

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(НИУ «БелГУ»)**

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

**РАЗРАБОТКА И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ОТКРЫТИЯ
ЦЕНТРА РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ТУРИЗМА**

Выпускная квалификационная работа

обучающегося по направлению подготовки 43.03.01 Сервис
заочной формы обучения, группы 09001460
Кузнецовой Татьяны Игоревны

Научный руководитель
к.э.н., доц. Богомазова И.В.

БЕЛГОРОД 2019

Аннотация

ООО «БизнесТревел» – центр развития бизнес-туризма, публичное наименование «БизнесТревел».

Цель проекта – разработка бизнес-проекта в сфере делового туризма, его экономическое обоснование и внедрение на рынок услуг.

В настоящий момент проект находится на стадии основания.

Фирма будет предоставлять следующие услуги:

- тимбилдинг;
- проведение встреч и конференций;
- бронирование гостиниц и трансфер;
- предоставление переводчика;
- аренда автобуса.

Сегмент потребителя – крупные градообразующие компании, научные центры района, мелкий бизнес, индивидуальные предприниматели.

Необходимый объем первоначальных инвестиций составляет 4079827 рублей, которые будут направлены на регистрацию общества с ограниченной ответственностью, уставный капитал, покупку помещения, мебели, техническую оснащенность, покупку автобуса и расходных материалов для проведения запланированных мероприятий

Окупаемость проекта – 3 года.

Экономический эффект от реализации проекта будет выражен в следующих показателях:

- чистый дисконтированный доход NPV = 373040 рублей;
- индекс рентабельности PI = 1,09;
- внутренняя норма доходности IRR = 23,93%.
- срок окупаемости PP = 3 год;
- срок реализации проекта DPP = 4 год.

Содержание

Введение.....	4
1. Описание бизнеса.....	6
2. Анализ отрасли и локального рынка.....	14
3. Организация производства и управление предприятием.....	29
4. Маркетинговый план.....	45
5. Финансовый план. Оценка эффективности проектных мероприятий.....	52
Заключение.....	64
Список использованных источников.....	68
Приложения.....	72

Введение

Актуальность темы, выбранной для исследования, в большей степени обусловлена глобализационными процессами, в условиях которых деловой туризм является не только существенным доходообразующим фактором, но также инструментом развития и взаимодействия различных отраслей экономики. Развитие делового туризма способствует активизации и диверсификации экономики, стимулирует рациональное использование культурных и природно-рекреационных ресурсов, а также дает возможность сбалансированного роста всего туристического комплекса страны, что весьма актуально для России.

На данный момент в Белгородской области нет фирм, специализирующихся на МICE-мероприятиях. Схожие услуги могут предоставить различные туристические фирмы и бизнес-отели, но ни одна из них не занимается проведением всех мероприятий в полной мере. Для того чтоб получить все описанные услуги клиентам придется обратиться в несколько компаний сразу. Поэтому открытие центра развития бизнес-туризма – перспективная инвестиция, в данной области.

Объектом исследования выпускной квалифицированной работы является индустрия бизнес-туризма в Белгородской области.

Предметом исследования выступает процесс организации деятельности центра развития бизнес-туризма ООО «БизнесТревел».

Целью данной работы является разработка бизнес-проекта в сфере делового туризма, его экономическое обоснование и внедрение на рынок услуг.

Для достижения поставленной цели в выпускной квалификационной работе решались следующие задачи:

- описать характер бизнеса, его цели и структуру;
- провести анализ сферы бизнес-туризма;
- организовать производство и управление предприятием;
- разработать маркетинговый план для предприятия;

- составить финансовый план;
- дать оценку эффективности проектных мероприятий.

Теоретической основой выпускной квалификационной работы послужили труды отечественных авторов, посвятивших себя изучению экономики, особенностей маркетинга и менеджмента в туристской отрасли, а именно: А.П. Дуровича, И.К. Беляевского, Н.Г. Каменевой, С.Г. Божук, Н.К. Моисеевой, Г.А. Папиряна, А.Ю. Александровой, А.В. Бабкина, А.Д. Чудновского.

Необходимо выделить труды С.С. Скобкина, посвященные менеджменту в туризме и стратегическому развитию предприятий гостинично-туристской отрасли, Сорокиной Т.В., Белянского В.П. – по обеспечению конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства. Среди зарубежных авторов актуальны труды Ф. Котлера, Дж. Бича, С. Чадвига, Дж. Сварбрука и С. Хорнера.

Информационной базой выпускной квалификационной работы стали:

- Гражданский кодекс Российской Федерации;
- Федеральный закон Российской Федерации «Об Обществах с ограниченной ответственностью»;
- доклад Всемирного совета по туризму и путешествиям («World Travel & Tourism Council», «WTTC»);
- отчет Международной ассоциации делового туризма («Global Business Travel Association», «GBTA»);
- статьи информационных агентств, периодических источников.

Методологической базой для выпускной квалификационной работы являются – анализ причинно-следственных связей, системный и сравнительный анализ, наблюдение, сравнение и группировка, моделирование, планирование, экономико-математические методы и т.д.

Структурно выпускная квалификационная работа представлена введением, пятью основными разделами, заключением, списком использованных источников и приложений.

1. Описание бизнеса

Бизнес-туризм – наиболее быстро развивающееся направление современного туризма. Деловой туризм – это и поездки за рубеж на выставки и конференции и т.д., для кого-то – это совмещение приятного с полезным, когда удается провести и деловые переговоры и отдохнуть в новых местах [5].

Основными клиентами агентств по деловому туризму являются корпоративные клиенты – компании, корпорации, холдинги и прочие структуры, которым агентства оказывают полный спектр услуг по организации корпоративных бизнес-поездок (командировок), конференций, семинаров, поощрительных поездок и торжеств (мероприятий MICE), а также корпоративному консультированию и анализу эффективности использования транспортного бюджета компании (expense management). Заказчиками туров в подавляющем большинстве являются юридические лица. В белгородской практике это в основном банки, промышленные предприятия, администрации городов и районов [9].

Клиент может заказать проведение конференции за городом, организацию трансфера участников, экскурсионную и развлекательную программу. В этом случае к подготовке мероприятия будут привлечены отель, фирма, оформляющая всю документацию, предоставляющая транспорт и экскурсионные услуги, и организатор события [15].

В целом структура делового туризма многогранна: деловые поездки принимают самые разные формы, сочетаются между собой (одна поездка может преследовать несколько целей), комбинируются с общепринятыми формами классического туризма, с рекреацией. Иногда очень трудно отделить один сегмент делового туризма от другого [23].

Можно назвать несколько причин, почему была выбрана именно сфера делового туризма:

- он менее других страдает от изменяющейся политической обстановки в мире;

- отличительной чертой бизнес-программ является их независимость от сезона;
- обычно деловые поездки планируются задолго – как минимум, за полгода, что делает их динамику прогнозируемой и стабильной;
- доходность: бизнес-туры ориентированы на потребителя услуг со средним и высоким уровнем доходов, основной пакет оплачивается корпоративной организацией, выступающей заказчиком мероприятия.

ООО «БизнесТревел», центр развития бизнес туризма, публичное наименование «БизнесТревел». Организационно-правовая форма предприятия – общество с ограниченной ответственностью «БизнесТревел». В настоящий момент проект находится на стадии основания.

Данное предприятие будет создано и действовать в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации [1] и Федеральным законом Российской Федерации «Об Обществах с ограниченной ответственностью» [2]. Общество будет являться юридическим лицом и осуществлять свою деятельность на основании Устава (Приложение А) и действующего законодательства Российской Федерации.

Для организации работы центра развития бизнес-туризма были выбраны следующие коды ОКВЭД (Общероссийский классификатор видов экономической деятельности):

- 79.11 «Деятельность туристических агентств»;
- 79.12 «Деятельность туроператоров»;
- 79.90 «Услуги по бронированию прочие и сопутствующая деятельность»;
- 82.30 «Деятельность по организации конференций и выставок»;
- 93.29.9 «Деятельность зрелищно-развлекательная прочая, не включенная в другие группировки».

При организации бизнеса была выбрана упрощенная налоговая система (УСН). Привлекательность УСН объясняется как небольшой налоговой

нагрузкой, так и относительной простотой ведения учета и отчетности.

Для упрощённой системы налогообложения налоговые ставки зависят от выбранного предпринимателем или организацией объекта налогообложения. В ООО «БизнесТревел» выбрана налоговая ставка при объекте налогообложения «доходы» и она составляет 6%. Законами субъектов РФ ставка может быть снижена до 1%. Налог уплачивается с суммы доходов. При расчёте платежа за 1 квартал берутся доходы за квартал, за полугодие – доходы за полугодие и т. д.

Таким образом, ООО «БизнесТревел» освобождается от уплаты следующих налогов:

- НДС;
- налог на имущество;
- налог на прибыль организаций (за исключением налога на прибыль по доходам с дивидендов и по ценным бумагам).

Все компании обязаны ежегодно сдавать бухгалтерскую отчетную документацию в ИФНС по месту регистрации, независимо от используемого налогового режима и количества наемного персонала [10]. Поэтому ООО «Бизнес Тревел» будет так же сдавать отчетность по итогам календарного года, не позже 31 марта года, следующего за отчетным в виде:

- бухгалтерский баланс (форма 1);
- отчет о финансовых результатах (форма 2).

Уставный капитал Общества определяет его минимальный размер, гарантирующий интересы его кредиторов, и составляет 10000 рублей. Генеральный директор Общества – Кузнецова Татьяна Игоревна, которая будет владеть 100% номинальной стоимостью уставного капитала.

Главной целью предприятия будет являться развитие бизнес-туризма в Белгородской области и привлечение новых бизнес-туристов в регион, а в следствии получение прибыли. Однако на каждом этапе развития предприятия целями может быть увеличение и сохранение доли на рынке, завоевание

более заметного места в регионе отрасли, минимизация издержек и т.п.

Планируется разработка прочных связей с клиентами, так же активная работа со средствами размещения не только в Белгородской области, но и по всей России и всему миру, заключение договоров с посредниками.

Центр развития бизнес-туризма «БизнесТревел» планирует в скором времени получить статус туроператора по внутреннему туризму. Туроператорскую деятельность вправе осуществлять только зарегистрированные на территории Российской Федерации юридические лица, имеющие финансовое обеспечение, и сведения о которых внесены в Единый федеральный реестр туроператоров.

Для внесения сведений в Единый федеральный реестр туроператоров юридическому лицу (туроператору) необходимо направить в Ростуризм любым видом почтовой связи заявление в письменной форме и необходимые документы. Заявление должно быть заполнено на компьютере либо от руки синими или черными чернилами, разборчиво.

Одновременно туроператор вправе направить в Федеральное агентство по туризму заявление о выдаче Свидетельства о внесении сведений о туроператоре в Единый федеральный реестр туроператоров.

Руководство текущей деятельностью осуществляется исполнительным единоличным органом – генеральным директором. Юридический адрес: г. Белгород, Свято-Троицкий бульвар, 34. Время работы: ежедневно с 10:00 до 19:00.

Расположение офиса играет важную роль, так как выгодное расположение определяет 50% успешности компании [28]. Плюсы расположения:

- удобная локация – офис, расположенный в центральном районе города, всегда удобен как сотрудникам, так и клиентам компании, а непосредственная близость к основным транспортным линиям и автобусным остановкам позволяет за короткие сроки добираться до офиса из любой точки г. Белгорода;
- расположение офиса компании в центре города дает возможность

любоваться видами архитектурных строений, парков и площадей прямо из окон кабинета, кроме того, аренда офиса в центре Белгорода позволяет любой компании поддерживать образ солидной организации;

- развитая инфраструктура – при аренде помещения под офис в центре города вам гарантированно предоставят все необходимые инженерные сети: четкая телефонная связь, а также бесперебойный интернет.

- высокая проходимость людей, а значит, офис компании, расположенный в центре города, будет всегда и у всех на виду.

Центр развития бизнес-туризма ООО «БизнесТревел» будет иметь в собственности нежилую площадь, размером в 25 кв. м., оборудованную всей необходимой офисной техникой, так же предоставляя все удобства клиентам. Ремонт помещения не требуется.

Необходимо будет составить договор с коммунальными службами о предоставлении коммунальных услуг юридическому лицу [3]. Форма договора представлена в приложении Б. По договору исполнитель, в лице коммунальной службы, обязуется предоставить, а ООО «БизнесТревел» оплатить следующие коммунальные услуги: холодное и горячее водоснабжение, водоотведение, электроснабжение, газоснабжение, отопление. При предоставлении коммунальных услуг должны быть обеспечены:

- бесперебойная подача в жилое помещение коммунальных ресурсов надлежащего качества в объемах, необходимых Потребителю;

- бесперебойное отведение из жилого помещения бытовых стоков;

- бесперебойное отопление жилого помещения в течение отопительного периода в зависимости от температуры наружного воздуха.

Размер платы за холодное водоснабжение, горячее водоснабжение, водоотведение, электроснабжение, газоснабжение и отопление рассчитывается по тарифам, установленным для ресурсоснабжающих организаций в порядке, определенном законодательством Российской Федерации.

Приобретая услуги фирмы, клиенты подписывают с фирмой договор, в котором указан тщательно отработанный набор условий, что позволяет

предупредить возможные недочёты и конфликты в обслуживании.

Также, для нормальной работы офиса компании, требуется заключить договор с интернет-провайдером, о предоставлении доступа к сети Интернет (Приложение В). Из всех интернет-провайдеров г. Белгород была выбрана компания «WIFIRE». По договору исполнитель, в лице интернет-провайдера «WIFIRE», обязуется по заданию ООО «БизнесТревел» оказать услуги по подключению и предоставлению доступа к сети Интернет в соответствии с условиями настоящего договора и правилами оказания, а ООО «БизнесТревел» обязуется оплатить эти услуги.

Услуги, которые будет предоставлять ООО «БизнесТревел»:

- проведение мероприятий по тимбилдингу (спортивные командные игры, походы, аудиторные тренинги);
- бронирование отелей и трансфер;
- сопровождение бизнес туристов по г. Белгороду, предоставление личного водителя при необходимости;
- проведение конференций и переговоров, предоставление курирующего менеджера, способного значительно облегчить организацию мероприятия и проследить за всеми этапами выполнения заказа;
- предоставление переводчика;
- аренда автобуса.

На начальном этапе планируется запустить 4 тимбилдинговых мероприятия: квест по городу «Фотоохота», игра «Мафия», организация похода на 2 дня и игра «Хрустальная сова».

Для организации тимбилдинговых мероприятий потребуются дополнительные сотрудники, не входящие в штат. Поэтому необходимо будет произвести составление договоров с компанией, предоставляющих сотрудников по аутстаффингу или аутсерсингу. Для этого была выбрана Белгородская Компания «Этар». Она оказывает услуги, связанные с привлечением дополнительных сотрудников для исполнения конкретного вида работ и решения опреде-

ленных бизнес-задач. В этой компании планируется найм юриста, повара, инструктора и другого персонала, по мере необходимости. Пример договора представлен в приложении Г.

Необходимо будет организовать сотрудничество с агентствами праздников, с целью покупки или возможной аренды праздничных украшений на наиболее выгодных условиях. Для сотрудничества выбраны такие компании, как праздничные агентства «Праздник31», «Карабас», event-агентство «Бел-Премьер», магазин товаров для праздников «Веселая затея».

Бронирование отелей будет проводиться как напрямую (в Белгородской области), так и с помощью интернет сервисов, таких как Booking.com, Островок.ру, Momondo.ru и других.

Трансфер, предоставление личного водителя и сопровождение бизнес-туристов по г. Белгород будет осуществляться с помощью водителя с личным автомобилем, входящим в штат сотрудников ООО «БизнесТревел», но имеющим ненормированный график работы или непосредственно самим директором организации, имеющим личный автомобиль.

Для проведения конференций и переговоров ООО «БизнесТревел» будет сотрудничать с такими объектами, как гостиница АМАКС Конгресс-отель, гостиница «Парк-отель Европа», гостиница «Аврора», гостиница «Континенталь», гостиница «Белый город», хостел «LOFT», конференц-зал «PingWin Event» и другие.

Для предоставления переводчиков клиентам ООО «БизнесТревел» будет осуществляться сотрудничество с такими компаниями, как ООО «Ключи», бюро переводов «LingvoStar», бюро переводов «Лингва Плюс» и другие. Переводчик может заниматься как переводами текстов, аудио переводами на различных встречах и конференциях, так и выступать в качестве личного переводчика и сопровождать клиента.

ООО «БизнесТревел» предоставляет в аренду автобус Hyundai Aero Town 2008 года выпуска, имеющий 31 пассажирское сидячее место и находящийся в собственности компании.

В Белгородской области данные услуги могут предоставить различные туристические фирмы, но и одна из них не занимается проведением всех мероприятий в полной мере. Для того чтоб получить все описанные услуги клиентам придется обратиться в несколько компаний сразу, что делает ООО «БизнесТревел» значительно удобнее и выделяет из ряда других фирм, связанных с деловым туризмом.

Главным достоинством ООО «БизнесТревел» является многопрофильность деятельности компании – клиент получает возможность работать с одним поставщиком полного комплекса услуг, экономя свое время и средства.

2. Анализ отрасли и локального рынка

Сегодня туристский рынок быстро развивается. Его прогресс содействует высокоактивному экономическому росту множества стран. На формирование туристической отрасли сильно влияют всемирные тенденции развития туризма. Современная туристическая сфера стала самостоятельной отраслью, почти 6% всемирного валового национального продукта, 5% всех налоговых сборов и 7% всемирных вложений [36].

Согласно докладу Всемирного совета по туризму и путешествиям (World Travel & Tourism Council, WTTC), в 2016 году объём всемирного рынка делового туризма превысил \$1,106 трлн. По итогам 2017 года траты на деловой туризм увеличились до \$1,150 трлн., а в 2018 году, по предварительным прогнозам, повысятся на 3,7% и достигнут \$1,192 трлн. К 2026 году мировой рынок бизнес-туризма станет оцениваться в \$1,658 трлн., годовой прирост составит в среднем 3,7%.

По сведениям Международной ассоциации делового туризма (Global Business Travel Association; GBTA), 89% всех затрат на бизнес-туризм формируют Азиатско-Тихоокеанский регион, Западная Европа и Северная Америка. При этом Азиатско-Тихоокеанский регион является самым крупным в мире сегментом делового туризма (38% от всемирного). Самое быстрое развитие отмечено также в трёх из стран БРИКС – Китае, Индии и России. Прогноз роста бизнес туризма представлен в рисунке 2.1.

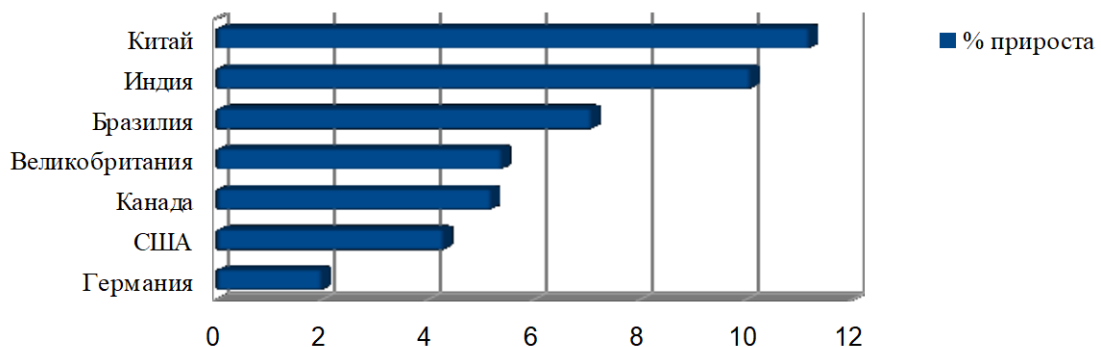


Рис. 2.1. Процент прироста рынка делового туризма

Таким образом, согласно прогнозам, наибольший процент прироста будет в Китае и составит 11,2%, в Индии 10,9%, в Бразилии 7,09%, в Великобритании 5,4%, в Канаде 5,2%, в США 3,8%. Самый небольшой прирост предполагается в Германии – 2,0%. Но в целом, невзирая на прогнозируемые экономические процессы, сфера делового туризма будет увеличиваться.

Деловая туриндустрия в обществе находится уже давно и отлично сформирована [30]. О данном свидетельствует присутствие крупных международных организаций рынка:

- Международная ассоциация конгрессов и конференций (ИССА, головной офис находится в Амстердаме);

- Союз международных ассоциаций (UIA, штаб-квартира в Брюсселе).

Обе ассоциации каждый год публикуют топ самых популярных и заманчивых мест со стороны делового туризма населенных пунктов и стран.

Кроме них имеются наиболее специализированные мировые организации, такие как:

- Международная ассоциация профессиональных организаторов конгрессов (IAPCO);

- European Cities Marketing (ЕСМ, головной офис в Дижоне, Франция).

Деловой туризм является многообещающим течением во многих странах. С его помощью появляется превосходная вероятность увеличить пределы бизнеса, отыскать новых деловых партнеров, а кроме того объединить приятное с полезным и просто побывать в других странах [40].

В качестве главных тенденций формирования бизнес-туризма в мире является увеличение интеллектуальной составляющей, стойкий спрос на отраслевые выставки, снижение количества встреч средней продолжительности.

Из числа основных тенденций развития МІСЕ-индустрии можно отметить как общемировые, так и специфически российские.

Международные тенденции МІСЕ [14]:

- увеличение требований к организации при стабильном (не увеличивающемся) бюджете – данная тенденция обусловлена как непостоянностью экономической ситуации, общим стремлением к оптимизации затрат, так и развитием самой отрасли: увеличивается число MICE-агентств, растут их технические, коммуникативные возможности, что приводит к жёсткой конкуренции на рынке и уменьшению стоимости;
- демократичная динамика в организации деловых мероприятий – наиболее статусные и значимые события становятся всё более доступными, тенденция отхода от протокола и строгой иерархии становится стремительней год от года;
- влияние больших данных – данному содействует быстрое развитие социальных сетей, мобильных приложений и других моментальных и всеохватных средств коммуникации: организаторы применяют эти средства не только с целью продвижения мероприятий, но и активного сбора информации об участниках, в результате чего становится кастомизация (индивидуализация) предложений;
- преимущество поставщиков перед клиентами (агентствами и заказчиками) – оно проявляется в том, что спрос на площадки и некоторые услуги превышает предложение, поэтому происходит некоторый произвол поставщиков: клиентам приходится постоянно уточнять наличие билетов, мест, номеров и т. д., потому что поставщика быстро и легко могут перехватить более щедрые заказчики;
- повышение спроса на необычные площадки и уникальную организацию мероприятий – он выражается как в низком, так и в высоком ценовом сегменте отрасли: мероприятия с высоким бюджетом проходят в уникальных частных владениях, исторических зданиях, дорогих магазинах; с низким бюджетом (в ресторанах, на природе, в промзданиях и т. д.);
- повышение спроса на проведение событий по принципу «All inclusive»;

– увеличение риска кибер-преступлений со стороны конкурентов и других причастных сторон, в том числе – преступных групп: т. к. организация делового мероприятия предполагает получение информации об участниках, их прибытии и размещении, то такая важная информация, хранимая на компьютерах, становится фактором риска и возможных правонарушений, как экономических, так и уголовных.

Российские тенденции МІСЕ в целом вторят международным тенденциям. Но, в последнее время, к мировым тенденциям добавились некоторые характерные для Российской Федерации [44]:

– увеличение популярности МІСЕ-мероприятий в России – данная направленность обусловлена в первую очередь усложнившимся международным положением РФ, во вторую – рвением к огромной экономии средств в условиях финансовой стагнации;

– рост важности IT-технологий в проведении деловых мероприятий (известнее становятся iPad-квесты, мероприятия с применением мобильных приложений);

– рост клиентов с пост-оплатой;

– усложнение организации мероприятий, вывод на мировой рынок;

– повышения спроса на услуги по принципам business travel – получение отдельных услуг, внимательное подход к качеству проведения любой услуги, придирчивый подход – к стоимости;

– увеличение внимания к «экотимбилдингу» – повышается внимание к здоровому образу жизни, к экологическим проблемам и другим позитивным общественным тенденциями.

Несмотря на непростую экономическую ситуацию, из-за высокой отдачи от качественно проведенных деловых мероприятий, МІСЕ-индустрия в России развивается уверенно [39]. Она выражается в появлении новых деловых знакомств, мотивации сотрудников, улучшении имиджа фирмы, а в результате – в увеличении доходности и закреплении места на рынке.

По всей России проводится строительство различных бизнес-центров, гостиниц. Также происходит постоянное увеличение количества бизнес-форумов, конгрессов, выставок и остальных деловых мероприятий. Согласно статистике, более пятидесяти процентов приезжающих иностранцев в Россию – бизнесмены. Следовательно, рентабельным делом на сегодняшний день можно считать постройку конгресс-центров и комфортабельных гостиниц, оборудованных всем необходимым для организации деловых встреч [46].

В России проводится не только большое количество международных выставок, направленных на различные отрасли экономики и областям производства, но и научные конференции и ярмарки, нацеленные на самый широкий круг посетителей [41]. Они скапливают большое количество различных специалистов из-за рубежа и России. Также в стране действуют филиалы и представительства множества мировых торговых фирм, авиакомпаний, банков, компаний средств связи, к которым прибывают новые сотрудники или партнеры из иных населенных пунктов. При необходимости туристические агентства или МICE-бюро предоставляют своим клиентам-бизнесменам как стандартные услуги (транспорт, размещение, питание, экскурсии), так и уникальные услуги (сбор информации о потенциальном партнере, перевести документы на другие языки, организовать встречу и пр.). Часто бизнесмены приезжают со своими семьями, которым агентство организовывает индивидуальные программы отдыха и экскурсий [45].

Среди главных игроков рынка бизнес-туризма в Российской Федерации можно отметить следующие: ВАО «Интурист», KMP Group, «Эпик трэвел», ВТИ, UTS, «Элиос тревел». Concord, «Компания МОСКО», «Академсервис ДМС», «Спутник Тревел Клуб», «Бизнес-центр Планета Тур», а кроме того представительства крупнейших западных сетевых концернов «American Express», «Rosenbluth», «Euro Lloyd», «Carlson Wagonlit». Отдельную нишу занимают компании, направленные на бронирование билетов и отелей для

бизнес-поездок – «Аэро Клуб», «Инна Тур», «Andrews Travel House», «Infinity Travel» и др [24].

Объем рынка делового туризма в России в 2017 году собрал приблизительно \$30 млрд. В целом Российскую федерацию в 2017 году с различными целями посетили 22,3 млн. иностранных граждан из 224 стран, по сравнению с предыдущим годом этот показатель вырос на 4,4%, сообщает РИА «Новости». При этом 14 млн. поездок произвели жители государств СНГ, и еще 8,3 млн. граждане из стран дальнего зарубежья. Из всего количества совершенных международных поездок 61,5% произведено по частным приглашениям, 19,9% – по служебным делам, 9,6% – с целью туризма.

В топ-5 лидеров по числу посетивших Россию туристов входят Германия (347,2 тыс. человек), США (162,4 тыс. человек), Китай (158,1 тыс. человек), Финляндия (139,2 тыс. человек) и Англия (126,5 тыс. человек).

Факторы, влияющие на деловой туризм в России, представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1

**PEST-анализ факторов, оказывающих влияние
на бизнес-туризм в России**

Политика	Экономика
<ul style="list-style-type: none"> - правительственная стабильность; - визовые режимы между странами; - повышение ставок налогообложения; - принятие благоприятных законов в отрасли туризма; - подписание договоров и сделок с зарубежными странами. 	<ul style="list-style-type: none"> - кризисы в мировой экономике; - дороговизна отдыха в России; - рост инфляции; - слабая покупательская способность; - неблагоприятный деловой климат; - повышение цен на транспортные услуги.
Социум	Технологии
<ul style="list-style-type: none"> - национальные особенности; - боязнь поездок за рубеж у части населения; - снижение рождаемости; - терпимость; - безопасность поездок. 	<ul style="list-style-type: none"> - финансирование исследований; - потенциал инноваций; - современные средства передвижения; - возможность внедрения программ информатизации.

На развитие бизнес-туризма значительное воздействие имеет как внутривнутриполитическая ситуация в стране и регионе, так и международные отношения [32]. Таким образом, угроза терроризма или вооруженной смены режима оттолкнут возможных путешественников. Регулирование расхождений и заключение соглашений о дружбе и сотрудничестве между странами, напротив, направит туристов к визиту того или иного государства.

Состояние экономики также значительно оказывает влияние на рынок делового туризма. Экономическую ситуацию могут охарактеризовать такие факторы как: темпы инфляции, темпы роста отрасли, стабильность денежной единицы, покупательная способность и др. Индустрия бизнес-туризма весьма чувствительна к данному элементу [3].

Происходят существенные перемены в демографической структуре и материальном состоянии населения в цивилизованных и развитых странах, которые заявляют о том, что все большее количество социальных групп населения обретут стремление, а главное, возможность путешествовать [16]. О данном говорят такие данные как: повышение доходности, рост длительности жизни, сокращение пенсионного возраста, общедоступность данных о бизнес-туризме, увеличение подбора направления.

В наше время происходит глобальное введение компьютерных технологий в сферу делового туризма, так, многие агентства уже давно переключились на систему online-бронирования туров [25]. Проводится усовершенствование средств изготовления туристических услуг. В отели внедряются наиболее надежные и эффективные системы безопасности и улучшения проживания гостей. Также проходят перемены в автотранспортной отрасли [42]. Формируются наиболее комфортные условия для перевозки большого потока бизнес-туристов. Автотранспортные средства стали комфортнее и быстрее, что содействует формированию развитию всей индустрии делового туризма.

Проведен анализ положения ООО «БизнесТревел» в отрасли по модели пяти сил М. Портера [11] (Приложение Д).

Сила угрозы появления продуктов-заменителей – высока, так как информатизация и компьютеризация позволяет выбирать услуги всем желающим без участия посредников (например, в сети Интернет). Также развивается транспорт, связь, растет мобильность, урбанизация, сокращается рабочее время [48].

Ежегодно появляются новые игроки на рынке бизнес-туризма. Если не предпринимать действий по блокированию или затруднению входа новых игроков, прибыль будет последовательно снижаться с ростом уровня конкуренции.

Рыночная власть поставщиков – высока, но снижается из-за информатизации. Имеется возможность заключения договоров с любым количеством поставщиков. Поставщики сырья, компонентов, рабочей силы и услуг могут влиять на деятельность компании. Они могут отказаться работать с компанией или установить чрезмерно высокие цены на уникальные ресурсы [38].

Рыночная власть потребителей тоже высока. Прежде, чем заключить договор, потребители проводят мониторинг рынка с целью выбора наилучшей организации. Потребители ежегодно наращивают объемы потребляемых услуг [26].

Учитывая тенденции развития отрасли, ООО «БизнесТревел» следует сделать упор на наиболее востребованных направлениях, направив все усилия на те сегменты, в которых у организации имеется наибольшее преимущество. Влияние потребителей на компанию и чувствительность потребителя на изменение цены [49].

Таким образом, можно сказать, что отрасль находится в состоянии зрелости, но продолжает развиваться.

Деловой туризм в Белгородской области может быть поделен на три части: крупные города – Белгород, Старый Оскол и Губкин как центры деловых мероприятий, выставок и конференций. Бизнесмены из разных регионов собираются в этих городах и проводят до нескольких встреч одновременно.

Вторая часть – это санаторные комплексы: «Красиво», «Дубравушка», «Лесная сказка» – центры интенсив-туризма. Третья часть – крупные промышленные центры, представляющие интерес для специалистов из разных стран мира (например, ГОКи или ОЭМК).

Основными направлениями делового туризма в Белгородской области являются:

- командировки с целью переговоров, заключения контрактов, установления деловых и торговых связей и т.д.;
- посещение и участие в выставках;
- участие в конгрессах, конференциях и семинарах;
- поездки с целью профессионального обучения: семинары, тренинги, стажировки;
- интенсив-поездки (поощрительные корпоративные поездки).

На рисунке 2.2 показаны категории лиц входящие в группы путешествующих деловых людей в Белгородскую область.

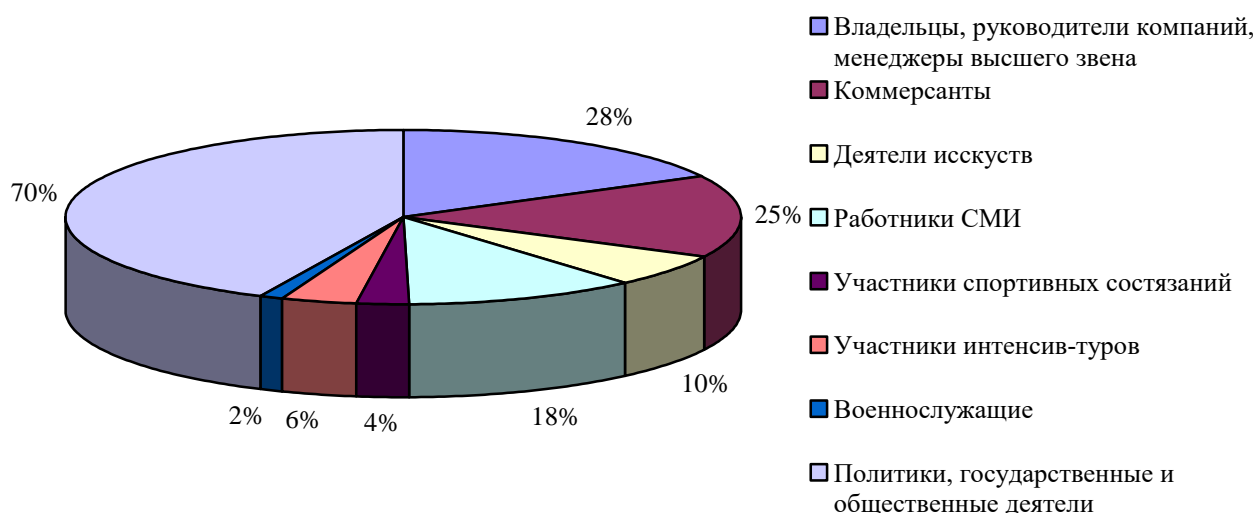


Рис. 2.2. Категории бизнес-туристов Белгородской области

Из рисунка 2.2 видно, что большую часть деловых поездок составляют владельцы, руководители компаний, менеджеры высшего звена и коммерсанты. Это люди с довольно высоким уровнем образования и дохода.

Так как расходы на деловые поездки в крупных компаниях являются

третьей по величине контролируемой статьей расходов, профессиональная деятельность основывается на консультировании компаний по оптимизации данных затрат: составление перспективного плана поездок, создание логистики поездок, составление финансовых схем сотрудничества и кредитование [27]. Структура расходов бизнес-туристов представлена на рисунке 2.3.

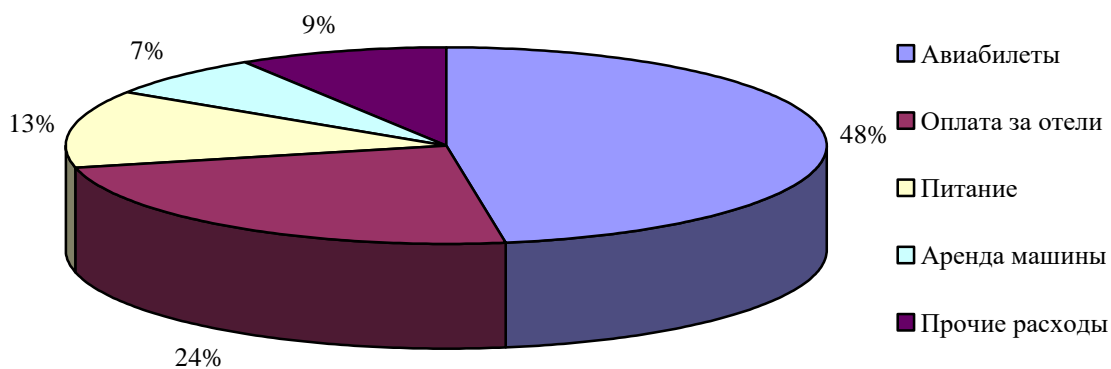


Рис. 2.3. Структура расходов бизнес-туриста

Из рисунка 2.3 видно, что большая часть расходов составляют расходы на авиабилеты – 47%, плата за отели – 24%, питание – 13%, прочие расходы – 9%, а траты на аренду машины всего 7%.

Основную часть целевой группы центра развития бизнес-туризма ООО «БизнесТревел» составляют корпоративные клиенты, имеющие как маленький, так и большой размер бизнеса. Это могут быть крупные градообразующие промышленные компании Белгородской области (ОАО «Лебединский ГОК», ООО «Белгородская горнодобывающая компания», ОАО «Шебекинский машиностроительный завод», ЗАО «Белгородский цемент», ООО «Опытный-экспериментальный завод «Белэнергомаш» и т.д.), сельскохозяйственные предприятия (ЗАО «Томмолоко», ОАО «Шебекинский маслодельный завод», Колхоз им. Горина, ЗАО молочный комбинат «Авида»), научные центры района (БелГУ, Технологический университет им. В.Г. Шухова, Белгородский аграрный университет им. В.Я. Горина) и другие мелкие компании, индивидуальные предприниматели.

На белгородском рынке туризма практически нет игроков, специализирующихся на деловом туризме. Предоставлением таких услуг в меру своих

возможностей занимаются и турфирмы, и гостиницы, и немногочисленные event-компании. Их работа строится по принципу: будет клиент – будет и услуга, которая ему нужна. Но, даже при наличии заказчика игроки рынка не стремятся объединить свои усилия – при организации бизнес-поездки цепочка фирм, оказывающих эти услуги, формируется нечасто. Компании стараются самостоятельно выполнить заказ, а к сторонним организациям обращаются лишь в случае острой необходимости.

Проблемы в налаживании контактов возникают, так как турфирмы заинтересованы в оказании полного пакета услуг и, соответственно, в более высокой комиссии. Поэтому предложения гостиниц об организации трансфера и экскурсий бывают оставлены ими без внимания. Признаком несформировавшегося рынка оказалось несоответствие цены и качества предоставляемых услуг. Очень часто белгородский рынок не может предложить конкурентоспособный продукт. Цена блокового предложения, включающего проживание, питание, транспорт, конференц-услуги и экскурсии, завышена. А качество предлагаемого турпродукта ниже, чем в Москве и за рубежом [4].

Белгородская область проигрывает в том, что не располагает не только конгресс-отелями (за границей давно принято разделять гостиницы для бизнеса и отдыха), но и вместительными конференц-залами. В Белгороде практически невозможно найти помещение, пригодное для проведения деловых мероприятий и способное принять 1500 человек и более, немногие загородные отели располагают вместительными залами.

Сейчас наблюдается достаточно высокий спрос на организацию загородных конференций и семинаров [8], но разместить несколько сотен человек и в то же время качественно оказать конференц-услуги среди гостиниц могут единицы. Например, в гостинице «Белогорье» конференц-зал рассчитан только на 70 человек, поэтому следует предлагать клиентам залы, расположенные рядом с гостиничным комплексом. Дело в том, что большинство загородных отелей изначально предназначалось для отдыха, при их строительстве никто

не думал, что они будут использоваться в качестве площадок для проведения деловых мероприятий. Однако сегодня, в связи с развитием делового туризма и его высокой доходностью, владельцы отелей изменили свое мнение: они срочно расширяют имеющиеся залы, пристраивают новые и оснащают их современным оборудованием. В частности, по такому пути пошли санаторий «Красиво», пансионат «Лесная сказка» и гостиничный комплекс «Две реки». Если же возможностей отелей и в этом случае недостаточно, конференц-зал арендуется «на стороне». Участники рынка не опасаются, что конференц-залы Белгорода или Старого Оскола, оборудованные для проведения деловых мероприятий, составят конкуренцию конференц-залам загородных и городских отелей.

Во-первых, все более востребованными становятся комплексные мероприятия на 2 – 3 дня, совмещающие работу и последующий отдых, а такое возможно только во время проживания в гостинице. К примеру, после дня семинаров люди желают посетить оздоровительный центр, расслабиться, чего не может предложить ни один отдельный зал [13].

Во-вторых, выезд за город воздействует психологически – белгородцы (а тем более жители других регионов) оказываются за пределами привычного круга.

В-третьих, при «выездном» общении, у участников мероприятия оказывается больше времени на личные переговоры, в то время как в обычном зале время на дополнительное общение после окончания конференции ограничено.

Многогранную инфраструктуру индустрии делового туризма Белгородской области составляют: выставочно-конгрессный центр «БелЭкспоцентр», бизнес-отели («Континенталь», «Белгород», «Амакс конгресс-отель» и др.), бизнес-центры («Столыпинь», «Капиталь», «Контакт», «Владимирский», «Монблан» и др.), туристические и консалтинговые компании, специализирующиеся в этой области, транспортные компании, страховые компании, пла-

тежные и банковские системы, современные компьютерные и телекоммуникационные технологии (Приложение Е).

В Белгородской области нет ни одного МІСЕ-бюро, поэтому с точки зрения конкурентоспособности будут рассматриваться: бизнес-отель «Континенталь» (г. Белгород, ул. Н.Чумичова, 30), туристическая фирма «Тур-центр Экспо» (г. Белгород, Народный бульвар, 70) и агентство по организации тимбилдинга «ПобедаТЕАМ» (г. Белгород, ул. Волчанская 292Б). Сравнительная характеристика конкурентов по 5 балльной шкале, относительно делового туризма, представлена на рисунке 2.4.

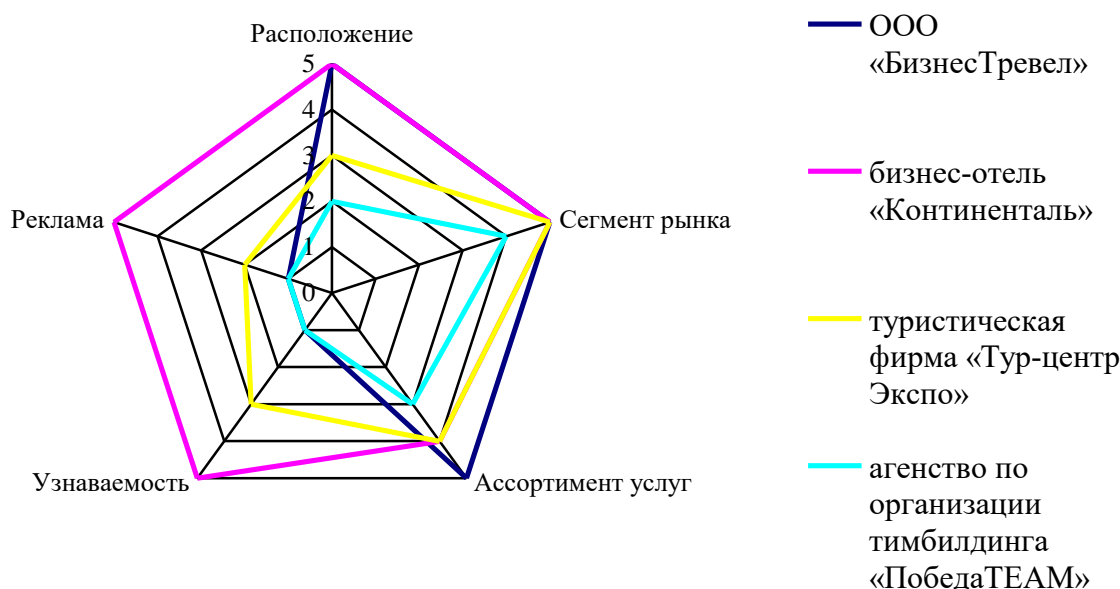


Рис. 2.4. Многоугольник конкурентоспособности ООО «БизнесТревел»

Из рисунка 2.4 видно, что наиболее опасными конкурентами для ООО «БизнесТревел» являются Бизнес-отель «Континенталь» и туристическое агентство «Тур-центр Экспо», а агентство по организации тимбилдинга «ПобедаТЕАМ» представляет наименьшую опасность.

Бизнес-отель «Континенталь» имеет удачное расположение в центре города, вблизи ж/д вокзала, хорошую транспортную развязку и большую парковку на территории отеля. Услуги бизнес-отеля «Континенталь» рассчитаны на гостей с высоким и средним достатком. В ассортимент услуг для бизнес-туристов входит бронирование и проживание в комфортабельных номерах,

трансфер и предоставление залов для проведения встреч и конференций. Узнаваемость предприятия довольно высока, так как проводится множество рекламных акций на интернет пространстве и СМИ.

Местоположение главного офиса «Тур-центра Экспо», находится на выезде из города, что не совсем удобно для клиентов и сам офисный центр выглядит не презентабельно. Клиентами фирмы могут стать люди с разным достатком. Турфирма предлагает такие услуги, как бронирование авиа и ж/д билетов, бронирование гостиниц, проведение экскурсий по разным направлениям, в том числе и по Белгородской области.

Узнаваемость фирмы не высокая и рекламы практически не производится.

Агентство по проведению тимбилдинговых мероприятий «ПобедаTEAM» находится на выезде из г. Белгорода, что делает его недостижимым и непривлекательным для большого количества потенциальных клиентов. Ассортимент услуг достаточно широк, но он связан исключительно с тимбилдинговыми мероприятиями, что сужает круг клиентов. Узнаваемость бренда практически нулевая, агентство не упоминается в СМИ и интернет-площадках, но имеет свой сайт.

На основе анализа конкурентной среды в Белгородской области, можно сделать вывод, что ООО «БизнесТревел» может легко занять крепкие позиции на рынке бизнес-туризма региона. Для этого нужно разработать качественную рекламную стратегию, чтобы компания стала на слуху и ее начали узнавать.

На том, что Белгородской области выгодно развивать именно деловой туризм, настаивают многие эксперты. За бизнес-туриста платит фирма, но он все равно несет дополнительные собственные расходы (то есть, доход от него будет выше, чем от обычного путешественника). Кроме того, на проведение деловых мероприятий не влияет сезонность (еще одно отличие от познавательного туризма), так что развитие индустрии бизнес-путешествий может дать региону круглогодичное поступление денежных потоков.

Следующий аргумент в пользу бизнес-путешествий – Белгород и область не являются курортной зоной, одного названия которой хватило бы для того, чтобы люди ехали сюда отдыхать. Географическое положение и промышленный потенциал региона укрепляют его деловой имидж.

Таким образом, Белгородская область имеет большой потенциал развития научного и делового туризма, который в настоящий момент используется на 10 – 15%. Здесь проводятся многочисленные конгрессы и конференции, сформированы наукограды и технопарки. Потенциальную основу развития делового туризма представляет собой белгородская торгово-промышленная палата и ее выставочные центры. А развитие научного и делового туризма возможно только при поддержке развития данных направлений со стороны инвесторов и властей региона.

3. Организация производства и управление предприятием

Для того, чтобы осуществление собственного дела было запланированным, а также для демонстрации всем сотрудникам и общественности, что представляет собой организация, какой она должна стать и к чему она стремится, необходимо выработать цели дальнейшего развития [6]. В первый год функционирования предприятия планируется осуществить достижение следующих целей:

- открытие фирмы;
- покупка помещения и оснащение офиса всем необходимым;
- найм сотрудников;
- разработка тимбилдинговых программ;
- проведение мероприятий по привлечению клиентов;
- поиск и улучшение работы с партнерами;
- поиск и улучшение работы с клиентами;
- внедрение мониторинга удовлетворения потребностей клиентов;
- получение статуса туроператора по внутреннему туризму;
- поиск и улучшение работы с иногородними клиентами и партнерами;
- обеспечение высокого качества услуг;
- увеличение потока клиентов и прибыли;
- разработка и внедрение новых услуг;
- ознакомление клиентов с новыми услугами;
- максимальное использование всех имеющихся ресурсов;
- удержание конкурентоспособной позиции на рынке;
- увеличение продаж;
- возврат вложенных в бизнес средств.

Так, в первый год работы предприятия ООО «БизнесТревел» планируется создать такие условия, которые смогут обеспечить оптимальную работу центра развития бизнес-туризма, создать положительную репутацию, а также увеличить получение прибыли.

Для наглядности ежемесячный план целей на первый год функционирования ООО «БизнесТревел» был сформирован в диаграмму Ганта, которая представлена в приложении Ж.

Для достижения целей, установленных для ООО «БизнесТревел» в первый год представлены следующие меры:

- оформление всех документов, связанных с покупкой помещения;
- оформление всей документальности при открытии ООО;
- проведение собеседований с потенциальными сотрудниками;
- подписание договоров с партнерами;
- ознакомление персонала с должностными инструкциями;
- ознакомление и информирования сотрудников о целях и миссии фирмы;
- проведение ежемесячных собраний с директором фирмы;
- проведение маркетингового исследования на выявление отношения клиентов к предприятию;
- проведение обучающих семинаров и тренингов для повышения квалификации персонала;
- разработка рекламных акций и ознакомление потребителей со спецификой услуг;
- направить в Ростуризм заявление на получение статуса туроператора по внутреннему туризму;
- разработка новых услуг и предложений для увеличения объема продаж.

Долгосрочные цели показывают стратегическое намерение предприятия расти и функционировать на высоком уровне [21].

В следующие годы функционирования ООО «БизнесТревел» планируется осуществление целей, отображенных в таблице 3.1.

Таблица 3.1

Ежегодный план целей ООО «БизнесТревел»
на долгосрочный период работы

Годы	Цели
2	- улучшение качества предлагаемых услуг; - выход на всероссийский рынок; - увеличение прибыли в 1,5 раза.
3	- расширение бизнеса и открытие сети в других городах России; - поиск новых партнеров; - введение новых технологий в работу фирмы.
4	- выход на международный рынок; - поиск и улучшение работы с иностранными партнерами и клиентами.
5	- занять лидирующие позиции на рынке бизнес-туризма; - поиск новых партнеров; - открытие филиалов на международном рынке.

Таким образом, долгосрочные цели предприятия направлены на укрепление его позиции на рынке города, расширение доли продукции компании и потребительской аудитории, освоение новых технологий оказания услуг и увеличение прибыли.

Для достижения данных целей планируется осуществление следующих мер:

- обеспечение гибкого графика и применение нематериального стимулирования персонала;
- укрепление служебной дисциплины в организации;
- предоставление новых услуг;
- повышение качества и контроль с помощью обратной связи;
- повышение квалификации персонала;
- обеспечение стойких отношений на основе сотрудничества с новыми партнерами;
- открытие второго офиса в городе;
- расширение бизнеса за счет открытия новых точек по России;
- поиск новых партнеров за рубежом.

Все перечисленные цели и меры их достижения представляют собой желаемый результат деятельности предприятия, а также соответствуют направлению его деятельности и принятой миссии.

Предприятие «БизнесТревел» является Обществом с ограниченной ответственностью и осуществляет деятельность в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации. Такая организационно-правовая форма была выбрана так как она имеет простую процедуру регистрации и финансовую безопасность учредителей. Статус юридического лица будет выглядеть предпочтительней как при работе с клиентами, так и при работе с туроператорами. Руководство текущей деятельностью осуществляется исполнительным единоличным органом – директором.

Для ООО «БизнесТревел» была выбрана простая линейная организационная структура (рис. 3.1).

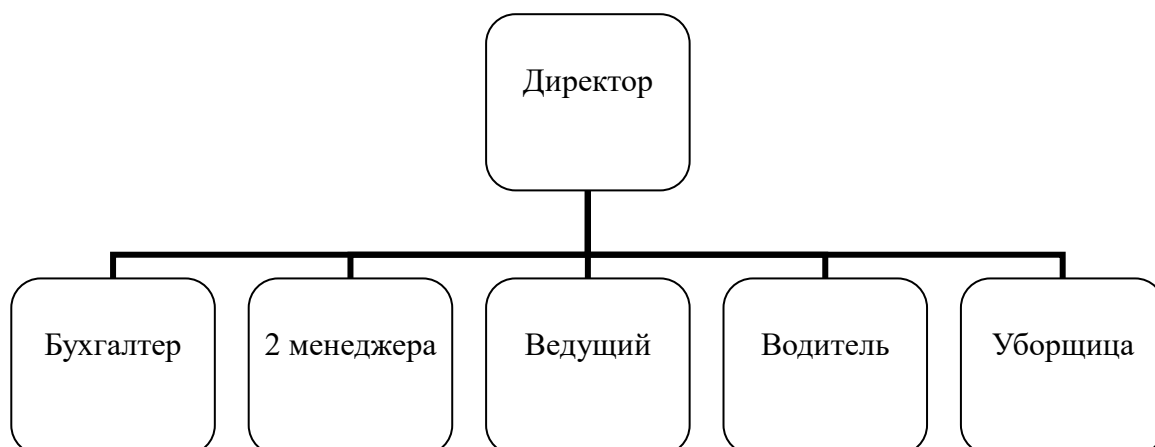


Рис. 3.1. Организационная структура ООО «БизнесТревел»

Структура характеризуется тем, что во главе каждого структурного подразделения находится руководитель-единоначальник, наделенный всеми полномочиями и сосредоточивший в своих руках все функции управления. В данном случае этим руководителем будет являться директор [31].

Плюсы данной организационной структуры заключаются в единстве и четкости распорядительства; согласованности действий исполнителей; простоте управления; четкости выражения ответственности; оперативности в

принятии решений; личной ответственности руководителя за конечные результаты деятельности организации.

На старте бизнеса потребуется трудоустроить 2-х менеджеров и ведущего различных мероприятий, имеющего ненормированный график работы. Также для функционирования фирмы потребуются бухгалтер, водитель и уборщица. Обязанности директора/управляющего на первых порах будут возложены на инициатора проекта. Предполагается также использовать вспомогательных рабочих вне штата.

Менеджеры должны обладать знанием иностранных языков, уметь четко и грамотно излагать свои мысли. В фирме они будут личными помощниками клиентов, в том числе будут производить необходимые выезды с офиса для полноценного предоставления услуг для бизнес-туристов. В должностные обязанности менеджера также входит обслуживание клиента, производство консультаций по предлагаемым услугам, ведение кассовых документов, заключение договоров, разрешение спорных вопросов с клиентами в отсутствие директора. График работы менеджеров 2/2 с 10.00 до 19.00.

Ведущий должен знать специфику организации развлекательных мероприятий, основы публичного выступления и конференса, иметь грамотную речь и хорошую дикцию. Ведущий будет нанят на основе гражданско-правового договора и его график работы будет зависеть от предстоящих мероприятий.

Бухгалтер ООО «БизнесТревел» должен осуществлять работу с финансовыми делами фирмы, выполнять ведение книг записей и необходимых отчетностей.

Водитель должен обладать правами категории В (легковые автомобили) и D (автобусы), а также иметь опыт вождения не менее 5 лет. Рабочие дни водителя не нормированы и он будет нанят на основе гражданско-правового договора.

Также организации необходим обслуживающий персонал. Под обслуживающим персоналом подразумевается наличие у клуба собственной убор-

щицы, обязанностью которой является поддержание чистоты и порядка внутри помещения.

Рабочий день уборщицы не нормирован, поэтому по соглашению она имеет право приходить, проводить влажную уборку помещения 1 раз в день, до открытия офиса. Раз в неделю в ее обязанности входит генеральная уборка.

Менеджеры, ведущий, бухгалтер, водитель и уборщица будут работать в организации по найму. Найм всего персонала будет производиться на конкурсной основе и с обязательным личным собеседованием. Предпочтение будет отдаваться лицам уже имеющим опыт работы или имеющим наивысшую квалификацию в своей области.

Подбор персонала планируется осуществить с учетом следующих требований:

- наличие профессиональной подготовки и квалификации по данной специальности;
- наличие опыта работы на аналогичных предприятиях;
- коммуникабельность, умение работать с клиентами;
- знание нормативных документов, регламентирующих работу в сфере туристического бизнеса;
- добросовестность, дисциплинированность, честность;
- преимуществом будет знание иностранных языков.

Штатное расписание (Приложение И) разработано индивидуально для предприятия. Оно составлено с учетом вида деятельности, специфики кадровой политики и иных факторов, а также дает возможность наглядно их сравнивать. Для составления штатного расписания, использована унифицированная форма Т-3. Она представляет собой бланк – таблицу, в которую внесены данные [47].

Каждый сотрудник будет ознакомлен с должностной инструкцией, в которой содержатся квалификационные требования, предъявляемые к занимае-

мой должности, трудовые права и обязанности сотрудника, а также его ответственность за те или иные действия в организации (Приложение К).

ООО «БизнесТревел» будет отчислять во внебюджетные фонды 30,2% от зарплаты сотрудников по трудовому договору (директор, бухгалтер, менеджеры, уборщица) и 27,1% (водитель, ведущий) по гражданско-правовому договору. Заработная плата сотрудников представлена в таблице 3.2.

Таблица 3.2

Заработная плата сотрудников ООО «БизнесТревел»

Должность	Численность рабочих	Оклад, руб.	Суммарная зп., руб.	Начисления на зп, руб.
Директор	1	35000	35000	10570
Бухгалтер	1	28000	28000	8456
Менеджер	2	20000	40000	12080
Ведущий	1	15000	15000	4065
Водитель	1	12000	12000	3252
Уборщица	1	10000	10000	3020
Итого	7	-	140000	41443

Таким образом, расходы на заработную плату сотрудников, с учетом отчислений во внебюджетные фонды, составит 181443 рубля ежемесячно.

Чтобы открыть ООО «БизнесТревел» понадобится понести некоторые затраты, такие как госпошлина за регистрацию ООО (4000 руб.), уставный капитал (10000 руб.), изготовление печати (500 руб.) и открытие расчетного счета в Сбербанке.

Для открытия расчетного счета в Сбербанке был выбран наиболее выгодный тариф для нового бизнеса «Легкий старт».

Особенности тарифа:

- отсутствуют ежемесячные платежи;
- действуют бесплатные платежи внутри банка, а на внешние 100 рублей за операцию (начиная с 4-ой);

- переводы физическим лицам: для ООО – от 0,5%, для ИП – от 1% (свыше лимита 150 тыс. руб.);
- пополнение наличными: через устройства самообслуживания – комиссия от 0,15%, через кассу – 1%;
- снятие денежных средств – комиссия 3%.

Данный тариф был выбран, так как открытие счета Сбербанк «Легкий старт» займет минимум времени: забронировать номер можно за несколько минут на сайте банка, удаленный доступ позволяет проводить расчеты в режиме 24/7, банк обеспечивает клиенту комплексное обслуживание, а так же в 2019 году бонусы до 100 тыс. руб. на рекламу, размещенную на сайтах-партнерах. Но тариф подходит только для начинающих компаний, в будущем потребуется смена тарифа на более выгодных условиях. Смена тарифа в банке производится бесплатно.

Для работы центра развития бизнес-туризма ООО «БизнесТревел» требуется отапливаемое помещение площадью не менее 15 кв. метров (так как, по нормам СанПиНа рабочее место не должно быть меньше 4.5 кв.м.). Будет приобретено помещение, размером в 25 кв. м, по адресу: г. Белгород, Свято-Троицкий бульвар, 34. Помещение расположено на 1 этаже, имеет санузел и собственный вход, оно находится в отличном состоянии и не требует ремонта. Стоимость помещения составляет 3400000 рублей.

При проведении интернета в офис ООО «БизнесТревел» потребуется купить роутер от компании «WIFIRE», стоимостью 2490 рублей. Для оснащения фирмы сетью Интернет, был выбран пакет услуги «Надолго». Пакет включает домашний интернет, со скоростью 100 Мбит/с и цифровое телевидение в 120 каналов. Стоимость составляет 520 рублей в первый месяц, и 260 рублей в последующие месяцы.

Для полноценной работы фирмы потребуется закупить мебель: стол, компьютерный стул настольная лампа для каждого менеджера и директора, стулья для клиентов, диван и торшер для зоны ожидания, тумба, шкаф, ве-

шалка-стойка, зеркало, настенная полка и мусорное ведро под каждый рабочий стол. Поставщиком мебели выступит магазин ИКЕА. Доставку мебели осуществит федеральная доставка VAMDODOMA, стоимость доставки составит 10% от суммы всего заказа. Перечень необходимой мебели и ее цена указана в таблице 3.3.

Таблица 3.3

Необходимая мебель для работы ООО «БизнесТревел»

Наименование	Стоимость, руб.	Необходимое количество, шт.	Стоимость всего, руб.
Стол	4490	3	13470
Компьютерный стул	2990	3	8970
Лампа настольная	890	3	2670
Стул для клиента	2690	3	8070
Диван	10990	1	10990
Торшер	1390	1	1390
Тумба	2990	1	2990
Шкаф	8990	1	8990
Вешалка-стойка	890	1	890
Зеркало	2490	1	2490
Настенная полка	3290	1	3290
Мусорное ведро	90	4	360
Итого			64570

Затраты на мебель составят 64570 рублей. А с учетом доставки эта сумма будет равна 71027 рублей.

Поставщиком компьютерного оборудования и необходимой техники выступит магазин электроники «М-Видео». Стоимость компьютерной и другой техники приведена в таблице 3.4.

Таблица 3.4

Необходимая техника для работы ООО «БизнесТревел»

Наименование	Стоимость, руб.	Необходимое количество, шт.	Стоимость всего, руб.
Ноутбук	16990	3	50970
Компьютерная мышь	590	3	1770
МФУ	8990	1	8990
Кофе машина капсульная	4990	1	4990
Чайник	690	1	690
Итого			67410

Стоимость необходимой техники для нормального функционирования ООО «БизнесТревел» составила 67410 рублей.

При открытии фирмы также необходимо закупить канцелярские принадлежности, чай, капсулы для кофе машины и ежемесячно пополнять запасы. Стоимость этих расходов будет равна, примерно, 2000 рублей.

На начальном этапе планируется запустить 4 тимбилдинговых мероприятия: квест по городу «Фотоохота», игра «Мафия», организация похода на 2 дня и игра «Хрустальная сова».

Квест «Фотоохота» проводится на улице города, в парках, общественных зданиях, за городом и т.д. Сценарий квеста подразумевает передвижение по городу пешком, на автобусе или автомобиле. Группа играющих делится на команды, каждая из которых получает индивидуальное задание. В каждой команде от 3 до 5 человек. Каждой команде предоставляются 10 – 20 фотографий узнаваемых мест города, участники должны понять что это за место, добраться до него и сделать фотографию своей команды на фоне этого места и отправить ее ведущему. После чего ведущий отвечает принято ли задание и начисляет балл команде. Та команда, которая справится с заданием лучше и быстрее всех вернется на исходную точку выигрывает и получает главный приз, все остальные получают символические подарки.

Для организации квеста по городу «Фотоохота» требуется 1 ведущий, координирующий весь процесс игры и распечатанные фотографии узнаваемых мест. Средняя стоимость печати одной фотографии 10x15 составляет 10 рублей, поэтому на печать 40 фотографий для двух команд потребуются минимальные расходы, в размере 400 рублей. А также потребуются покупка главного приза, победившей команде, и утешительные призы для остальных участников. Эти расходы будут производиться самим заказчиком. Таким образом, себестоимость проведения одного квеста «Фотоохота» составляет 400 рублей.

Игра «Мафия» – психологическая командная ролевая игра с детективным сюжетом, моделирующая борьбу информированных друг о друге членов

организованного меньшинства с неорганизованным большинством. Это игра с весьма простыми правилами, но интереснейшим игровым процессом. Корпоративный тимбилдинг «Мафия» раскрывает в участниках талант убеждения, ораторские навыки, лидерские качества, логику, интуицию, умение манипулировать и отражать манипуляции, чувствовать ложь, а главное, учит работать в команде.

Всего в игре задействовано десять участников: семеро мирных жителей (включая Шерифа и Доктора) и три мафиози во главе с Доном. Игра базируется на обсуждениях между всеми участниками во время дневной стадии и убийствах, совершаемых мафиози во время ночной стадии. Все мирные жители и Шериф именуются на профессиональном сленге красными игроками, а мафиози и Дон носят звание чёрных игроков. Для каждой игровой роли присутствует специальное обозначение в виде жестов, что позволяет участникам коммуницировать между собой и с ведущим в ночной стадии, когда любой звук может выдать игрока. Перед стартом первой игры праздника ведущий проводит инструктаж и объясняет правила.

Игру «Мафия» можно проводить как в офисе заказчика, так и в специально арендованном помещении, оснащённом необходимой мебелью (стоимость аренды помещения возмещается заказчиком). Из персонала фирмы в организацию игры будет задействован ведущий. Так же в магазине настольных игр «Hobby games» потребуются приобрести игровые карточки и маски (стоимость игры составляет 1500 рублей).

Поход на 2 дня будет отличным времяпровождением на уикенд. Ведь он не требует большого количества времени и специальных навыков от туристов, рассчитан даже на неподготовленного туриста с активной жизненной позицией в возрасте 18 – 50 лет. Предполагается, что походы выходного дня будут осуществляться в период с апреля по октябрь.

Данный тур рассчитан на 2 дня (табл. 3.5). Количество туристов в группе будет зависеть от желания клиента. Маршрут в цифрах выглядит так: на автобусе – 70 км, трекинг (пеший поход) – 5 км.

Таблица 3.5

Программа похода выходного дня

1 день		2 день	
Время	Мероприятия	Время	Мероприятия
10:30	Сбор группы	10:00	Подъем
11:00	Отправление	11:00	Завтрак
12:30	Прибытие и получение снаряжения	12:00	Развлекательные мероприятия
12:45	Прохождение инструктажа	15:00	Обед
13:00	Пеший переход	16:00	Сбор лагеря
14:00	Разбивка лагеря	17:00	Отправление в г. Белгород
15:00	Обед	18:30	Прибытие в г. Белгород
16:00	Развлекательные мероприятия		
19:00	Ужин		
20:00	Вечерний костер		

Таким образом, программа похода будет начинаться в 10:30 1-го дня и заканчиваться в 18:30 2-го дня.

В стоимость будет входить доставка автобусом из Белгорода и обратно, аренда туристского снаряжения (палатка, рюкзак, спальник), 2-х разовое питание, услуги инструктора, повара, услуги ведущего.

Для осуществления 2-х дневного похода фирме потребуется приобрести автобус для перевозки туристов в место отдыха. Предполагается покупка б/у автобуса – Hyundai Aero Town, 2008 г. производства, на дизельном двигателе 6,3 л., на 31 пассажирское место. Стоимость данного транспортного средства составит 500000 рублей.

Аренда туристского снаряжения для 2-х дневного похода будет осуществляться в магазине «Моя рыбалка», расположенном по адресу: г. Белгород, проспект Ватутина 22Б. Магазин «Моя рыбалка» предоставляет необходимое снаряжение для похода, в качестве палатки на 2 человек, 2 спальных мешков, рюкзак для переноса, по цене 1000 рублей за набор в сутки. Для организации похода в 20 человек потребуется 10 таких наборов и еще 1 набор для сопроводительного персонала.

При разработке данного тура планируется произвести найм сопроводительного персонала по аутсорсингу, в качестве, инструктора и повара. Будет нанят частный походный инструктор, с оплатой 250 рублей в час, на два дня. Время оплаты начинается в 1 день с момента прибытия на место и до 21:00, и во 2 день с 9:30 до отправления в г. Белгород, то есть 16 часов. Также будет нанят частный повар с оплатой 350 рублей в час и графиком работы в 1 день с 12:30 до 19:30 и во 2 день с 9:30 до 15:30. Состав меню обговаривается индивидуально с каждым заказчиком. Количество расходов на поход представлено в таблице 3.6.

Таблица 3.6

Расходы на организацию двухдневного похода

Статья расходов	Расчет	Общая стоимость, руб.
Заправка автобуса дизельным топливом	30л/100 км. 1л.-45,17руб. 54л (180 км)*45,17руб	2439,18
Аренда снаряжения	1000 руб./день *2дня*11 наборов	11000
Услуги инструктора	250 руб./ час *16 часов	4000
Услуги повара	350руб./час*13 часов	4550
Питание	500 руб./чел*20 человек+3 персонала	11500
Итого	33439,18	

Таким образом, общая себестоимость похода составила 33439,18 рубля, что также составляет себестоимость похода на группу, состоящей из 20 человек туристов и 3 человек персонала. А себестоимость на одного человека – 1688 рублей.

Интеллектуальная игра «Хрустальная сова» проводится в помещении, в 3 тура с перерывами. В каждом блоке разыгрываются 10 вопросов, продолжительность тура составляет около получаса, вся игра занимает около 3 часов. Участники делятся на команды и по сигналу ведущего сдают свои ответы синхронно, на специальных бланках. Для этого ведущему помогает распорядитель зала. Минимальное количество участников игры – 6 человек. Игровой

арбитр проводит подсчет правильных ответов и ведет турнирную таблицу. Игра может проводиться как единоразово, так и в формате турнира.

Для организации интеллектуальной игры «Хрустальная сова» потребуется снять помещение, размеры которого будут зависеть от количества играющих. Расходы на аренду помещения берет на себя 1 или несколько заказчиков (при проведении игры на несколько фирм). Помещение должно быть оснащено необходимой мебелью, для каждой команды требуется стол и стулья. Для координирования игры будет представлен 1 ведущий и, по необходимости, распорядитель зала, в лице одного из менеджеров ООО «БизнесТревел». Для полноценной игры ведущему нужно подготовить ряд вопросов и достоверные ответы к ним. Также требуется необходимый инвентарь для проведения игры: статуэтка совы, цифровое табло, волчок со стрелкой, черный ящик, 13 карточек с вопросами и игровое поле на ткани. Заказ инвентаря будет осуществляться в интернет-магазине Игра-Экспресс и стоимость всего набора составит 6900 рублей и относится к первоначальным затратам компании. Стоимость печати специальных бланков составит 5 рублей за 1 бланк. На игру, состоящей из одной команды, потребуется 30 бланков. Поэтому себестоимость 1 игры составит 150 рублей.

Бронирование отелей будет осуществляться менеджерами ООО «БизнесТревел» по запросу клиента. В стоимость бронирования будет включено само проживание и 10% комиссия в пользу ООО «БизнесТревел» за подбор отеля.

Трансфер, предоставление личного водителя и сопровождение бизнес-туристов по г. Белгород будет осуществляться с помощью водителя с личным автомобилем, входящим в штат сотрудников ООО «БизнесТревел» или непосредственно самим директором организации, имеющим личный автомобиль. Затраты на бензин оплачиваются самим водителем.

Для проведения конференций и переговоров ООО «БизнесТревел» будет сотрудничать с различными объектами деловой инфраструктуры г. Белгород. Также для проведения конференций и переговоров клиенту предоставля-

ется курирующий менеджер, способный значительно облегчить организацию мероприятия и проследить за всеми этапами выполнения заказа, и, при необходимости, в работу будет включен ведущий.

При предоставлении услуг переводчика, ООО «БизнесТревел» будет выступать в качестве посредника и взимать комиссию, в размере 10% от всех услуг переводчика.

Аренда комфортабельного автобуса предоставляется для перевозки пассажиров и оплата услуги будет составлять 1500 рублей в час, соответствующая средней цене по области. Перевозками будет заниматься водитель, входящий в штат сотрудников ООО «БизнесТревел». На один час перевозки потребуется около 18 литров дизельного топлива, что составляет 813,06 рублей.

Производственный процесс в ООО «БизнесТревел» состоит из следующих последовательных стадий:

- продвижение туристского продукта на рынок;
- реализация туристического продукта потребителям.

Последовательность выполнения основных элементов технологических процессов в ООО «БизнесТревел» представлены на рисунке 3.2.

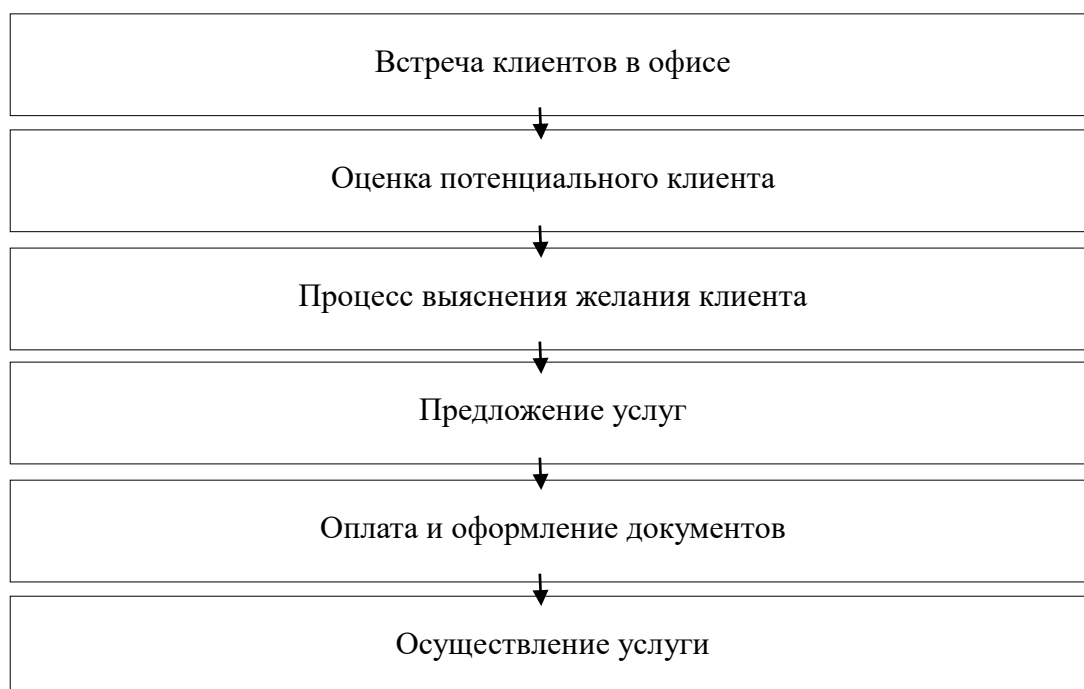


Рис. 3.2. Технологические процессы в ООО «БизнесТревел»

Одной из важных моментов производственного процесса в центре развития бизнес-туризма «БизнесТревел» является встреча клиентов в офисе фирмы [33]. При встрече клиентов персонал фирмы оценивает поведенческие характеристики потенциального покупателя. Оценка потенциального покупателя происходит по следующим показателям:

- частотность деловых поездок (количество поездок, совершаемых в исследуемый период, на душу населения);
- предпочтения в выборе географии бизнес-туризма;
- наиболее предпочтительная форма организации услуг;
- представления клиента о цене услуг;
- представления о торговой марке фирмы;
- коммуникативное поведение клиента;
- роль внешних раздражителей в процессе принятия решения о покупке услуг [50].

После оценки потенциального покупателя происходит процесс выяснения желания покупателя [29]. На данной стадии менеджеры фирмы «БизнесТревел» выясняют, что именно хочет клиент. После выяснения желаний клиента, происходит предложение ему услуг. В случае положительного решения в отношении услуг, происходит оплата и оформление документов.

Особое значение ООО «БизнесТревел» уделяет изучению воздействия на структуру туристского спроса, изучению изменения в общественной психологии потребления, информированности, высокому уровню образованности, требовательности к комфорту и качеству услуг, индивидуализму, экологизации мышления потребителя, мобильности, физической и умственной активности на отдыхе, стремлению получать от жизни как можно больше впечатлений.

4. Маркетинговый план

Охват рынка по факту отражает степень специализации бизнеса [51]. И так как ООО «БизнесТревел» – это узкоспециализированная компания, направленная на деловой туризм, для нее была выбрана стратегия концентрированного маркетинга. Концентрация усилий на одном сегменте позволяет достигать высокой конкурентоспособности продукта при низком бюджете на продвижение и относительно малых затратах на поддержку и распространение товара [12].

Концентрированный маркетинг выгоден для центра развития бизнес-туризма ООО «БизнесТревел», так как способен обеспечить высокую долю на целевом рынке (рыночной нише), может дать хороший старт, с которого компания может расти дальше, захватывая новые рыночные сегменты. Если успешно позиционировать себя в роли эксперта, то можно достичь абсолютного лидерства в нише [7].

Но, в случае стагнации рынка, изменения предпочтений аудитории, ужесточения конкуренции – ООО «БизнесТревел» может потерять сразу весь свой бизнес. Поэтому при достижении минимального успеха компания начнет диверсифицировать свой бизнес.

Для формирования услуг ООО «БизнесТревел» тщательно изучался спрос на рынке бизнес-туризма. Анализ спроса позволил разработать перечень услуг, которые будет предоставлять фирма. В перечень услуг центра развития бизнес-туризма входит:

- тимбилдинг;
- проведение встреч и мероприятий;
- бронирование гостиниц и трансфер;
- предоставление переводчика;
- аренда автобуса.

Неотъемлемой частью маркетинговой программы ООО «БизнесТревел» является высокий уровень обслуживания.

В рамках программы по стимулированию сбыта в ООО «БизнесТревел» будет введена система скидок. Само по себе введение любых видов скидок должно быть направлено на закрепление позиций предприятия на конкретных рынках. ООО «БизнесТревел» предлагает следующую систему скидок и подарков для корпоративных клиентов:

- каждый клиент получит в подарок трансфер с аэропорта или ж/д вокзала, при условии бронирования гостиницы через ООО «БизнесТревел»;
- при приобретении услуги организации тимбилдинга, клиент получает скидку в 10% на любую другую услугу;
- скидка 30% при заказе аренды автобуса, после 3-го часа аренды.

Стратегия рекламной кампании ООО «БизнесТревел» базируется на привлечении клиентов. Реклама – это дорогостоящий элемент маркетинговой политики любой организации, поэтому от того, насколько правильно определены цели рекламы, выбранные средства ее распространения, разработаны рекламные обращения с учетом целевой аудитории зависит конечный результат рекламной деятельности [18].

ООО «БизнесТревел» будет пользоваться следующими средствами распространения рекламы:

- реклама в сети Интернет;
- разработка фирменного стиля и наружная реклама;
- реклама на баннерах города.

Оптимальными будут следующие формы рекламы:

– информативная реклама, которая сыграет важную роль на начальной стадии реализации проекта, когда ее цель будет заключаться в создании первичного спроса.

– реклама как убеждение, она приобретет особое значение на стадии конкурентной борьбы, когда фирма будет стремиться создать устойчивый спрос на услуги. Причем, одним из направлений будет сравнительная реклама, цель которой – установление превосходства по качеству и уникальности услуг.

Реклама в сети Интернет для компании будет играть основную роль в рекламной стратегии. Использование Интернет даёт возможность исследовать новые возможности рынка для своих услуг, выделять и изучать различные сегменты рынка. Отслеживание информации в сети повышает достоверность прогнозов и позволяет осуществлять диверсификацию видов своей деятельности гораздо быстрее, чем конкурентам, игнорирующим его [19].

ООО «БизнесТревел» будет использовать инструменты не поискового маркетинга: контент маркетинг, маркетинг в социальных сетях (Одноклассики, ВКонтакте, Facebook, Twiter, Instagram), медийная реклама и др.

Руководство ООО «БизнесТревел» не планирует нанимать SMM-менеджера и будет проводить маркетинг в социальных сетях своими силами.

Для разработки контентной стратегии для социальных сетей, были заданы следующие цели:

- повышение узнаваемости магазина в социальной сети;
- реклама услуг компании;
- сбор качественной обратной связи от клиентов.

Страницы социальных сетей ООО «БизнесТревел» будет публиковать 4 вида контента:

- продающий (анонс и реклама услуг, отзывы);
- информационный (объявления, рабочий процесс, новости);
- развлекательный (интересные факты);
- вовлекающий (опросы, обсуждение).

Публикации будут выходить ежедневно. Контент-план на первый месяц представлен в приложении Л.

Особенностями размещения наружной рекламы можно назвать:

- плакаты привлекают к себе внимание в силу своего размера;
- большинство плакатов выполнено в цвете, с реалистичными сценами;
- правильно выбранное расположение плакатов делает рекламную кампанию эффективной;

– красочные плакаты способствуют закреплению сюжета в памяти потребителя.

Для размещения баннера в г. Белгород была выбрана центральная улица – проспект Богдана Хмельницкого.

Важно отметить, что баннер должен быть хорошо выполнен художественно и технически, обладать оригинальностью, легко запоминаться. Такой баннер одновременно дает представление о характере рекламируемых услуг и создает их положительный имидж [20].

Разработку, печать и размещение рекламного баннера, а так же разработку фирменного стиля, вывески и печатью визиток будет заниматься рекламное агентство «LEO-Media». Перечень расходов на рекламу представлен в таблице 4.1.

Таблица 4.1

Рекламный бюджет ООО «БизнесТревел»

Статья расходов	Количество	Цена за ед., руб.	Стоимость, руб.
Разработка фирменного стиля	-	-	10000
Наружная реклама	-	-	4000
Печать визиток	1000 шт.	3	3000
Печать рекламного баннера	1 шт.	3500	3500
Аренда щита	12 месяцев	11000	132000
Итого			152500

Так, на разработку рекламных мероприятий понадобится 152500 рублей.

При рассмотрении каналов сбыта услуг для ООО «БизнесТревел» были выбраны две основные формы взаимодействия:

- прямые продажи;
- сотрудничество с посредником.

При рассмотрении канала сбыта «прямые продажи» можно выделить главные достоинства такого канала, среди которых [37]:

- расширение географического присутствия;
- увеличение доли рынка;

- непосредственный контакт с потребителем;
- возможность отслеживания изменений в предпочтениях потребителя в отношении предоставляемых услуг;
- проведение грамотной политики, как в области предлагаемой услуги, так и в области цен, стимулирования сбыта;
- повышение узнаваемости своей торговой марки.

Сотрудничество с посредником имеет ряд определенных достоинств [17]:

- сокращение собственных издержек, связанных с содержанием персонала, офисных, складских и иных площадей, необходимых для предоставления услуги, а также других сопутствующих издержек;
- увеличение объемов продаж;
- увеличение объемов прибыли;
- расширение клиентской базы и возможность охвата новых сегментов рынка.

В связи с тем, что посредник работает на договорной основе с компанией, предоставляющей основную услугу, и не является зависимой организацией, существует возможность расторжения договорных отношений по причине недобросовестного ведения бизнеса. Данное обстоятельство также может привести к потере части клиентов компании [22].

Продажи в ООО «БизнесТревел» будут осуществляться на основе наличного расчета и банковских переводов.

Структуру цены на услуги в ООО «БизнесТревел» можно представить следующими элементами:

- себестоимость услуги;
- прибыль организации;
- скидки для отдельных групп туристов;
- надбавка или скидка (комиссионное вознаграждение) в пользу посредника.

Основу цены услуги в ООО «БизнесТревел» составляет себестоимость, которая характеризует текущие издержки организации на производство и реализацию услуг. Центр развития бизнес-туризма ООО «БизнесТревел» будет стремиться к тому, чтобы полностью возместить затраты, связанные с выпуском услуг, и получить достаточную прибыль. Прибыль обеспечивает финансирование текущих расходов и развитие фирмы.

Предлагаемые цены на услуги ООО «БизнесТревел» представлены в таблице 4.2.

Таблица 4.2

Предлагаемые цены на услуги ООО «БизнесТревел»

Услуга	Стоимость услуги	Примечание
Квест «Фотоохота»	200 руб./чел.	От 10 человек
Игра «Мафия»	350 руб./чел.	От 10 человек
Игра «Хрустальная сова»	500 руб./чел.	От 10 человек
Поход выходного дня	5000 руб./чел.	От 20 человек
Бронирование отелей	От 300 руб.	10% от цены за номер
Трансфер/личный водитель	От 200 руб.	40 руб./км
Организация конференций и переговоров	От 3000 руб.	10% от итоговой сметы мероприятия
Услуги переводчика	От 1000 руб.	10% комиссии от услуг переводчика
Аренда автобуса в час	1500 руб./час	до 31 человек

Формирование цен услуг происходило на основе себестоимости и среднерыночных цен в Белгородской области.

Итоговая стоимость квеста «Фотоохота», игр «Мафия» и «Хрустальная сова» и похода выходного дня регулируется в зависимости от количества участвующих человек. Стоимость бронирования отелей, трансфера, предоставления личного водителя, организации конференций и переговоров, услуг переводчика не может быть ниже установленной. Аренда автобуса подразумевает перевозку пассажиров не более 31 человек, согласно количеству мест в автобусе.

При прогнозе продаж были выделены следующие целевые сегменты: клиент 1 – крупные градообразующие компании, клиент 2 – научные центры

района, клиент 3 – мелкий бизнес, ИП. По данным сегментам был составлен план продаж в единицах (табл. 4.3).

Таблица 4.3

Прогноз продаж ООО «БизнесТревел» по целевым сегментам

Виды услуг	Клиент 1				Клиент 2				Клиент 3			
	1 г.	2 г.	3 г.	4 г.	1 г.	2 г.	3 г.	4 г.	1 г.	2 г.	3 г.	4 г.
Квест «Фотоохота»	10	13	15	17	3	4	5	6	12	15	18	19
Игра «Мафия»	12	15	18	19	3	4	5	6	18	23	27	29
Игра «Хрустальная сова»	18	23	27	29	3	4	5	6	18	23	27	29
Поход на 2 дня	10	13	15	17	5	6	7	8	13	17	20	22
Бронирование отелей	30	38	42	45	20	25	30	32	50	62	70	72
Трансфер, личный водитель	30	38	42	44	15	19	22	23	50	62	70	72
Организация конференций и переговоров	12	15	18	20	8	10	12	14	12	15	18	20
Услуги переводчика	8	10	12	14	5	6	7	8	8	10	12	14
Аренда автобуса	10	13	15	17	10	13	15	17	36	42	50	52
Итого	137	173	199	222	70	89	106	120	214	265	307	329

На основе данных прогноза продаж по целевым сегментам рассчитаем количество продаж каждого вида услуг на 1-ый год функционирования фирмы (Приложение М) и последующих периодов (табл. 4.4).

Таблица 4.4

Прогноз продаж ООО «БизнесТревел» по видам услуг

Вид услуг	1 год	2 год	3 год	4 год
Квест «Фотоохота»	25	32	38	42
Игра «Мафия»	33	42	50	54
Игра «Хрустальная сова»	39	50	59	64
Поход выходного дня	28	36	42	47
Бронирование отелей	100	125	142	149
Трансфер, личный водитель	95	119	134	139
Организация конференций и переговоров	32	40	48	54
Услуги переводчика	21	27	31	36
Аренда автобуса	56	68	80	86
Итого	429	538	624	671

Так, в 1 год работы ООО «БизнесТревел», планируется продать 429 услуг, во 2 год – 538, в 3 год – 624 услуги, а в 4 год – 671 услугу.

5. Финансовый план. Оценка эффективности проектных мероприятий

Для принятия окончательного решения по созданию центра развития бизнес-туризма ООО «БизнесТревел», необходимо четко определить инвестиции и производственные издержки, учитывая, что прибыльность проекта будет в конечном счете зависеть от их размеров, структуры и графика осуществления.

Первоначальные инвестиционные затраты включают в себя капитальные вложения, оборотный капитал, а также прочие единовременные вложения, необходимые для реализации проекта [34].

Первоначальные затраты ООО «БизнесТревел» представлены в таблице 5.1.

Таблица 5.1

Первоначальные инвестиционные затраты ООО «БизнесТревел»

Наименование затрат	Сумма, руб.
Госпошлина за регистрацию ООО	4000
Уставный капитал	10000
Изготовление печати	500
Покупка помещения	3400000
Проведение интернета	2490
Мебель с доставкой	71027
Техническое оснащение	67410
Канцелярия и кухонные запасы	2000
Разработка фирменного стиля	10000
Наружная реклама, вывеска	4000
Покупка автобуса	500000
Покупка игры «Мафия»	1500
Покупка игры «Хрустальная сова»	6900
Итого	4079827

Таким образом, на первоначальные инвестиционные затраты ООО «БизнесТревел» потребуется 4079827 рублей.

Сумма первоначальных инвестиционных затрат будет возмещена за счет собственных средств и банковского кредитования.

Кредит «Бизнес-недвижимость» будет взят в российском банке ПАО «Сбербанк» на 36 месяцев под 11% годовых на сумму 3400000 рублей, с пер-

воначальным взносом в 1100000 рублей. Основной целью кредитования является покупка коммерческой недвижимости.

Условия кредитования:

- срок кредитования – 3 года (36 месяцев);
- сумма кредита – 3400000 рублей;
- процентная ставка – 11% годовых (аннуитетная схема платежей);
- первоначальный взнос от 25%;
- сумма ежемесячного платежа – 75299,25 рублей;
- переплата по процентам за кредит – 410765,78 рублей;
- досрочное погашение – есть (без комиссии).

В ООО «БизнесТревел» будет начисляться амортизация на помещение и автобус. Для расчета амортизации основных средств необходимы данные об их балансовой стоимости. Балансовая стоимость помещения составляет 3400000 рублей, а автобуса 500000 рублей. Срок использования помещения – 30 лет (360 месяцев), а автобуса – 5 лет (60 месяцев). Амортизация будет рассчитана линейным способом,

При линейном способе норма амортизации рассчитывается как ежемесячный процент от первоначальной стоимости имущества по формуле 1 [43].

$$K = \frac{1}{n} \times 100, \quad (1)$$

Где K – коэффициент амортизации;

n – срок полезной эксплуатации объекта в месяцах.

Так коэффициент амортизации для помещения составляет 9520 рублей в месяц, а для автобуса 8350 рублей в месяц. Поэтому сумма амортизационных отчислений будет равна 17870 рублей в месяц, а в год – 214440 рублей.

Помимо этого, для анализа эффективности инвестиционных вложений в разработку открытия центра развития бизнес-туризма ООО «БизнесТревел», необходимо определить постоянные и переменные расходы.

Постоянные затраты не меняются в зависимости от объема оказанных услуг. К ним относятся затраты на обслуживание помещения, амортизация, постоянная часть заработной платы сотрудников, расходы на рекламу и прочее [35].

Постоянные расходы в 1 год функционирования ООО «БизнесТревел» представлены в таблице 5.2.

Таблица 5.2

Постоянные затраты ООО «БизнесТревел» за 1 год

Наименование затрат	Январь, руб.	Февраль-декабрь, руб.	Сумма в год, руб.
Оплата интернета	520	260	3380
Коммунальные услуги	1500	1500	18000
Обновление канцелярии и кухни	2000	2000	24000
Заработная плата сотрудников	181443	181443	2177316
Амортизация	17870	17870	214440
Печать визиток	3000	-	3000
Печать рекламного баннера	3500	-	3500
Аренда рекламного щита	11000	11000	132000
Проценты по кредиту	11410,16	11410,16	136921,93
Итого			2712557,93

Таким образом, сумма постоянных издержек центра развития бизнес-туризма ООО «БизнесТревел» в первый год функционирования предприятия будет составлять 2712557,93 рублей.

Для учета инфляции в финансовых показателях будет использоваться данные 2018 года, так как отчетный год еще продолжается. По данным Росстата, итог по инфляции в 2018 году составил 4,2%.

Срок кредита ООО «БизнесТревел» – 3 года, поэтому кредитные платежи в 4 год и последующие года функционирования бизнеса не учитываются.

Постоянные расходы в остальные периоды функционирования центра развития бизнес-туризма ООО «БизнесТревел» с учетом инфляции представлены в таблице 5.3.

Таблица 5.3

Постоянные затраты ООО «БизнесТревел» в последующие периоды

Статья затрат	Сумма, руб.		
	2 год	3 год	4 год
Оплата интернета	3251,04	3387,58	3529,86
Коммунальные услуги	18756	19543,75	20364,59
Обновление канцелярии и кухни	2084	2171,53	2262,73
Заработная плата сотрудников	2268763,27	2364051,33	2463341,49
Амортизация	214440	214440	214440
Печать визиток	3126	3257,29	3394,1
Печать рекламного баннера	3647	3800,17	3959,78
Аренда рекламного щита	137544	143320,85	149340,32
Проценты по кредиту	136921,93	136921,93	-
Итого	2766526,2	2890894,43	2860632,87

Согласно таблице 5.3, наиболее крупную сумму затрат составляет заработная плата сотрудников фирмы. Количество постоянных издержек с учетом инфляции составляет во 2 год – 2766526,2 рублей, 3 год – 2890894,43 рублей, в 4 год – 2860632,87 рублей

Переменные издержки зависят от объема оказанных услуг, поэтому включают в себя необходимые расходы для осуществления предлагаемых услуг. В переменные издержки ООО «БизнесТревел» входит печать фотографий для квеста по городу «Фотоохота», печать бланков для интеллектуальной игры «Хрустальная сова» и дизельное топливо для аренды автобуса.

На основе прогноза продаж ООО «БизнесТревел» по видам услуг и с учетом инфляции был составлен перечень переменных затрат (табл. 5.4).

Таблица 5.4

Переменные затраты ООО «БизнесТревел»

Переменные затраты:	1 год	2 год	3 год	4 год
Печать фото для квеста «Фотоохота», руб.	10000	13337,6	15838,4	17505,6
Печать бланков для игры «Хрустальная сова», руб.	5850	7815	9221,7	10003,2
Дизельное топливо для аренды автобуса	45531,36	57610,18	67776,68	72859,93
Итого	61381,36	78762,78	92836,78	100368,73

На основе продажных цен за услуги и ожидаемого объема реализации рассчитан планируемый объем реализации продаж на первый год функционирования предприятия и последующие периоды.

План доходов ООО «БизнесТревел» на 1 год функционирования фирмы представлен в приложении М.

План доходов остальных периодов работы ООО «БизнесТревел» представлен в таблице 5.5.

Таблица 5.5

План доходов ООО «БизнесТревел» по видам услуг

Вид услуг	Сумма, тыс. руб.			
	1 год	2 год	3 год	4 год
Квест «Фотоохота»	50	64	76	84
Игра «Мафия»	115,5	147	175	189
Игра «Хрустальная сова»	195	255	295	320
Поход выходного дня	2800	3600	4200	4700
Бронирование отелей	30	37,5	42,6	44,7
Трансфер, личный водитель	19	23,8	26,8	27,8
Организация конференций и переговоров	96	120	144	162
Услуги переводчика	28	26	31	36
Аренда автобуса	84	102	120	129
Итого	3417,5	4375,3	5110,4	5692,5

Из таблицы 5.6 видно, что основной объем выручки составляет поход выходного дня. Планируемый объем реализации в 1 год составляет – 3417,5 тыс. руб.; во 2 год – 4375,3 тыс. руб.; в 3 год – 5110,4 тыс. руб.; в 4 год – 5692,5 тыс. руб.

Рассчитана себестоимость предоставляемых услуг на каждый год (табл. 5.6).

Таблица 5.6

Себестоимость предоставляемых услуг ООО «БизнесТревел»

Годы	Постоянные затраты, тыс. руб.	Переменные затраты, тыс. руб.	Себестоимость, тыс. руб.
1	2712,56	61,38	2773,94
2	2766,52	78,76	2845,28
3	2890,89	92,84	2983,73
4	2860,63	100,37	2961

Для расчета чистой прибыли организации потребуется рассчитать прибыль до налогообложения. Она представляет собой разность между объемом реализации услуг и себестоимостью (табл. 5.7).

Таблица 5.7

Прибыль до налогообложения ООО «БизнесТревел»

Годы	Объем реализации услуг, тыс. руб.	Себестоимость, тыс. руб.	Прибыль до налогообложения, тыс. руб.
1	3417,5	2773,94	643,56
2	4375,3	2845,28	1530,02
3	5110,4	2983,73	2126,67
4	5692,5	2961	2731,5

Рассчитана чистая прибыль ООО «БизнесТревел», учитывая что ставка налога по УСН на доходы компании будут составлять 6%.

Чистая прибыль 1 года работы – $643,56 \cdot (100-6)/100 = 604,95$ тыс. руб.

Чистая прибыль 2 года работы – $1530,02 \cdot (100-6)/100 = 1438,22$ тыс. руб.

Чистая прибыль 3 года работы – $2126,67 \cdot (100-6)/100 = 1999,07$ тыс. руб.

Чистая прибыль 4 года работы – $2731,5 \cdot (100-6)/100 = 2567,61$ тыс. руб.

Точка безубыточности – это уровень продаж, при котором нет прибыли и нет убытков. Без определения этой точки невозможно спрогнозировать окупаемость проекта и оценить перспективность. При увеличении объема продаж относительно данной точки у предприятия появится прибыль, а при снижении – убыток. Принимая во внимание специфику ООО «БизнесТревел», были проведены расчеты в стоимостном эквиваленте.

Для определения точки безубыточности (ВЕР), был найден маржинальный доход (МД) и его коэффициент (Кмд).

$МД = 3417,5 - 61,38 = 3356,12$ тыс. руб.

$Кмд = 3356,12 / 3417,5 = 0,98$

$ВЕР = 2712,56 / 0,98 = 2767,92$ тыс. руб.

Так для выхода на нулевую прибыль центр развития бизнес-туризма ООО «БизнесТревел» должен продать услуг на 2767,92 тыс. руб. Перешагнув

эту отметку, ООО «БизнесТревел» начнет получать прибыль. Финансовая прочность магазина составляет 3356,12 тыс. руб., т. е. снизив выручку на эту сумму, предприятие не уйдет в убытки.

ООО «БизнесТревел» будет использовать упрощенную форму отчетности о финансовых результатах. Это связано с тем, что для малых предприятий, применяющих упрощенный режим налогообложения, законодатель разрешает использовать упрощенные формы отчетности, т.е. вносить сведения, не детализируя отдельные статьи.

Отчет о финансовых результатах деятельности ООО «БизнесТревел» для первого года реализации идеи представлен в таблице 5.8.

Таблица 5.8

Отчет о финансовых результатах ООО «БизнесТревел»

Наименование показателя	Код	Сумма, тыс. руб.
Выручка	2110	3417,5
Расходы по обычной деятельности	2120	2773,94
Проценты к уплате	2330	136,92
Прочие доходы	2310	-
Прочие расходы	2350	-
Налоги на прибыль (доходы)	2410	38,61
Чистая прибыль (убыток)	2400	604,95

В рамках оценки экономической эффективности проектных мероприятий был рассчитан набор показателей учитывающих временной фактор и факторы риска:

- чистая современная стоимость (NPV);
- внутренняя норма доходности (IRR);
- индекс рентабельности, (PI);
- дисконтированный срок окупаемости (DPP);
- срок окупаемости (PP).

Для расчета этих показателей были составлены исходные данные для анализа эффективности капитальных вложений по проекту (табл. 5.9).

Таблица 5.9

Исходные данные для анализа эффективности
капитальных вложений по проекту

Показатели	Значение показателей по годам			
	1 год	2 год	3 год	4 год
Объем реализации услуг, тыс. руб.	3417,5	4375,3	5110,4	5692,5
Постоянные затраты (без учета амортизации), тыс. руб.	2712,56	2766,53	2890,89	2860,63
Амортизация, тыс. руб.	214,44	214,44	214,44	214,44
Проектная дисконтная ставка, %	20	20	20	20
Переменные расходы, тыс. руб.	61,38	78,76	92,84	100,37
Себестоимость услуг, тыс. руб.	2773,94	2845,28	2983,73	2961
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	643,56	1530,02	2126,67	2731,5
Ставка налога на прибыль, %	6	6	6	6
Чистая прибыль, тыс. руб.	604,95	1438,22	1999,07	2567,61
Чистые денежные потоки, тыс. руб.	819,39	1652,66	2213,51	2782,05

Используя представленные данные, проведем анализ эффективности капитальных вложений с использованием показателя чистой современной стоимости (NPV), расчеты представлены в таблице 5.10

Таблица 5.10

Анализ эффективности капитальных вложений
с использованием показателя NPV для ООО «БизнесТревел»

Годы	Начальные инвестиционные затраты и чистые денежные потоки, тыс. руб.	Дисконтный множитель при ставке, равной «20»	Современная стоимость, тыс. руб.	Современная стоимость нарастающим итогом, тыс. руб.
0	-4079,83	1	-4079,83	-
1	819,39	0,8333	682,8	-4079,83
2	1652,66	0,6944	1147,61	-3397,03
3	2213,51	0,5787	1280,96	-2249,42
4	2782,05	0,4822	1341,5	-968,46
NPV				373,04

Таким образом, данные таблицы показывают, что фирмой может быть получена чистая современная стоимость будущих денежных потоков в размере 373040 рублей. Поэтому можно сделать вывод, что проект является выгодным для вложения в него денежных средств.

Рассчитаем индекс рентабельности инвестиций (PI):

$$PI = (682,8 + 1147,61 + 1280,96 + 1341,5) / 4079,83 = 1,09$$

Полученное значение индекса рентабельности показывает, что на 1 рубль инвестиций приходится 1,09 рублей прибыли, т.е. проект следует принять.

Определим внутреннюю норму доходности (IRR) с помощью метода последовательных итераций (последовательных приближений), который обеспечивает весьма высокую точность данного показателя. Исходные данные для расчета представлены в таблице 5.11.

Таблица 5.11

Исходные данные для расчета показателей IRR

Год	Поток	Расчет 1		Расчет 2		Расчет 3		Расчет 4	
		R=20%	PV	R=25%	PV	R=23%	PV	R=24%	PV
0	-4079,83	1	-4079,83	1	-4079,83	1	-4079,83	1	-4079,83
1	819,39	0,8333	682,8	0,8	655,51	0,813	666,16	0,8065	660,84
2	1652,66	0,6944	1147,61	0,64	1057,7	0,661	1092,41	0,6504	1074,89
3	2213,51	0,5787	1280,96	0,512	1133,32	0,5374	1189,54	0,5245	1160,99
4	2782,05	0,4822	1341,5	0,4096	1139,53	0,4369	1215,48	0,423	1176,81
NPV			373,04		-93,77		83,76		-6,3

Определим IRR с учетом $r_1=20\%$ и $r_2=25\%$:

$$IRR = 20\% + (373,04 / 373,04 - (-93,77)) * (25\% - 20\%) = 23,9956\%$$

Найдем уточненное значение IRR, определив путем итераций, что $r_1=23\%$ и $r_2=24\%$:

$$IRR = 23\% + (83,76 / 83,76 - (-6,3)) * (24\% - 23\%) = 23,93\%$$

Расчет IRR, говорит о том, что при ставке дисконтирования 23,93% доходы по инвестиционному проекту будут равны инвестиционным затратам.

Ставка дисконта оказалась ниже IRR, это значит, что в реализации такого проекта есть экономический смысл.

Далее проанализируем приемлемость проекта по критериям срока окупаемости (PP) и дисконтированного срока окупаемости (DPP), данные представлены в таблице 5.12.

Таблица 5.12

Оценка приемлемости проекта по критериям PP и DPP

Год	Денежный поток, тыс. руб.	Дисконтирующий множитель при 20%	Дисконтированный денежный поток, тыс. руб.	Кумулятивное возмещение инвестиции для потока, тыс. руб.	
				исходного	дисконтированного
0	-4079,83	1	-4079,83	-4079,83	-4079,83
1	819,39	0,8333	682,8	-3260,44	-3397,03
2	1652,66	0,6944	1147,61	-1607,78	-2249,42
3	2213,51	0,5787	1280,96	605,73	-968,46
4	2782,05	0,4822	1341,5	3387,78	373,04

Исходя из таблицы 5.12 можно сделать вывод, что срок окупаемости по критерию PP – 3 года, а по DPP – 4 года, что является приемлемым для данного проекта.

Завершающей частью разработки мероприятий по открытию центра развития бизнес-туризма ООО «БизнесТревел» является выявление и анализ рисков, которые могут возникнуть при реализации проекта. Под риском понимается опасность того, что цели, поставленные в проекте, могут быть недоступны полностью или частично. Любое управленческое решение предпринимателя, вызывающее затраты ради осуществления какой-либо идеи, уже автоматически содержит в себе риск.

Наиболее высоким уровнем риска обладают подготовительная стадия и финансово-экономические факторы функционирования.

Риск подготовительной стадии связан, прежде всего, с вероятностью несвоевременного открытия предприятия и непредвиденными затратами. Особую опасность представляют непредвиденные затраты, из-за которых может произойти задержка открытия предприятия и снизиться общая рентабельность проекта.

В ходе качественного анализа выявлены и описаны вероятные риски, свойственные разработанному проекту. Также установлено, на каком непосредственно показателе скажется данный риск и в какой степени может ухудшиться данный показатель (табл. 5.13).

Таблица 5.13

Анализ рисков открытия центра развития
бизнес-туризма ООО «БизнесТревел»

Характер риска	Причина	Последствия
Недостаточная информация о спросе на услуги	Недостаточная информированность о аналогичных услугах оказываемых конкурирующими фирмами	Ухудшение качества оказываемых услуг, потеря клиентов
Недостаточный анализ рынка	Недостаточная информированность о ситуации на рынке	Ухудшение качества оказываемых услуг, потеря клиентов
Недооценка конкурентов	Ошибки в анализе сегментирования рынка, плохая информированность о действиях конкурирующих фирм	Потеря фирмой своей ниши на рынке, потеря клиентов
Падение спроса на услуги	Некачественный анализ конкурентов, рынка в общем объеме, недостаток информации о ситуации на рынке.	Потеря клиентов, снижение прибыли фирмы.
Изменение налогового законодательства	Резкое ужесточение системы налогообложения	Сильное снижение чистой прибыли компании
Риск инвестирования	Собственные просчеты и промахи	Бизнес не выйдет на самоокупаемость, потеря клиентов и персонала

В качестве условий предотвращения рисков ООО «БизнесТревел» рекомендованы следующие мероприятия:

- страхование имущества и ответственности работников;
- заключение договоров с фиксированными суммами;
- активная деятельность по изучению и предвидению возможных действий конкурентов и их учет в маркетинговой и производственной деятельности;
- проведение ежемесячного мониторинга цен конкурентов;
- детальная проработка подготовительной стадии проекта с целью снижения риска непредвиденных затрат;
- подъем рентабельности с помощью контроля затрат.

Снижение потерь возможно за счет трех действий: профилактики (предотвращения), мониторинга (своевременного распознавания ситуации) и

управления критической ситуацией (правильными действиями в случае ее возникновения).

Таким образом, расчеты открытия центра развития бизнес-туризма ООО «БизнесТревел» показывают, что проект является прибыльным и будет интересен частным инвесторам и кредитным организациям для вложения средств, так как показатели окупаемости имеют большой запас прочности, а риски открытия минимальны, либо имеют небольшое влияние.

Заключение

Основной идеей подготовки выпускной квалификационной работы является создание центра развития бизнес-туризма.

В ходе работы была поставлена и достигнута цель – разработать бизнес-проект в сфере делового туризма, экономически его обосновать и внедрить на рынок услуг.

Для достижения поставленной цели в выпускной квалификационной работе были поставлены и решены следующие задачи:

- описать характер бизнеса, его цели и структуру;
- провести анализ сферы бизнес-туризма;
- организовать производство и управление предприятием;
- разработать маркетинговый план для предприятия;
- составить финансовый план;
- дать оценку эффективности проектных мероприятий.

В процессе подготовки выпускной квалификационной работы была тщательно изучена сфера делового туризма в мире, в России и Белгородской области. Эта сфера была выбрана так как:

- она меньше других страдает от изменяющейся политической обстановки в мире;
- отличительной чертой бизнес-программ является их независимость от сезона;
- обычно деловые поездки планируются задолго – как минимум, за полгода, что делает их динамику прогнозируемой и стабильной;
- бизнес-туры ориентированы на потребителя услуг со средним и высоким уровнем доходов, основной пакет оплачивается корпоративной организацией, выступающей заказчиком мероприятия.

Белгородская область имеет большой потенциал развития научного и делового туризма, который в настоящий момент используется на 10 – 15%. Здесь проводятся многочисленные конгрессы и конференции, сформированы

наукограды и технопарки. Потенциальную основу развития делового туризма представляет собой белгородская торгово-промышленная палата и ее выставочные центры.

По итогам выпускной квалификационной работы предлагается создание общества с ограниченной ответственностью «БизнесТревел», центр развития бизнес туризма, публичное наименование «БизнесТревел». В настоящий момент проект находится на стадии основания.

Данное предприятие будет создано и действовать в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и Федеральным законом Российской Федерации «Об Обществах с ограниченной ответственностью». Общество будет являться юридическим лицом и осуществлять свою деятельность на основании Устава и действующего законодательства Российской Федерации.

При организации бизнеса была выбрана упрощенная налоговая система (УСН), так как она имеет небольшую налоговую нагрузку и относительно простое ведение учета и отчетности.

В ООО «БизнесТревел» выбрана налоговая ставка при объекте налогообложения «доходы» и она составляет 6%.

Главной целью ООО «БизнесТревел» будет являться развитие бизнес-туризма в Белгородской области и привлечение новых бизнес-туристов в регион, а в следствии получение прибыли. Однако на каждом этапе развития предприятия целями может быть увеличение и сохранение доли на рынке, завоевание более заметного места в регионе отрасли, минимизация издержек и т.п.

Главным достоинством ООО «БизнесТревел» является многопрофильность деятельности компании – клиент получает возможность работать с одним поставщиком полного комплекса услуг, экономя свое время и средства.

Для ООО «БизнесТревел» была выбрана простая линейная организационная структура. Руководство текущей деятельностью будет осуществляться исполнительным единоличным органом – директором.

Фирма собирается предложить своим клиентам разнообразные услуги в сфере бизнес-туризма.

Для ООО «БизнесТревел» был также разработан стратегический план деятельности на время жизни проекта. Долгосрочные цели предприятия направлены на укрепление его позиции на рынке города, расширение доли продукции компании и потребительской аудитории, освоение новых технологий оказания услуг и увеличение прибыли.

Особое значение ООО «БизнесТревел» планирует уделить изучению воздействия на структуру спроса, изучению изменения в общественной психологии потребления, информированности, высокому уровню образованности, требовательности к комфорту и качеству услуг, индивидуализму, экологизации мышления потребителя, мобильности, физической и умственной активности на отдыхе, стремлению получать от жизни как можно больше впечатлений.

Для ООО «БизнесТревел» была выбрана стратегия концентрированного маркетинга, так как она способна обеспечить высокую долю на целевом рынке (рыночной нише), может дать хороший старт, с которого компания может расти дальше, захватывая новые рыночные сегменты.

При рассмотрении каналов сбыта услуг для ООО «БизнесТревел» были выбраны две основные формы взаимодействия:

- прямые продажи;
- сотрудничество с посредником.

Основу цены услуг ООО «БизнесТревел» составляет себестоимость, которая характеризует текущие издержки организации на производство и реализацию услуг. Центр развития бизнес-туризма ООО «БизнесТревел» будет стремиться к тому, чтобы полностью возместить затраты, связанные с выпус-

ком услуг, и получить достаточную прибыль. Прибыль обеспечивает финансирование текущих расходов и развитие фирмы.

Для принятия окончательного решения по созданию центра развития бизнес-туризма ООО «БизнесТревел», определены количество инвестиций и производственных издержек, учитывая, что прибыльность проекта будет в конечном счете зависеть от их размеров, структуры и графика осуществления.

Сумма первоначальных инвестиционных затрат, в размере 4079827 рублей, будет возмещена за счет собственных средств и банковского кредитования в ПАО «Сбербанк».

Для малых предприятий, применяющих упрощенный режим налогообложения, законодатель разрешает использовать упрощенные формы отчетности, т.е. вносить сведения, не детализируя отдельные статьи. Поэтому ООО «БизнесТревел» будет использовать упрощенную форму отчетности о финансовых результатах. Это связано с тем, что

В рамках оценки экономической эффективности проектных мероприятий был рассчитан набор показателей учитывающих временной фактор и факторы риска

Расчеты оценок экономической эффективности открытия центра развития бизнес-туризма ООО «БизнесТревел» показывают, что проект является прибыльным и будет интересен частным инвесторам и кредитным организациям для вложения средств, так как показатели окупаемости имеют запас прочности, а риски открытия минимальны, либо имеют небольшое влияние. И вне сомнения данный проект оправдает себя своей эффективностью.

Список использованных источников

1. Российская Федерация. Государственная Дума. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая и третья: по состоянию на 31 января 2016 г: офиц. текст. М-во юстиции Рос. Федерации. М. :Юрайт, 2005. 480 с.
2. Федеральный закон от 8 февраля 1998г. Об обществах с ограниченной ответственностью (ред. от 23.04.2018) // Российская газета. 1998 г.17 февраля.
3. Постановление Правительства РФ «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов» от 6 мая 2011 г., в ред. от 25 декабря 2015 г. // Собрание законодательства РФ. 2011. № 22. Ст. 3168.
4. Акуленок Д. Н., Юбуров В. П., Морошкин В. А., Новиков О. К. Бизнес-план фирмы: Комментарии к методике составления. Реальный пример. М.: Инфра-М, 2016. 452 с.
5. Александрова А. Ю. Международный туризм: учеб. пособие. М.: КноРус, 2016. 460 с.
6. Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы. М.: Финансы и статистика, 2014. 450 с.
7. Алиев В. С. Практикум по бизнес-планированию с использованием программы Project Expert. М.: Инфра-М, Форум, 2017. 893 с.
8. Архипова О. В. Конгрессно-выставочная деятельность. СПб: СПбГИЭУ, 2015. 190 с.
9. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. 252 с.
10. Баринов В. А. Бизнес-планирование: учеб. пособие. М.: Форум, Инфра-М, 2015. 272 с.

11. Баумгартен Л. В. Анализ туристической отрасли по модели конкуренции М. Портера. Менеджмент в России и за рубежом. М.: Дрофа - 2014. 124 с.
12. Безрутченко Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие. М.: Дашков и К, 2014. 232 с.
13. Бекетова О. Н. Бизнес-планирование: учеб. пособие. М.: Эксмо, 2018. 160 с.
14. Бронникова Т. С. Разработка бизнес-плана проекта. М.: Альфа-М, Инфра-М, 2018. 245 с.
15. Валлерстайн И. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире. СПб., Издательство «Университетская книга», 2014. 354 с.
16. Виноградова М. В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства. М.: Дашков и Ко, 2017. 280 с.
17. Волков А. С. Бизнес-планирование. М.: РИОР, Инфра-М, 2017. 155 с.
18. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и publicrelations. Ч.1. СПб.: Бизнес-пресса, 2014. 152 с.
19. Гайнутдинов Э. М. Бизнес-планирование. М.: Высшая школа, 2017. 208 с.
20. Гасиев М. Основы делового туризма и индустрии МІСЕ в России и за рубежом: сравнение и тенденции. Деловой туризм и индустрия МІСЕ в России и за рубежом: основы, понятия и тенденции. М.: Высшее образование, 2014. 145 с.
21. Глущенко И. И. Планирование в управленческом учете. М: Инфра-М, 2018. 510 с.
22. Горемыкин В. А. Планирование на предприятии. М.: Высшее образование, 2016. 640 с.
23. Горохов В. Н. Бизнес-планирование и инвестиционный анализ: Как привлечь деньги. М.: Флинта, 2014. 245 с.

24. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности. М.: Нолидж, 2014. 340 с.
25. Данильчук В. Ф. Мировой рынок услуг турбизнеса. Донецк: ДИТБ, 2014. 146 с.
26. Данильчук В. Ф. Формирование национального туристического продукта. Донецк: ДИТБ, 2014. С. 28.
27. Дмитриев М. Н. Экономика туристского рынка: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям сервиса и туризма. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. 311 с.
28. Дурович А. П. Реклама в туризме. Минск: Новое знание, 2015. 254 с.
29. Жариков В. Д. Основы бизнес-планирования в организации: учеб. пособие. М.: КноРус, 2016. 200 с.
30. Зорин И. В. Энциклопедия туризма. М.: Финансы и статистика, 2014. 364 с.
31. Зелль А. Бизнес-план. Инвестиции и финансирование, планирование и оценка проектов. М.: Ось-89, 2015. 240 с.
32. Ильин А. И. Планирование на предприятии: учеб. пособие. М.: Новое знание, 2014. 635 с.
33. Карминский А. М. Информационно-аналитическая составляющая бизнеса. М.: Финансы и статистика, 2017. 272 с.
34. Ковелло Д. А., Хейзелгрэн Б. Дж. Бизнес-планы: Полное справочное руководство. М.: ЗАО «Издательство Бином», 2014. 453 с.
35. Крейнина М. Н. Финансовое состояние предприятия. Методы оценки. М.: ИКЦ «Дис», 2014. 233 с.
36. Карлсон Д. Типичные ошибки малого бизнеса. Спб.: Питер, 2015. 358 с.
37. Квартальнов В. А. Иностраный туризм. М.: ФиС, 2014. 277 с.
38. Крутякова Ю. А. Бизнес-планирование: учебно-практическое пособие. М.: Проспект, 2016. 352с.

39. Логинова Н. А. Планирование на предприятии. М.: ИНФРА-М, 2015. 320 с.
40. Лопарева А. М. Бизнес-планирование. М.: Форум, 2015. 176 с.
41. Морошкин В. А. Бизнес-планирование. М.: Форум, 2016. 288 с.
42. Одинцова Л. А. Планирование на предприятии. М.: Академия, 2017. 272 с.
43. Орлова Е. Р. Бизнес-план. Методика составления и анализ типовых ошибок. М.: Омега-Л, 2015. 160 с.
44. Романова М. В. Бизнес-планирование: учебное пособие. М.: Инфра-М, Форум, 2015. 240 с.
45. Севастьянова С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства. М.: КноРус, 2016. 256 с.
46. Слинков В. Н. Стратегическое планирование на основе сбалансированной системы показателей. Стратегический контроль. Практические рекомендации. М.: Дакор, КНТ, 2018. 384 с.
47. Старик Д. Э. Расчеты эффективности инвестиционных проектов: учеб. пособие. М.: Финстатинформ, 2014. 131 с.
48. Уткин Э. А. Бизнес-план. Как развернуть собственное дело. М.: Тандем, 2014. 211 с.
49. Шинкевич И. А. Бизнес-план в бакалаврской работе по менеджменту: учеб. пособие, М.: Москва 2015. 42 с.
50. Шугаев М. Деловой туризм. Сфера деловых интересов. М.: Турбизнес, 2014. 122 с.
51. Шумилин С. И. Инвестиционное проектирование: практическое руководство по экономическому обоснованию инвестиционных проектов. М.: Финстатинформ, 2015. 240 с.

Приложения