

## **БИЗНЕС ИДЕЯ Велотур «Святыни Высоковского края» .**

**1. Дегтярик Ксения Александровна. Сахарук Екатерина Николаевна.**

### **2.Описание сути бизнес-проекта, обоснование его актуальности.**

Одной из важнейших задач современности является воспитание гражданина, активно участвующего в жизни общества, любящего свою Родину и свой край.

Экскурсионная туристско-краеведческая работа, с учётом особенностей региона и возрастных потребностей обучающихся даёт возможность обучающимся глубже познакомиться с малой родиной, её прошлым и настоящим, прикоснуться к духовно-моральным традициям нашего народа.

Одной из форм и способов воспитания гражданина –патриота является проведение экскурсий по маршрутам малой родины. Этому будет способствовать открытие велотура “Святыни Высоковского края”.

Сегодня всё больше людей интересуются здоровым образом жизни и, несмотря на высокую занятость и дефицит времени, стремятся поддерживать своё тело в хорошей физической форме. Таким образом, открытие веломаршрута – популярный и востребованный вид коммерческой деятельности.

Одним из способов преуспеть в данной сфере является специализация на определенной группе потребителей. В результате выделилась отдельная сфера – туристско-краеведческой работы с учащимися и их родителями.

Туризм является популярным и перспективным.

Бизнес-идея открытия велотура “Святыни Высоковского края” ( далее “Велотур”) разрабатывается с учетом формата учреждения образования, его целевой группы, планируемого места расположения и многих других факторов.

Актуальным является создание на базе Центра дополнительного образования детей и молодежи г.Высокое для детей и подростков туристско-краеведческих объединений «Велотур» по программе дополнительного образования. Потенциальными клиентами туристско-краеведческих объединений, будут дети из близлежащих посёлков и деревень Каменецкого района, их родители, учащиеся санаторной школы и сельскохозяйственного колледжа, На базе Центра будут располагаться:

- учебные помещения объединений;
- спортивный зал;
- тренажёрный зал,
- актовый зал;

- библиотека;
- прочие помещения.

Планируется открытие велопроката.

Основная услуга, оказываемая Центром – организация туристско-краеведческих велопоходов и подготовка к ним.

Стоимость услуги – в белорусских рублях за единицу услуги в соответствии с калькуляцией.

Количество клиентов, получивших услугу – 25-50 человек в месяц (в зависимости от эпидемиологической обстановки).

Центр дополнительного образования детей и молодёжи г.Высокое расположен в живописном месте с богатым природным ландшафтом, вблизи городского парка с водоёмом.

Время работы – круглогодично; ориентация на разнообразную целевую аудиторию.

На территории комплекса Школа-Центр находятся спортивные площадки (баскетбольная, волейбольная, футбольная), детские игровые площадки.

### **3. Инновационная составляющая бизнес-идеи.**

Проведение велосипедных туров является отдельным и полноценным направлением в индустрии туризма.

В настоящее время установились тесные взаимоотношения между учреждениями образования Каменецкого района, конкретно города Высокое и близ лежащих населённых пунктов, Высоковским горисполкомом и организациями города. Это позволило с одной стороны, узнать, освежить знания по истории, культуре и традициям малой родины, и на этом уровне, строить дружбу и позитивные взаимоотношения. В то же время реализация бизнес –проекта позволит оценить сотрудничество Центра, обучающихся и родителей и будет способствовать росту культурных связей между партнёрами. Дополнительным эффектом станет воспитание детей и молодежи и продвижение местного исторического, культурного наследия и местных традиций. Основными направлениями деятельности в рамках реализации бизнес-идеи станут совместные экскурсии по разработанным маршрутам «Высокое-Огородники-Волчин-Ставы-Родник» и «Высокое-Тумин-Каролин-Верховичи-Грушка» к святыням малой родины .  
(Приложения 1 и 2)

Туристско-краеведческие объединения «Велотур» – это объединения для детей и родителей. Их уникальная концепция заключается в том, что членами объединений «Велотур» могут быть дети не только из нашего города и близ лежащих деревень, но и из Бреста и Брестской области, так как

в городе располагается санаторная школа на 200 мест для детей из Чернобыльской зоны и Государственный сельскохозяйственный профессионально-технический колледж на 720 мест.

Туристско-краеведческие объединения «Велотур» будут работать на базе Государственного учреждения образования «Центр дополнительного образования детей и молодёжи г.Высокое». Для участников этих объединений будут предоставлены следующие помещения: кабинет для занятий (20 кв.м.), тренажёрный зал (28 кв.м.), спортзал (203 кв.м.) – данная площадь позволяет обеспечивать оптимальное использование пространства и получение оптимальной выгоды при минимальных инвестициях.

Ценообразование услуг объединений «Велотур» зависит от целевой аудитории и спроса на услуги среднего ценового диапазона

Исходя из этого средняя стоимость абонемента будет в соответствии с калькуляцией отдела по образованию Каменецкого райисполкома.

Уникальность занятий в «Велотуре» в том, что будет проходить обучение не только туристско-краеведческим навыкам, но и углубленному обучению учащихся навыкам бизнеса и самоуправления.

Учащиеся будут работать в тесном контакте с педагогами Центра. Педагоги будут выступать в роли консультантов, инструкторов. Руководить всей работой будет Совет «Велотура». В состав Совета войдут 2 педагога, 2 родителя и 5 учащихся. Заседание Совета будут проводиться 1 раз в месяц. Из педагогов назначаются приказом директора Центра: руководитель, администратор, инструкторы: по туризму – 1 человек, по велоспорту – 1 человек, обслуживающий персонал – 2 человека. Из обучающихся выбираются: помощник руководителя, помощник администратора, консультанты: по туризму – 2 человека, по велоспорту – 2 человека, экскурсоводы – 2 человека, редколлегия – 2 человека.

Первое, что необходимо сделать – это разработать логотип и фирменный стиль объединений «Велотур». Именно это позволит нам создавать авторский рекламный материал.

В разработке маркетинговой стратегии следует отталкиваться от того, что хотят получить клиенты, приходя на занятия и участвуя в велотурах «Святыни Высоковского края».

В Интернете с каждым годом все больше информации, но печатные издания не теряют своей актуальности. Такое издание, как рекламный буклет и брошюра, привлекает удобным форматом для чтения, глянцевыми картинками, интересными интервью. Современным людям удобно читать в поездке и в ожидании своей очереди, а также во время завтрака или обеда,

для того, чтобы немного отвлечься от ежедневных дел. Учащимся поможет привить интерес к чтению и развитию речи.

Статистика показывает, что доля платных публикаций с каждым годом в Интернете увеличивается, а значит, люди снова готовы платить за информацию. Поэтому, хоть и наблюдался спад в продажах печатных изданий с 2000-х годов, сегодня спрос начинает расти. К тому же, часть населения, особенно от пятидесяти лет и выше, не готовы поменять формат чтения с бумажного на электронный. А ещё для нашего небольшого города каждому интересно и познавательно прочитать что-либо про своих близких, особенно детях и внуках, узнать об их достижениях.

Для слаженной работы команды необходимо детально прописать должностные инструкции для каждого сотрудника. Перед тем как приступить к работе, каждый кандидат должен сдать экзамен по знанию своей должностной инструкции, а также общих правил взаимодействия между персоналом в рамках действующей организационной структуры.

### **Руководитель**

Центральным звеном организационной структуры объединений «Велотур» является **руководитель** объединений «Велотур» (назначается директором Центра дополнительного образования детей и молодёжи г. Высокое). Именно он координирует всю работу, контролирует выполнение обязанностей каждого из сотрудников, формирует правила взаимодействия внутри коллектива. **Руководитель** ведёт деятельность по двум основным направлениям: внешняя и внутренняя.

*Внешняя включает в себя:*

1. Определение основного направления развития «Велотура»;
2. Введение дополнительных направлений;
3. Поиск тренеров по каждому из направлений, определение системы оплаты труда;
4. Найм сотрудников, проведение собеседований;
5. Определение маркетинговой стратегии;
6. Поиск возможностей развития объединений, открытия дополнительных филиалов.

*Внутренняя деятельность состоит из:*

1. Разработка правил функционирования объединений, должностных инструкций;
2. Контроль качества работы, введение штрафов, выдача премий;
3. Распределение бюджета между статьями расходов;
4. Привлечение дополнительных работников (фотографы, тренера, экскурсоводы и т.д.);

5. Разработка рекламных материалов, контроль за публикациями.

### **Администратор**

В обязанности администратора входит:

1. Открытие кабинета за полчаса до начала занятия;
2. Проверка рабочего состояния оборудования;
3. Проверка состояния помещения (чистота зала, наличие дополнительного оборудования);
4. Предварительная запись клиентов на занятия;
5. Ведение клиентской базы;
6. Встреча клиентов, ознакомление каждого с правилами ЦДОДиМ г. Высокое;
7. Выдача квитанций на оплату;
8. Составление графика проведения велотуров на каждый месяц с учетом пожеланий клиентов;
9. Принятие звонков, консультация по всем услугам Центра и графику работы;
10. Поиск новых клиентов;
11. Закрытие помещения.

12. В зависимости от количества сотрудников на должности администратора, графика и правил работы ЦДОДиМ г. Высокое, пункты должностной инструкции будут меняться. Однако, еще до начала работы вы должны убедиться, что претендент на вакансию ознакомлен со всеми обязанностями, так как именно администратор является лицом Центра для каждого клиента.

### **Тренер-инструктор**

В обязанности тренера-инструктора входит:

1. Своевременное начало каждого занятия;
2. Подробный инструктаж по технике безопасности для новых клиентов;
3. Поддержание порядка в зале и кабинетах во время проведения занятий;
4. Индивидуальный подход к каждому клиенту;
5. Постоянное самостоятельное повышение квалификации.
6. Подготовка каждого велотура: инструктажи, оборудование, маршрутные листы, оформление необходимой документации.

### **Педагог**

В обязанности педагога входит:

1. Своевременное начало каждого занятия;

2. Ознакомление учеников с техникой безопасности в начале каждого занятия;
3. Поддержание порядка в зале во время проведения занятия;
4. Индивидуальный подход к каждому ученику – контроль достижений и консультация по любому вопросу, который касается занятий по данному направлению клуба;
5. Постоянное самостоятельное повышение квалификации по выбранному направлению преподавания;
6. Совершенствование репутации и расширение базы постоянных учеников.
7. Подготовка каждого велотура: инструктажи, оборудование, маршрутные листы, оформление необходимой документации.

Среди преимуществ наших объединений является:

- расположение в непосредственной близости от целевой аудитории (рядом с местом учёбы, места жительства или местом работы);
- доступность для клиентов (в основном мы ориентированы на аудиторию с доходом «средний» и «ниже среднего»);
- минимальная потребность в квалифицированном персонале (инструкторах, тренерах и т.д.) так как будет находиться при Центре дополнительного образования детей и молодёжи г.Высокое.

#### **Специальные мероприятия**

- Проведение специальных мероприятий в рамках Центра дополнительного образования – это отличная возможность повысить лояльность существующих клиентов и установить с ними более крепкие и прочные отношения.
- Периодичность проведения праздников, клубных встреч или семинаров – не чаще 1 раз в 2 месяца.

#### **Интернет-маркетинг**

- Интернет-маркетинг включает в себя прежде всего создание странички на сайта ЦДОДиМ г.Высокое, которую в дальнейшем необходимо постоянно обновлять, в том числе и видео-контентом. Сайт – это лицо Центра в интернете. Многие клиенты, зайдя на него впервые, составят впечатление о Центре в целом.
- Кроме того, продвижение объединений «Велотур» в интернете должно быть реализовано сразу по многим направлениям, включая размещение информации о «Велотуре» как во всех информационных справочниках, так и в городских, и тематических форумах. Эти каналы также помогут собирать информацию и отслеживать появляющиеся отзывы.

- Использование социальных сетей – также неременный атрибут продвижения «Велотура». Создание групп в «В контакте», «Facebook», «Одноклассники» и «Twitter» позволит повысить коммуникацию с клиентами, станет дополнительным каналом по привлечению новых клиентов и одним из способов возвращения «ушедших» клиентов. Использовать социальные сети необходимо активно— приглашать в группу клиентов, их друзей (подруг), начинать и поддерживать обсуждения, отвечать на вопросы и жалобы.

#### **4.Экономические и социальные преимущества бизнес-идеи.**

Проведение велосипедных туров является отдельным и полноценным направлением в индустрии туризма. Направления здесь два: можно организовывать туры с нуля, ориентируясь на любителей, которые не имеют ни велосипедов, ни опыта велопутешествий, либо на уже бывалых велосипедистов. Если в первом случае необходимо позаботиться обо всех аспектах, включая покупку велосипедов и экипировки, то во втором задача заключается только в организационных моментах: прокладке маршрута, решению вопросов с ночлегом, оформлением документов и так далее.

Вариантов организации платных велотуров для детей может быть очень много. Мероприятия можно проводить как с участием родителей, так и без них, как вместе девочек и мальчиков, так и отдельно. В этом случае все зависит от возраста целевой аудитории. Главное, чтобы мини-путешествие было увлекательным, запоминающимся и максимально познавательным. В процессе велотура можно научить детей некоторым простым, но очень важным вещам – соблюдение правил дорожного движения, способам разведения костра, ориентации по солнцу и звездам, установки палатки, строительству шалашей и т.д., то есть научить выживать в природе при экстремальных условиях.

Примечательно, что высоких вложений на старте не потребуется. Основной статьей расходов будет закупка минимальной экипировки и репеллентов, велосипедов.

Подбирать модели велосипедов для проката следует, исходя из особенностей местности, в которой планируется проводить велопоходы.

Для начала нужно закупить достаточное количество единиц транспорта. Наш населенный пункт не очень большой, хватит и 12 велосипедов. С увеличением популярности заведения и ростом спроса на аренду транспорта, увеличить велопарк не составит труда. Желательно охватить максимальную целевую аудиторию, то есть и детей, и взрослых. Важно позаботиться о безопасности клиентов и дать возможность взять на прокат и специальное снаряжение для езды на велосипеде.

Чтобы предприятие имело успех, нужно с особой щепетильностью отнестись к подбору велосипедов. Следует найти оптимальное соотношение цены и качества. Сегодня можно приобрести надежный велотранспорт по доступной стоимости.

Расположение Центра дополнительного образования детей и молодежи г.Высокое удобное место для точки проката и тренировок. Главное, что на выбранной территории можно кататься на велосипедах: школьный стадион и городской парк.

Есть помещение для зимнего хранения велосипедов. Тогда техника сможет прослужить нам верой и правдой ни один сезон.

Тщательно разработаны маршруты походов, пройденные педагогами и обучающимися Центра по нему несколько раз, на которых сделаны некоторые заготовки, которые существенно облегчают прохождения маршрута в дальнейшем.

При организации этих познавательных экскурсий группы не сильно удаляются от населенных пунктов. Важно то, что сотовая связь доступна, и родители могут в любое время связаться с ребенком, если сами они в походе не участвуют.

Чтобы добиться успеха, необходимо разработать яркую рекламную кампанию. Можно давать рекламу в дошкольных и школьных детских учреждениях, санаторной школе, колледже и т.д. Создание странички «велотура» на сайта Центре и издание буклетов будут способствовать этому.

Использование тренажёрного зала повысит интерес детей и родителей к туристско-краеведческим объединениям «Велотур».

На это есть ряд причин/предпосылок.

Во-первых, с каждым годом у населения возрастает интерес к активному образу жизни. Во-вторых, для многих людей это единственный способ обрести красивую фигуру. В-третьих, государство в последнее время активно призывает к ведению здоровой и активной жизни, что увеличивает спрос на данные услуги.

Среди конкурентных преимуществ клуба можно выделить:

1. Гибкая абонементная система на разное количество занятий;
2. Система скидок и бонусов постоянным клиентам;
3. Регулярное проведение внутренних общих мероприятий;
4. Участие в междугородних выездных мероприятиях (1 раз в квартал);
5. Высококвалифицированный преподавательский состав;
6. Проведение мастер-классов по основным направлениям туризма и краеведения;



7. Удобное месторасположение, бесплатная парковка;
8. Активное регулярное использование различных каналов рекламы.

Однако крепче всего ваших клиентов будут удерживать те социальные связи, которые они приобретают в коллективе. Поэтому основным конкурентным преимуществом бизнеса следует выделить теплую доверительную атмосферу, объединяющую учеников и преподавателей в отдельную социальную группу.

#### **Основные факторы успеха:**

- живописное местоположение Центра;
- качественный сервис;
- широкий спектр предоставляемых услуг;
- приемлемые цены;
- динамично развивающийся спрос.

#### **5. Необходимые ресурсы для реализации бизнес –проекта.**

Наиболее затратным в открытии клуба является:

1. Приобретение туристического снаряжения:
    - 1.1.1. палатки – 10 штук, 4500 рублей;
    - 1.1.2. спальники – 1000 рублей;
    - 1.1.3. рюкзаки – 500 рублей;
    - 1.1.4. компасы – 60 рублей;
    - 1.1.5. коврики – 200 рублей.
  2. Велосипеды и снаряжение – 12 штук, 4800рублей.
- Итого 16245 рублей.

#### **6. Существующие риски при реализации бизнес –идеи и пути их нивелирования.**

*К основным рискам при открытии велотура относятся:*

*- ухудшение эпидемиологической обстановки.*

В этом случае необходимо будет уменьшить группу при проведении велотура в соответствии с рекомендациями САНПИН.

*- Низкие/отсутствие продаж абонементов*

Данный риск связан с тем, что при открытии велотуров наполняемость групп будет низкая, что значительно увеличит срок окупаемости проекта. Для снижения необходимо начинать рекламную компанию еще на этапе планирования, а также продавать абонементы со скидкой еще до открытия клуба.

На принципиальное решение клиента посещать именно данный клуб влияют:

1. Местоположение Центра;

2. Виды и способы рекламы;
3. График проведения занятий;
4. Дополнительные мероприятия (отчетные концерты, внутренние соревнования, праздники, вечера отдыха и т.д.);
5. Квалификация педагогов и индивидуальный стиль преподавания.

В действительности последний фактор является решающим для клиента. Именно поэтому педагогический состав следует формировать только из тех людей, которые способны «разжечь» внутренний огонь человека, пробудить в нем интерес к здоровому образу жизни, к желанию побольше узнать о малой родине и истории края. У такого педагога, как правило, набираются полные группы независимо от факторов риска.

Репутация каждого педагога, который работает в Центре, влияет на репутацию в объединениях.

Тренерами в объединениях будут педагоги Центра, они все с высшим педагогическим образованием.

Нивелировать данный риск можно проведением регулярного рейтинга среди педагогов. Например, поощрять выдачей премии и вывешивать на доску почета. Можно также награждать самого востребованного профессионала по итогам полугодия и года в присутствии коллег, родителей и учеников. Это будет мотивировать педагогов постоянно совершенствоваться в работе.

*Риск повреждения или утраты имущества.*

В данном деле это один из самых распространенных рисков. Для его минимизации следует предусмотреть штрафные санкции для клиентов, а также иметь резервный фонд для своевременного восстановления.

*Риск потери репутации.*

Необходимо быть внимательными к отзывам и жалобам. Разрешать конфликтные ситуации спокойно и быстро.

Быстрое реагирование на возникающие ситуации обеспечит вам стабильное развитие и устойчивое положение на рынке.

*Риск снижения спроса* может быть вызван некачественной рекламой или ее отсутствием. Поэтому важно вовремя публиковались все материалы, которые способствуют популяризации клуба среди целевой аудитории. Всегда нужно помнить о том, что реклама как ничто другое способствует развитию бизнеса.