

БИЗНЕС-ПЛАН



*открытия предприятия в сфере
гостиничных услуг
(мини-отель)*



2017 г.

Адаптация данного бизнес-плана возможна под любой проект на территории России, Украины и стран СНГ.

К данному бизнес-плану прилагается финансовая модель в отдельном файле, которая позволяет с легкостью выстроить новый финансовый план методом ввода соответствующих данных.

Описание проекта

Суть и идея: открытие отеля «CENTRO».

География и расположение: ***, ***/ая область, Россия.

Номерной фонд: 24 номера

Категории номеров:

- DBL Comfort, свадьба, семейный
- DBL Standard
- SGL Comfort
- SGL Standard

Состояние гостиничного рынка: рынок может быть охарактеризован как растущий: так, численность КСР – коллективных средств размещения – выросло как в области в целом, так и непосредственно в г. ***. Имеет место смена формата: так, если 10 лет назад в городе преимущественно преобладали гостиницы и отели с большим номерным фондом, то сегодня предложение изобилует малыми средствами размещения, ориентирующимися на индивидуальный подход к каждому гостю. Ввиду усиления позиций внутреннего туризма, спрос на отели на территории ***а только за 2 последних года вырос на ***% (анализ поисковой статистики).

Конкурентное окружение: отели и гостиницы, расположенные в шаговой доступности и одном районе с местом расположения отеля «CENTRO», а именно:

- ***
- ***
- ***
- ***
- ***

Показатели эффективности проекта

Показатели для компании	Ед. изм.	Значение
Необходимые инвестиции	тыс. руб.	***
NPV	тыс. руб.	***
IRR	%	***
Срок окупаемости	мес.	***
Дисконтированный срок окупаемости	мес.	***

Выдержки из исследования

В рамках настоящего проекта инициаторами запланировано открытие отеля «CENTRO» с объемом номерного фонда 24 номера, расположенного по адресу: Россия, ***ая область, г. ***.

Гостиницы и отели различают по многим критериям, центральным из которых выступает объем номерного фонда:

- малые (до 150 номеров)
- средние (от 150 до 299 номеров)
- большие (от 300 до 600 номеров)
- мега-отели (более 600 номеров)

Минимальная вместимость гостиниц зависит от национальных, региональных условий и действующих стандартов и составляет, как правило, 7–10 номеров (Россия – 10 номеров).

Таким образом, рассматриваемый в рамках проекта отель «CENTRO» относится к первой категории, то есть к **малым средствам размещения**.

Отель «CENTRO» – это современный комфортабельный отель. Отель расположен в исторической части центра города на пересечении Советского проспекта и улицы Коммунистов (бывшая Казначейская), в непосредственной близости от Воскресенского собора, Художественного музея, городской филармонии и Камерного театра.

Отель «CENTRO» предлагает своим гостям 24 номера 4 различных категорий, отвечающих современным требованиям и высоким стандартам:

- DBL Comfort, свадьба, семейный
- DBL Standard

- SGL Comfort
- SGL Standard

Номера оснащены всем необходимым для комфортного проживания гостей: кондиционер, холодильник, ванная комната, SMART-TV, WI-FI интернет, телефон. А также в каждом номере имеются тапочки, халат, фен, туалетные принадлежности.

Согласно классификации, SGL – (single) – одноместное размещение, DBL - (double, double twin) предполагает двухместное размещение с одной двухспальной или двумя отдельными кроватями.

Состояние гостиничной отрасли *ой области**

По данным рейтингового агентства «Эксперт-РА», ***ая область занимает 11 место в Российской Федерации по туристскому потенциалу и 4 строчку в рейтинге лучших городов в России для отдыха с семьёй журнала Forbes. Оценивая факторы привлекательности ***ой области, можно отметить, что первое место занимает богатейшее культурно-историческое наследие. На территории области на сегодняшний день насчитывается 777 памятников истории и культуры, из них 218 объектов федерального значения.

В регионе результативно развивается теплоходный, культурно-познавательный, событийный, экологический туризм, экскурсии. Организации, обслуживающие туристов, предлагают более 250 экскурсий по области, примерно такое же количество маршрутов внутренних и выездных.

Обслуживание туристов, путешествующих на комфортабельных, многопалубных теплоходах по ***осуществляется на специальных туристских причалах в селах *** и ***, городах *** и ***.

Так, по итогам 2015 года (данные Вологдастат, последние актуальные данные), все туристические компании области обслужили в общей сложности 81167 человек, ***человека из которых были гражданами Российской Федерации.

Таким образом, для ***ой области поток внутреннего туризма составляет долю ***% от общего потока, а внешний туризм при этом занимает долю в ***% соответственно. Преимущественно, ***ая область принимает иностранных туристов из стран: Турция, Египет, Греция, СНГ. Детали – в диаграмме ниже.

По данным Вологдастат, в области на начало 2017 года расположены *** коллективных средств размещения (КСР) всех типов – таблица ниже. Из таблицы и диаграммы видно, что за последние 10 лет число КСР увеличилось вдвое (против *** ед. в 2006 г.).

Несмотря на значительное увеличение численности гостиниц и отелей, число мест для размещения практически не увеличилось, что свидетельствует о смене форматов КСР и смена приоритетов в сторону малых КСР при одновременном закрытии гостиниц с большим номерным фондом.

Доля г. *** в общем числе КСР области составляет ***%.

Предложение на гостиничном и отельном рынке г. ***

Гостиницы в ***е ежедневно принимают большое число гостей, так как *** – один из старейших городов России, привлекающий большое число туристов. Разнообразные по звездности и ценовым категориям гостиницы ***а рады предоставить потребителю свои услуги.

Так, с точки количества звезд отельный и гостиничный фонд ***а можно разделить на три категории:

- 3* – ***% рынка
- 4* – ***рынка
- без звезд/не определено – ***% рынка

Как видно из анализа, 5-тизвездочных звезд размещения в ***е не выявлено.

Среди наиболее представленных мест размещения в ***е – отели и апартаменты, занимающие в совокупности почти ***% рынка всех КСР

(коллективные средства размещения). Среди также встречающихся средств размещения для туристов – хостелы, виллы, гостевые дома, занимающие в совокупности только ***-ю часть рынка.

Среди удобств, относящихся к КСР, в ***е наиболее представленными являются следующие:

Численность средств размещения, предлагающих те или иные удобства, а также их сочетания, представлена в виде диаграммы.

Гости города могут выбрать средство размещения с тем или иным набором удобств, которые будут присутствовать в номере – в основном это бытовая техника и возможность выхода на балкон. Численность средств размещения, предлагающих те или иные удобства в номерах, а также их сочетания, представлена в виде диаграммы ниже.

С точки зрения ценового предложения в ***е преобладает средний ценовой сегмент, то есть варианты размещения, стоимостью до *** руб./сутки. В низком ценовом сегменте предложение составляет только ***% рынка, в высоком ценовом сегменте – ***%. Диаграмма с данными касательно ценового предложения размещена ниже.

Спрос на гостиничном и отельном рынке г. ***

Туризм можно условно разделить на две категории: *внешний туризм*, который подразумевает отдых за пределами страны, и *внутренний туризм*, связанный с посещением отечественных курортных, рекреационных и исторических зон.

Из-за резкого смещения спроса на внутренний рынок российские операторы, чтобы не обанкротиться, были вынуждены начать инвестировать средства на развитие отдельных регионов России, наиболее привлекательных с туристическо-рекреационной точки зрения. Поскольку ранее внутреннему туризму уделялось

недостаточное внимание, сейчас компании были вынуждены в экстренном порядке создавать курорты европейского типа практически «с нуля». Заметное увеличение инвестиций в основной капитал (строительство объектов), закупки транспорта для обеспечения нужд отелей и гостиниц, создание инфраструктуры – все это все эти признаки свидетельствуют о резком скачке в развитии национального внутреннего туризма.

Так, анализ данных Яндекс Вордстат позволил оценить уровень спроса на места размещения в ***е, начиная с 2015 года. Мониторинг показал, что потребительский спрос на места размещения в ***е за последние два года **увеличился на ***%**, и, учитывая тенденции, рост сохранится на прежнем уровне.

Таблицы и диаграммы ниже иллюстрируют динамику спроса с 2015 года по 2017 год. Можно видеть, что спрос не обладает ярко выраженной сезонностью и относительно стабилен в течение всего года. Ежемесячно порядка *** человек интересуются бронированием гостиницы/отеля в г. ***.

По запросу «отель ***» число ежемесячных запросов несколько ниже в сравнении с гостиничными, но, тем не менее, рост – очевиден.

Ввиду того, что к концу 2015 года российский внешний туризм и компании, работающие в данном секторе, понесли значительные финансовые убытки и лишились доступа к наиболее популярным туристическим курортам, Привлекательность внешнего туризма для россиян в рассматриваемый период неуклонно снижалась из-за высоких цен на отдых за границей и все более сужающегося круга стран, которые доступны для туристических поездок. Исходя из сложившейся ситуации, интерес к внутреннему туризму – как в деловых, так и в рекреационных целях – будет только расти в глазах потребителя.

Конкурентное окружение

В городе ***е гостиничные услуги предлагает целый ряд организаций, краткая характеристика которых представлена в таблице.

Оценим конкуренцию на рынке с помощью 5 конкурентных сил Портера. Таким образом, можно говорить о том, что происходит осложнение ситуации на рынке – ужесточается конкуренция и происходит рост запросов потребителей к качеству гостиничных услуг.

Гостиницы, являющиеся конкурентами отеля «CENTRO» предлагают разные условия для своих клиентов.

Для проведения сравнительного конкурентного анализа были выбраны критерии, доступные для сторонней оценки, а именно:

1. Удобство месторасположения.
2. Качество питания.
3. Безопасность.
4. Вежливость и доброжелательность персонала.
5. Имидж отеля.
6. Дизайн и оснащение номерного фонда.
7. Предложение дополнительных услуг.
8. Доступность цен.

В таблице представлены результаты сравнительного конкурентного анализа гостиниц ***а.

Согласно данным таблицы, у отеля «CENTRO» *** конкурентная позиция на гостиничном рынке г. ***а. При относительно доступных ценах на номера, отель «CENTRO» характеризуется слабым развитием дополнительных услуг, несформированным имиджем.

На диаграмме ниже представлены результаты сравнительного конкурентного анализа в графическом виде – в форме стратегической конкурентной канвы.

В таблице ниже представлены результаты сравнительного конкурентного анализа, с присвоением каждому параметру веса.

С учетом веса критериев потенциальную конкурентную позицию отеля можно оценить как устойчивую, но недостаточно сильную. Лидерами рынка являются отели ...

В целом по результатам проведенного исследования можно сделать вывод о том, что отель «CENTRO» будет нуждаться в повышении конкурентоспособности на рынке гостиничных услуг города и завоевании собственной ниши с формированием базы постоянных клиентов, при этом одним из перспективных мероприятий в данном направлении является **развитие системы дополнительных услуг и повышение качества сервиса.**

Содержание

Перечень таблиц, диаграмм, рисунков	4
Резюме проекта	5
Раздел 1. Описание проекта	7
Раздел 2. Анализ рынка	13
2.1. Состояние гостиничной отрасли ***ой области	13
2.2. Предложение на гостиничном и отельном рынке г. ***	16
2.3. Спрос на гостиничном и отельном рынке г. ***	20
Раздел 3. Конкурентное окружение	24
Раздел 4. Маркетинговый план	28
4.1. Channel Manager TravelLine	28
Раздел 5. Организационно-производственный план	30
5.1. Персонал	30
5.2. Техническое оснащение этажей	30
5.2.1. Мебель	30
5.2.2. Сантехника	32
5.2.3. Светильники	33
5.2.4. Текстиль	34
5.2.5. Прочее оснащение	35
5.2.6. Прачечная	36
5.2.7. Ресепшн	36
Раздел 6. Финансовый план	37
6.1. Допущения проекта	37
6.2. Цены	39
6.3. Сезонность	40
6.4. Объемы реализации	41
6.5. Выручка	42
6.6. Персонал	43
6.7. Затраты	44

6.8. Налоги	46
6.9. Инвестиции	46
6.10. Капитальные вложения	47
6.11. Амортизация	48
6.12. Отчет о прибыли и убытках	48
6.13. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC	50
6.14. Отчет о движении денежных средств	51
6.15. Показатели экономической эффективности	53
Раздел 7. Анализ рисков проекта	56
7.1. Анализ чувствительности	56
7.2. Анализ безубыточности	61

Перечень таблиц, диаграмм, рисунков

Таблица 1. Численность туристов из крупнейших стран, формирующих туристический поток ***ой области	14
Таблица 2. Основные показатели гостиничной деятельности ***ой области, 2006-2016	14
Таблица 3. Динамика численности мест в КСР ***ой области, 2006-2016 гг., ед.	15
Таблица 4. Сегментация мест размещения ***а по количеству звезд	16
Таблица 5. Динамика спроса на места размещения (мониторинг запроса "гостиница ***")	21
Таблица 6. Динамика спроса на места размещения (мониторинг запроса "отель ***")	22
Таблица 7. Краткая характеристика конкурентов отеля «CENTRO»	24
Таблица 8. Оценка ситуации на рынке с помощью модели 5 конкурентных сил Портера	24
Таблица 9. Результаты сравнительного конкурентного анализа гостиниц ***а	25
Диаграмма 1. Долевое соотношение крупнейших стран, формирующих туристический поток ***ой области	14
Диаграмма 2. Сегментация коллективных мест размещения г. *** по виду	17
Диаграмма 3. Удобства, предлагаемые КСР г. ***	18
Диаграмма 4. Вариативность удобств в номерах, предлагаемых КСР в г. ***	19
Диаграмма 5. Ценовое предложение на рынке КСР г. ***	20
Диаграмма 6. Динамика спроса на места размещения (мониторинг запроса "гостиница ***")	22
Диаграмма 7. Динамика спроса на места размещения (мониторинг запроса "отель ***")	23
Диаграмма 8. Конкурентная стратегическая канва	26
Диаграмма 9. Динамика загрузки объекта, % от плановой (максимальной)	41
Диаграмма 10. Динамика выручки проекта, тыс. руб. без НДС	42

Благодарим Вас за оказанное доверие

и напоминаем, что:

- ✓ *при покупке бизнес-плана компании «VTSConsulting» вы гарантированно получаете консультацию специалистов, которые работали над конкретным бизнес-планом*

- ✓ *в течение одного-двух часов наша команда будет готова отвечать на все вопросы, касающиеся структуры и содержания бизнес-плана.*

*С уважением,
команда VTSConsulting*

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSConsulting»

Компания «VTSConsulting» была основана в мае 2010 года командой профессионалов во главе с Владиславом Цыгодой.

Владислав Цыгода – бизнес-консультант, признанный лидер в сфере бизнес-планирования на территории СНГ (по версии портала free-lance.ru), на сегодняшний день – руководитель рейтинговой консалтинговой компании.

Разработка бизнес-планов, ТЭО, инвестиционных меморандумов, финансовых моделей и бизнес-презентаций – основные направления работы команды, в составе которой работают высококвалифицированные аналитики.

Опыт команды в сфере разработки инвестиционной документации – свыше 6 лет, и сегодня «VTSConsulting» – единственная компания в Украине, которая является партнером проекта «РБК. Исследование рынков».

Команда VTSConsulting и принципы работы:

- ✓ уникальный подход к решению поставленных задач;
- ✓ безупречная репутация и высокая степень доверия клиентов;
- ✓ высокий профессионализм вне зависимости от сферы исследования;
- ✓ практический опыт работы, в том числе – в реализации сложных узкопециализированных проектов.

**Мы высоко ценим сотрудничество с каждым нашим клиентом.
И мы гордимся своими клиентами!**

ООО "Землегодие-Инвест", ОАО "Воткинский завод", НПП "Стэлс", Государственное предприятие УкрНИИ НП "Масма", "Reproto Technologies", компания "ВОК Монтаж Сервис", ООО "PRIMAS"

компания "Петровизард", Порт Темрюк, ООО "Спецбудпроект", группа компаний "SEMPROGROUP" ООО "Максимус Констракшн", "Росмолодежь", ООО "Сисиф Сервис", ООО "Завод ТИТАН", ООО "Проджект К"

ООО "Портал Логистик", НПК "Наука", Институт проблем материаловедения им. И.Н. Францевича НАН Украины, НТУУ "КПИ", Научный парк "Киевская политехника", Правительство России, Верховная Рада Украины

– далеко не полный список тех,
кто остался доволен сотрудничеством с "VTSConsulting".

Компания "VTSConsulting" – это команда профессионалов, знания и опыт которых позволят Вам сэкономить деньги, нервы и время: подготовка инвестиционных документов займет от 4 до 10 дней.

Нас рекомендуют своим друзьям и деловым партнерам, потому что мы работаем на результат и полное удовлетворение потребностей Клиента. Таким образом, заказывая бизнес-план, информационный или инвестиционный меморандум у нас, Вы не тратитесь.

Вы инвестируете.

*С уважением,
Владислав Цыгода,
Руководитель "VTSConsulting"*