НЧИ КФУ

Кафедра «Производственного менеджмента»

Конфиденциально

просьба вернуть, если Вас

не заинтересовал проект

Кому: Пуряеву А.С.

БИЗНЕС-ПЛАН

«Создание предприятия по предоставлению туров на фургонах»

Краткое название проекта (до 20-30 знаков): «Дом на колёсах»

Полное наименование проекта: туроператор «Дом на колёсах»

Проект подготовили студенты группы 4161117: Гайфуллина А.Х., Малюткина Д.И.

тел. (913) 913-11-22

Дата начала реализации проекта: «27» января 2020 г.

Продолжительность проекта: 5 лет

Период времени от даты, на которую актуальны исходные данные,

до начала проекта: 2 мес.

Дата составления: «27» ноября 2019 г.

Принято 18 января

Оглавление

1. ФОРМИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ИДЕИ 3
1.1 Описание Продукта 3
1.2 Описание целевой аудитории: 4
1.3 Описание места расположения предприятия: 4
1.4 Выбранные виды дистрибуции: 4
1.5 Формулировка бизнес-идеи: 5
2 ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА КОНКУРЕНТОВ 5
2.1 Необходимые для сбора данные о рынке 6
2.2 Способы сбора рыночной информации 23
2.3 Порядок работы 24
3 КОРРЕКТИРОВКА БИЗНЕС-ИДЕИ 21
4 СОЗДАНИЕ ПЛАНА ПРОДАЖ 22
4.1 Определение среднего чека и средней торговой наценки 22
4.2 План по количеству продаж/ клиентов 23
4.3 План по количеству потенциальных клиентов 24
4.4 Расчет объема продаж 24

1. ФОРМИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ИДЕИ

1.1 Описание Продукта

Туры по природным, экологическим местам на оборудованных под тип дома, комфортабельных фургонах в сопровождении гида, водителей для людей, желающих путешествовать и отдохнуть на природе с комфортом, а также сдача фургонов в аренду.

Классификация Продукта

Вид	Пример/Пояснение	Описание
Категория товара, услуги	Продовольственные, юридические, строительные, рекламные	Рекреационные
Специфика	Кратковременного использования, массового спроса	Массового спроса
Сезонность	Например, для турфирмы: есть. май-ноябрь	Апрель-октябрь
Новизна	Насколько продукт уникальный	Уникален для России
Есть ли конкурентные Продукты	Перечислить основные плюсы и минусы в сравнении	Есть. + Предоставляем туры на фургонах + Нет конкурентов, предоставляющих такую же уникальную услугу - Только начинаем развиваться
Представление о цене	В какой ценовой сегмент продукт попадет. Средний, низкий, высокий	Средний, высокий
Представление о качестве	Какого качества по сравнению с сущ. аналогами	Идентичного (аренда фургонов), более высшего качества (туры на фургонах)
Предубеждения о продукте	Есть ли какие-то ожидания об опыте использования продукта ранее	Ожидают комфортную обстановку внутри фургона (кровать, душ, туалет, плита, холодильник и др.)
Место реализации	Где планируется реализовывать	Москва и близлежащие к ней города
Способ дистрибуции	Офлайн, опт, с помощью посредников, активные продажи	Онлайн, розница, входящие запросы, как прямые продажи, так и с помощью посредников

Какие потребности клиентов удовлетворяет Продукт

Основные	Дополнительные
Турпродукт	Отдых, восстановление сил, познание, путешествие, приключения
Аренда фургона	Полностью оборудованное помещение для жилья, транспортное средство

1.2 Описание целевой аудитории:

Характеристики		Описание
Географические	Регион проживания, город, район, плотность населения, климат	Москва и близлежащие к ней города, умеренно-континентальный климат, плотность населения – 4880 чел./км2
Социально-демографические	Пол, возраст, уровень дохода, образование, социальный статус, размер семьи, количество детей и их возраст и т.д.	Мужчины и женщины 18-65 лет, со средним и высоким уровнем дохода - 40 тыс. руб. и более, пары без детей, семьи с 1-3 детьми от 1года
Психографические	Стиль жизни, особенности личности, черты характера, жизненная позиция, образ жизни, система ценностей	Быстрый темп и городской стиль жизни, любовь к природе и приключениям, увлечение экстремальными видами спорта, желание пробовать новое, любопытный, обеспеченный, привыкший к комфорту человек, ведущий активный, здоровый образ жизни
Поведенческие	Повод для совершения покупки, отношение к товару, доминирующие мотивы покупки, приверженность к определенным маркам, частота пользования конкретным товаром, способность откликнуться на новые товары на рынке	Поводом может служить желание прикоснуться к природе, отправиться в приключение, сменить обстановку и восстановить силы после городского темпа жизни, при этом не теряя уют и комфорт. Отношение к товару как к интересной инновации, упрощающей жизнь во время путешествия Высокий уровень отклика на новые продукты и услуги на рынке

1.3 Описание места расположения предприятия:

Офис будет располагаться в городе Москва по адресу Тверская-Ямская 1-я, 23 ст1 в бизнес-центре «Парус». Недалеко в гаражно-строительном кооперативе «Пробег» по адресу Нижняя, 16 можно расположить фургоны.

1.4 Выбранные виды дистрибуции:

Через сообщества в социальных сетях, таргетинг, собственный интернет-сайт, специализированные сайты и приложения, контекстную рекламу.

Приложение «Каналы дистрибуции»

Название канала	Своя торговая точка	Свой интернет-сайт	Социальные сети	Сайты и приложения
Прямой - косвенный	Прямой	Прямой	Прямой	Косвенный
Длина цепочки (кол-во посредников)	1	1	1	2
Опт - розница - смешанный	Розница	Розница	Розница	Розница
Активные-пассивные продажи	Активные и пассивные	Активные и пассивные	Активные и пассивные	Пассивные
Управляемость канала	Высокая - управляем сами	Высокая - управляем сами	Высокая - управляем сами	средняя - можем влиять, но есть требования сайтов и приложений
Цена канала	Стоимость обслуживания офиса	Стоимость обслуживания сайта	Стоимость ведения группы	Стоимость регистрации и обслуживания в источниках
Возможный объем продаж (в сравнении с другими каналами)	Средний	Высокий	Высокий	Средний
Какой охват рынка обеспечит	Территория около офиса	Москва и Московская область, возможен более широкий охват	Москва и Московская область, возможен более широкий охват	Москва и Московская область, возможен более широкий охват
Сроки получения оплаты	По заключении договора	По заключении договора	По заключении договора	1. сразу при предоплате, 2. по заключении договора
Стабильность канала	Стабильный - сами определяем	Стабильный - сами определяем	Стабильный - сами определяем	нестабильный (зависит от политики сбыта сайтов и приложений)

1.5 Формулировка бизнес-идеи:

Московская компания по продаже (путем продвижения в социальных сетях и на специализированных сайтах) туров на оборудованных для комфортабельного путешествия фургонах, представляющих из себя «дом на колёсах», сдаче фургонов в аренду для людей, желающих путешествовать и отдохнуть на природе с комфортом.

2 ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА КОНКУРЕНТОВ

2.1 Необходимые для сбора данные о рынке

Емкость рынка

Емкость рынка: 51 300 000 000 руб. в год

Емкость локального рынка: 307 800 000 руб. в год

Ер = 180турпакетов/год * 5700 турфирм в Москве * 50 000 руб. = 51 300 000 000 руб./год.

Население Тверского района Москвы: 77 864 чел.

Население Москвы: 12 506 468 чел.

Доля Тверского района от общего рынка города Москва: 77 864 чел./12 506 468 чел. = 0,006 * 100 = 0,6%

Е л. р. = 51 300 000 000 руб./год * 0,006 = 307 800 000 руб./год

Потенциальный объем продаж

Планируемая доля рынка: 1%

Потенциальный объем продаж: 3 078 000руб. в год

П = 307 800 000 руб./год * 0,01 = 3 078 000руб./год или порядка 256 500руб. в месяц.

Конкуренты, их объемы продаж, сильные и слабые стороны

Количество: 5 основных

Название	Объем продаж, руб./год	Сильные стороны	Слабые стороны
ООО АВТОКЕМПЕР	630 534 000	- По итогам последнего доступного периода наблюдается положительная налоговая нагрузка. - У организации нет изменений в данных о руководителе, что свидетельствует о стабильности аппарата принятия решений контрагента. - Отсутствие судебных дел в качестве ответчика свидетельствует о надлежащем исполнении обязательств перед контрагентами. - У организации нет изменений в данных об учредителях за последний год. Это свидетельствует о стабильности структуры капитала организации. - Отсутствие выявленных в результате проверок нарушений свидетельствует о квалифицированном управлении организацией. - Рентабельность по продажам положительная - Рентабельность по активам Положительная	- Коэффициент финансовой устойчивости опустился ниже 0,75. Это может свидетельствовать о возникновении риска хронической неплатежеспособности организации, а также ее попадания в финансовую зависимость от кредиторов. - Коэффициент абсолютной ликвидности 0,08. Нормальное значение коэффициента - от 0,2 до 0,5. - Коэффициент финансовой автономии -0,46%. Нормальным считается значение более 10%, пограничным – от 5 до 10%, критическим – менее 5%. - Рентабельность собственного капитала (ROE) -2627,63%. Для оценки эффективности инвестиций широко

		- Положительная фондовооруженность - Наблюдается положительная динамика доходов (по выручке) и активов по итогам последнего доступного периода.	используется нормативное значение ROE. Хорошим показателем считается значение, превышающее 10%. - Коэффициент текущей ликвидности 1,18. Коэффициент текущей ликвидности ниже нормы 1,7. Это свидетельствует о вероятных трудностях в погашении организацией своих текущих обязательств. - Обеспеченность собственными средствами -11,04%. Нормативное значение коэффициента обеспеченности собственными средствами составляет 10% и более. - Выручка не покрывает краткосрочную задолженность. Отношение задолженности к годовой выручке по данным доступной бухгалтерской отчетности превышает 100%. Это свидетельствует о существенной зависимости от кредиторов. - Доля дебиторской задолженности в активах составляет более 50%, что в большинстве случаев отрицательно сказывается на платежеспособности организации.
ООО «Яхты на колесах»	1 513 308 000	- Создана более 10 лет назад - Уставный капитал превышает 100 тысяч руб., это является показателем масштаба деятельности организации. - У организации нет изменений в данных о руководителе, что свидетельствует о стабильности аппарата принятия решений контрагента - По итогам последнего доступного периода наблюдается положительная налоговая нагрузка - Отсутствие судебных дел в качестве ответчика свидетельствует о надлежащем исполнении обязательств перед контрагентами - У организации нет изменений в данных об учредителях за последний год. Это свидетельствует о стабильности структуры капитала организации	- Есть исполнительные производства, ведущиеся на сумму 11 000,00 руб. - Коэффициент абсолютной ликвидности -1,14. Нормальное значение коэффициента - от 0,2 до 0,5. - Рентабельность собственного капитала (ROE) - 0,53%. Хорошим показателем считается значение, превышающее 10%. - Коэффициент текущей ликвидности-22,39. Коэффициент текущей ликвидности ниже нормы 1,7. Это свидетельствует о вероятных трудностях в погашении организацией своих текущих обязательств. - Доля дебиторской

		- Рентабельность по продажам положительная - Положительная фондовооруженность (остаточная стоимость собственных основных средств) - Выручка существенно превышает краткосрочную задолженность. Отношение задолженности к годовой выручке по данным доступной бухгалтерской отчетности составляет менее 50%. Это свидетельствует об отсутствии существенной зависимости от кредиторов. - Обеспеченность собственными средствами104,47% - Рентабельность по активам Положительная - Коэффициент финансовой автономии100,99%	задолженности в активах составляет более 50%, что в большинстве случаев отрицательно сказывается на платежеспособности организации. - Наблюдается отрицательная динамика доходов (по выручке) и/или активов по итогам последнего доступного периода.
ООО "99 Евро"	89 760 000	- У организации нет изменений в данных о руководителе, что свидетельствует о стабильности аппарата принятия решений контрагента. - Отсутствие изменений в юридическом адресе на протяжении нескольких лет косвенно свидетельствует о стабильном функционировании организации. - По итогам последнего доступного периода наблюдается положительная налоговая нагрузка. - Уставный капитал превышает 1 млн руб., это является показателем масштаба деятельности организации. - У организации нет изменений в данных об учредителях за последний год. Это свидетельствует о стабильности структуры капитала организации. - Отсутствие судебных дел в качестве ответчика свидетельствует о надлежащем исполнении обязательств перед контрагентами. - Рентабельность собственного капитала (ROE) 158,40%. Хорошим показателем считается значение, превышающее 10%. - Выручка существенно превышает краткосрочную задолженность. Отношение задолженности к годовой выручке по данным доступной бухгалтерской отчетности составляет менее 50%. Это свидетельствует об отсутствии существенной зависимости от кредиторов.	- Коэффициент финансовой устойчивости0,49. Коэффициент финансовой устойчивости опустился ниже 0,75. Это может свидетельствовать о возникновении риска хронической неплатежеспособности организации, а также ее попадания в финансовую зависимость от кредиторов. - Доля дебиторской задолженности в активах составляет более 50%, что в большинстве случаев отрицательно сказывается на платежеспособности организации. - Коэффициент абсолютной ликвидности 0,95. Нормальное значение коэффициента - от 0,2 до 0,5. Это означает, что от 20 до 50% краткосрочных долгов организация способна погасить в кратчайшие сроки по первому требованию кредиторов. Превышение величины 0,5 указывает на неоправданные задержки в использовании высоколиквидных активов.

		- Обеспеченность собственными средствами48,85%. - Коэффициент текущей ликвидности1,96. Чем выше значение коэффициента текущей ликвидности, тем выше ликвидность активов организации. Нормальным, а часто и оптимальным, считается значение коэффициента 1,7 и более. - Рентабельность по активам положительная. - Рентабельность по продажам положительная. - Коэффициент финансовой автономии48,85%.	
ООО "Бейли"	56 154 000	- У организации нет изменений в данных о руководителе, что свидетельствует о стабильности аппарата принятия решений контрагента. - Отсутствие изменений в юридическом адресе на протяжении нескольких лет косвенно свидетельствует о стабильном функционировании организации. - По итогам последнего доступного периода наблюдается положительная налоговая нагрузка. Это снижает налоговые риски при взаимодействии с контрагентом. - У организации нет изменений в данных об учредителях за последний год. Это свидетельствует о стабильности структуры капитала организации. - Отсутствие судебных дел в качестве ответчика свидетельствует о надлежащем исполнении обязательств перед контрагентами. - Рентабельность по продажам положительная. - Наблюдается положительная динамика доходов (по выручке) и активов по итогам последнего доступного периода. - Положительная фондовооруженность. - Рентабельность по активам положительная. - Рентабельность собственного капитала (ROE) 24180,00%.	- Коэффициент финансовой устойчивости 0,00. Коэффициент финансовой устойчивости опустился ниже 0,75. Это может свидетельствовать о возникновении риска хронической неплатежеспособности организации, а также ее попадания в финансовую зависимость от кредиторов. - Коэффициент абсолютной ликвидности 0,18. Нормальное значение коэффициента - от 0,2 до 0,5. Это означает, что от 20 до 50% краткосрочных долгов организация способна погасить в кратчайшие сроки по первому требованию кредиторов. - Коэффициент финансовой автономии 0,21%. Нормальным считается значение более 10%, пограничным – от 5 до 10%, критическим – менее 5%. - Коэффициент текущей ликвидности 0,78. Коэффициент текущей ликвидности ниже нормы 1,7. Это свидетельствует о вероятных трудностях в погашении организацией своих текущих обязательств. - Обеспеченность собственными средствами -28,07%. Нормативное значение коэффициента обеспеченности собственными средствами составляет 10% и более.

			- Доля дебиторской задолженности в активах составляет более 50%, что в большинстве случаев отрицательно сказывается на платежеспособности организации.
ООО "Сеть Агентств Пляжного Отдыха Велл"	44 064 000	- Создана более 11 лет назад. - Налоговая нагрузка положительная - У организации нет изменений в данных о руководителе, что свидетельствует о стабильности аппарата принятия решений контрагента. - Отсутствие судебных дел в качестве ответчика свидетельствует о надлежащем исполнении обязательств перед контрагентами. - У организации нет изменений в данных об учредителях за последний год. Это свидетельствует о стабильности структуры капитала организации. - Коэффициент финансовой автономии85,05%. Нормальным считается значение более 10%. - Наблюдается положительная динамика доходов (по выручке) и активов по итогам последнего доступного периода. - Положительная фондовооруженность. - Выручка существенно превышает краткосрочную задолженность. Отношение задолженности к годовой выручке по данным доступной бухгалтерской отчетности составляет менее 50%. Это свидетельствует об отсутствии существенной зависимости от кредиторов. - Обеспеченность собственными средствами 84,44%. Нормативное значение коэффициента обеспеченности собственными средствами составляет 10% и выше. - Коэффициент текущей ликвидности 6,43. Чем выше значение коэффициента текущей ликвидности, тем выше ликвидность активов организации. Нормальным, а часто и оптимальным, считается значение коэффициента 1,7 и более. - Рентабельность по активам Положительная. - Рентабельность по продажам положительная. - Рентабельность собственного	- Изменение юридического адреса организации в течении последнего года может быть следствием нестабильности организации. - Коэффициент абсолютной ликвидности 1,21. Превышение величины 0,5 указывает на неоправданные задержки в использовании высоколиквидных активов. - Доля дебиторской задолженности в активах незначительно превышает нормативные показатели (менее 20%). - Коэффициент соотношения заемного и собственного капитала0,06. Значение коэффициента менее 0,5, будучи показателем устойчивого финансового положения, одновременно указывает на неэффективность работы организации.

		капитала (ROE) 71,80%. - Коэффициент финансовой устойчивости 0,85 Коэффициент финансовой устойчивости находится в пределах от 0,75 до 0,95, что говорит о стабильной хозяйственной деятельности и высокой финансовой независимости организации.	

Анализ главных конкурентов нашего предприятия

Город	Москва							
Фирма	ООО Автокемпер							
Адрес/телефон	78 км МКАД, д.14, к.1, тел. + 7 (495) 950-5000							
Вывеска	Автосалон							
Рекламные материалы/акции	Вывеска на улице							
	Сайт: http://autocamper.ru/							
	Визитки с адресами всех магазинов (мастерская)							
	Прочее							
Места скопления людей рядом	Ижорская улица, 250 м							
	Клязьминская - торговый центр, 850 м							
	Колесо - автомойка, шинный центр, 100 м							
Расстояние до нашего магазина	15,7 км							
Торговая площадь, кв.м.	30							
Кол-во касс	2							
Описание покупателей	В основном мужчины, приезжают на автомобиле							
Тип торговой точки	Аренда площади в ТЦ							
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	Квалифицированное управление организацией							
	Положительная динамика доходов							
	Наличие собственного пункта сервиса неподалеку							
	Наличие форума автопутешественников							
	Есть индивидуальная работа с клиентами по заказам							
СЛАБЫЕ СТОРОНЫ	Существенная зависимость от кредиторов							
	Далекое расположение							
Группы товаров/услуг	Ассортимент				Цена			Марки, виды
	Есть в продаже	Широкий	Средний	Несколько позиций	Ниже средней	Средняя	Выше средней	

Весь асортимент	+		+			+		
Прицеп-дача	+			+		+		HOBBY, T@B
Автодом альковного типа	+		+				+	RIMOR, GIOTTILINE, P.L.A, LASTRADA
Интеграл	+	+				+		DETHLEFFS, MONACO RV
Автобус	+		+			+		DETHLEFFS, CARTHAGO

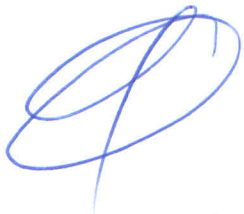
Проходимость	Время	прошли мимо, чел.	зашли, чел.	купили, чел.	средний чек, руб.
Утро	9:30-10:00	5	0	0	0
Обед	13:30-14:00	10	1	1	15500
Вечер	17:30-18:00	7	0	0	0
Выходной	13:00-13:30	15	2	1	2750000

Город	Москва
Фирма	ООО "Яхты на Колёсах"
Адрес/телефон	проспект Мира, дом 150, эт/пом/ком 1/II/6,7,8; +7 495 509-20-27
Вывеска	Автофургоны и автодома
Рекламные материалы/акции	Группа в Вконтакте, Твиттере, Ютубе, Фейсбуке и Инстаграмме
	Сайт: https://autoyahta.ru/
	Прочее
Места скопления людей рядом	Супермаркет "Магнолия", 200 м
	ВДНХ, 290 м
	Космопарк, 300 м
Расстояние до нашего магазина	8,1 км
Торговая площадь, кв.м.	40
Кол-во касс	1
Описание покупателей	В основном мужчины, доход выше среднего
Тип торговой точки	Аренда площади в гостиничном комплексе
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	Отсутствие существенной зависимости от кредиторов
	Создана более 10 лет назад
	Хороший масштаб деятельности (Уставный капитал более 100 тыс.руб.)
	Наличие видеообзоров на ютубе

	Хорошее расположение
СЛАБЫЕ СТОРОНЫ	Отрицательная динамика доходов
	Нет индивидуальной работы с клиентами по заказам

Группы товаров/услуг	Ассортимент				Цена			Марки, виды
	Есть в продаже	Широкий	Средний	Несколько позиций	Ниже средней	Средняя	Выше средней	
Весь асортимент	+			+		+		
Прицеп-дача	+			+	+			Adria, Hymer, Burstner
Автодом альковного типа	+			+		+		Adria, Hymer, Burstner, Sunliving
Интеграл	+			+	+			Adria, Hymer, Burstner, Sunliving
Автобус	+			+		+		Hymer, Concorde

Проходимость	Время	прошли мимо, чел.	зашли, чел.	купили, чел.	средний чек, руб.
Утро	9:30-10:00	7	0	0	0
Обед	13:30-14:00	12	0	0	0
Вечер	17:30-18:00	10	1	1	16000
Выходной	13:00-13:30	14	2	1	5467000



Город	Москва
Фирма	ООО "99 евро"
Адрес/телефон	Селезнёвская ул., 11А, стр. 2 (эт. 2, оф. 213), +7 (499) 322-19-99
Вывеска	Турагентство
Рекламные материалы/акции	Печатные материалы в магазине
	Визитки с адресами всех магазинов (2)
	Сайт: http://www.99euro.ru/
	Группа в Вконтакте, Фейсбуке и Инстаграмме
Места скопления людей рядом	Метро Новослободская, 380 м
	Библиотека искусств им. А.П. Боголюбова, 150 м
	Спортивный комплекс, стадион Слава, 300м
Расстояние до нашего магазина	1,5 км
Торговая площадь, кв.м.	10
Кол-во касс	4
Описание покупателей	В основном женщины, доход средний и выше
Тип торговой точки	Маленькое турагентство, включает дополнительно 2 филиала
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	Стабильное функционирование организации
	Крупный масштаб деятельности (Уставный капитал более 1млн.руб)
	Отсутствие существенной зависимости от кредиторов
	Широкий ассортимент туров
СЛАБЫЕ СТОРОНЫ	Более 50% дебиторской задолженности в активах
	Проблемы с парковкой
	Маленькое помещение
	Некачественная работа менеджеров по продажам

Группы товаров/услуг	Ассортимент				Цена			Марки, виды
	Есть в продаже	Широкий	Средний	Несколько позиций	Ниже средней	Средняя	Выше средней	
Весь ассортимент	+	+						
Пляжный отдых	+	+				+		Турция, Испания, Австралия, Греция, Тайланд
Познавательный туризм	+	+					+	Италия, Великобритания, Чехия, Норвегия

Религиозный туризм	+			+		+		Израиль, Индия. Россия
Экстримальный туризм	+		+				+	Китай, Испания, Австралия, Канада

Проходимость	Время	прошли мимо, чел.	зашли, чел.	купили, чел.	средний чек, руб.
Утро	9:30-10:00	4	1	0	0
Обед	13:30-14:00	8	3	1	40 000
Вечер	17:30-18:00	10	1	1	55 000
Выходной	13:00-13:30	15	3	1	70 000

Город	Москва
Фирма	ООО "Бейли"
Адрес/телефон	Марксистская ул., 3, стр. 1, этаж 5, офис 501, +7 (495) 967-12-14
Вывеска	Турагентство
Рекламные материалы/акции	Группа в Фейсбуке
	Сайт: http://www.baily.ru/
	Печатные материалы в магазине
	Прочее
Места скопления людей рядом	Метро Марксистская, 450м Марксистская улица, 450 м
	Таганский парк культуры и отдыха, 500м
	Московский центр образования школьников имени М. В. Ломоносова, 200м
Расстояние до нашего магазина	7 км
Торговая площадь, кв.м.	20
Кол-во касс	4
Описание покупателей	В основном женщины, доход средний и ниже
Тип торговой точки	Малое турагентство
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	Стабильное функционирование организации
	Положительная динамика доходов
	Удобный сайт
	Внимательный, квалифицированный персонал
	Честный подход
СЛАБЫЕ СТОРОНЫ	Критический коэффициент финансовой автономии
	Более 50% дебиторской задолженности в активах
	Отсутствие скидки при оплате наличными

Группы товаров/услуг	Ассортимент				Цена			Марки, виды
	Есть в продаже	Широкий	Средний	Несколько позиций	Ниже средней	Средняя	Выше средней	
Весь ассортимент	+							
Пляжный отдых	+	+				+		Турция, Египет, Россия, Испания
Познавательный туризм	+		+				+	Франция, Америка, Италия
Религиозный туризм	+			+	+			Израиль, Китай
Экстримальный отдых	+			+		+		Финляндия, Чили, Боливия

Проходимость	Время	прошли мимо, чел.	зашли, чел.	купили, чел.	средний чек, руб.
Утро	9:30-10:00	4	1	1	50 000
Обед	13:30-14:00	7	3	1	34 000
Вечер	17:30-18:00	3	2	2	62 000
Выходной	13:00-13:30	10	4	1	45 000

Город	Москва
Фирма	ООО "Сеть Агентств Пляжного Отдыха Велл"
Адрес/телефон	Партийный пер., 1, корп. 57, стр. 3, +7 (925) 057-79-68
Вывеска	Туроператор
Рекламные материалы/акции	Сайт: https://well.ru/#/
	Группа в Вконтакте, Твиттере, Инстаграмме, Фейсбуке
	Печатные материалы в магазине
	Визитки с адресами всех магазинов (24)
Места скопления людей рядом	Арена4Спорта - спортивный комплекс, спортивный клуб, секция, 200м
	Театриум - театр, 250м
	Парк с памятником и местом покушения на В.И. Ленина, 350м
Расстояние до нашего магазина	8 км
Торговая площадь, кв.м.	15
Кол-во касс	3
Описание покупателей	В основном женщины, доход средний и выше
Тип торговой точки	Малое турагентство в сети из 24 филиалов
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	Создана более 11 лет назад
	Положительная динамика доходов
	Отсутствие существенной зависимости от кредиторов
	Стабильная хозяйственная деятельность и высокая финансовая независимость
	Разнообразие туров, есть необычные (студенческие, його-туры, для пенсионеров и др.)
СЛАБЫЕ СТОРОНЫ	Доля дебиторской задолженности в активах незначительно превышает нормативные показатели (менее 20%)
	Не совсем удачное расположение

Группы товаров/услуг	**Ассортимент**				Цена			Марки, виды
	Есть в продаже	Широкий	Средний	Несколько позиций	Ниже средней	Средняя	Выше средней	
Весь ассортимент	+							
Пляжный отдых	+	+				+		Тайланд, Австралия, Турция, Египет
Познавательный туризм	+		+			+		Грузия, Южная Корея,

								Америка
Религиозный туризм	+		+		+			Япония, Россия, Израиль
Экстримальный отдых	+	+					+	Швейцария, Мексика, Австралия

Проходимость	Время	прошли мимо, чел.	зашли, чел.	купили, чел.	средний чек, руб.
Утро	9:30-10:00	3	1	1	57 000
Обед	13:30-14:00	5	1	1	46 000
Вечер	17:30-18:00	7	2	0	0
Выходной	13:00-13:30	14	3	1	59 000

Название	**описание**			**реклама**		**покупатели**
	тип ТТ	площадь	удаленность от вас	вывеска	прочее	по уровню дохода
Автокемпер	общий вход	30	15,7 км	есть	сайт	выше среднего
Яхты на Колёсах	общий вход	40	8,1 км	нет	сайт, группы в соц сетях, видеообзоры на ютуб	выше среднего
99 евро	общий вход	10	1,5 км	нет	буклеты, визитки, сайт, группы в соц сетях	средний и выше
Бейли	общий вход	20	7 км	нет	сайт, группа в соц сетях, буклеты	средний и ниже
Сеть Велл	общий вход	15	8 км	нет	сайт, группы в соц сетях, буклеты, визитки	средний и выше

товар/услуга		обслуживание		плюсы-минусы	
уровень цен	ассортимент	персонал	сервис	преимущества	недостатки
средний и выше среднего	есть все наименования, широкий, средний, несколько позиций,	квалифицированный	продажа, аренда, переоборудование, ремонт, создание	проф управление, полож динамика доходов, работа под заказ, свой пункт сервиса и форум	зависимость от кредиторов, далекое расположение
средний и ниже среднего	есть все наименования по несколько позиций	приветливый, квалифицированный	продажа, аренда, ремонт и ТО, установка доп опций	независимость от кредиторов, большой опыт, масштабная деятельность, хорошее расположение	нет индивидуальной работы с клиентами по заказам, отриц динамика доходов
средний и выше среднего	есть все наименования, ассортимент достаточно широкий	неприветливый, медленный	туры, зона ожидания, wifi, трансфер, страхование, визы	стабильность, масштабная деятельность, независимость от кредиторов, широкий ассортимент туров	дебиторская задолженность в активах более 50%, проблема с парковкой, маленькое помещение, некачественная работа продажников
преимущественно средний	есть все наименована по несколько позиций	внимательные, порядочные	туры, горящие предложения, гибкая система скидок	стабильность, полож динамика доходов, удобный сайт, внимательный персонал, честный подход	Критический коэффициент финансовой автономии, дебиторская задолженность в активах более 50%, отсутствие скидки при оплате наличными
преимущественно средний	есть все наименована, широкий и средний ассортимент	квалифицированный	туры, визы, страхование, заказ авиабилетов	Большой опыт, полож динамика доходов, финансовая независимость, стабильность, разнообразие туров	Доля дебиторской задолженности в активах незначительно превышает нормативные показатели (менее 20%), не совсем удачное расположение

кол-во человек проходят мимо			кол-во человек заходят			кол-во человек покупают			средний чек	конверсия
в будний день	в выходной	в месяц	в будний день	в выходной	в месяц	в будний день	в выходной	в месяц	руб.	
270	360	8 820	11	25	442	1	2	38	1 382 750	9%
500	600	15 800	24	32	784	1	3	46	2 741 500	6%
550	700	17 700	30	38	964	4	6	136	55 000	14%
440	570	14 240	26	30	812	3	4	98	47 750	12%
360	500	11 920	15	24	522	2	3	68	54 000	13%

2.2 Способы сбора рыночной информации

Для сбора информации мы проводили исследования самостоятельно: изучали потребности целевой аудитории, анализировали информацию о конкурентах, собирали данные о рынке.

Тенденции отрасли

1) Изменение политики продаж у ведущих авиакомпаний:

Изменения коснулись цен и доступных тарифов на официальных сайтах перевозчиков. Авиакомпании Lufthansa, Austrian, Swiss, British Airways и Brussels продают авиабилеты на своих сайтах дешевле цены, которую предоставляют агентствам.

Несмотря на развитие данной тенденции, поиск авиабилетов через Aviasales и Skyscanner остается актуальным так, как они предоставляют ссылки, как на агентства, так и на сайты авиакомпаний.

Коснулось это не только авиакомпаний, но и сетей отелей. Такие гиганты отельного бизнеса, как Marriott и IHG Group, последовав примеру авиаперевозчиков, установили на официальных сайтах более выгодные тарифы.

2) Развитие лоукостеров на восток.

3) Размещение:

Уже несколько лет подряд, на туристическом рынке, квартиры продолжают вытеснять отели. Статистика показывает, что арендовать квартиру на AirBnb, в среднем на 30% дешевле отеля в том же районе. Похожие цифры показывает и такой гигант, как Booking.com. Конечно, отели класса люкс всегда найдут своего клиента. Ситуация больше коснётся отелей с рейтингом 2 – 3 звезды. Спрос на них становится всё меньше, благодаря увеличению предложения и снижению цен на аренду квартир.

4) Самодеятельный туризм:

С каждым годом люди становятся всё более самостоятельными в поиске и приобретении туристических услуг.

5) Короткие путешествия:

В последние годы большую популярность приобретают короткие путешествия. Раньше все старались поехать в отпуск раз или два в год, минимум на неделю. Сегодня — значительно участились короткие поездки за границу от 2 до 5 дней. Одна из причин – удаленная работа. Другая причина – снижение цен на авиабилеты и отели.

6) Искусственный интеллект:

Роботы постепенно внедряются в нашу жизнь. Начинают появляться и первые отели, использующие искусственный интеллект для удобства гостей.

2.3 Порядок работы

Проводили расчеты по формулам, собирали информацию, анализировали её.

Емкость рынка

E = M*C; где:

E - емкость рынка в натуральном или денежном выражении (ед./год, руб./год.);

M - количество реализуемого товара в год (ед.);

C - стоимость товара (руб.)

Потенциальный объем продаж

Потенциальный объем продаж обычно определяется в виде доли от оценочной емкости рынка.

Количество конкурентов и их объемы продаж

Количество определяем по электронным справочникам.

Анализ сильных и слабых сторон конкурентов

Ответили на вопросы:

Какие из компаний-конкурентов работают в Вашем рыночном сегменте?

Кто из них реализовывает аналогичные Вашим товары или услуги?

Что представляет из себя их продукция или услуги, их отличительные особенности?

Кто их потребители?

Каков уровень цен на товары/услуги Ваших конкурентов?

Каким образом конкуренты находят своих покупателей: реклама, каналы сбыта, другие формы продвижения?

Какая из фирм-конкурентов наиболее близко расположена рядом с Вами?

3 КОРРЕКТИРОВКА БИЗНЕС-ИДЕИ

Была проведена корректировка по итогам анализа рынка и конкурентов в первом и втором разделах.

4 СОЗДАНИЕ ПЛАНА ПРОДАЖ

4.1 Определение среднего чека и средней торговой наценки

Средний чек аренды фургонов аналогичен предложению конкурентов, за исключением более гибких условий аренды, что является преимуществом.

2дня * 12 000руб. = 24 000руб. – стоимость аренды фургона1 на 2 суток.

2дня * 16 000руб. = 32 000руб. – стоимость аренды фургона2 на 2 суток.

Для определения среднего чека тура была рассчитана себестоимость одной поездки с усредненными показателями. Себестоимость 1 поездки включает в себя:

Затраты на бензин на 1 поездку:

140л/1000км * 47 руб. (стоимость л) = 6580 руб.

Командировочные расходы персонала на 1 поездку:

75руб. (услуги связи на 7 дней) + 4500руб. (проживание в хостеле на 2чел. на 6 ночей) + 7(дней) * 3 (-хразовое питание) * 100руб. * 2чел. = 8775руб.

Заработная плата персонала на 1 поездку:

35 000руб. * 2чел. (водители) + 30 000руб. * 2чел. (гиды) + 25 000руб. (аутсорсинг бухгалтерии) + 40 000руб. *2чел. (учредители) = 235 000руб. (в мес.)

235 000руб./4 = 58 750руб.

Офисные расходы на 1 поездку:

2000руб. (телекоммуникационные) + 2000руб. (клининговые) + 2500руб. (канцелярские) + 3500руб. (коммунальные) = 10 000руб.

Расходы на страхование 1 поездки = 400 руб.

Расходы на рекламу в стоимости 1 поездки:

15 000руб./4 = 3750руб.

Расходы на питание туристов:

350руб. * 3(-хразовое) * 7дней * 2чел. = 14 700руб.

Расходы на аренду гаража в стоимости 1 поездки:

22 500руб./4 = 5625руб.

Расходы на аренду офиса в стоимости 1 поездки:

15 000руб./4 = 3750руб.

Расходы на обслуживание ТС на 1 поездку = 625руб.

Итоговая себестоимость 1 поездки = 105 455руб.

Средний чек тура:

(105 455руб. * 0,1) + 105 455руб. = 116 000руб.

Аренда фургона1: 30% от продаж. 15% маржа.

Аренда фургона2: 30% от продаж. 15% маржа.

Продажа туров: 40% от продаж. 10% маржа.

Средняя наценка = 30% * 15% + 30% * 15% + 40% * 10% = 13%.

ПРОДАЖИ	
Средний чек аренды фургона (без НДС)	24 000
Средний чек аренды фургона 2 (без НДС)	32 000
Средний чек тура (без НДС)	116 000
Торговая наценка аренды фургона 1, %	15,0%
Торговая наценка аренды фургона 2, %	15,0%
Торговая наценка тура, %	10,0%
Ежегодный рост цен с учетом возможной инфляции, %	4,0%

4.2 План по количеству продаж/ клиентов

Чтобы осуществлять потенциальный объем продаж, планируется продавать 33 тура в год и сдавать в аренду фургоны1 и 2 в количестве 26 раз в год каждый.

Клиенты, покупающие туры. С апреля по октябрь планируется продажа в среднем 4 туров в мес., а в остальные – 1 тура в мес. 1 тур покупают 2-5 чел.

Клиенты, арендующие фургоны1 и 2. С апреля по октябрь планируется в среднем сдача в аренду каждого фургона в количестве 3 раз в мес., в остальные – в количестве 1 раза каждый. Снимают в среднем на 2-3 дня. В среднем 4-5 чел. в месяц.

В год клиентов около: 14*12=168 чел.

Если рассматривать продажи по временам года, то большей популярностью пользуются месяцы с апреля по октябрь (58% (97 чел.)), а наименьшей – с ноября по март (42% (71 чел.)).

4.3 План по количеству потенциальных клиентов

Название	описание			реклама		покупатели
	тип ТТ	площадь	удаленность от вас	вывеска	прочее	по уровню дохода
Ваша компания	общий вход	15	0	есть	сайт, группы в соц сетях, буклеты	средний и выше

товар/услуга		обслуживание		плюсы-минусы	
уровень цен	ассортимент	персонал	сервис	преимущества	недостатки
средний и выше среднего	средний (только по России)	приветливый, квалифицированный	зона ожидания, туры, трансфер, аренда фургонов	уникальная услуга, отлич расположение, внутр и внешнее оформление, квалифицированные продавцы, удобный сайт	только начинаем развиваться

кол-во человек проходят мимо			кол-во человек заходят			кол-во человек покупают			средний чек	конверсия
в будний день	в выходной	в месяц	в будний день	в выходной	в месяц	в будний день	в выходной	в месяц	руб.	
500	580	15 640	5	10	190	1	2	14	57 333	7%

4.4 Расчет объема продаж

ВЫРУЧКА	ВСЕГО	2020	2021	2022	2023	2024
		1й год	2й год	3й год	4й год	5й год
Выручка ВСЕГО	***28 619 848***	**5 284 000**	**5 495 360**	**5 715 174**	**5 943 781**	**6 181 533**
Выручка аренды фургона 1	***3 379 785***	624 000	648 960	674 918	701 915	729 992
Количество аренды фургона 1	***130***	26	26	26	26	26
Средний чек аренды фургона (без НДС)	***1 559 901***	288 000	299 520	311 501	323 961	336 919
Выручка аренды фургона 2	***4 506 380***	832 000	865 280	899 891	935 887	973 322
Количество аренды фургона 2	***130***	26	26	26	26	26
Средний чек аренды фургона 2 (без НДС)	***2 079 868***	384 000	399 360	415 334	431 948	449 226
Выручка тура 3	***20 733 683***	3 828 000	3 981 120	4 140 365	4 305 979	4 478 219
Количество продаж тура	***165***	33	33	33	33	33
Средний чек тура (без НДС)	***7 539 521***	1 392 000	1 447 680	1 505 587	1 565 811	1 628 443

янв.20	фев.20	мар.20	апр.20	май.20	июн.20	июл.20	авг.20	сен.20	окт.20	ноя.20	дек.20
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
172 000	**172 000**	**172 000**	**632 000**	**632 000**	**632 000**	**632 000**	**632 000**	**632 000**	**632 000**	**172 000**	**172 000**
24 000	24 000	24 000	72 000	72 000	72 000	72 000	72 000	72 000	72 000	24 000	24 000
1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	1
24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000
32 000	32 000	32 000	96 000	96 000	96 000	96 000	96 000	96 000	96 000	32 000	32 000
1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	1
32 000	32 000	32 000	32 000	32 000	32 000	32 000	32 000	32 000	32 000	32 000	32 000
116 000	116 000	116 000	464 000	464 000	464 000	464 000	464 000	464 000	464 000	116 000	116 000
1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	1	1
116 000	116 000	116 000	116 000	116 000	116 000	116 000	116 000	116 000	116 000	116 000	116 000

янв.21	фев.21	мар.21	апр.21	май.21	июн.21	июл.21	авг.21	сен.21	окт.21	ноя.21	дек.21
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
178 880	**178 880**	**178 880**	**657 280**	**657 280**	**657 280**	**657 280**	**657 280**	**657 280**	**657 280**	**178 880**	**178 880**
24 960	24 960	24 960	74 880	74 880	74 880	74 880	74 880	74 880	74 880	24 960	24 960
1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	1
24 960	24 960	24 960	24 960	24 960	24 960	24 960	24 960	24 960	24 960	24 960	24 960
33 280	33 280	33 280	99 840	99 840	99 840	99 840	99 840	99 840	99 840	33 280	33 280
1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	1
33 280	33 280	33 280	33 280	33 280	33 280	33 280	33 280	33 280	33 280	33 280	33 280
120 640	120 640	120 640	482 560	482 560	482 560	482 560	482 560	482 560	482 560	120 640	120 640
1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	1	1
120 640	120 640	120 640	120 640	120 640	120 640	120 640	120 640	120 640	120 640	120 640	120 640