**Курсовая работа:**

**Планирование деятельности организации "Такси Натали"**

**Содержание**

### Введение

1.Теоретическая часть

1.1 Планирование в современном бизнесе

1.2 Правового регулирования вопросов таксомоторных перевозок

2. Практическая часть. Бизнес план «Такси Натали» город Екатеринбург

2.1 Резюме

2.2 Виды товаров (услуг)

2.3 Рынки сбыта услуг

2.4 Конкуренция на рынках сбыта

2.5 План маркетинга

2.6 Организационный план

2.7 План производства

2.8 Финансовый план

Заключение

Список литературы

Приложение 1

Приложение 2

Приложение 3

Приложение 4

Приложение 5

**Введение**

Выбрав свое дело, необходимо создать некий план, как вы его будете организовывать. Этот план нужен всем: тем, у кого Вы собираетесь просить деньги на реализацию своего проекта, - банкирам и инвесторам; вашим сотрудникам, желающим понять свои перспективы и задачи; а главное - вам самим, чтобы тщательно проанализировать свои идеи, проверить их разумность и реалистичность.

Хотя планирование успешно применяется в корпорациях и компаниях развитых стран мира уже столетия и считается необходимой предпосылкой эффективного и стабильного бизнеса, в России при переходе к рыночным отношениям оно оказалось практически полузабытым. Между тем планирование – важная функция управления любым предприятием.

Бизнес-план - это документ, который описывает все основные аспекты будущего предприятия, анализирует все проблемы, с которыми оно может столкнуться, а также определяет способы решения этих проблем. Поэтому правильно составленный бизнес-план в конечном счете отвечает на вопрос: стоит ли вообще вкладывать деньги в это дело и принесет ли оно доходы, которые окупят все затраты сил и средств?

Очень важно сделать это именно на бумаге в соответствии с определенными требованиями и провести специальные расчеты - это помогает увидеть будущие проблемы и понять, преодолимы ли они и где надо заранее "подстелить соломку".

Личное участие руководителя в составлении бизнес-плана настолько велико, что многие зарубежные банки и инвестиционные фирмы вообще отказываются рассматривать заявки на выделение средств, если становится известно, что бизнес-план с начала и до конца был подготовлен консультантом со стороны, а руководитель лишь подписал. Включаясь в работу лично, он как бы моделирует свою будущую деятельность, проверяя на крепость и сам замысел, и себя.

Бизнес-планы составляют обычно по следующим причинам:

1. Для внешнего использования. Чтобы представить дело в наиболее выгодном свете людям извне, например, инвесторам.

2. Для внутреннего пользования. Здесь дело представляется со всеми сильными и слабыми сторонами. Этот бизнес-план используется постоянно как инструмент управления.

Вы можете достигнуть существенных преимуществ, если начнете с бизнес - плана для внутреннего использования. В процессе его написания вы будете рассматривать многие вопросы, которые, возможно, никогда не будут записаны во внешнем. Однако инвесторы наверняка зададут подобные вопросы, чтобы "почувствовать" серьезность проработки. Те, кто не подготовлен к этим вопросам, окажутся в невыгодном положении.

Все варианты и стратегия развития должны быть проработаны заранее, при написании внутреннего бизнес-плана. А если привлечение инвестора окажется оправданным, тогда и инвестор, и фирма будут иметь твердую основу для сделки. Таким образом, составление в первую очередь внутренне ориентированного бизнес-плана - в интересах обеих сторон.

Итак, назначение бизнес плана в том, что он помогает предпринимателям решать следующие задачи:

1. Изучить емкость и перспективность развития будущего рынка сбыта;

2. Оценить затраты для производства нужной рынку продукции, соизмерить их с ценами, по которым можно будет продавать свои товары, чтобы определить потенциальную прибыльность дела;

3. Обнаружить всевозможные "подводные" камни, подстерегающие новое дело в первые годы его реализации;

4. Определить те показатели, по которым можно будет регулярно контролировать состояние дел.

Стоит особо сказать, что бизнес- план обычно пишется на перспективу и составлять его следует примерно на 3 года вперед. При этом для первого года основные показатели следует делать в месячной разбивке, для второго - поквартально и лишь, начиная, с 3го года следует ограничиться годовыми показателями[[1]](#footnote-1).

# 

# Теоретическая часть

#### 1.1 Планирование в современном бизнесе

Бизнес-план – это документ, представляющий собой результат комплексного исследования основных сторон деятельности предприятия; описания функционирования создаваемой или реконструируемой фирмы; рабочий инструмент предпринимателя для организации работы.

С точки зрения предприятия, на микроэкономическом уровне, планирование – это способ осуществления действия, основанный на сознательных, волевых решениях субъектов микроэкономики, механизм, который заменяет цены и рынок.[[2]](#footnote-2)

Сегодня для развития любого производства, как никогда актуален бизнес-план, поскольку внешнеэкономические факторы заставляют предпринимателя рассчитывать все свои действия и предпринятые шаги деятельности.

Многолетний опыт зарубежных фирм и российских предприятий показал, что недооценка планирования предпринимательской деятельности в условиях рынка, сведение его к минимуму, игнорирование или некомпетентное осуществление, зачастую приводят к неоправданным экономическим потерям и, в конечном счете, к банкротству. Грамотные руководители хорошо знают, что все великие битвы сначала выигрывают на бумаге - на плане, а только потом в реальной действительности. Рынок не подавляет и не отрицает планирование вообще, а только перемещает его в основном в первичное производственное звено. Целью данного проекта будет является, открытие и развитие нового производства, и как следствие, получение прибыли, в современных рыночных условиях.

Даже в стране в целом сохраняется необходимость планирования, и его нельзя полностью заменить невидимой регулирующей рукой рынка. Государство должно планировать стратегию своего экономического развития, решение глобальных экологических проблем, крупных социальных и научно-технических программ, распределение бюджета страны, расходы на оборону и др. Успешно работающие предприятия осуществляют не только стратегическое (долгосрочное) планирование, но и детальную разработку оперативных (текущих) планов по каждому подразделению и даже рабочему месту. Календарные планы (месячные, декадные, квартальные, полугодовые), конкретизирующие цели и задачи предприятия, включают сведения о заказах, об обеспеченности их материальными ресурсами, о степени загрузки производственных мощностей и их использовании с учетом срока исполнения каждого заказа. В них предусматриваются расходы на реконструкцию имеющихся мощностей, замену оборудования, обучения работников и др. В рыночных условиях хозяйствования предприятия широко используют преимущества планирования в конкурентной борьбе.

Поскольку планирование является нормой любой предпринимательской деятельности, с развитием рынка и в России необходимость планирования стала очевидной. Уже в 1994-1995 гг. применение скажем, бизнес-планов стало обязательным. В январе 1995 г. Московское правительство, в частности опубликовало распоряжение, в котором рекомендовало использовать бизнес-план «в целях совершенствования методов расчета экономической эффективности проектных решений и коммерческой целесообразности сложений инвестиций в проектирование и строительство объектов и градостроительных комплексов».

Бизнес-план выступает как объективная оценка результатов рыночной деятельности компании и в то же время как необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка. В плане характеризуются основные аспекты коммерческого предприятия, анализируются проблемы, с которыми оно сталкивается, и определяются пути и методы их решения. Отсюда бизнес-план выступает одновременно в качестве поисковой, научно-исследовательской и проектной работы.

Не будет преувеличением назвать бизнес-план основой управления не только коммерческим проектом, он и всем предприятием. Благодаря бизнес-плану у управляющего появляется возможность взглянуть на предприятие как бы со стороны. Сам процесс разработки бизнес-плана, включающий детальный анализ экономических и организационных вопросов, постоянно побуждает мобилизоваться.

Бизнес-план обеспечивает объективное представление о возможностях развития производства, способах продвижения товара на рынок, ценах, возможной прибыли, основных финансово-экономических результатах деятельности предприятия, выявляет зоны опасностей, предлагает пути их ограничения. Инициаторами разработки и реализации бизнес-плана являются юридические и физические лица, осуществляющие предпринимательскую и инвестиционную деятельность, условия и результат которой анализируются и прогнозируются в подобном плане. Разработчикам бизнес плана выступают обычно фирмы, специализирующиеся в области консалтинга, маркетинговой деятельности, проектирования. Нередко привлекаются аудиторские фирмы и эксперты.

В современных условиях каждому бизнесмену следует хорошо подготовиться к предпринимательской деятельности, уметь составить продуманный и всесторонне обоснованный детальный план – документ, определяющий стратегию и тактику ведения бизнеса, технологию, организацию производства и реализацию продукции. Наличие хорошо разработанного плана позволяет активно развивать предпринимательство, привлекать инвесторов, партнеров и кредитные ресурсы.

Одновременно план является руководством к действию и исполнению. Он используется для проверки идей, целей, для повышения эффективности управления предприятием и прогнозирования результатов деятельности.

Конечно, в реальной жизненной ситуации трудно сделать, в точности все как было запланировано. И бизнес-планирование не панацея от всех бед - это серьезное исследование, требующее много времени и сил, которых у вас может и не быть. Однако, используя бизнес-планирование в современном бизнесе, Вы можете быстро выявить природу отклонений и с наименьшими затратами (финансовыми и временными) произвести необходимую корректировку стратегии достижения такого состояния будущей реальности предприятия, которого желаете добиться собственными усилиями[[3]](#footnote-3).

**1.2 Правового регулирования вопросов таксомоторных перевозок**

В настоящее время в России существуют проблемы с регулированием служб и организаций, занимающихся деятельностью такси, обусловлены они фактическим отсутствием в федеральном законодательстве целостного правового регулирования вопросов таксомоторных перевозок. В нем содержатся лишь фрагментарные и не полностью соответствующие друг другу положения, которые не дают возможность участникам таксомоторных перевозок действовать в четком правовом поле и, тем самым, создает возможности для некачественного оказания такого рода услуг.

Федеральный закон от 08.08.2001 N 128-ФЗ "О лицензировании отдельных видов деятельности", определяющий лицензирование перевозки пассажиров легковым автотранспортом на коммерческой основе, не обеспечивает эффективного контроля осуществления предпринимательской деятельности в области таксомоторных перевозок, а также взаимодействие различных ведомств при осуществлении контроля. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ не дает действенных рычагов для борьбы с нелегальным извозом. Закон Российской Федерации от 26.06.91 N 1488-1 "Об инвестиционной деятельности в РСФСР" не устанавливает механизмов поддержки органами государственной власти и местного самоуправления инвестиций в соответствующие транспортные предприятия, а также субсидирование лизинговых и кредитных схем перевозчиков, обеспечивающих повышение качества обслуживания населения.

Такси (таксомотор) - легковой автомобиль категории М1, имеющий соответствующие отличительные знаки обслуживания, оборудованный таксометром и предназначенный для перевозки пассажиров и багажа в порядке индивидуального пользования.

Таксомоторная перевозка - перевозка, осуществляемая автомобилем-такси по маршруту, предлагаемому пассажиром по километровому или временному тарифу.

Тариф - установленная величина оплаты перевозки пассажиров и багажа на единицу расстояния или времени поездки.

Таксомоторная деятельность - комплекс работ и услуг, связанных с подготовкой, организацией и осуществлением таксомоторных перевозок людей и багажа.

**2. Практическая часть. Бизнес план «Такси Натали» город Екатеринбург**

**2.1 Резюме**

Основная суть бизнес-плана - это открытие такси (организация по перевозке пассажиров и грузов автомобильным транспортом) в городе Екатеринбург, с собственным автопарком, состоящим из автомобилей Chevrole Lanos Sedan 1.5 MT. Направление, по которому выбрано создание данной компании, обусловлено тем, что в данный момент в городе Екатеринбург находится 20 организаций такси, но ни одно из них не имеет единого автопарка с идентичными автомобилями. Они все работают лишь как операторские службы, являясь лишь связующим звеном между заказчиком (пассажиром) и водителем такси. Исходя из этого, ни одна организация такси в городе Екатеринбурге не имеет единой системы контроля и управления над людьми, которые работают на данную фирму. Мы же предлагаем абсолютно новый подход к созданию такси, который позволит увеличить качество предоставляемых услуг, улучшить сервис, сделать поездку на такси более комфортной и обеспечить владельцу фирмы полный контроль над всей деятельность фирмы.

Слово «такси» ассоциируется у большинства населения с комфортом и беззаботным путешествием. Приятно, когда вовремя Вам подадут автомобиль, доставят к месту назначения и помогут доставить багаж.

Сегодня большинство людей из разных городов все больше и больше пользуются услугами такси. В большинстве случаев это связано с высокой занятостью людей, и прогрессирующим ростом российских городов. Как известно, целевая аудитория такси очень велика: мужчины и женщины; взрослые и дети; подростки и старики. Поэтому основной акцент будет уделяться комфорту и качеству предоставляемых услуг. Благодаря этим составляющим мы сможем обеспечить постоянный спрос на наши услуги.

Основные преимущества наличия собственного автопарка, следующие.

Во-первых - это автопарк, состоящий из новых автомобилей, что само по себе обеспечивает комфортное передвижение и высокий уровень обслуживания клиентов.

Во-вторых - благодаря централизованной системе контроля над автомобилями и местонахождения их в городе, будет увеличена скорость подачи автомобиля к клиенту.

В третьих - полное регулирование деятельности все фирмы, осуществление стратегического менеджмента, возможность создания более углубленной системы мотивации персонала.

Основным направлением работы нашей компании соответственно является обеспечение пассажирских и грузоперевозок на легковых автомобилях и предоставления ряда услуг по ним. Исходя из этого, можно выделить основную стратегию, как предоставление полного рядя высококачественных услуг в области таксомоторных перевозок. Основной целью компании является становление лидирующей компанией в сфере предоставления данных услуг.

**2.2 Виды товаров (услуг)**

Планирование ассортимента товаров (услуг) является важнейшей функцией менеджмента фирмы. Прежде всего, здесь должны учитываться возможности фирмы: производственные, финансовые, материальные ресурсы, система сбыта продукции, квалификация имеющегося персонала, потребности рынка и требования потенциальных покупателей к показателям товаров (услуг)[[4]](#footnote-4).

Перечень основных услуг, предлагаемый нашей фирмой:

1.Поездки по городу и области (в т.ч. экскурсии);

2.Встречи и проводы на вокзалах, аэропортах, портах и пр. (трансферт);

3. Обслуживание банкетов и свадеб;

4. Доставку по указанному адресу деловой почты, подарков, цветов и т.п.

Поездки по городу и области, подразумевают под собой перевозку пассажиров и грузов по установленным тарифам компании. Эта услуга включает в себя вызов и подачу такси по назначенному клиентом адресу (в том числе по области и другие города), доставка пассажира и груза по указанному адресу. После чего клиент оплачивает перевозку в соответствии с тарифным планом, в зависимости от дальности поездки.

Встречи и проводы на вокзалах, аэропортах, портах и пр. (трансферт). Услуга представляет собой следующее. Клиент, заранее заказывает такси для оказания услуги трансферта, затем, в зависимости от того, забирать или встречать, компания предоставляет заказчику данную услугу, которая также расценивается по тарифному плану. Услуги такси оплачиваются в оба конца.

Обслуживание банкетов и свадеб. Услуга может быть заказана заранее, либо как услуга поездки по городу. В случае заблаговременного заказа автомобиль сдается на определенное количество времени, оплата за которого ведется почасовая, исключения составляют те случаи, когда автомобиль уезжает за город, где оплата ведется согласно тарифному плану в зависимости от расстояния.

Доставку по указанному адресу деловой почты, подарков, цветов и т.п. Под этой услугой понимается следующее. Клиент может заказать доставку любого товара, в любую точку города или области. Товаром может почта, документы, цветы, продукты питания. Эта услуга также подразумевает, что вы можете сделать заказ водителю на покупку товаров в магазине. Оплата по данной услуге ведется как за оплату такси по городу, также оплачиваются купленные товаров (если таковые приобретены в магазине водителем).

Основной тарифный план.

Вызов и подача такси бесплатно. Далее оплата услуги проезда осуществляется исходя из данных таблицы 1«Тарифный план»:

Таблица 1

|  |  |
| --- | --- |
| Расстояние | Цена |
| 3 км | 60 р. |
| 4 км | 65 р. |
| 5км | 70 р. |
| 6км | 75 р. |
| 7км | 80 р. |
| 8 км | 85 р. |
| 9 км | 90 р. |
| 10 км | 95 р. |
| 11 км | 100 р. |
| 12 км | 105 р. |

В таблице 2 приведены расстояния до основных городов Свердловской области и близлежащих городов других областей

Таблица 2

|  |  |
| --- | --- |
| Населенный пункт | Расстояние (км) |
| Ревда | 50 |
| Первоуральск | 50 |
| Богданович | 90 |
| Верхня Пышма | 15 |
| Дегтярск | 45 |
| Новоуральск | 60 |
| Нижний Тагил | 120 |
| Верхний Тагил | 150 |
| Серов | 390 |
| Нижняя Салда | 220 |
| Верхняя Салда | 155 |
| Нижняя Тура | 260 |
| Верхняя Тура | 245 |
| Березовский | 18 |
| Каменск - Уральский | 100 |
| Полевской | 70 |
| Сухой лог | 110 |
| Ирбит | 180 |
| Тавда | 200 |
| Ивдель | 550 |
| Красноуфимск | 150 |
| Нижние Серги | 80 |
| Камышлов | 130 |
| Невьянск | 90 |
| Верхотурье | 220 |

Выбирая поле деятельности такси в городе Екатеринбурге, я руководствовался тем, что в данное время услугами такси пользуются все больше и больше людей. Все эти люди различны по социальному статусу, полу, возрасту и уровню жизни. В данный момент все предприятия Екатеринбурга, предоставляющие услуги такси работают как диспетчерские конторы и не имеют собственного парка автомобилей, тем самым не могут обеспечить своих клиентов качественным единым сервисом предоставляемых услуг. Наша фирма, имея собственный парк автомобилей и централизованную систему управления компанией, предоставляет более качественный услуги и имеет ряд преимуществ по сравнению с фирмами конкурентами.

Во-первых – это вызвано тем, что в нашей фирме все автомобили идентичные. Все они будут находиться в отличном состоянии, так как постоянно будет вестись техническое обслуживание и гарантия. Это дает клиентам возможность полностью оценивать все возможности и преимущества фирмы. У фирм конкурентов же все автомобили разные, все они обладают различными техническими характеристиками и находятся в различных состояниях.

Во-вторых – на всех автомобилях будут нанесены соответствующие наклейки с логотипом названия фирмы ‘Такси Натали’, а также бортовой номер каждого автомобиля. Это позволит нашим клиентам сразу определять тот автомобиль, который они действительно заказали. Это также является преимуществом, так как часто клиенты сталкиваются с такой ситуацией, заказав услугу такси, оператор сообщает ему об автомобиле (цвет, марка), который должен приехать. Зачастую клиенты не разбираются в марках автомобилей и попросту могут не заметить его (если вызывают такси в многолюдное место), или уехать на автомобиле такси другой фирмы, тем самым лишив других людей заказанной услуги, а водителя возможности заработать деньги.

В-третьих - Благодаря централизованной системе управления мы всегда имеем четкий график работы автомобилей на лини. Тем самым оператор всегда имеет план местонахождения каждого автомобиля находящегося на линии. При заказе такси в определенную точку города, оператор направляет то такси, которое находится ближе к заказываемому адресу и всегда уверен в том, что автомобиль действительно находится в данном районе.

Имея такие преимущества перед своими конкурентами мы вправе говорить, что мы предоставляем самые качественные услуги и способны удовлетворить пожелания каждого нашего клиента.

**2.3 Рынки сбыта услуг**

Основой успеха в бизнесе является знание Ваших потребителей или, другими словами, Вашего рынка. В конце концов, если Вы не знаете кто Ваши потребители, как Вы можете понять их нужды? Успех зависит от Вашей способности предвидеть нужды и запросы потребителей, а значит, Вы должны знать, кто Ваши потребители, чего они хотят, где живут, и что могут себе позволить.

Анализ необходимо начать с оценки потенциальной емкости рынка, т.е. общей стоимости товаров, которые покупатели определенного региона могут купить за определенный период времени. Она зависит от многих факторов: социальных, национально-культурных, климатических, а главное – экономических, в том числе от уровня доходов (или заработков потенциальных покупателей), структуры их расходов (в том числе ссуд, сбережений или инвестиций), темпов инфляции и т.д.

Основным рынком сбыта услуг нашей фирмы является предоставление грузопассажирских перевозок в городе Екатеринбурге и свердловской области легковым автотранспортом (такси). На этом рынке в городе Екатеринбурге уже работают 20 компаний, которые предоставляют услуги такси. Из них 5 лидеров, имеющий состав автомобилей от 300 до 500, 10 средних компаний, с численностью автомобилей от 100 до 300 и 5 малых компаний имеющих до 100 автомобилей. Также в городе Екатеринбурге находятся три таксопарка, имеющие собственные автопарки, состоящие из автомобилей ГАЗ 3110 и ГАЗ 2410 «Волга» численностью 50 автомобилей. В среднем, в каждой операторской службе на линии постоянно находится 30% автомобилей. В таксопарках на линии постоянно находятся около 70% автомобилей. В среднем каждый автомобиль за 8 часов работы производит 20 заказов. Исходя из этого, рассчитаем объем рынка.

Объем рынка:

Среднее кол-во автомобилей на линии – 1385

Среднее кол-во заказов за смену (8 часов) – 2

Общее кол-во заказов: 1385\*20 = 27700

Доля рынка

Постоянное количество автомобилей на линии – 24

Среднее кол-во заказов за смену (8 часов) – 20

Общее кол-во заказов за смену: 24\*20 = 480

Доля рынка 480/27700\*100 = 1.73 %

При распределении всех товаров фирмы по рынкам можно использовать стратегию, приводимую в схеме:

1. Деятельность фирмы с существующими товарами на существующих рынках направлена на более глубокое проникновение на рынок за счёт переориентирования рекламы, использования более эффективных способов стимулирования продаж, снижения цены и т.д.
2. Деятельность фирмы с существующими товарами на новых рынках направлена на отыскание новых демографических рынков, географических рынков, рынков организаций путём эффективной рекламы существующих товаров.
3. Деятельность фирмы на существующих рынках с новыми товарами направлена на разработку новинок и модификацию товаров и продвижение их уже на существующие рынки.
4. Диверсификация заключается в предложении новых товаров на новых рынках как правило, путём проникновения фирмы в привлекательные сферы бизнеса.

Рассмотренный подход позволяет предпринимателю и менеджменту фирмы комплексно проанализировать товары и рынки и на основе этого выбрать наиболее выигрышную стратегию.

Из данной схемы видно, что наша фирма будет осуществлять стратегию под номером 3. Проникновение на уже имеющиеся рынки с новыми товарами (услугами).

**2.4 Конкуренция на рынках сбыта**

Конкуренция на данном рынке очень высокая.

Это связано, прежде всего, с большим количеством компаний работающих в данной сфере, постоянный рост числа водителей, занимающихся частными перевозками. В таблице 3 приведена сравнительная характеристика по факторам конкурентоспособности. Каждый фактор в таблице получает оценку от 0 (наиболее слабые позиции) до 5 (доминирующие позиции ).

Таблица 3

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Наша фирма  “Натали» | Конкуренты. | | |
| «3 десятки» | Форсаж | Такси Город |
| Услуги |  |  |  |  |
| * 1. Качество услуг   2. Автомобильный ряд   3. Престиж.   4. Работа операторов   5. Скорость обслуживания   6. Наличие дополнительных услуг | 5  5  0  4  5  4 | 4  3  5  4  4  5 | 4  4  3  3  5  4 | 3  5  2  0  1  1 |
| Цена |  |  |  |  |
| 2.1 Цена услуг  2.2 % скидки с цены. | 4  3 | 5  4 | 5  3 | 2  0 |
| Продвижение услуг на рынке |  |  |  |  |
| 3.1 Реклама.  3.2 Стимулирование потребителей. | 4  4 | 3  2 | 3  3 | 2  2 |
| Общее количество баллов | 38 | 39 | 37 | 18 |

Для оценки своих сравнительных преимуществ по перечисленным вопросам мы использовали метод сегментации рынков по основным конкурентам, позволяющий систематизировать информацию по конкурентоспособности фирмы и её главных конкурентов.

Исходя из результатов данной таблицы, мы видим, что наша фирма является конкурентоспособной по сравнению с другими фирмами, находящимися на рынке предоставляемых услуг. Это прежде всего дает нам понимание того, что нашими услугами будут пользоваться и компания будет работать.

Следующая таблица 4 представлена в виде SWOT-анализа, предоставляет собой анализ, сравнивающий конкурирующие товары (услуги) по базисной цене, характеристикам, обслуживанию, гарантийным обязательствам и другим существенным признакам.

Таблица 4

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Наша фирма «Натали»** | **«3 десятки»** | **«Форсаж»** |
| Сильные стороны | Наличие собственного автопарка; новые автомобили; возможность сервисного обслуживания; централизованная система управления; комфортное передвижение; более высокое качество обслуживания | Призвание среди пользователей услуг такси в г. Калуге; самая большая численность автомобилей; высокая скорость обслуживания; опыт работы более 7 лет. | Самые низкие тарифные планы; система скидок и дисконтов; быстрая скорость обслуживания клиентов. |
| Возможности | Увеличение количества автомобильного ряда; улучшение качества. предлагаемых услуг. | Создание собственного автопарка; увеличение численности автомобильного ряда. Улучшение сервиса и качества обслуживания |  |
| Слабые стороны | Маленький автомобильный ряд; небольшой объем доли рынка. | Наличие автомобилей в плохом техническом состоянии; невысокий уровень качества предоставляемых услуг; плохая работа операторов. | Наличие автомобилей в плохом техническом состоянии; невысокий уровень качества предоставляемых услуг; плохая работа операторов. |
| Угрозы | Возможность вытеснения с рынка услуг; невозможность конкурировать с более крупными фирмами | Уход с рынка; потеря основных клиентов; | Уход с рынка; потеря основных клиентов; |

Таблица факторов конкурентоспособности и SWOT-анализ дают нам возможность увидеть, что наша фирма способна конкурировать на данном рынке, это, прежде всего, связано с нововведениями в эту сферу бизнеса и с формированием нового подхода в области предоставления услуг такси. Основные конкуренты сейчас занимают большую долю рынка, но в связи с быстрыми изменениями экономической ситуации во внешнем мире этот процент постоянно падает. Основной проблемой всех конкурентов является то, что они не полностью не удовлетворяют потребность потребителей, не предоставляя им качественные услуги и комфортный сервис. Большинство из них находятся на стадии «дойной коровы», что само по себе плохо влияет на их положение на рынке. Следует также отметить низкий уровень работы операторов конкурирующих фирм. Исходя из этого, мы ставим основные акценты необходимые в создании нашего предприятия, которые определят наше последующее положение на рынке:

1. Обеспечивать высокий уровень предоставляемых услуг.
2. Быстрое и качественное обслуживание.
3. Высокий уровень работы операторов и водителей
4. «Такси для клиента»

**2.5 План маркетинга**

При реализации плана маркетинга я основывалась на следующих принципах:

1. Принцип понимания потребителей.

Основан на учете потребностей и динамики рыночной конъюнктуры. Бизнес невозможен, если фирма ориентирована только на прибыль, а не на понимание потребителей и его потребностей.

1. Принцип «Борьба за потребителей»

Реализуется воздействием на рынок и потребителя с помощью всех доступных средств (качества товара, реклама, сервис, дизайн, цена и т.д.)

Суть этого принципа – борьба за потребителя, а не сбыт товаров. Товары и услуги в данном случае – лишь средство для достижения цели, а не сама цель.

1. Принцип «Максимального приспособления производства к требованиям рынка»

Данный принцип состоит в том, чтобы вся деятельность фирмы основывалась на знании потребительского спроса и его изменений в перспективе. Он ставит производство товаров и услуг в функциональную зависимость от запросов рынка и требует производить товары в ассортименте и объеме, нужных потребителю.

Исходя из этого, основной стратегией на рынке предоставляемых услуг будет концепция маркетинга (потребительская). Стратегия, при которой услуги найдут сбыт на рынке, если фирма правильно определит нужды и потребности целевых рынков и удовлетворит их более эффективно и продуктивно, чем конкурент.

Основная потребность целевых рынков – это хороший и качественный сервис предоставляемых услуг и удобство их использования. Учитывая эти факты, мы создадим соответствующую рекламную компанию в нашем городе. Также основной рекламой нашей фирмы будут специальные наклейки на бортах автомобиля с логотипом нашей компании «Такси Натали»

Стоимость рекламной компании

Размещение: полноцветная реклама на первой обложке справа от логотипа «Все Для Вас» (манжета)

Размер (нестандартный) – 40х80 мм

Стоимость размещения:

(3 публикации в неделю – понедельник + среда + пятница): 1.500 р.

Количество публикаций: от 24 недель

Скидка за количество недель размещения: 25%

Итого в месяц: - 4.500 р.

Журнал «Выбирай»

Размещение: полноцветная обложка 3-й части газеты, раздел «Транспорт»

Размер – ј полосы

Стоимость размещения:

(2 публикации в неделю – понедельник + четверг): 4.078 р.

Количество публикаций: более 25 недель

Скидка за количество недель размещения: 20%

Итого в месяц: 13.050 р.

Бортовые наклейки

Стоимость одной наклейки 350 руб.

Итого: 10 500 руб.

**2.6 Организационный план**

Так как осуществление грузопассажирских перевозок на легковом автотранспорте (такси) не лицензируется, мы в качестве правового статуса выбрали частное предпринимательство с упрощенной системой налогообложения, с реестром на вид деятельности «деятельность такси» ОКВЭД - 60.22

Персонал:

1. Исполнительный директор
2. Главный бухгалтер
3. Операторы (3 чел)
4. Водители (90 чел)
5. Механик
6. Сан. работник

Рисунок 1. Организационная схема управления такси «Натали»

Исполнительный директор

Главный бухгалтер

Операторы (3 чел)

Водители (90 чел)

Кассир

Механик и сан. работник

Работа автомобилей будет заключаться по следующей схеме.

На каждом автомобиле будет работать по 3 водителя.

Каждый водитель будет работать по 8 часов в сутки (согласно статье 96 «Федерального закона от 24.07.2002 N 97-ФЗ» Работа в ночное время).

При этом через каждые 24 часа автомобиль будет находиться на профилактике в течение 8 часов.

В таблице 5 представлен график работы автомобилей и водителей.

Таблица 5

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| день | Смена | Работает/Не работает | Водитель |
| 1 | 6-14 | Р | 1 |
| 14-22 | Р | 2 |
| 22-6 | Р | 3 |
| 2 | 6-14 | Н |  |
| 14-22 | Р | 1 |
| 22-6 | Р | 2 |
| 3 | 6-14 | Р | 3 |
| 14-22 | Н |  |
| 22-6 | Р | 1 |
| 4 | 6-14 | Р | 2 |
| 14-22 | Р | 3 |
| 22-6 | Н |  |

Из таблицы видно, что постоянно на линии будет находиться 24 автомобиля, а 6 автомобилей будут находиться на профилактике, либо на станции технического обслуживания.

Таблица 6. «Штатное расписание»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Должность | Число рабочих | Оклад, руб. | Годовой ФОТ, тыс. руб. |
| Директор | 1 | 15000 | 180000 |
| Бухгалтер | 1 | 10000 | 120000 |
| Оператор | 3 | 7000 | 252000 |
| Механик и сан. работник | Договор с др. организацией | 9000 | 108000 |
| Водитель | 90 | 40 руб. за заказ | - |

**2.7 План производства**

Для осуществления деятельности фирмы, планируется закупка 30 автомобилей Chevrolet Lanos Sedan 1.5 MT

Автомобили предполагается взять в кредит. Для этого мы воспользуемся услугами ВУЗ-банка. Кредит предоставляется на 3 года под 11,2 % годовых. При стоимости автомобиля 9 235 у.е. (236 416 руб), ежемесячные кредитные отчисления составят 343 у.е., то есть 8870 руб./мес. по курс ЦБ РФ на 30.04.09.

Базовая комплектация автомобиля представлена в таблице 7.

##### Таблица 7

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Комплектация | | S |
| Sedan | 1.5 / 86 л.с. |  |
| Стандартное оборудование | |  |
| Подушка безопасности со стороны водителя | |  |
| Усилитель руля | |  |
| Кондиционер | |  |
| Передние окна с электрическими стеклоподъемниками | |  |
| Стальные диски 14" | |  |
| Полноразмерное запасное колесо | |  |
| Складывающиеся зеркала заднего вида черного цвета | |  |
| Задние брызговики | |  |
| Обогрев заднего стекла | |  |
| Передние подстаканники | |  |
| Солнцезащитные козырьки (с карманом со стороны водителя) | |  |
| Складывающиеся задние сидения в пропорции 60/40 | |  |
| Дистанционное управление замком багажника | |  |
| Акустическая система с 4-мя динамиками | |  |

Данный автомобиль обладает следующими техническими характеристиками[[5]](#footnote-5).(таблица 8 )

Таблица 8. LANOS SEDAN 1.5 MT

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Двигатель** | | **Модель** | | |
| Объем двигателя, см3 | 1498 | Тип кузова | | Sedan |
| Мощность двигателя, л. с | 86 | Число мест, чел. | | 5 |
| Максимальный крутящий момент, Нм/мин- | 130/3400 | Размеры и масса | | |
| Число/расположение цилиндров | 4/рядный | Габаритная длина, мм | | 4237 |
| Количество клапанов на цилиндр | 2 | Габаритная ширина, мм | | 1678 |
| Рекомендуемое топливо | АИ-92 | Габаритная высота, мм | | 1432 |
| Динамические характеристики | | Масса снаряженная, кг | | 1096 |
| Время разгона 0-100 км/ч, | 12,5 | Масса полная, кг | | 1595 |
| Максимальная скорость, км/ч | 172 | Колесная база, мм | | 2520 |
| Расход топлива - комбинированный цикл, л/100км | 6,7 | Дорожный просвет, мм | | 160 |
| Расход топлива - городской цикл, л/100км | 10,4 | Объем багажника, л | | 322/958 |
| Расход топлива - загородный цикл, л/100км | 5,2 | Объем топливного бака, л | | 50 |
| Шасси | | Трансмиссия | | |
| Передняя подвеска | Стойка МакФерсон | Тип коробки передач | М/Т | |
| Задняя подвеска | пружинная со связанными рычагами | Количество передач | 5 | |
| Тормозные механизмы передних колес | Дисковые | Ведущие колеса | передние | |
| Тормозные механизмы задних колес | Барабанные | Тип привода | Привод на передние колеса | |

Техническое обслуживание через 10 000 км, но не реже 1 раза в год. Гарантия на автомобиль - 3 года без ограничения пробега. Гарантия против сквозной коррозии - 6 лет независимо от пробега.

**2.8 Финансовый план**

Расчет первоначальных вложений.

Оснащение автомобиля.

На каждый автомобиль будет установлена рация и антенна.

Стоимость одной рации – 2800 руб.

Стоимость антенны –1500 руб.

Регистрация – 1000 руб.

Шашечки – 500 руб.

Итого: (2800 + 1500 + 1000 + 500)\*30 = 174 000 руб.

Офисное помещение.

Арендуемое офисное помещение 30 кв.м.

Стоимость одного арендуемого метра 260 руб.

Итого: 260\*30 = 7 800 руб./мес.

Компьютерное оснащение.

2 компьютера Pentium IV – 50 000 руб.

Средства связи.

Базовая антенна – 2 500 руб.

Многоканальный телефон – 5 000 руб.

Итого: 7 500 руб.

Первичное страхование КАСКО (6 месяцев).

Страховка одного автомобиля – 7742,5 руб.

Итого страховка автомобилей: 7742,5\*30 = 232 305 руб.

Итого первоначальные инвестиции составят: 499655 руб.

Расчет выручки от продажи услуг.

Исходя из данных графика работы автомобилей и водителей (таблица 5) мы видим, что за сутки на линии будут постоянно находиться 24 автомобиля. Каждый автомобиль за смену (8 часов) в среднем выполняет 20 заказов, то есть 60 заказов в сутки. При этом каждый автомобиль работает 22 дня в месяц. По установленному нами тарифному плану, за каждый заказ клиент в среднем платит по 60 руб., 20 руб. из которых водитель платит фирме, а 40 рублей составляет его выручка за заказ.

Выручка в месяц: 20\*60\*30\*22 = 792000 руб.

Лизинг

Для приобретения автомобилей воспользуемся услугами ВУЗ-банка. Нам необходимо взять автомобильный кредит (финансовый лизинг). В этом случае банк выступает как лизингодатель. Лизинг предоставляется на 3 года под 11,2 % годовых. При стоимости автомобиля 9 235 у.е., ежемесячные лизинговые отчисления составят 343 у.е., то есть 8870 руб./мес. по курсу ЦБ РФ на 30.04.09.

Таблица 10. Финансовый анализ

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Доходы и расходы по обычным видам деятельности |  | 2009 год | 2010 год | 2011 год |
| Выручка от продажи товаров, продукции, услуг | A | 9 504 000 | 10 121 760 | 10 729 056 |
| Упрощенный налог | 6% | 570240 | 607 296 | 643 740 |
| Чистая выручка | B | 8 933 760 | 9 514 464 | 10 085 316 |
| Переменные затраты | | | | |
| Содержание автомобилей |  | 672 000 | 3 954 000 | 4 349 400 |
| Страхование КАСКО | 6.5% | 232 305 | 414 910 | 331 928 |
| Итого переменные затраты | C | 904 305 | 4 368 910 | 4 726 328 |
| Постоянные затраты | | | | |
| З/П |  | 492 000 | 492 000 | 492 000 |
| Аренда помещения |  | 93 600 | 93 600 | 93 600 |
| Лизинговые платежи |  | 3 174 048 | 3 174 048 | 3 174 048 |
| Итого постоянные затраты | D | 3 759 648 | 3 759 648 | 3 759 648 |
| Итого издержки | E=C+D | 4 663 953 | 8 128 558 | 8 485 946 |
| Чистая прибыль | J=B-E | 4 269 807 | 1 385 906 | 1 599 370 |

Сумма денежного потока по годам будет использоваться для вычисления дальнейших показателей эффективности проекта, таких как: чистая текущая стоимость проекта (ЧТС), срок окупаемости (Т), порог рентабельности.

ЧТС (чистая текущая стоимость проекта) - характеризует прогнозную оценку прироста капитала инвестора в результате реализации инвестиционного проекта.

ЧТС= НС – И.

НС - настоящая стоимость денежного потока за период эксплуатации инвестиционного проекта; И- сумма инвестиций.

НС=4 269 807/(1+0,15) + 1 385 906/(1+0,15)І +1 599 370/(1+0,15)і = 5 672 075,39

ЧСТ =5 672 075,39 - 499655 = 5 172 420,39 руб.

Срок окупаемости = 548455/355 817 =1.5

Таким образом, предприятие окупится 1.5 месяца.

Определение порога рентабельности

Порог рентабельности соответствует такому объему реализации, при котором величина прибыли предприятия равно нулю.

Доля валовой маржи в выручке составит 0,79.

Валовая маржа = выручка – переменные издержки

Валовая маржа = 8 933 760-904 305 = 8 029 455 руб.

Порог рентабельности = 3 759 648 = 4183072 руб.

8 029 455 /8 933 760

##### Таблица 11. Определение порога рентабельности

|  |  |
| --- | --- |
| Показатели (руб.) | 2009 |
| Чистая выручка | 8 933 760 |
| Чистая прибыль | 4 269 807 |
| Постоянные издержки | 3 759 648 |
| Переменные издержки | 904 305 |
| Доля валовой маржи в выручке | 0,79 |
| Порог рентабельности | 4 183 072 |

Из таблицы 14 видно, что порог рентабельности наступает при объёме реализации равном 4871936,5 руб., то есть уже на первом году работы компании.

**Заключение**

Рассмотрев цели и сущность планирования, а также различные аспекты практики составления бизнес-планов, можно сделать вывод, что этот план является неотъемлемой частью внутрифирменного планирования, одним из важнейших документов, разрабатываемых на предприятии, является эффективным инструментом управления, помогает предприятию, определять перспективы роста своего дела, контролировать текущую ситуацию.

Данная работа является разработкой бизнес-плана для операторской службы такси «Натали» в городе Екатеринбург, с собственным автомобильным парком. Основной целью создания данного проекта было организация предприятия, занимающееся деятельностью такси, которое предоставляет высококачественные услуги в данной сфере. Благодаря автопарку, состоящему из новых автомобилей Chevrolet Lanos, мы обеспечиваем своих клиентов комфортными поездками, даем им возможность быстро и без особых усилий вызвать автомобиль для поездки по городу и области, обеспечиваем безопасное передвижение, осуществляем трансферт.

Проделанная работа позволила нам увидеть, насколько конкурентоспособно наше предприятие с другими организациями, занимающимися подобной деятельностью. Мы смогли увидеть, что мы имеем ряд преимуществ, дающих нам возможность развиваться в данной сфере, постоянно пополнять свою клиентскую базу, и тем самым, увеличивать долю своего рынка.

Финансовый анализ бизнес-плана показал, что наше предприятие является эффективным и рентабельным, а это значит, что мы сможем вернуть начальные инвестиции в рассчитанный нами срок.

Все разделы бизнес-плана помогли нам увидеть общую схему работы предприятия, увидеть слабые и сильные стороны, указали те места, где стоит обратить особое внимание, благодаря чему бизнес-план получился успешным и дает нам возможность заняться этим видом деятельности.

**Список литературы**

Трудовой кодекс Российской Федерации Часть 2 (в ред. Федеральных законов от 09.05.2005) . – М.:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части 1,2. – М.: Омега-Л, 2006.

Любанова Т.П., Мясоедова Л.В., Грамотенко Т.А., Олейникова Ю.А. Бизнес-план, Учебно-практическое пособие. – М.: «Издательство ПРИОР», 2007. – 96 с.

1. Стратегическое планирование /Под ред. Уткина Э.А. – М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 2008
2. Финансовый менеджмент: Учебник для вузов/ Г.Б. Поляк, И.А. Акодис, Т.А. Краева и др.; Под ред. Г.Б. Полякова. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 2007.
3. Финансы организации. Методические указания, темы и формы расчетов курсовой работы. Для студентов IV курса по специальности «Финансы и кредит»/ВЗФЭИ.- М.:ВЗФЭИ,2006
4. Кураков Л. П., Попов В. М. и др. Сборник бизнес-планов: Современная практика и документация. Отечественный и зарубежный опыт. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 336 с.
5. Садченкова Ю.П. Сборник задач и ситуаций по дисциплине «Финансы предприятия»/Сост.; ГУУ. – М.,2007.
6. http://www business-info.name © 2008
7. http://www.genser-azarovo.ru 2009

**Приложение 1**

Должностная инструкция Исполнительного директора

1. Общие положения.

Исполнительный директор руководит службой эксплуатации и подчиняется непосредственно Генеральному директору предприятия. Он назначается и отстраняется от должности приказом по предприятию.

Квалификационные требования. Высшее образование и стаж работы на руководящих должностях не менее 3 лет. Аттестация по безопасности движения.

1. Исполнительный директор обязан знать:

* законодательные и нормативные правовые акты, определяющее направления развития автомобильных перевозок и финансово - экономической деятельности предприятия, в том числе Устав автомобильного транспорта, Правила перевозки пассажиров и багажа и Правила организации пассажирских перевозок;
* профиль, специализацию, особенности структуры предприятия;
* перспективы технического и финансово - экономического положения предприятия;
* производственные мощности предприятия;
* порядок разработки и утверждения планов производственно - хозяйственной и финансово экономической деятельности предприятия;
* рыночные методы хозяйствования и финансового менеджмента предприятия;
* порядок заключения и исполнения хозяйственных и финансовых договоров;
* экономику, организацию производства, труда и управления;
* правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты.

1. Должностные обязанности.

Исполнительный директор обязан:

* Составлять месячные графики работы водителей.
* Совместно с ответственным за безопасность движения представлять соответствующую информацию, потребную для проведения периодического обследования дорожных условий на лини.
* Обеспечивает соответствие требованиям информацию в автомобилях .
* Контролировать соблюдение водителями правил перевозки пассажиров.
* Рассматривать жалобы и принимать меры для устранения причин их возникновения.
* Следить за соблюдением режима труда и отдыха водителя.
* Организовывать прохождение водителями предрейсового и после рейсового медосмотра.
* Контролировать соблюдение диспетчером своих обязанностей.

1. Должностные права.

Исполнительный директор имеет право:

* Требовать от работников исполнение ими своих должностных обязанностей, приказов и распоряжений.
* Делать представления на принятие мер административного воздействия к работникам, на которых возложено исполнение функций службы эксплуатации.
* Подавать предложения по перераспределению обязанностей или изменению штатов службы.
* Отстранять от управления водителей , допускающих нарушения правил перевозки пассажиров и багажа.
* Требовать от Механика подачи потребного для выполнения перевозок исправного подвижного состава с учетом резерва. Подвижной состав должен быть заправлен.

1. Должностная ответственность.

Исполнительный директор отвечает за:

* Совместно с ответственным за безопасность движения соответствие дорожных условий на линии движения требованиям безопасности.
* Организацию работы диспетчеров и слесарей.
* Соблюдение режима труда и отдыха водителей.
* Информационное обеспечение автомобилей.
* Соответствие квалификации водителей.
* Исполнение работниками службы эксплуатации своих обязанностей, приказов и распоряжений.
* Принятие мер воздействия к нарушителям, в части ответственности службы эксплуатации.

**Приложение 2**

Журнал контроля выхода и возвращения машин

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Марка автомобиля | Гос. или гараж-ный номер | № путе-вого листа | Выход | | Возвращение | |
| Дата | Время | Дата | Время |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**Приложение 3**

Инструкция по проверке технического состояния автомобиля такси.

Общие положения.

* 1. Данная инструкция разработана для выполнения проверки технического состояния автомобилей при выходе на линию и по возвращению с линии работниками, на которых возложена данная обязанностей по должностной инструкции.

1.2.Требования, которым должен отвечать автомобиль, изложены в ГОСТ Р 51709-2001.

Порядок проверки автомобиля.

2.1. Произвести внешний осмотр автомобиля на наличие повреждений кузова, стекол и фонарей, комплектности внешних световых приборов.

2.2. Проверить работу внешних световых приборов, стеклоочистителей и стеклоомывателей.

2.3. Проверить люфты рулевого управления, фиксацию наконечников рулевых тяг.

2.4. Проверить герметичность тормозной системы в свободном и в рабочем состоянии, состояние тормозных шлангов и дисков.

2.5. Проверить герметичность амортизаторов.

2.6. Проверить состояние автошин, крепление и состояние дисков.

2.7. Проверить в салоне работу приборов контроля и сигнализации работы автомобиля.

2.8. Проверить чистоту салона (при выходе на линию).

2.9. Проверить наличие медицинской аптечки, огнетушителей, тормозных башмаков.

2.10.Сделать отметку в путевом листе, журнале выхода и возвращения машин.

**Приложение 4**

Личная карточка водителя

Табель №\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Работает водителем с \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_г.,

В организации с \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_г.

Фамилия \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Имя\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Отчество\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Год рождения \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Образование\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Общий стаж водительской деятельности \_\_\_\_ Категорийность \_\_\_\_\_\_\_

Класс 3-й с \_\_\_\_\_\_\_ Класс 2-й с \_\_\_\_\_\_\_ Класс 1-й с \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Удостоверение № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Выдано \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Домашний адрес \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Год | Медицинское освидетельствование | | | Закрепление за автомобилем | | |
| Дата | Результаты | Примечание | Дата | Номерной знак | Модель |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Дорожно-транспортные происшествия

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Дата  ДТП | Модель, номерной знак автомобиля | Вид и место происшествия | Последствия ДТП | | | Меры взыскания | Номер записи в журнале учета ДТП |
| Погибло | Ранено | Материальный ущерб, руб |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

**Приложение 5**

Договор о сотрудничестве по перевозке пассажиров легковыми радиофицированными такси.

г.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_« 01 » ФЕВРАЛЯ 2008 г.

ЧП\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_., именуемый в дальнейшем « Заказчик», с одной стороны и частное лицо \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ именуемый в дальнейшем «ВОДИТЕЛЬ», с другой стороны заключили Договор о нижеследующем:

1.ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА.

Перевозка пассажиров легковыми радиофицированными такси.

2.ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

2.1 ЗАКАЗЧИК ОБЯЗАН:

2.1.1. Обеспечивать ВОДИТЕЛЯ заказами, полученными по телефону.

2.1.2. Контролировать выполнение заказов.

2.2 ВОДИТЕЛЬ ОБЯЗАН:

2.2.1. Соблюдать и неукоснительно выполнять все требования, предъявляемые к водителям легковых такси, согласно Правилам организации пассажирских перевозок на автомобильном транспорте.

2.2.2. Выполнять требования Правил дорожного движения.

2.2.3. Следовать строго по указанному пассажиром маршруту.

2.2.4. Соблюдать режим работы и отдыха.

2.2.5. Содержать автомобиль в технически исправном, чистом состоянии.

2.2.6. Иметь визитную карточку водителя, информацию о контролирующих организациях.

2.2.7. Быть опрятно одетым, вежливым и внимательным с пассажирами.

2.2.8. Иметь лицензионную карточку и путевой лист с отметками механика и врача.

2.2.9. При невозможности выхода на работу, своевременно поставить в известность представителя «Заказчика» или найти себе замену из числа сотрудников.

3. УСЛОВИЯ РАСТОРЖЕНИЯ ДОГОВОРА.

3.1. При нарушении обязанностей, указанных в п.2.2 настоящего договора.

3.2. При лишении ВОДИТЕЛЯ прав за управление автомобилем в нетрезвом состоянии либо при изъятии лицензионной карточки.

3.3. За систематическое нарушение П. Д. Д.

3.4. За грубое и нетактичное поведение.

ДОГОВОР действует с\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. и на весь период работы водителя.

ЗАКАЗЧИК ВОДИТЕЛЬ

ПБОЮЛ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ИНН \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ паспорт\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

г.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ адрес\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ул.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ подпись\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

подпись\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. http://www business-info.name © 2008 [↑](#footnote-ref-1)
2. Стратегическое планирование /Под ред. Уткина Э.А. – М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 2008. – 440 с. [↑](#footnote-ref-2)
3. <http://www.aforma.ru/readarticle.php?article_id=678> [↑](#footnote-ref-3)
4. Уткин Э.А. Бизнес – план. Организация и планирование предпринимательской деятельности. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство ЭКМОС, 2008. [↑](#footnote-ref-4)
5. По данным сайта http://www.Genser-azarovo.ru на 30.04.09 [↑](#footnote-ref-5)