+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

# Бизнес-план развития загородного комплекса (с финансовой моделью)

https://marketpublishers.ru/r/B9E930D91CE8RU.html
Дата: 09.11.2019
Страниц: 95
Цена: 32 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)
Артикул: B9E930D91CE8RU

## Описание

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

Идея проекта: развитие загородного комплекса в Подмосковье

Виды услуг:

- загородный отель;
- ресторанный комплекс;
- бассейн;
- конный клуб;
- спортплощадки;
- квадроциклы;
- тренажерный зал;
- банный комплекс.

Рыночная ситуация:

1. На сегодняшний день рынок гостинично-развлекательных услуг Подмосковья оценивается в *** млрд. рублей. Большинство жителей Москвы и Подмосковья имеют высокие заработные платы, что позволяет организовывать регулярные выезды на природу. В городе ***, который находится в *** км от МКАД на сегодня нет ни одного комплекса, который мог бы конкурировать с проектом. Рынок гостинично-развлекательных услуг представлен различными ресторанами, гостиницами и клубами. По дороге к *** находится главный конкурент, который предоставляет аналогичные услуги, но в среднем цены на данные услуги выше на 200% от предлагаемых проектом.
2. Развлекательный комплекс планирует получать около ***% аудитории, которая будет планировать отдых в г. ***. Это охват рынка объемом *** млрд. рублей за год.
3. Основными клиентами будут жители Москвы и Подмосковья, средняя заработная плата которых составляет *** рублей. Средний чек на посещение ресторана составляет около *** рублей, в то же время средний чек на посещение сауны составляет около *** рублей, стоимость аренды квадроцикла – *** рублей. Можно говорить о широком охвате аудитории со средним уровнем достатка. Комплекс может принимать как семьи, так и большие компании для проведения корпоративов и праздников. Основная аудитория – это население от *** до *** лет, которые будут приносить как минимум ***% дохода.
4. Бизнес характеризуется сезонностью. Пик популярности заведения припадает на ***, также более посещаемым комплекс будет в *** период. В перспективе необходимо будет делать акцент на возможности отдыха в *** период времени для того, чтобы сгладить кривую сезонности.

Выдержки из исследования

Обзор рынка гостинично-развлекательных услуг России

По прогнозу Всемирной туристской организации (ВТО), к 2020 году Россия может войти в первую десятку стран мира, выделенных по принципу наиболее популярных направлений мирового туризма.

Москва, как столица и самый большой мегаполис Российской Федерации с уникальным культурно-историческим наследием и ведущей ролью в политической и экономической жизни современной России, имеет все основания не только претендовать на позицию крупнейшего центра туризма общероссийского масштаба, но и успешно конкурировать на мировом туристском рынке. Учитывая общее состояние российской экономики и, в

частности, ситуации в Москве, 'экспорт достоинств' является, по крайней мере, в ближайшие годы более простой и эффективной формой участия в экономическом разделении труда.

Анализ ресурсов Москвы в соответствии с перечисленными факторами, говорит о том, что город обладает достаточно широким потенциалом туристского предложения, базирующемся на указанных ресурсах.

Следует отметить, что Московский регион (Москва и Московская область) имеет самый большой в стране историко-культурный потенциал.

Количество объектов показа в Москве составляет ***% от общероссийского (для сравнения Санкт-Петербург, Новгородская и Псковская область - только ***%). Среди них более *** объектов внесены в реестр ООН. Привлекательность Москвы как объекта туризма определяется следующими основными факторами:

1) Москва является крупным культурным центром страны (более *** музеев, более *** театров, *** цирка и др.);
2) столица обладает развитой базой для делового туризма и проведения международных конгрессов, симпозиумов, ярмарок, что дает ей возможность развивать наиболее перспективные виды делового и конгрессного туризма;
3) развитая спортивная инфраструктура города позволяет проводить крупнейшие всероссийские и международные соревнования;
4) географическое положение Москвы позволяет рассматривать город как отправную точку туристских маршрутов по историческим и культурным центрам Подмосковья и городам Золотого Кольца России.

За последнее десятилетие в Российской Федерации ***% гостиниц было открыто на территории Москвы. Тут наиболее популярны 2-3 звёздочные гостиницы (к классификации по «звездности» мы вернемся в следующем разделе). Но, несмотря на этот факт, возрастает спрос и на гостиницы класса люкс.

Диаграмма 1. Общий номерной фонд гостиниц Москвы по категориям

На втором месте находится Санкт-Петербург с показателем ***%. Отельный рынок Санкт-Петербурга делает ставку на мини-гостиницы, расположенные в центре города.

Диаграмма 2. Распределение количества гостиниц по основным городам России

В целом, спрос на отели малого типа возрастает по всей стране. Эту информацию обязательно нужно отметить в бизнес плане нашей мини-гостиницы, т.к. она подчеркивает актуальность и востребованность идеи для бизнеса. Это особенно важно, если бизнес план создается для презентации потенциальным инвесторам.

Рынок баз отдыха растет быстрее многих потребительских рынков, потенциал достаточно высок.

Объем рынка услуг баз отдыха, кемпингов и туристических баз Москвы и Московской области увеличился с *** млн. руб. в 2014 году до *** млн. руб. в 2018-м. Доля Москвы и Московской области в общем объеме рынка баз отдыха, кемпингов и туристических баз в натуральном выражении (количество размещенных лиц) составляет ***%, в стоимостном выражении – ***% (по состоянию на 2018 год, на протяжении 2014-2018 годов вклад региона в общероссийскую отрасль менялся незначительно.

Диаграмма 3. Объем рынка услуг отдыха, кемпинга и туристических баз Москвы

В целом рынок растет быстрее других потребительских рынков, потенциал достаточно высок, и с улучшением экономической ситуации ожидается увеличение темпов роста рынка.

Обзор рынка гостинично-развлекательных услуг Москвы и Подмосковья

Зона отдыха и туризма Московской области составляет более *** тыс. кв. км. Основные типы рекреационной недвижимости включают:

современные центры (10%):

СПА-комплексы (например, «Артурс СПА», 'Мистраль'),

спортивные парки (например, «Волен», «Турист»),

загородные рекреационные гостиничные комплексы, (например, Яхонты, сеть Helio Park)

культурно-спортивные комплексы («Истра Холидеи», «Лада Холидеи», «Медвежьи Озера».

объекты советского периода (50-80%).

Основные типы средств коллективного размещения, не относящиеся к современным форматам, представлены на диаграмме ниже.

Одной из специфических особенностей рынка загородных средств размещения, характерной для Московской области, является четкое географическое структурирование качественных отелей и резортов. Наиболее востребованные проекты располагаются на удалении не более *** километров от МКАД (такая географическая структура повторяет ситуацию на рынке коттеджных поселков).

Успешность проектов, расположенных на большем расстоянии от МКАД чем *** км., обуславливается наличием мощного ядра притяжения в виде крупной территории, богатого и разнообразного набора объектов инфраструктуры.

Диаграмма 4. Типы коллективного размещения, не относящиеся к современным форматам

Как правило, средства коллективного размещения, расположенные на удалении от *** километров от МКАД, представляют собой санаторно-профилакторные заведения, предполагающие длительный период пребывания.

Туристический потенциал Московской области наиболее ярко выражен в северном, юго-западном, западном, северо-западном территориальных секторах области.

Относительно удаленности от МКАД оптимальным по востребованности считается расстояние до *** км, Наиболее востребованными направлениями являются *** и *** шоссе. Географическое распределение спроса приведено на диаграмме ниже.

Загородный комплекс находится на расстоянии *** км от МКАД. Это не самый популярный сегмент, но в свою очередь позволяет получать достаточно большой поток туристов.

Диаграмма 5. Распределение спроса на средства размещения в зависимости от удаленности от МКАД

Что касается направления, то самое популярное направление отдыха – поселки, которые находятся по *** шоссе, сюда направляются ***% от всех туристов. Города по *** шоссе тоже пользуются популярностью, сюда приезжает около ***% всех туристов.

Диаграмма 6. Распределение спроса на средства размещения в зависимости от направления

Кроме этого, необходимо отметить, что вне зависимости от местоположения и удаленности, рынок загородных коллективных средств размещения в очень значительной степени подвержен влиянию сезонности.

Диаграмма 7. Распределение спроса на средства размещения в зависимости от направления

Как правило, максимальные показатели заполняемости достигаются загородными отелями и пансионатами в *** период, когда загрузка достигает ***% от среднего показателя. В *** период наступает период затишья, когда гостиничные и развлекательные комплексы могут ориентироваться на ***% загрузки. Пиковый период загрузки приходится на ***. Подмосковье в зимние праздники стал отчасти следствием недоступности/дороговизны ранее популярного отдыха за рубежом за счет снижения курса рубля.

Что касается цен, то на лето они подымаются, а на зиму существенно снижаются.

Диаграмма 8. Сезонность цен гостинично-развлекательных комплексов

Для того что бы сгладить влияние сезонности, при условии реализации формата средства коллективного размещения, операторы увеличивают акцент на событийный туризм и круглогодичные объекты инфраструктуры.

Исходя из информации по заявленным проектам, к 2019 году мест размещения — гостиниц и пансионатов — по сравнению с 2013 годом станет в два раза больше. При этом, учитывая капиталоемкость данного сегмента и его невысокую, по сравнению с другими сегментами коммерческой недвижимости, окупаемость на фоне высоких ставок проектного финансирования и недостаточности числа опытных операторов, очевидно, что многие из заявленных проектов не будут реализованы.

Исходя из проведенных исследований, можно определить потенциальное количество клиентов. Учитывая, что плановый оборот индустрии в 2019 году составляет *** млрд. рублей, а в направлении *** км – ***% всех клиентов, то можно говорить о том, что прогнозированный объем рынка по данному направлению составляет *** млрд. рублей. Комплекс, который находится в *** км от МКАД может охватить и аудиторию, которая предпочитает поездки в пределах *** км, и в то же время будет интересной и для людей, готовых ехать на расстояние *** км.

Также необходимо извлечь ту аудиторию, которая отдыхает в местах отдыха по *** шоссе,

таких ***%. Таким образом, прогнозированный объем рынка по данному направлению составляет *** млрд. рублей. Современных баз отдыха по данному региону – ***%, таким образом рынок современных баз отдыха в г. *** составляет около *** млрд рублей за год.

Охват аудитории будет составлять ***%, которые будут направляться отдыхать в данном направлении, а потенциальный рынок составляет *** млрд рублей за год.

Описание потребителей

Потенциальными гостями загородного комплекса в загородном комплексе станут представители практически всех возрастных групп.

Предполагается сформировать развитую информационную сеть для привлечения корпоративных клиентов, сотрудничество с бизнес-центрами и туристическими фирмами.

Гостями гостиницы будут в основном обеспеченные москвичи и другие русские туристы, приехавшие в Москву и Московскую область, как с деловыми, так и туристическими и прочими целями, ценящие экологически чистую природу, свое здоровье и чтящие русские традиции с высоким уровнем достатка.

Комплекс будет принимать гостей разных возрастных групп. Комфортным станет отдых, как для семей с детьми, людей в возрасте от *** до *** лет, и пожилых людей, так как в гостинице предусмотрено все, для комфортного отдыха разных возрастных групп.

Основные принципы по созданию клиенто-ориентированной структуры:

- укрепление передней линии работы с клиентом;
- активизация персонала во взаимодействии с внешним климатом;
- организация внутреннего маркетинга;
- переход на стратегический уровень мышления и развития;
- многоуровневая система маркетинга.

Планируется, что потенциальными потребителями услуг гостиницы станут русские и иностранные туристы, жители Москвы и Московской области совершенно всех возрастных

групп:

до 20 лет (*** %);

с 20 до 30 лет (***%);

с 30 до 40 лет (***%);

с 40 до 50 лет (***%);

с 50 до 60 лет (***%);

свыше 60 лет (***%).

Средние зарплаты в Москве, согласно статистике в 2018 году , составляют *** рублей. В переводе на иностранную валюту эта сумма составляет *** USD.

Рассмотрим ценовые предложения гостинично-развлекательного комплекса для сопоставления со средними заработными платами.

Таблица 1. Средний чек на услуги гостинично-развлекательного комплекса

Цены на предоставляемые услуги будут доступными для большинства населения Москвы. Средний чек в ресторане позволяет посещать заведение еженедельно всей семьей. Также достаточно низкие цены на сферу развлекательных услуг, что делает комплекс еще более привлекательным и позволяет завоевать запланированный объем посетителей.

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

# Содержание

**РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА**

**РАЗДЕЛ 1. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА**

1.1. Бизнес-идея
1.2. Описание места нахождения загородного комплекса
1.3. Описание предоставляемых услуг
Выводы

**РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЫНКА**

2.1. Обзор рынка гостинично-развлекательных услуг России
2.2. Обзор рынка гостинично-развлекательных услуг Москвы и Подмосковья
2.4. Описание потребителей
Выводы

**РАЗДЕЛ 3. КОНКУРЕНТНОЕ ОКРУЖЕНИЕ**

3.1. Профили основных конкурентов
3.2. Конкурентный рейтинг
Выводы

**РАЗДЕЛ 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН**

4.1. Площадки-агрегаторы
4.2. Создание сайта
4.3. Каналы онлайн-продвижения
4.3. Онлайн-бронирование и шлюз оплат
4.5. Другие виды продвижения
Выводы

**РАЗДЕЛ 5. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН**

5.1. Описание бизнес-процессов
5.2. Организационная структура
Выводы

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

## РАЗДЕЛ 6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

6.1. Допущения, принятые для расчетов
6.2. Цены
6.3. Объемы реализации
6.4. Выручка
6.5. Персонал
6.6. Затраты
6.7. Налоги
6.8. Инвестиции
6.9. Капитальные вложения
6.10. Амортизация
6.11. Отчет о прибыли и убытках
6.12. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC
6.13. Отчет о движении денежных средств
6.14. Показатели экономической эффективности

## РАЗДЕЛ 7. АНАЛИЗ РИСКОВ ПРОЕКТА

7.1. Анализ чувствительности
7.2. Анализ безубыточности

## ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSCONSULTING»

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

# Диаграммы

## ДИАГРАММЫ

Диаграмма 1. Сезонность цен гостиничного комплекса
Диаграмма 2. Загрузка гостиничного комплекса
Диаграмма 3. Сезонность цен ресторанного комплекса
Диаграмма 4. Загрузка ресторанного комплекса
Диаграмма 5. Сезонность цен посещения бассейна
Диаграмма 6. Загрузка по посещению бассейна
Диаграмма 7. Сезонность цен конного клуба
Диаграмма 8. Загрузка конного клуба
Диаграмма 9. Сезонность дополнительных услуг
Диаграмма 10. Загрузка дополнительных услуг
Диаграмма 11. Сезонность банного двора
Диаграмма 12. Загрузка банного двора
Диаграмма 13. Сезонность кедровой бани
Диаграмма 14. Загрузка кедровой бани
Диаграмма 15. Средний чек сауны/хамама
Диаграмма 16. Загрузка
Диаграмма 17. Общий номерной фонд гостиниц Москвы по категориям
Диаграмма 18. Распределение количества гостиниц по основным городам России
Диаграмма 19. Объем рынка услуг отдыха, кемпинга и туристических баз Москвы
Диаграмма 20. . Типы коллективного размещения, не относящиеся к современным форматам
Диаграмма 21. Распределение спроса на средства размещения в зависимости от удаленности от МКАД
Диаграмма 22. Распределение спроса на средства размещения в зависимости от направления
Диаграмма 23. Распределение спроса на средства размещения в зависимости от направления
Диаграмма 24. Сезонность цен гостинично-развлекательных комплексов

## РИСУНКИ

Рисунок 1. Местонахождение загородного клуба ***
Рисунок 2. Карта размещения основных ресторанных и развлекательных комплексов в г. ***
Рисунок 3. Бизнес-процессы загородного комплекса

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Рисунок 4. Организационная структура загородного комплекса

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

# Таблицы

## ТАБЛИЦЫ

Таблица 1. Средний чек на услуги гостинично-развлекательного комплекса
Таблица 2. Сравнительный анализ между *** и загородного комплекса
Таблица 3. Рейтинг ресторанов в г.*** согласно TripAdvisor
Таблица 4. Рейтинг гостиниц в г. *** согласно Booking.com
Таблица 5. Тарифы ADHOTEL по регистрации хостела на площадках-агрегаторах
Таблица 6. Стоимость разработки сайта гостинично-развлекательного комплекса
Таблица 7. Коэффициент конверсии приведенных людей на сайт в посетителей в посетителей комплекса
Таблица 8. Число приведенных пользователей на сайт на 1-й год
Таблица 9. Расходы на инвестиции в популяризацию загородного комплекса
Таблица 10. Персонал загородного комплекса
Таблица 11. Фонд оплаты труда за 1-й год

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

## Оформление заказа

Название: Бизнес-план развития загородного комплекса (с финансовой моделью)

Ссылка: https://marketpublishers.ru/r/B9E930D91CE8RU.html

Цена: 32 000 руб.

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:
info@marketpublishers.ru

## Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:
https://marketpublishers.ru/r/B9E930D91CE8RU.html