

Туристического автобуса за 2 отчетных периода

Таблица 13. Расходы на реализацию проекта

Таблица 14. Расходы на оплату труда и налоговые отчисления

Разработка бизнес плана на заказ

1. Вы планируете запуск небольшого предприятия или фирмы с объемом инвестиций до 3 млн. рублей;
2. Вам нужен бизнес план «для себя» с детальным анализом будущего дела;
3. Вам нужен бизнес план для привлечения кредита свыше 3 млн. рублей от внешнего источника финансирования?

Наши эксперты найдут идеальное решение специально для открытия Вашего дела.

Чтобы начать процедуру разработки бизнес плана позвоните прямо сейчас по телефону:

8 (499) 343-93-83

Наш опыт создания бизнес планов во всех отраслях экономики и социального развития России начался в 2000 году. С тех пор нашими экспертами было выполнено более 500 бизнес планов для предприятий и организаций, многие из которых действуют по сей день. Чтобы создать успешное дело, необходимо грамотно его спланировать, учесть все нюансы, просчитать расходы и риски. Мы готовы в этом Вам помочь.

Подробнее с услугой Вы можете ознакомиться на сайте:

<http://www.bi-plan.ru/order/>

1. Конфиденциальность

Информация и данные, содержащиеся в данном бизнес-плане, являются конфиденциальными, предоставляются при условии, что они не будут переданы третьим лицам без предварительного согласия предприятия-заявителя и разработчика бизнес-плана.

Бизнес-план предназначен для оценки экономической эффективности инвестиционного проекта и использования в качестве коммерческого предложения в процессе проведения переговоров с заинтересованными инвесторами и кредиторами.

Принимая на рассмотрение данный бизнес - план, получатель берет на себя ответственность за соблюдение указанных условий.

Все данные, оценки, планы, предложения и выводы, приведенные в данном документе, касающиеся расходов, объемов реализации, источников финансирования и прибыльности проекта, актуальны при условии форс-мажорных обстоятельств и основываются на согласованных мнениях участников разработки бизнес-плана.

2. Резюме

Настоящий проект представляет собой план создания Туристического автобуса с денежным оборотом в два года.

Руководитель проекта _____

Идея проекта: Идея создания Туристического автобуса оборотом в два года преследует три цели:

1. Создание высокорентабельного предприятия.
2. Получение прибыли.
3. Удовлетворение потребительского рынка услуг туризма и развлечений.

Финансирование проекта: Осуществляется путем получения коммерческого кредита в размере 2070000 рублей.

Характер предприятия: предприятие по предоставлению туристических услуг — экскурсии на автобусе по городу и туристическим местам.

Стоимость проекта: 2070000 руб.

Сроки окупаемости: 2 года.

Доход инвестора составит 278141,76 рублей.

Выплаты процентов по кредиту начинаются с первого месяца реализации данного проекта.

Возврат заемных средств начинается с первого месяца реализации проекта. Данное обстоятельство введено в данном бизнес плане для упрощения понимания структуры расчета потока дисконтирования и регулирования денежного потока.

Заложенная процентная ставка по заемным средствам 14%. Необходимо учитывать, что в настоящее время банки пересматривают норму процента для инвестиционных проектов в сторону снижения.

Общая сумма начисленных процентов составит 278141,76 рублей.

Условный жизненный цикл проекта 2 года.

Срок окупаемости с начала реализации проекта 2 месяца.

Срок окупаемости с учетом дисконтирования 2 года.

Общий экономический эффект от реализации проекта за условный жизненный цикл составляет 65710196,23 руб.

3. Сроки и основные этапы реализации проекта

Начало реализации проекта начинается после получения кредита.

Окончание через 24 месяца.

Необходимые для реализации проекта мероприятия описаны в Таблице 1 «Этапы проекта» Приложений.

4. Характеристика объекта

Туристический автобус предназначен для оказания туристических услуг населению. Такого вида автобусы передвигаются по заранее продуманному и оглашенному потребителю маршруту. По выбору потребитель может воспользоваться услугами гида.

По назначению автобусы подразделяются на следующие виды:

- экспедиционные;
- вездеходы;
- городские;
- грузовые;
- служебные;
- междугородные;
- аэродромные;
- автобусы связи;
- пригородные;
- ритуальные;
- местного сообщения;
- спальные;
- тропические;
- туристические (см. Табл. 2 Приложений);
- подземные;
- школьные;
- экскурсионные.

По длине автобусы бывают: микроавтобусы (до 5 м), малые (6-7,5 м), средние (8-9,5 м), большие (10,5-11 м), особо большие (свыше 11,5 м).

По конструкции и компоновке автобусы бывают: переднемоторные, заднемоторные, центральномоторные, капотной компоновки, бескапотной компоновки, низкопольные, высокопольные, одиночные, сочлененные, полутораэтажные, двухэтажные, двухпостовые, терминальные, полуприцепы, прицепы.

Комфортабельность туристических автобусов классифицируется количеством звезд, которых может быть от одной до пяти. Простой автобус без туалета, холодильника, видеомонитора, с простыми по конструкции сиденьями без регулировок и с ограниченным пространством между последовательно стоящими креслами получает три звезды. Пятизвездные автобусы имеют

большое расстояние между креслами, электроприводы, индивидуальные блоки управления климатом, мультимедиа и туалет. Главный параметр – шаг установки регулируемых кресел – расстояние между задними поверхностями подушек последовательно стоящих друг за другом сидений. Соответственно, от одной до пяти звезд, оно должно быть не менее 68, 72, 77, 83 и 90 см.

В планах организации Туристического автобуса предполагается:

- оформление документов на ведение бизнеса;
- приобретение автобуса;
- разработка туристического маршрута;
- найм персонала;
- проведение маркетинговой компании.

Для ведения данного бизнеса обычно оформляют свидетельство предпринимателя. Но существуют и крупные компании, которые заключают договоры с владельцами автобусов на оказание автотранспортных услуг с целью предоставления туристических услуг. В таком случае владелец автобуса также должны быть или предпринимателем или иметь соответствующий вид деятельности. Третий вариант – это предприятие специализирующиеся на туристических поездках, как по городу, так и за его пределами, которое приобретает автобус в туристических целях.

Еще один вариант развития туристического бизнеса на колесах – это организация шоп-туров, которые начинают пользоваться огромной популярностью. Однако перед тем как первый автобус со счастливыми туристами выедет на экскурсию, необходимо проделать огромную часть работы, связанную с решением возникающих вопросов.

Самый распространенный способ приобретения автобуса – аренда. Покупка и содержание собственных автобусов для отдельно взятых туроператоров обременительны, тем более что в основном окупаемость одной транспортной единицы – семь - девять лет. Но эксперты туристического рынка констатируют, что в крупных компаниях постепенно осознают необходимость обзаведения собственным автобусным парком. Это объясняется тем, что

условия аренды автобусного транспорта нестабильны.

В настоящее время техника нанимается, обычно, у фирм, которые близко расположенных к месту пересечения границы. В большинстве случаев это Белоруссия, но иногда российские турфирмы работают с посредниками из Литвы и Польши. В Белоруссии раньше существовала обходная схема ввоза импортных автобусов в качестве уставного капитала, но не так давно эта лазейка была закрыта, в результате с рынка ушло порядка ста автобусов. В масштабах туристического бизнеса это очень много. Осложнило эту ситуацию и то, что арендодатели, ссылаясь на рост цен на топливо, постоянно поднимают тарифы, а стоимость туров из-за жесткой конкуренции приходится удерживать на низком уровне. Большинство крупных турфирм арендует автобусы у одних и тех же транспортников. Около половины парка – продукция компании Neoplan, конкуренцию ей составляют автобусы других европейских производителей – Mercedes, Setra, Scania, Vanhool, Volvo. Подавляющее большинство автобусов выпущено в 80-90-х годах и вмещает около 50 человек. Приобретая автобусы, турфирмы предпочитают те же марки – чаще всего это Mercedes и Setra, реже – другие европейские машины, например, автобусы марки Ivoa. Покупаются, как правило, подержанные автобусы, потому что новые в два-три раза дороже. Срок службы туристического автобуса – пять-шесть лет, после этого в идеале турфирма должна обновить свой парк. Выбор именно европейских брендов туроператоры объясняют тем, что маршруты большинства туров пролегают по Европе. Там у иномарок не возникает проблем с устранением неполадок, кроме того, допуск российских автобусов на заграничные маршруты по-прежнему ограничивается экологическими нормами, как минимум "Евро-2". Особенно жесткие нормы по выхлопу действуют в Скандинавии, поэтому на автобусах устанавливаются катализаторы.

К техническому состоянию автобусов особых требований нет, особенно если машины не старые. Операторы, работающие преимущественно на российском рынке, тоже предпочитают подержанные иномарки. Туркомпании ссылаются на то, что автобусные туры по России привлекают не только наших

граждан, но и иностранцев. Поэтому, несмотря на то, что в России, в отличие от Европы, нет законодательно установленного минимального уровня комфорта, российские компании стремятся использовать для перевозки иностранцев преимущественно зарубежную технику. Для туристических автобусов в России существуют достаточно жесткие требования по страхованию – страхуется каждое посадочное место, обязателен полис ОСАГО. В Европе этому документу примерно соответствует "зеленая карта".

Все затраты по содержанию и использованию собственного транспорта можно разделить на постоянные и переменные. Переменные затраты, в отличие от постоянных, зависят от количества выездов и покрытого за время этих выездов расстояния.

К постоянным затратам относятся:

- зарплата водителей;
- плата за размещение водителей;
- плата за питание водителей;
- зарплата технического персонала - одного механика и одного электрика.
- плата за техническое обслуживание транспортного парка;

Переменные затраты включают в себя:

- стоимость топлива;
- расходные материалы, запчасти.

Все транспортные средства используют как дизельное топливо, предполагаемая стоимость которого в России 24,5 рублей за литр, так и бензин, стоимость которого 26 рублей за литр.

Важным является разработка маршрутов. Это может быть и туристическая поездка по городу, а может быть и автобусная поездка по достопримечательностям нескольких городов. Также нужно учитывать, что лучше всего привлечь к работе гида, который бы интересно рассказал о тех местах, где будут проходить маршруты.

Для обеспечения работы одного автобуса потребуется два водителя.

Рентабельность данного бизнеса зависит от оптимального соотношения

приносимой прибыли и количества автобусо - дней простоя. Чем меньше этот показатель, тем выгоднее вести данный бизнес в конкретном регионе.

На сегодняшний день функционирует множество мелких компаний, которые занимаются частным извозом, а также компании, которые специализируются на предоставлении услуг туристических прогулок на автобусах, но большинство из них не чувствует конкуренции, так как рынок этот достаточно свободен и еще не достаточно структурирован. Этот бизнес долго окупается и требует большой объем инвестиций, поэтому бизнес-план для такого предприятия должен быть обязательно, как подробное руководство, со всеми расчетами, сроками, рисками.

Соответственно, оборудование окупится за год, в следующих периодах все затраты будут составлять остальные начальные затраты.

5. План маркетинга

128 пунктов успешного бизнес-плана

1. Конфиденциальность

1.1. Предназначение

1.2. Актуальность

2. Резюме

2.1. Денежный оборот

2.2. Идея и цели проекта

2.3. Финансирование

2.4. Характер предприятия

2.5. Сроки окупаемости

2.6. Доходы инвестора

2.7. Экономический эффект

3. Сроки и основные этапы реализации проекта

4. Характеристика объекта

4.1. Потребители товара/услуги

4.2. Выбор категории товара/услуги

4.3. Концепция бизнеса

4.4. Распределение эффективности мощностей

4.5. Расчет прибыльности

4.6. Учет национальных и региональных особенностей

4.7. Эффективное распределение площадей

4.8. Сравнение затрат на аренду и приобретение в собственность

4.9. Адаптация концепции к потребностям клиентов

4.10. Определение целевой группы

5. План маркетинга

5.1. Отслеживание текущего состояния потребительского рынка

5.2. Расчет рентабельности

5.3. Изучение конкурентной среды

5.4. Ориентирование на постоянного клиента

5.5. Программы лояльности

5.6. Системы электронного управленческого учета

5.7. Конкурентные преимущества

5.8. Сравнение российского и импортного оборудования

5.9. Возможное объединение направлений бизнеса

5.10. Динамика объема продажи товара/услуг

5.11. Объем продажи товара/услуг

5.12. Прогнозы экспертов рынка

5.13. Анализ ситуации на рынке

5.14. Разработка комплекса мероприятий по формированию потребительского мнения

5.15. Глобальная разработка концепции бизнеса

5.16. Изучение конкурентного окружения

5.17. Потенциал потребителей товаров/услуг

5.18. Прирост участников конкурентного рынка

5.18.1.1. Северо-западный округ

5.18.1.2. Уральский Федеральный округ

5.18.1.3. Центральный Федеральный округ

5.18.1.4. Южный Федеральный округ

5.18.1.5. Приволжский Федеральный округ

6. Техничко-экономические данные оборудования

6.1. Подбор оборудования для обеспечения работы

6.2. Техническая оснащенность помещений

7. Финансовый план

7.1. Система учета

7.2. Основные уплачиваемые налоги

7.2.1.1. Налог на прибыль

7.2.1.2. НДС

7.2.1.3. Налог на имущество

7.2.1.4. Подоходный налог

7.2.1.5. Социальные выплаты

7.3. Прогнозируемая структура доходов

7.4. План объемов продаж товаров/услуг расчетного периода

7.5. Дисконтированные потоки выручки

7.6. Выплата кредита

7.7. Расходы на деятельность предприятия

7.8. Анализ расходов с учетом специфики предприятия

7.9. Отработка системы найма для привлечения высококвалифицированных кадров

7.10. Планирование фонда оплаты труда

8. Оценка риска

8.1. Уровень конкуренции

8.2. Уровень смены технологий

8.3. Уровень зависимости от человеческого фактора

8.4. Уровень капитализации инвестиций

9. Финансово-экономическое обоснование инвестиций

- 9.1. Расчет необходимых кредитных средств
- 9.2. Вычисление точки безубыточности
- 9.3. Расчет суммы прибыли и чистая прибыль инвестора
- 9.4. Итоговая валовая прибыль
- 9.5. Расчет дисконтированных потоков денежных средств

10. Выводы

- 10.1. Условия успешного функционирования
- 10.2. Необходимые качества руководителя

11. Приложения

- 11.1. Этапы проекта
 - 11.1.1.1. Начало проекта
 - 11.1.1.2. Заключение инвестиционного договора
 - 11.1.1.3. Внесение в госреестр и постановка на учет
 - 11.1.1.4. Подбор местоположения и оформление документации
 - 11.1.1.5. Приобретение оборудования
 - 11.1.1.6. Установка оборудования
 - 11.1.1.7. Найм персонала
 - 11.1.1.8. Обучение персонала
 - 11.1.1.9. Проведение маркетинговой компании
 - 11.1.1.10. Окончание проекта
- 11.2. Влияние на выручку отдельных товаров/услуг
- 11.3. Средние цены на товары/услуги в России
- 11.4. Оборудование для обеспечения работы
- 11.5. Мебель для организации работы
- 11.6. Расходы проекта
 - 11.6.1.1. Аренда/приобретение площади

- 11.6.1.2. Приобретение оборудования
- 11.6.1.3. Расход материалов
- 11.6.1.4. Накладные расходы
- 11.6.1.5. Приобретение необходимой оргтехники
- 11.6.1.6. Затраты на рекламу
- 11.6.1.7. Зарплата сотрудникам
- 11.6.1.8. Налоги
- 11.6.1.9. Непредвиденные расходы
- 11.7. Периоды денежных поступлений и отчислений (помесячно)
 - 11.7.1.1. Валовый доход предприятия
 - 11.7.1.2. Доход от продаж товаров/услуг
 - 11.7.1.3. Выплаты по кредиту
 - 11.7.1.4. Основная сумма
 - 11.7.1.4.1.1. Остаток суммы к выплате
 - 11.7.1.4.1.2. Процент по кредиту
 - 11.7.1.5. Издержки
 - 11.7.1.5.1.1. Единовременные выплаты
 - 11.7.1.5.1.2. Ежемесячные выплаты
 - 11.7.1.6. Сальдо месяца
 - 11.7.1.7. Налог на прибыль
 - 11.7.1.8. Чистый доход
- 11.8. Расходы на оплату труда и налоговые отчисления
 - 11.8.1.1. Заработная плата работников в месяц
 - 11.8.1.2. ФОТ до налогообложения
 - 11.8.1.3. Налоговые отчисления за год
 - 11.8.1.3.1.1. Подоходный налог
 - 11.8.1.3.1.2. Отчисления в социальные фонды
 - 11.8.1.4. Общие расходы на оплату персонала

11.8.1.5. Налоги к перечислению в бюджет

Спасибо, что прочитали краткий бизнес-план на сайте www.bi-plan.ru

Для открытия прибыльного бизнеса скачайте полную версию бизнес-плана в формате WORD, с расчетами, таблицами ФОТ и ДДС.

Желаем успехов в будущем деле!

С уважением, Команда БиПлан