

Коробочное решение

Мама-Такси

**ИЗ ОБЛАСТИ
БИЗНЕСА**

КОРОБОЧНОЕ РЕШЕНИЕ «МАМА-ТАКСИ»

ОГЛАВЛЕНИЕ

- I. Описание бизнеса, продукта или услуги.
 - 1.1. Суть бизнес-идеи (бизнес-концепция).
 - 1.2. Характеристика производственного процесса.
 - 1.3. Описание конечного продукта или услуги, уникальные черты продукта.
 - 1.4. Место расположения, логистика, доступность для потребителей.
 - 1.5. График работы.
 - 1.6. Штатная численность/потребность в привлечении персонала.
 - 1.7. Целевая аудитория.
- II. Результаты, исследование и анализ рынка данного вида деятельности и сопутствующих/сопровождающих услуг
 - 2.1. SWOT-анализ.
 - 2.2. Ценовая политика.
 - 2.3. Сроки реализации проекта.
 - 2.4. Рынки сбыта.
 - 2.5. Рекомендации по выбору названия.
 - 2.6. Рекомендации по созданию логотипа и фирменного стиля
 - 2.7. Необходимое оборудование.
 - 2.8. Варианты упаковки продукта.
 - 2.9. Форменная одежда для сотрудников.
 - 2.10. Инструменты продвижения (маркетинговый план).
- III. Меры государственной поддержки бизнеса.
 - 3.1. Услуги Центра «Мой бизнес» для реализации выбранного направления.
 - 3.2. Меры государственной поддержки профильные: субсидии, гранты,

1. ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА, ПРОДУКТА ИЛИ УСЛУГИ

1.1. СУТЬ БИЗНЕС-ИДЕИ (БИЗНЕС-КОНЦЕПЦИЯ)

Такси является важнейшей частью транспортной структуры крупных населенных пунктов, и, несмотря на то, что находится на периферии общественного транспорта (если в качестве критерия использовать общий пассажиропоток), играет важную роль в транспортной системе города.

Такси имеет преимущество перед другими видами транспорта *в комфорте* (пассажир имеет личное пространство как в частном автомобиле, но от него не требуется активного участия) и *доступности* (такси можно вызвать практически в любую точку и в любое время суток), но проигрывает по *стоимости* (обычно такси дороже, чем другие виды общественного транспорта) и *предсказуемости времени* (всегда есть риск того, что такси опоздает или не приедет).

По итогам 2019 года треть россиян считают такси выгоднее собственного автомобиля. По данным Росстат в 2020 году услугами такси пользовалось 13,2% жителей населенных пунктов численностью более 1 млн. человек. Чаще всего услугами такси пользовались граждане в возрасте от 20 до 24 лет (20,8%), а также в возрасте от 25 до 29 лет (19,7%). Реже всего услугами такси пользуются граждане от 60 до 69 лет.

Рынок таксомоторных перевозок в стране за 2014-2018гг. претерпел существенные изменения. Развитие IT-технологий способствовало активному росту агрегаторов такси - посредником между водителем и потребителем: («Яндекс.Такси», «Ситимобил», др.), а упрощение процесса заказа и сроков ожидания машины с помощью мобильных приложений стали факторами увеличения численности пользователей такси в стране и числа совершенных поездок. По оценкам BusinesStat, в 2017-2019гг. численность поездок на такси в России повысилась на 15,4%. В 2020г. наблюдался спад численности поездок на 5,6% по причине введения короновирусных ограничений в работе общественного транспорта, а также вследствие сокращения реальных доходов населения и последующей экономии на некоторых товарах и услугах, включая такси. В 2021г. рынок такси частично восстановился после падения в 2020г. (на 4,0%), что было вызвано снятием карантинных ограничений на перемещения внутри страны, восстановлением международного сообщения, а также возобновлением работы ресторанов, кафе, кинотеатров и других организаций сферы отдыха и развлечений.

Аналитики и игроки рынка прогнозируют в 2022 году рост цен на поездки в такси минимум на 10% в связи с повышением цен на автомобили, бензин, страховые полисы, техническое обслуживание и запчасти в условиях санкционного давления и, как следствие, снижения доступности автотранспорта. При этом прогнозы объема рынка такси по итогам 2022 года различаются – от снижения на 20% до роста на 25%.

Рынок такси имеет сложную структуру и свои специфические особенности, связанные с регулированием и дерегулированием рынка, причем во многом это обусловлено региональными особенностями.

В 2024 году в г.Томске работают такси:

- ЯндексGO (бренды «ЯндексGo»)
- Максим
- Др.

Сегодня самым крупным поставщиком услуг такси в Томске является агрегатор «ЯндексGo», собравший в своем сервисе несколько брендов. Местные юридические лица и частные предприниматели могут иметь несколько брендов и насчитывают, как правило,

ограниченное число автомобилей, недостаточное для быстрой подачи к заказчику.

Выбор направления для данного коробочного решения для города Томска, насчитывающего менее одного миллиона жителей, определяет специфика города:

- большое количество досуговых, развивающих и спортивных центров для детей разных возрастов;
 - сложности с парковкой собственного автомобиля: нет места около точки назначения, платная парковка в случае необходимости ожидания, др.,
 - работающие родители и старшее поколение, которые не имеют возможности отвезти ребёнка на дополнительное занятие, тренировку или просто в школу,
 - сложности заказа такси с детским креслом к фиксированному времени,
 - доплата за детское кресло в автомобиле у агрегаторов,
 - отказы водителей (мужчин) в оказании услуги перевозки детей подросткового возраста,
 - недоверие потребителей к водителям у агрегаторов.
- Проект преследует следующие цели:
- получение прибыли,
 - оказание поддержки родителям (прежде всего, матерям) за счет предоставления качественной услуги перевозки детей,
 - предоставление рабочих мест.

Таким образом, актуальность и востребованность такси для детей, сопровождающих их лиц, беременных женщин, а также тех, кому нужна аккуратная поездка, обусловлена следующими факторами:

- *Стабильный спрос.* Услуги такси пользуются стабильно высоким спросом, а перевозка детей является частью повседневной жизни людей.
- *Доступность.* Услуги такси доступны большинству работающих граждан.
- *Безопасность и надежность.* Основным критерий в перевозке пассажиров, особенно данной целевой группы потребителей.
- *Низкие первоначальные инвестиции.* При наличии собственного автомобиля в хорошем состоянии первоначальные вложения составляют несколько сотен тысяч рублей.

- *Высокая рентабельность и быстрая окупаемость инвестиций.* Оказывая услуги пассажирских перевозок срок окупаемости инвестиций составляет 15 месяцев, - в зависимости от объема перевозок.
- *Минимальные расходы на маркетинг.* Продвижение услуги для целевой аудитории осуществляется с минимальными затратами – посредством личных рекомендаций, социальных сетей, в учреждениях для детей, контекстной и/или таргетированной рекламы.

Сегодня такси – услуга, доступная любому работающему гражданину. А наличие собственного автомобиля делает любого автовладельца практически готовым таксистом. Более того, такси – это бизнес, который выручает людей в самые тяжелые времена. Деятельность такси подлежит лицензированию, и данное решение предполагает оказание услуги на регулируемом рынке пассажирских перевозок.

Сфера деятельности будущего предприятия обусловлена не только сформированной потребностью населения, но и рядом других сопутствующих факторов, формирующих итоговую рентабельность бизнес-проекта. К ним относятся: инфраструктура, простота алгоритма запуска, особенности получения разрешительной документации, емкость рынка. Плюсами являются небольшие инвестиции, быстрая окупаемость и простота организации.

Существует два пути организации бизнеса в сфере пассажирских перевозок: открыть таксопарк, или заключить договор с агрегатором (ЯндексGo, Максим).

Месяц запуска продаж - апрель.

Сумма первоначальных инвестиций – 554 140 руб.

Средняя ежемесячная прибыль – 72 000 руб.

Срок полной окупаемости проекта - 15 мес.

Продолжительность реализации проекта - без ограничения срока.

1.2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА

Данное коробочное решение предполагает организацию бизнеса такси на основе договоров с водителями собственных автомобилей - как самое простое и наименее затратное решение. В данном варианте не нужны затраты на покупку автомобилей, а вопрос содержания автомобилей полностью лежит на его владельце. В дальнейшем также можно вести сотрудничество с автопарками. Играя роль координатора или посредника, предприниматель получает прибыль из процента от заказа.

Организация работы такси включает в себя ряд производственных процессов. На этапе подготовки: оформление регистрационной (ИП) и разрешительной документации водителями (разрешение на перевозку пассажиров, страховки), организация рабочего места оператора, подключение мобильного приложения (целесообразно при масштабировании бизнеса), наём сотрудников. Отдельными направлениями можно назвать ведение документации, налоговые отчисления, трудовые отношения, продвижение и прочее.

Производственный план подготовки бизнеса состоит из нескольких этапов.

Этап 1: Регистрация фирмы.

Рекомендуется регистрация как Индивидуальный предприниматель. Система налогообложения – УСН.

С водителями заключается договор. Таксист должен быть зарегистрирован в качестве ИП, при этом платить налог на профессиональный доход (НПД). Чисто

самозанятым он быть не может, так как не сможет получить разрешение на работу,

а

агрегатор может попасть под штраф, если ФНС посчитает это как уход от налогов с помощью найма самозанятых в качестве постоянных работников. А как ИП на НПД водитель сможет получить разрешение, при этом минимизировав собственные расходы и отчисления. Ограничения всего три: придется соблюдать лимит по выручке (2,4 млн рублей в год), надо работать одному (без сотрудников); режим НПД нельзя совмещать с другими налоговыми режимами. Режим выгоден невысокой налоговой ставкой: всего 4% с дохода при работе с физлицами и 6% при перевозке юрлиц. Учет ведется с помощью приложения, которое можно скачать на сайте ФНС, оно же само рассчитывает налог и оповещает об уплате. Отчетности нет, все данные налоговая получает через приложение.

Этап 2: Получение разрешительных документов.

Разрешение на перевозку пассажиров легковым такси выдается только тем физическим лицам и организациям, которые зарегистрированы в качестве субъекта предпринимательской деятельности. Разрешение на такси действует только на территории того региона, где оно выдано, кроме ситуаций, когда пункт назначения по заказу пассажира находится за пределами этого субъекта РФ. Разрешение на деятельность такси выдаётся сроком на пять лет, а стоимость зависит от региона.

Заявление и другие необходимые документы можно подать через региональный портал государственных и муниципальных услуг. На обработку сведений, вынесение решения и оформление лицензии предусмотрено от 5 до 30 рабочих дней. Размер госпошлины определяется исполнительными комитетами местных органов власти. Стоимость может отличаться в зависимости от субъекта, и может быть от 300 рублей до 4000 рублей.

Штрафы за перевозку пассажиров без разрешения - 5 000 рублей по ст. 12.3 КоАП РФ в случае, если разрешение было выдано, но на момент проверки у водителя при себе его не оказалось. Если же разрешение на такси вообще не оформлялось, потому что у водителя нет статуса ИП (или учредителя ООО), то санкция за такое правонарушение указана в статье ст. 14.1 КоАП РФ. Она предусматривает не только штраф от 2 000 до 2 500 рублей, но и возможную конфискацию орудия производства, в данном случае автомобиля.

После получения разрешения необходимо оформить **страховой полис для такси**. Главное отличие – для такси ОСАГО обойдется значительно дороже, поскольку для этого типа транспорта предусмотрены более высокие коэффициенты (от 1,5 до 2 в зависимости от региона регистрации). Купить полис ОСАГО для такси может оказаться сложнее, чем на обычную машину. Страховые компании понимают, что риски по таким полисам особенно высоки, и пытаются любым способом избежать его оформления.

Штраф за управление такси без ОСАГО такой же, как у обычных водителей: если полиса в принципе нет или он просрочен, штраф составляет 500 рублей. Однако есть и особый штраф для тех, кто нарушает правила обязательного страхования (а под это широкое понятие входит и управление такси с полисом без особой пометки), он составляет 800 рублей. Более серьезные штрафы применяются в случае управления автомобиля с особыми опознавательными знаками (шашечки, надписи «Такси» и прочее): штраф может составить от 5000 рублей.

Техосмотр для такси проводится с целью получения диагностической карты: ежегодно для автомобилей до 5ти лет, раз в полгода для автомобилей старше 5ти лет. С 1 марта 2022 года штраф за езду без диагностической карты, подтверждающей прохождение техосмотра, составляет 2 тыс. руб. (ч. 1.1 ст. 12.5 КоАП). Фиксировать данное нарушение помимо сотрудников ДПС могут автоматические камеры с частотой до одного раза в сутки. Если же речь идет о юридических лицах, то согласно ч. 1 ст. 12.31 КоАП РФ штрафы за выпуск на линию транспортного средства, не прошедшего техосмотр, влечет наложение

штрафа на должностное лицо, ответственное за техническое состояние и эксплуатацию транспортных средств, в размере 500 руб.; на юридическое лицо 50 тыс. руб.

Этап 3: Организация рабочих мест и подбор сотрудников.

Основными принципами функционирования данного бизнеса «для детей и их родителей» являются безопасность, надежность, доверие. Соответственно, заказ и координацию целесообразно осуществлять через оператора такси по телефону.

Местоположение офиса не имеет значения, если планируется оказывать услуги по всему городу, и для него достаточно небольшой комнаты, куда будут приходить операторы посменно. Однако можно оптимизировать деятельность и избежать затрат на аренду и содержание помещения, если организовать удаленную работу операторов (на первом этапе 2 чел.) при помощи современных онлайн сервисов и способов учета.

Рабочее место оператора включает в себя:

- Ноутбук (или компьютер) с необходимым программным обеспечением.
- Рабочий стол, стул, канцелярские принадлежности.

Общие организационные расходы включают в себя:

- Специализированное программное обеспечение (ПО) автоматизации служб такси.

Существует обширный выбор ПО для автоматизации работы служб такси, которое можно приобрести в собственность (купить лицензию на один год) или взять в аренду. Популярным в Воронеже является Такси Мастер, предлагающая все инструменты для организации службы такси. Например, стоимость программного комплекса в собственность - от 135 200 руб. за «Стандарт» (два рабочих места оператора и безлимитное подключение водителей). В зависимости от возможностей и масштабирования бизнеса «Битрикс24» предлагает варианты: Базовый (5 пользователей) = 23880 р./год, Стандарт (50 пользователей) = 67080 р./год, Профи (100 пользователей) = 134280 р./год

- Внедрение ПО: первичные настройки, автоматизация, обучение.
- IP-Телефония: аренда номера + трафик.
- Аренда облачной Онлайн-кассы.
- Интернет.
- СМС оповещения.
- Сайт для службы такси.
- Оснащение автомобилей: автокресла, средства уборки и пр.
- Получение разрешительных документов на автомобиль.

Подбор водителей с личным автомобилем на работу в «МАМА такси» должен осуществляться с максимальной тщательностью в соответствии с рекомендуемыми критериями:

- водители-женщины – для услуги сопровождения; водители-мужчины – для перевозки семей с багажом,
- водители имеют собственных детей и имеют опыт общения с детьми и перевозки детей в детских креслах,
- опыт вождения не менее 7 лет,
- отсутствие вредных привычек,
- опыт общения с детьми,
- коммуникабельность, тактичность, грамотная речь.

Автомобиль должен соответствовать критериям технического качества, требованиям комфорта и чистоты.

Организационный процесс работы данной службы такси выглядит следующим образом:

- Приём заказа оператором от клиента.
- Согласование заказа с водителями, подтверждение заявки.
- Выполнение водителем заказа.
- Оплата заказа клиентом.
- Организация продаж.

ПРИЁМ ЗАКАЗОВ

В «МАМА такси» действует система предварительного заказа *накануне* дня поездки, а лучше за два, или даже за три. Заказы принимаются *по телефону*.

Поездки с детьми редко бывают импровизированными, чаще всего о них известно за несколько дней, поэтому заказ «МАМА такси» лучше делать заранее. Дело в том, что детские автокресла делятся на разные группы в зависимости от возраста и веса ребенка, и водитель, не имея возможности постоянно возить с собой все виды автокресел, должен подготовить автомобиль к поездке. Поэтому рабочий день водителя такси планируется заранее.

Однако, если необходимо такси с подачей в ближайшее время, компания постарается найти машину, которая находится как можно ближе к заказчику и имеет подходящее для ребенка автокресло.

Прием заказов работает с 7:00 до 21:00, с целью эффективного выполнения заказов ввиду определенных специфических моментов работы. Но если необходимо совершить ночную поездку с ребенком (на вокзал, например, или из гостей), можно заказать машину заранее, до 21.00, и оператор постарается успеть найти водителя, готового выручить и ночью.

«МАМА такси» не несёт ответственность и не даёт гарантию за выполнение заказов, оставленных через водителей. Заказы принимаются только через операторскую службу (и форму онлайн заказа на сайте, если она будет реализована).

СОГЛАСОВАНИЕ ЗАКАЗА С ВОДИТЕЛЯМИ

Согласование и подтверждение заказа осуществляется, как правило, в автоматическом режиме. Возможно согласование заказа и его нюансов по телефону.

После получения заказа оператор оформляет заказ в программе, после чего водитель получает программное уведомление на телефон. Водитель должен подтвердить своё согласие на прием заявки. После назначения водителя оператор отправляет данные автомобиля и водителя заказчику. Настройки смс-оповещений делаются программным путём.

ВЫПОЛНЕНИЕ ЗАКАЗА

Водитель обязан подготовиться автомобиль для выполнения конкретного заказа: установить или снять детское кресло, освободить багажник, произвести уборку в салоне, проветрить и т.п.

Водитель встречает пассажира(-ов) в нужном месте. В случае оказания услуги сопровождения отводит ребенка за руку в салон и пристегивает, отвозит к месту назначения и провожает до входа. При необходимости заводит внутрь помещения, помогает раздеться и доводит к тренеру/репетитору, сообщает родителю о том, что ребёнка доставили.

При перевозке водитель включает музыку или радиоканал по согласованию с пассажиром.

Водитель обеспечивает безопасное вождение, в пределах разрешенной скорости, не нарушает правила дорожного движения.

ОПЛАТА ЗАКАЗА

Службы такси работают с онлайн-кассами при расчете с физическими лицами, в соответствии с №54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации». Онлайн-касса должна быть подключена к оператору фискальных данных.

Онлайн-касса достаточно поставить в операторской (офисе) и подключить к ней все автомобили таксопарка - они будут работать через кассу удаленно при помощи программного обеспечения.

В данном коробочном решении рекомендуется использовать *облачный вариант кассы*, как самый дешевый, и не нуждающийся в обслуживании кассы. При этом сам кассовый аппарат не покупается, а арендуется у ОФД. Через ПО такси подключается к арендованной кассе и работает так же, как с кассовым аппаратом в офисе, но при этом касса не надо обслуживать и проверять – это делает ОФД.

Контроль за выполнением 54-ФЗ осуществляет ФНС. Важно помнить, что налоговая взимает штраф за каждый эпизод невыдачи чека. Фактически, в сумме штрафа будет учтена каждая поездка, проведенная «мимо кассы».

Пассажир (заказчик) оплачивает поездку в соответствии с тарифом двумя способами – наличными или картой (через приложение в случае привязки банковской карты к приложению или перевод на карту ИП).

В случае наличной оплаты обязательным будет ее ежедневное оформление по приходному ордеру, составленному на основании сформированного на онлайн-кассе отчета о закрытии смены.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ

На первых порах предпринимателю полезно самому взять на себя функции водителя для понимания процесса перевозки, наблюдения за поведением пассажиров и потребительского поведения (особенно детей), спроса и дорожного трафика.

Целесообразно постоянно развивать цепочку рекомендаций от родителей, и задействовать социальные контакты в местах присутствия детей и их родителей не только для получения клиентов, а и для привлечения сотрудников (водителей) в компанию. И обязательно заниматься вопросами продвижения в сети Интернет.

Несмотря на то, что такси – это микробизнес, не следует забывать и о стандартах обслуживания пассажиров, которые неизбежно влияют на количество клиентов и выручку. Именно поэтому к водителям и автомобилям предъявляются высокие требования, так как именно они создают продукт – услугу по перевозке пассажиров.

Услуги такси имеют всесезонный спрос, однако при этом наблюдаются колебания спроса в зависимости от месяцев, дней и часов. Так, дни повышенного спроса – пятница, суббота, воскресенье. В будние дни наибольшее количество заказов поступает в 8, 9 и 18 часов. В летние месяцы спрос на такси снижается. Предполагается, что эти факторы скажутся на работе «МАМА такси», поэтому с целью планирования достаточного количества автомобилей нужно вести свою статистику спроса, так как прогнозируется, что перевозка детей будет востребована в течение рабочего дня, до окончания рабочего времени.

1.3. ОПИСАНИЕ КОНЕЧНОГО ПРОДУКТА ИЛИ УСЛУГИ, УНИКАЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ ПРОДУКТА

«МАМА такси» создано специально для детей, сопровождающих их лиц и беременных женщин. Такси оказывает услуги по перевозке малышей и юных пассажиров в автотранспортных средствах, специально оборудованных детскими устройствами безопасности. «МАМА такси» доставит ребенка в садик, школу или развивающее учреждение, заберёт молодую маму с малышом из роддома.

По сути, это бизнес в формате семейного такси, с акцентом на перевозку детей – с родителями или без них. Главными принципами перевозки являются *безопасность, надежность и доверие*.

«МАМА такси» предоставляет услуги:

- такси по городу
- поездка к врачу
- поездка на дачу
- организация встреч на вокзалах и в аэропорту
- сопровождение детей одних без присутствия взрослых

«МАМА такси» это:

- водители на личных автомобилях, в которых возят собственных детей
- водители, которые не курят в салоне, не нарушают правила дорожного движения, не ругаются
- женщины-водители, имеющие детей, с водительским стажем от 7 лет, которые сопровождают ребенка до места и передадут «из руки в руки»
- мужчины-водители, имеющие детей, с водительским стажем от 7 лет, которые донесут багаж до места посадки на вокзале и в аэропорту
- транспортные средства в исправном состоянии, регулярно проходящие технический осмотр
- безопасная поездка, детская и просто хорошая музыка, чистота и комфорт
- фиксированная и планируемая стоимость поездки

«МАМА такси» - доверие и взаимопонимание. Мы везём ваших детей как своих.

Основными конкурентами «МАМА такси» будут все службы такси, присутствующие на рынке, так как заказ наличия детского кресла в такси не является большой проблемой, хотя и платной услугой в большинстве случаев. Однако существенным преимуществом перед агрегаторами станет качество сервиса, включающее безопасность и доверие к водителю, прежде всего. Преимуществами перед такси «Автоняня» и «Женское такси» станет сочетание предоставляемых услуг.

Позиционирование и уникальное торговое предложение (УТП)

Позиционирование - это разработка стратегии, которая позволит преподнести потенциальным потребителям конкурентные преимущества. По сути это то, что о вас думают люди; чем вы отличаетесь от конкурентов. Хорошим можно назвать позиционирование, когда предприниматель намеренно отказывается от части аудитории, выбирая узкую нишу. Когда бизнес направлен на узкую аудиторию, это работает лучше, ценнее для клиентов, и они будут готовы переплатить за продукт.

Данное коробочное решение имеет свою нишу - перевозка детей и их родителей.

Открытие бизнеса такси не самый популярный вариант развития собственного бизнеса. Этот вид деятельности подходит, скорее, опытным предпринимателям, но новички могут преуспеть в этом бизнесе, если развивать его постепенно, выстраивая бизнес-процессы, тщательно отбирая водителей с автомобилями, внимательно относясь к качеству

сервиса и обратной связи от клиентов. Этот бизнес не относится к пассивным источникам дохода, требует внимания и контроля работы персонала.

Такси – это высоко конкурентный бизнес. Тем не менее, при предоставлении качественной услуги, грамотной отстройке от конкурентов, позиционировании и трансляции уникальных черт, можно претендовать на долю рынка.

1.4. МЕСТО РАСПОЛОЖЕНИЯ, ЛОГИСТИКА, ДОСТУПНОСТЬ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Формат такси для детей и их родителей подойдет, скорее, для крупного города, так как важными факторами являются территориальные особенности – удаленность точки назначения, сложности парковки, пробки. В маленьком городе услугу доставки детей могут выполнять обычные такси, или родители собственноручно.

Место расположения офиса (если предприниматель примет решение иметь его для работы операторов, встречи с водителями, складирования автокресел и др.) не имеет значения. В вопросе организации офиса нужно руководствоваться, скорее, факторами целесообразности, удобства, стоимости, что может стать актуальным при масштабировании бизнеса. Следует учесть, что важным фактором успеха бизнеса стали современные технологии – программное обеспечение, мобильные приложения, смс-оповещения, прозрачность данных о перевозчике и водителе, отзывы потребителей. По сути – простота заказа, доступность, открытость.

1.5. ГРАФИК РАБОТЫ

График работы такси (для пассажиров)

Как правило, такси работают круглосуточно. При этом водители такси несут риски при перевозке пассажиров в ночное время по разным причинам – от плохой освещенности улиц и дворов до пьяных и агрессивных пассажиров. Данное коробочное решение *не* предполагает перевозку пассажиров в ночное время. *Исключение* могут составлять заказы трансфера на вокзалы (или из гостей) пассажиров с детьми, по согласованию с водителем.

Прием заказов работает с 7:00 до 21:00.

Заказы планируются заранее – за день, два, три.

Если необходимо такси с подачей в ближайшее время, компания постарается найти машину, которая находится как можно ближе к заказчику и имеет подходящее для ребенка автокресло.

График внутренних рабочих процессов

Важным фактором успеха данного бизнеса является планирование – заказов и рабочего времени водителей.

Водители заранее планируют свою рабочую неделю – по дням и часам. Например, женщина-водитель может работать в такси в период с 8:00 до 13:00, пока дети находятся в школе. Или уделять работе в такси вторую половину дня, если дети учатся во вторую смену. Учитывая, что заказы в «МАМА такси» принимаются и согласовываются заранее, водители знают график своих заказов на следующий день или дни. Таким образом, и компания, и водители могут планировать свои ресурсы.

Конечно, будут случаться ночные и срочные заказы. В таком случае оператору нужно договариваться с водителями в индивидуальном порядке с учетом обстоятельств. Рекомендуются установить лимит на срочный заказ – например, поиск машины в течение 30 минут. По мере масштабирования бизнеса процесс планирования рабочего времени можно оптимизировать.

Операторам необходимо быть на связи и за компьютером всё своё рабочее время, поэтому рекомендуется посменная работа 2х человек – по 6 часов в день, например, с 07:00 до 14:00 час, или с 14:00 до 21:00 час. Такой график позволит привлечь к работе женщин, выбирающих удаленную работу, или неполный рабочий день. Использование IP-телефонии позволяет привлечь к работе оператором человека из любого региона страны.

Нужно учитывать, что график работы водителей и операторов должен соответствовать ТК РФ – не более 40 часов в неделю.

Бухгалтерию рекомендуется организовать на аутсорсинге.

1.6. ШТАТНАЯ ЧИСЛЕННОСТЬ / ПОТРЕБНОСТЬ В ПРИВЛЕЧЕНИИ ПЕРСОНАЛА

Бизнес такси – это наёмный бизнес. На первых порах трудно найти водителей, однако нескольких автомобилей может быть достаточно для обеспечения пока еще небольшого спроса пока ещё неизвестного такси. Функцию водителя на себя может взять сам предприниматель. К тому же такси – бизнес, который нужно постоянно «держать в руках». Если владелец бизнеса не может лично контролировать процесс, то нужно задуматься, стоит ли начинать. Большая часть времени будет отдана управлению персоналом и бизнес-процессами.

Самостоятельная занятость предпринимателя. Предприниматель может взять функцию водителя на себя – в ситуации заказа и невозможности оказания услуги наемным водителем. Этот вариант даст не только экономию расходов, но и позволит изучить процесс изнутри.

Наемные сотрудники. Соответствующих требованиям бизнеса и позиционирования водителей с автомобилями нужно искать сразу. Это могут быть просто знакомые люди, или имеющие опыт работы в других такси. Также можно дать рекламу о приеме водителей на работу. Нужно учитывать, что опытные таксисты ставят в приоритете прогнозируемую заработную плату по итогам месяца, и всегда выбирают финансово привлекательный вариант работы. Поэтому ценообразование в данном варианте бизнеса является важной частью не только для потребителя, но и для наемных водителей.

Требования к персоналу. Профессиональные и квалификационные требования к водителям такси устанавливаются ФЗ «О безопасности дорожного движения». Так, установлено, что водитель легкового автомобиля (легкового такси) должен иметь общий водительский стаж не менее трех лет. Устанавливаются требования к знанию правил дорожного движения, обеспечению безопасности, в том числе детской пассажирской.

При приеме на работу важно ознакомиться с записями в трудовой книжке, нет ли статей увольнения за проступки, можно обратиться к прошлым работодателям, узнать, как работал человек, какие были нарекания. Нужно обратить внимание на честность и коммуникабельность сотрудника, умение общаться с людьми, вежливость, добросовестность.

1.7 ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ.

В целом, целевой аудиторией (ЦА) данного такси будут преимущественно женщины. Традиционно в нашей стране ответственность за заботу, обслуживание и воспитание детей лежит на женщине. География проживания значения не имеет. Возраст преимущественно от 20 до 45 лет. По социальному статусу: средний и выше.

В целом потребителями услуг «МАМА такси» является аудитория, предъявляющая высокие требования к качеству услуг. Аудитория детей, пожалуй, самая сложная, как непредсказуемая. Поэтому для детей рекомендуется продумать комплекс бесплатных

«развлекательных» услуг в автомобиле, например, игрушки, книги, аутентичную музыку, сладости.

Целевая аудитория 1 (ЦА 1)

Женщины с маленькими детьми. Возраст 20-45 лет. Возят детей к врачам – в поликлиники, частные клиники, в магазины, на дачу или за город, и пр. В этом случае необходимо детское кресло.

Целевая аудитория 2 (ЦА 2)

Родители с плотным рабочим графиком. Родители 2-х и более детей. Работающие родители подростков. Возраст 30-50 лет. Сопровождение детей в школу, на внешкольные занятия, др.

Целевая аудитория 3 (ЦА 3)

Отдельно можно выделить аудиторию беременных женщин и пенсионеров, как людей, нуждающихся в комфортном и неспешном вождении.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ, ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА ДАННОГО ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СОПУТСТВУЮЩИХ/СОПРОВОЖДАЮЩИХ УСЛУГ;

Прежде чем, открыть свой бизнес, предприниматель должен провести собственное исследование рынка и конкурентов. Предлагая на рынок свои услуги необходимо просмотреть на уже предлагаемые услуги, их качество и цены. Это помогает оценить спрос и сформировать привлекательное предложение.

2.1. SWOT-АНАЛИЗ: СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ, СЛАБЫЕ СТОРОНЫ, ВОЗМОЖНОСТИ, РИСКИ (УГРОЗЫ)

При открытии любого бизнеса предпринимателю важно видеть те моменты, которыми он может управлять – внутренние ресурсы компании, а также понимать факторы, находящиеся вне зоны воздействия, – внешние угрозы. Важно оценить свои возможности и перспективы заранее. Понимание и осознание этих моментов экономит бюджет и время, корректирует стратегию на рынке. Проект открытия такси имеет ряд рисков, нейтрализовав которые, можно иметь хорошие перспективы развития. В этом поможет инструмент SWOT-анализа, с помощью которого можно оценить следующие характеристики:

S (strengths) – сильные стороны. Это преимущества, уникальные навыки. За счет этого фирма увеличивает продажи, долю рынка, чувствует уверенность в конкурентной борьбе. Преимущества открытия «МАМА такси» следующие:

- Не требует специальных серьезных знаний.
- Пакет документов для организации бизнеса стандартный.
- Стартовый капитал небольшой, можно обойтись без привлечения заемных средств.
- Быстрая окупаемость.
- Это услуга ежедневного и круглогодичного спроса.
- Не требуется дорогостоящее (торговое, производственное) оборудование.
- Для запуска проекта не требуется больших затрат на рекламу.

W (weaknesses) – слабые стороны. Эти характеристики и обстоятельства тормозят прибыль, мешают развитию. В нашем случае их несколько:

- Высокая конкуренция.
- Высокие требования к водителям и автомобилям.
- Необходимость формирования клиентской базы с нуля.

O (opportunities) – возможности. Это рычаги, которые находятся в руках бизнеса и поддаются прямому воздействию.

- Достаточно небольшого количества автомобилей (10 шт.) для стабильного функционирования бизнеса.
- Движение по выделенным полосам для общественного транспорта, как автомобилям, имеющим разрешение на такси.
- Постоянная нарабатанная база клиентов.
- Постоянный небольшой состав сотрудников.
- Сокращение издержек за счет отсутствия аренды, перевода автомобилей на газобалонное оборудование.
- Минимизация жалоб и рекламаций со стороны клиентов за счет заключения прямых договоров (на сопровождение детей в такси) с указанием деталей оказания услуги.
- Формирование и укрепление положительного имиджа бренда.

- Масштабирование и развитие бизнеса за счет перевозок на минивэне или мультивэне.

Т (threats) – угрозы/риски. Трудности, внешние факторы, которые не зависят от принимаемых предпринимателем решений:

- Аварийность на дорогах, риск повреждения автомобиля, в том числе со стороны других участников дорожного движения.
- Возможные штрафы.
- Удорожание стоимости технического обслуживания и ремонта автомобиля.
- Государственное регулирование.
- Форс-мажоры (погодные условия, дорожная обстановка и т.п.)
- Недобросовестность работников.

2.2. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

«МАМА такси» - такси с фиксированной ценой. Стоимость поездки – важный фактор принятия решения об использовании услугой. Именно этот фактор позволяет расширить клиентскую базу и привлечь (даже разовых) клиентов из числа родителей со средним и ниже уровнем доходов. Прогнозируемая цена, не зависящая от изменившихся внешних обстоятельств, как у агрегаторов (динамическое ценообразование) позволяет клиентом планировать свои расходы и поездку заранее, что является ключевым преимуществом компании.

Учитывая позиционирование и качество услуг данного бизнеса, цены в «МАМА такси» будут в среднем выше уровня конкурентов. При этом есть смысл предлагать услугу на уровне цен конкурентов, как, например, поездка в районе проживания клиента (дом – поликлиника, или школа - дом).

Существует несколько подходов к ценообразованию в службах такси с фиксированной ценой, однако изначально рекомендуется установить и почасовую оплату, и фиксированную за дальность поездки. Стоимость подачи автомобиля при данном подходе в оказании услуг не нужна.

Безусловно, ценовая политика зависит от многих факторов, от цен на топливо до спроса на этапе выхода на рынок и конкурентной среды. Поэтому тарифная политика должна контролироваться и может меняться в зависимости от обстоятельств.

Доход предпринимателя складывается из комиссии за оказанные (реальные) услуги по перевозке пассажиров. Сумма комиссии идет на оплату заработной платы сотрудников (операторы, бухгалтер), на переменные затраты, возврат инвестиций, в доход предпринимателю. Размер комиссии устанавливается предпринимателем на основе финансового расчета и рыночных реалий. Так, ЯндексGo взимает комиссию более 20% (зависит от тарифа поездки), и по факту около трети стоимости поездки уходит агрегатору.

2.3. СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

На запуск бизнеса такси понадобится до двух месяцев. Для этого понадобится изучить рынок и специализированное программное обеспечение, оценить затраты и возможные меры господдержки (такси можно позиционировать как социально значимое), оформить документацию и найти сотрудников. В случае возникновения вопросов можно получить бесплатную консультацию в Центре «Мой бизнес».

2.4. РЫНКИ СБЫТА

Формат такси для детей и их родителей подойдет для крупного города Томской области, данный вид услуг в виду наличия достаточного количества целевой аудитории, учитывая емкость рынка и платёжеспособность населения, что гарантирует окупаемость проекта.

В районных центрах емкость рынка ограничена: количество детей и платежеспособность населения не позволяют осуществлять плотный график и полную загрузку для обеспечения окупаемости. В таких городах как - Россошь; Борисоглебск; Лиски; Нововоронеж; Острогожск; Павловск; Бутурлиновка; Бобров - также возможна реализация бизнес-идеи, но для небольшого автопарка или при выделении как отдельного вида услуг для службы такси.

2.5. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫБОРУ НАЗВАНИЯ

В условиях высокой конкуренции именно интересный формат, «изюминка» поможет выделиться начинающему бизнесу. Предложенное в данном коробочном решении название такси – «МАМА такси» уже отражает позиционирование бизнеса, и может трактоваться разнообразно: «для перевозки мамочек», «для мам и их детей», «водители – сами мамы, женщины». Как бы то ни было, само название вызывает теплые воспоминания, прямо ассоциируются с самым родным человеком, отражает семейные ценности, вызывая доверие и безопасность. Таким образом, название

такси соответствует требованиям, предъявляемым к бренду:

- вызывает позитивные чувства и соответствует концепции бизнеса;
- короткое и запоминающееся;
- хорошо транслитерируется английскими буквами (для регистрации электронной почты и создания сайта);
- простое, читаемое;
- впервые на воронежском рынке такси.

Стоит обратить внимание, что данное название не является уникальным в России.

Выбор названия, бесспорно, является прерогативой предпринимателя. Опираясь на предложенные варианты, можно использовать другие варианты и сделать свой выбор, тем более, что поле для нэйминга в данном случае достаточно обширное.

Варианты названия: •

Детское такси

- Доброе такси
- Такси «Умка»
- Такси «Малыш»
- Такси «Карапуз»
- Такси «Чебурашка»
- Такси «Матроскин»
- Такси «Бибика»
- Такси «Карлсон» •
- Такси «Карамель»
- Такси «Сказка»

2.6. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОЗДАНИЮ ЛОГОТИПА И ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Современный рынок перенасыщен товарами и услугами. Чтобы завоевать потребителя, важно привлечь внимание, запомниться и выделиться среди конкурентов. Для этого разрабатывают фирменный стиль (он же «корпоративный стиль» или «айдентика») — это инструмент формирования имиджа компании. В него входят графические изображения, шрифты, цвета, слоганы, присутствующие на всех носителях

компании, которые придают бренду уникальность.

Логотип — это основа фирменного стиля предприятия. Он представляет собой название компании и/или знак. Логотип помогает потребителю понять, какому бренду принадлежит продукт или реклама, и быстрее запомнить компанию. Важно, чтобы слово можно было без труда прочесть, начертание хорошо смотрелось в любом масштабе, а пластика букв отражала характер бренда. Логотип должен быть: запоминающимся, отличающимся от других, соответствующим рынку, раскрывающим концепцию.

Традиционно для такси используется яркий желтый и черный цвета, что вызывает у потребителя быструю и конкретную ассоциацию. Поэтому для «МАМА такси» рекомендуется выбирать близкие к стереотипным цвета - оттенки желтого и оранжевого.

Предлагается 2 концепции.

Концепция 1 - «Семейная». Предполагает использование мягких пастельных тонов, традиционного шрифта, крупное и легко читаемое написание. Отражает традиции, понятные любым поколениям – мягкость, заботу, безопасность. Работает на запоминаемость для всех групп потребителей.

Концепция 2 – «Игровая». Предполагает использование ярких цветов и их смелые сочетания, современного шрифта, использование графических элементов (например, кубики). Отражает детство, смелость, любопытство. Работает на запоминаемость у детей и их молодых родителей.

1. Концепция «Семейная»



Название	АВТО МАМА
Дескриптор	такси с заботой о детях
Основной цвет	оттенки желтого и оранжевого
Фирменные цвета	Зеленый/мятный, желтый/оранжевый, белый
Стилистика	Традиционная стилистика. Мягко, спокойно, уверенно.

2. Концепция «Игровая1»



Название	Family taxi
Дескриптор	Безопасно. надежно. вовремя
Основной цвет	оттенки желтого и оранжевого
Фирменные цвета	мятный, желтый/оранжевый
Стистика	Современно, мультяшно

3. Концепция «Игровая2»



Название	МАМА такси
Дескриптор	надежно. вовремя
Основной цвет	оттенки желтого и оранжевого
Фирменные цвета	Яркие. Красный, желтый, зеленый, синий, фиолетовый
Стистика	Игровая стилистика. Ярко, смело, привлекательно.



Пример брендинга автомобиля

Варианты применения фирменного стиля:

- сайт,
- оформление групп в социальных сетях,
- магнитная наклейка на автомобиль,
- рекламные макеты,
- буклеты,
- визитки.

2.7. НЕОБХОДИМОЕ ОБОРУДОВАНИЕ И ЕГО ПОСТАВЩИКИ

Больших финансовых вложений на запуск службы такси не требуется, поэтому может быть достаточным использование собственных средств. Предприниматель самостоятельно решает, возложить затраты на оформление требуемых документов, оснащение каждого автомобиля и уход за ним на собственника авто, или включить их в затраты бизнеса.

Способы экономии

1. С целью экономии бензина и с точки зрения логистики, на заказ следует назначать автомобиль (водителя), находящийся в зоне расположения точки подачи. Так как поездки планируются заранее целесообразно набирать сотрудников-водителей из разных районов города для обслуживания поездок в их районе города.
2. С целью экономии бензина возможно оснащение автомобиля газобаллонным оборудованием и дальнейшая его регистрация. В этом случае нужно просчитать экономическую целесообразность, которая зависит от интенсивности использования автомобиля.
3. Получение дополнительной скидки при закупке ПО и оптовой при покупке автомобильных кресел.

2.8. ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ (МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН)

В данном бизнесе почти не задействуют специальные маркетинговые мероприятия. Однако в условиях конкуренции такое пассивное маркетинговое поведение уже не работает. Поэтому нужно использовать инструменты маркетинга и продвижения.

1. Прямая реклама.

Используется для привлечения клиентов и продвижения бренда. Также прямую рекламу можно использовать для привлечения водителей.

Рекомендуется воспользоваться программой для предпринимателей от Центра «Мой бизнес»: комплексные услуги по продвижению бизнеса в социальных сетях, на радио и телевидении.

2. Внутренняя реклама в местах присутствия ЦА.

Печатная реклама в местах присутствия детей - школах, дошкольных, развлекательных и развивающих учреждениях является важной частью получения новых клиентов целевой группы потребителей. Так, размещение рекламной листовки или объявления (по договоренности с ответственным в учреждении лицом) поможет быстро сформировать базу постоянных клиентов.

3. Коммуникации с клиентом.

Прямая коммуникация с родителями детей в детском саду, школе, на детской площадке и т.п. помогут получить первых клиентов. Здесь можно просто рассказать о новом такси и раздать визитки.

4. Реклама в Интернете.

Рекомендуется не только ведение группы (например, во «ВКонтакте»), но и использование контекстной рекламы, преимуществом которой является работа с целевой аудиторией. Таким образом можно получить новых клиентов из других служб такси.

5. Раздача визиток.

Визитки крайне необходимы для продвижения такси. Их также могут выдавать водители своим новым клиентам. Визитки нужно всегда иметь «под рукой» и вручать при удобном случае – матери с ребенком, беременной женщине, родителям на детском концерте и празднике и т.д.

6. Реклама в лифтах.

Возможно разместить рекламу в лифтах на ограниченный срок. При этом рекомендуется выбирать густонаселённые новостройки, в которых квартиры приобрели

молодые родители. Обращаясь к поставщикам данных услуг рекомендуется тщательно провести выборку домов с точки зрения количества потенциальных клиентов.

7. Сервис и качество.

Для формирования собственной обширной клиентской базы важно следить за качеством услуг. Предприниматель должен прислушиваться к пожеланиям потребителей и стараться довести свой сервис до идеала. Таким образом будут работать рекомендации о такси, что привлечет новых покупателей

3. 3. МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА

В России меры поддержки малого бизнеса определяются законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Государственная поддержка малого предпринимательства осуществляется по следующим направлениям: формирование инфраструктуры поддержки и развития малого предпринимательства; создание льготных условий использования субъектами малого предпринимательства государственных финансовых, материально-технических и информационных ресурсов, а также научно-технических разработок и технологий.

Предприниматели могут рассчитывать на: информационную поддержку и консультирование (семинары, курсы, тренинги и пр.); инфраструктурная поддержка (технопарки, бизнес-инкубаторы и пр.) поддержка инноваций и научно-технических разработок; помощь в ярмарочно-выставочной деятельности (в том числе международной); правовое и бухгалтерское сопровождение; финансовую поддержку (субсидии, гранты, компенсации, льготы).

**БОЛЕЕ ПОДРОБНУЮ ИНФОРМАЦИЮ О МЕРАХ ГОСПОДДЕРКИ
МОЖНО ПОЛУЧИТЬ В ЦЕНТРЕ МОЙ БИЗНЕС**



Наш сайт
mb.tomsk.ru



Наш Telegram
t.me/frb_tomsk



Наш VK
vk.com/frb_tomsk

г. Томск, ул. Студенческая, 2а
горячая линия: 901-000