БИЗНЕС-ПЛАН ПО ОРГАНИЗАЦИИ НАУЧНЫХ ШОУ

1.Резюме проекта

Цель проекта – организация научных шоу для детей и взрослых в городе с населением от 300 тыс. человек. Научные шоу представляют собой интерактивные праздники, занятия и мастер-классы с демонстрацией законов физики и химии в развлекательно-популярной форме. Аудиторией проекта будут дети возрастом от 3 до 14 лет (90% целевой аудитории), а также подростки и взрослые. В перечень услуг фирмы войдут:

1.Организация научных шоу по определенному сценарию и длительности;

2.Организация интерактивных уроков физики/химии;

3.Мастер-классы;

4.Индивидуальные программы;

5.Фото/видеосъемка.

Стоимость проекта составит 150 000 руб. Срок окупаемости при пессимистичном прогнозе продаж составит 9 месяцев. При финансовых расчетах данного бизнес-плана учитывались такие факторы как сезонность, рост продаж в связи с наработкой клиентской базы и ростом узнаваемости компании. Средний чек на услуги – 6 500 руб.

|  |
| --- |
| **Ключевые финансовые показатели проекта** |
| Ставка дисконтирования, % | 17 |
| Чистая приведенная стоимость (NPV), руб. | 2 100 998 |
| Чистая прибыль проекта\*, руб. | 87 000 |
| Рентабельность продаж, % | 39,29 |
| Срок окупаемости (PP), мес. | 9 |
| Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес. | 9 |
| Индекс прибыльности (PI)% | 14,01 |

\*в пиковые месяцы продаж

Для реализации проекта потребуется подготовительный период сроком 5 месяцев, необходимый для разработки сценариев, закупки и тестирования оборудования и расходников, поиска и обучения сотрудников.

2.Описание компании

Цель проекта заключается в организации детских и взрослых научных шоу на территории города с населением более 300 тыс. жителей. Помимо извлечения прибыли, проект преследует определенные социальные задачи, представляя собой новый вид образовательного досуга. В форме игры-представления и веселых экспериментов клиентам, подавляющее большинство которых будут дети возрастом от 3 до 14 лет, преподносятся законы химии и  физики. Развлекательный формат, а также возможность непосредственного участия детей в процессе, стимулирует живой интерес к науке и активно приветствуется образовательными учреждениями.

Руководить «научным процессом» будет ведущий, в роли которого выступит сам предприниматель, и команда его помощников. Весь персонал будет владеть необходимыми умениями по проведению шоу. Сами услуги будут оказываться в выездной форме и проводиться на территории заказчика. Весь реквизит будет транспортироваться на собственном автомобиле. Каких-либо затрат на недвижимое имущество не потребуется – весь расходный материал и инвентарь будет храниться на территории частного домовладения предпринимателя.

Для данного вида деятельности будет выбрано ИП. Код услуг по ОКВЭД – 93.29 – Услуги в области развлечений и отдыха прочие. Наиболее подходящая система налогообложения –  упрощенная (УСН). Расчет налога будет производиться в размере 6% от полученного дохода.

3.Описание услуг

Основными услугами фирмы будут являться научные шоу для детей дошкольного, начального и среднего школьного возраста, а также шоу для взрослых. Ключевые услуги и расценки представлены в Табл. 1.

Главное преимущество проекта перед конкурентами заключается в организации шоу на основе собственных сценариев. В  их разработке также будут применены и переработаны элементы сценариев популярных шоу с участием таких героев как «сумасшедший профессор», «волшебник», «детектив» и прочее. В сценарии войдут всевозможные опыты с использованием жидкого азота  кислорода, сухого льда, превращения на основе химических реакций, эксперименты с вакуумом, шарами, изготовление сладкой ваты, нитромороженного и многое другое. Для проведения шоу планируется закупать только качественные и безопасные для здоровья реагенты. На начальном этапе все сценарии с их использованием будут тщательно проработаны в домашних условиях. Кроме того, и ведущие, и зрители шоу будут пользоваться индивидуальными средствами защиты, включая перчатки, очки и т.д.

Таблица 1. Перечень услуг

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование** | **Описание** | **Стоимость, руб.** |
| *Научные шоу* |
| 1 | Мини-шоу | Научное шоу по одному из выбранных сценариев длительностью 30 минут. 4-5 экспериментов (3-9 лет) | 3 000 – 5 000 |
| 2 | Основная программа | Научное шоу по одному из выбранных сценариев длительностью 60 минут. 5-7 экспериментов (3- 14 лет, взрослые) | 6 000 – 8 000 |
| 3 | Расширенная программа | Научное шоу по одному из выбранных сценариев длительностью 90 минут. 12 и более экспериментов (7-14 лет, взрослые) | 9 000 – 14 000 |
| *Интерактивные уроки* |
| 3 | Интерактивный урок физики | Интерактивный урок физики. Длительность 40 минут | 6 000 |
| 4 | Интерактивный урок химии | Интерактивный урок химии. Длительность 40 минут | 6 500 |
| *Мастер-классы* |
| 6 | Мастер-класс по изготовлению лизунов | Мастер-класс по изготовлению лизунов на 15 человек | 2 000 |
| 8 | Мастер-класс по изготовлению полимерных червячков | Мастер-класс по изготовлению полимерных червячков | 1 500 |
| 9 | Мастер-класс по приготовлению сладкой ваты | Мастер-класс по приготовлению сладкой ваты | 2 000 |
| *Прочее* |
| 10 | Индивидуальная шоу- программа | Индивидуальная шоу-программа с самостоятельным выбором экспериментов и мастер-классов | договорная |
| 11 | Фото/ видеосъемка | Фото/видеосъемка праздника | 1 500 – 2 000/час |
|  |  |  |  |  |

Помимо приведенных выше услуг для увеличения рентабельности проекта после выступлений планируется организовать мелкую торговлю светящейся слизью, пробирками с искусственным снегом, полимерными червячками, гигантскими пакетами, радужными очками и т.д. По желанию клиентов в качестве дополнения к услугам возможно привлечение фотографа или оператора для съемки праздника.

4.Продажи и маркетинг

Научные шоу появились в России совсем недавно – еще в 2009-2010 годах этот бизнес только-только делал первые шаги. Однако за 5-6 лет практически в каждом крупном городе появилось по несколько организаций, предоставляющих жителям подобные услуги. Благодаря новизне формата, низким стартовым затратам и высоким показателям отдачи, опыт «первопроходцев» стал активно перениматься другими предпринимателями. Наиболее массово шагать по стране бизнес начал с помощью франчайзинга. Его преимущество состоит в наличии готовых оригинальных сценариев, что сокращает временные издержки на подготовительный этап проекта. Тем не менее, покупка франшизы требует гораздо больших затрат, зачастую необоснованных. На сегодня основные сценарии научных шоу «кочуют» от одной фирмы к другой, что грозит насыщением рынка однотипными программами и падению спроса. В связи с этим для того, чтобы удивить клиента, необходим собственный продукт.

Целевая аудитория проекта на 90% состоит из детей возрастом до 14 лет, порядка 10% приходится на более взрослую аудиторию – подростков и взрослых клиентов. Заказчиками услуг по организации научных шоу так или иначе являются взрослые, которые в большинстве случаев являются инициаторами детских праздников. Их основные требования можно выразить следующим образом:

1.Шоу должно быть увлекательным для ребенка и нести познавательный эффект;

2.Качество шоу должно соответствовать цене;

3.Дети должны получить время на интерактив, то есть непосредственно поучаствовать в процессе, «потрогать», «пощупать» и т.д.

4.Шоу должно быть безопасным для детей и их здоровья.

Оказание услуг по организации научных шоу будет происходить с учетом всех вышеизложенных потребительских требований и тенденций на рынке. Сами шоу будут проводиться на территории заказчика. Для их проведения будет достаточно наличие одной розетки и источника воды. Доставка персонала до места организации шоу и транспортировка реквизита будут осуществляться на личном автомобиле предпринимателя. Особенность данного бизнеса состоит в активной позиции предпринимателя и его команды, которая заключается в постоянном поиске новых клиентов. Для продажи услуг планируется использовать следующие каналы продаж:

1.Детские сады и общеобразовательные школы. Организация научных шоу может стать отличным развлечением на выпускной, утренником или внеклассным занятием, проведение которых требуются от детских образовательных учреждений Министерством образования. Наиболее подходящие сценарии для детских садов и школ  – занимательный урок физики или химии с веселой демонстрацией научных законов и мастер-классом.

2.Прочие детские учреждения, включая частные детские клубы, спортивные секции, творческие кружки, музыкальные школы.

3.Корпоративные заказчики. Руководители компаний могут быт заинтересованы в проведении нестандартного корпоратива для своих сотрудников. В основном такие шоу бывают востребованы к новогодним праздникам. Для взрослых требуются адаптированные сценарии с конкурсами для взрослых и с большим упором на wow-эффект. Также в категорию корпоративных заказчиков входят торговые центры, заинтересованные в подобных методах мероприятиях, детские кафе и рестораны.

4.Частные индивидуальные заказчики. Большая категория клиентов, которая может представлять различные группы населения. В основном это родители, решившие организовать незабываемое День рождения для своего чада.

5.Агентства по организации праздников. Являются посредниками между конечным клиентом и организаторами шоу, с которыми необходимо поддерживать сотрудничество для выхода на частных и корпоративных заказчиков.

В качестве одного из ключевых методов продвижения будет развитие групп и аккаунтов научного шоу в социальных сетях с постоянным обновлением новостей, публикацией тематических постов и фотоотчетов. Наполнение контентом таких площадок  планируется начать еще до начал продаж, фактически анонсируя начало будущей деятельности. Также будут использованы и прочие маркетинговые инструменты. Среди них:

1.Раздаточная печатная реклама. Это могут быть флаера, листовки, буклеты, печатные каталоги со сценариями проведения праздников, а также фирменные визитки.

2.Реклама в интернете. Помимо создания фирменного сайта сюда можно включить рекламу на сайтах объявлений, таргетинговую рекламу в социальных сетях (в популярных городских пабликах) и прочее. И

3.Реклама на транспорте. Наружная реклама на кузове автомобиля с контактами организаторов.

В случае успешной организации шоу должен активно сыграть  такой вид рекламы, как сарафанное радио, то есть дети и их родители будут делиться увиденным со своими друзьями и знакомыми.

5.План производства

Проект будет наиболее эффективен для реализации в крупных городах с населением от 300 тыс. человек. Для организации шоу на начальном этапе не потребуется арендовать какую-либо площадь. Для хранения необходимого оборудования будет достаточно выделить место на территории частного домовладения предпринимателя. Из дома будет организована и часть работы по поиску клиентов (телефонные продажи, деятельность в интернете). В последствие по мере расширения бизнеса не исключается возможность аренды офиса для организации продаж. Основных стартовых вложений потребует закупка оборудования и расходных материалов для проведения опытов – 89 000 руб. В Табл. 2. Приведены расходы по четырем основным направлениям.

Таблица 2. Затраты на оборудование

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование** | **Цена, руб.** | **Кол-во, шт.** | **Стоимость, руб.** |
| 1 | Набор стеклянного инвентаря (колбы, пробирки, стаканы, склянки, мерные ложки, сосуды) | 6 000 | 1 | 6 000 |
| 2 | Наборы прочих приборов, реагентов и расходников для проведения шоу | 60 000 | 1 | 70 000 |
| 3 | Костюмы и спецодежда ведущих, перчатки, очки для зрителей | 16 000 | 1 | 16 000 |
| 4 | Комплект защиты стола и напольных покрытий (скатерть, коврик и прочее) | 3 000 | 1 | 3 000 |
| **Итого:** | **95 000** |

Также для проведения тестовых испытаний понадобится закупка расходных материалов на сумму 20 тыс. руб. В расходные материалы основного периода работы, помимо средств, необходимых для организации шоу, войдут траты на ГСМ для автомобиля – в среднем около 5 тыс. руб. в месяц. В затраты основного периода также войдут расходы на рекламу

На начальном этапе развития для организации научных шоу помимо самого индивидуального предпринимателя, который будет одним из ведущих шоу, потребуется еще один-двое сотрудников в качестве соведущих. График работы персонала – свободный, предусмотрена возможность совмещения с другой работой. Оплата труда будет напрямую зависеть от количества проведенных шоу и составлять до 20% от стоимости шоу. Основными качествами, которые будут приветствоваться при приеме на работу, станут: доброжелательность, коммуникабельность, открытость, умение работать с людьми, харизматичность, актерский талант. Активно приветствоваться будет опыт выступления на сцене, опыт в организации праздников, игры в КВН, тамады на свадьбах и т.д.

Расчеты данного бизнес-плана будут основываться на пессимистическом прогнозе развития событий. Согласно ему, в первые два месяца удастся провести всего 8 шоу. В дальнейшем объемы продаж будут увеличатся до 9-10 заказов в месяц в течение первого года работы, до 20-30 заказов – во второй, третий и последующие годы. При таких условиях на поток бизнес будет поставлен не раньше, чем через 1-1,5 года, когда накопится достаточная клиентская база и повысится узнаваемость шоу.

6.Организационный план

Реализация проекта потребует подготовительного этапа и больших временных затрат на разработку и написание сценариев, а также на проведение тестовых испытаний, закупку оборудование, поиск и обучение единомышленников, регистрацию бизнеса. Данный этап планируется завершить в срок 5 месяцев. Руководство проектом будет осуществлять предприниматель, который будет принимать непосредственное участие в шоу и поиске потенциальных клиентов. Также на начальном этапе понадобится минимум один-два сотрудника. В их обязанности войдут помощь в организации шоу, поиске клиентов, участие в проведении праздников в качестве соведущих, фотосъемка, ведение социальных сетей и прочее. В качестве мотивации сотрудников оплата труда будет зависеть от количества проведенных шоу, помимо этого, будут предоставляться дополнительные вознаграждение за каждого привлеченного клиента.

7.Финансовый план

Стоимость проекта по организации научных шоу потребует денежных средств в размере 150 000 руб. Из данной суммы 95 тыс. руб. уйдет на закупку оборудования и стартового набора расходных материалов, 20 тыс. руб. – на закупку расходных материалов для проведения тестовых испытаний. 25 тыс. руб. – на создание фирменного сайта и печатную рекламу, 10 тыс. руб. – прочие расходы.

Показатели проекта по выручке, чистой прибыли и денежному потоку на пятилетний период работы отражены в Приложении 1. Условия, принятые при расчетах: средний чек на услуги - 650 руб.; рост продаж в связи с ростом узнаваемости заведения; сезонный спад на спрос на организацию праздников - в период с июня по конец августа; начало продаж – сентябрь 2016 года.

8.Оценка эффективности проекта

Проект отличается низким уровнем капитальных вложений и  быстрым выходом на окупаемость. Даже с учетом пессимистического прогноза по продажам он составит 9 месяцев (см. Табл. 4 «Показатели эффективности проекта»). При этом реально достижимые показатели по чистой прибыли составят до 87 000 руб. в месяц.

Таблица 3. Показатели эффективности проекта

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Показатель** | **Значение** |
| 1 | Ставка дисконтирования, % | 17 |
| 2 | Чистая приведенная стоимость (NPV), руб. | 2 100 998 |
| 3 | Чистая прибыль проекта\*, руб. | 87 000 |
| 4 | Рентабельность продаж, % | 39,29 |
| 5 | Срок окупаемости (PP), мес. | 9 |
| 6 | Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес. | 9 |
| 7 | Индекс прибыльности (PI)% | 14,01 |

\*в пиковые месяцы продаж

9.Риски и гарантии

Организация научных шоу – это мини-бизнес с минимальными стартовыми вложениями и большой ликвидностью основных средств. Для его организации не требуется отдельного помещения и большого числа рабочей силы, при этом издержки на его ведение минимальны при высокой наценке на конечные услуги. Тем не менее, как и любой другой вид деятельности, организация научных шоу имеет свои подводные камни, которые необходимо учитывать. Основные риски проанализированы в Табл. 5.

Таблица 4. Оценка рисков проекта и мероприятия по предотвращению их наступления или их последствий

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Риск** | **Вероятность наступления** | **Степень тяжести последствий** | **Меры по предотвращению** |
| 1 | «Простой» на начальном этапе в связи с дефицитом заказов | средняя | низкая | Ведение групп в социальных сетях до начала проекта, сбор контактов и предзаказов |
| 2 | Давление конкурентов | средняя | средняя | Использование всех конкурентных преимуществ, увеличение количества сценариев, пересмотр цен, поиск новых клиентов и рынков сбыта |
| 3 | Удорожание расходных материалов | низкая | низкая | Поиск новых поставщиков, закупка оптовыми партиями |
| 4 | Выход из строя транспортного средства | низкая | средняя | Своевременное техобслуживание, наличие запасного варианта транспортировки на непредвиденный случай |

10.Приложения