1. **Идея предлагаемого бизнес проекта:**

**1.1. Описание проекта:**

**Коммерческая идея проекта:**

Коммерческая идея проекта – создать бизнес на предоставлении услуг творческого характера для детей с 3х лет.

Услуги представляют собой совокупность творческих дисциплин, способствующие развитию различных талантов и навыков у детей. Таких, как пение, рисование, танцы, актерское мастерство, прикладное искусство, изучение английского языка.

Чтобы понять дееспособность ниши, мы проанализировали подобные студии в нашем городе.

После проведения анализа рынка по предоставлению детских услуг в городе Томске было обнаружено множество студий в различный районах города. Большинство из них посредственные, не выражающие идеи и философии. Поэтому мы хотим создать уникальное место, узнаваемый брэнд, которому будут доверять. И который будет продаваться по всей России франчайзингом.
В Томске проект «Мюзик Холл» способен занять лидирующую позицию в сфере работы с детьми, в предоставлении именно творческих услуг.

На начальном этапе Мюзик Холл готов предложить 5 различных направлений, что позволит охватить более широкий круг потребителей, с разными интересами. Для работы мы охватим широкий возрастной диапазон, что также позволит увеличить поток клиентов.

Помещение нашей студии находится в самом центре города, в окружении 7ми общеобразовательных школ, в легкой транспортной доступности, в достаточно людном Бизнес- центре, что также является отличной перспективой для развития проекта и наполняемости групп. И подобный выбор помещения открывает перспективы в сфере субаренды и аренды для других организаций и частных лиц.

Концепция работы “Мюзик Холла” позволит создать не только крутую площадку для творческого развития детей в Томске, но также создать интересный бизнес, который будет приносить прибыль, пользу, а значит станет интересным для предпринимателей всей страны. Цель- превратить идею в перспективный бизнес, который можно продавать.

Для этого мы простроим бизнес процессы, создадим крутую упаковку, фирменный стиль, брэнд, простроим концепцию продаж услуг. Сделаем все, что проект стал привлекательным для потребителей и прибыльным для предпринимателей.

Окупаемость проекта составляет 3- 6 месяцев.

**Описание проекта:**

Мюзик - Холл - проект, одноименный Бродвейскому музыкальному театру, представляющему для зрителей музыкальные спектакли - мюзиклы.
Мюзик - Холл в Томске - это творческая студия для детей, в которой профессиональные педагоги будут обучать детей следующим дисциплинам:
танцы, пение, актерское мастерство, прикладное искусство, английский язык. Цель проекта- развить в детях творческие таланты, замотивировать на сценичные выступления. Создать свой “Детский Бродвей” в маленьком городе.

**Миссия и философия бизнеса:**

Дети - наше будущее. Банально, но правдиво. Наша миссия сделать так, чтобы счастливых, креативных и талантливых детей становилось больше, чтобы с помощью творчества помогать детям развивать уверенность в себе, стремление быть лучше и выкладываться на 100%. Достигнуть подобного результата возможно, благодаря работе молодых, талантливых, профессиональных педагогов, мастеров своего дела.

Формат детской студии “Мюзик Холл” предполагает развитие в совокупности всех вышеперечисленных качеств ребенка, как растущего человека будущего.

**Сроки реализации проекта:**

Начало: январь 2018 года.

**Потребность в инвестициях, направление расхода средств:**

Бюджет проекта составляет 510 000 рублей. Из них 110 000 рублей - имеющиеся средства. Необходимое инвестирование- 400 000 рублей.
Расход средств пойдет на аренду помещения за первые 3 месяца, рекламу, ремонт, покупку необходимой мебели и оборудования, работу дизайнера и программиста для запуска проекта в сети интернет.

**1.2. Оценка опыта предпринимательской деятельности:**

**Инициатор проекта:** Бедарева Мария Юрьевна

**Команда реализации проекта:**

Бедарева Мария Юрьевна,

Шараборина Владислава Михайловна,

Ковальский Владимир Алексеевич,

Усов Александр Александрович,

Смирнова Анастасия Владимировна.

Как руководитель проекта, я понимаю, что хорошая команда - это большая часть успешности бизнеса. Поэтому в свою команду я пригласила только проверенных людей, профессионалов, и людей, заинтересованных в развитии проекта.

**Профессиональный и управленческий опыт:**

**Директор: Бедарева Мария Юрьевна**

Образование: высшее, ТГПУ

Опыт трудовой деятельности: 7 лет

Опыт управленческой деятельности: 5 лет

Возраст: 26 лет

Личные достижения:

* руководитель проекта “Skillz Kids” - детский танцевальный проект (2012-2014 г)
* руководитель проекта “Танцевальный марафон” с 2013- 2015 год (профильная танцевальная смена в детском лагере);
* руководитель проекта “Мюзик Холл” (2014- 2015 год); проект детской творческой группы, цель которого подготовка выступления на Международный конкурс в Москве. ( номинация: экспериментальное творчество, Гран- При);
* тренер в танцевальной школе “Skillz School” по направлению хип-хоп. (с 2011 года).
* победитель городских, Сибирских и Российских фестивалей уличной культуры, номинация “хип-хоп”.
* Певица в джаз- группе “GreenBus” с 2013-2016 г.

**Основные специалисты:**
Администратор, копирайтер: Шараборина Владислава

Дизайнер: Ковальский Владимир
Программист: Усов Александр

Маркетолог: Смирнова Анастасия

Педагоги: Телкова Татьяна, Смирнова Анастасия, Змейкин Константин, Кудряшова Елена, Бедарева Мария, Мурзина Екатерина.

**2. Описание услуг.**

**2.1. Описание услуг:**

Мюзик Холл предоставляет услуги по обучению и развитию творческих дисциплин, таких, как:

- танцы – хип-хоп, джаз-модерн, джаз- фанк, ритмика для маленьких;

- вокальное искусство;

- актерское мастерство;

- прикладное искусство;

- английский язык;

**Наименование проекта:**

Детская творческая студия “Мюзик Холл”.

**Область применения:**

Творчество.

**Цена на продукцию:**

Услуги предоставляются в виде абонементов, разовых занятий и субаренды помещения.

1. Пробное занятие -                                                  150 рублей.
2. Разовое посещение -                                              300 рублей.
3. Индивидуальное занятие -                                     700 рублей;
4. Абонемент на 8 занятий-                                        2000 рублей;
5. Абонемент на 12 занятий -                                     2700 рублей;
6. Абонемент в Творческую мастерскую на
12 занятий -                                                             3000 рублей
( с учетом стоимости расходного материала
на занятиях);
7. Абонемент на 16 занятий-                                      3300 рублей;
8. Безлимитный абонемент -                                      5000 рублей.
9. Аренда большого зала на 1 час -                           500 рублей;
10. Аренда малого зала на 1 час -                               350 рублей

**2.2. Ключевые показатели конкурентоспособности:**

**Полный аналог услуг:**

Проанализировав рынок, мы не выявили ни одной коммерческой студии, полностью соответствующей нашему проекту.
Ближе всего по описанию и предоставляемым услугам оказалась Школа музыки, театра и кино “Виртуозы”

**Отличие наших услуг от аналогичной:**

1.Методика преподавания.

Идея студии Мюзик -Холл - объединение всех творческих дисциплин в единый продукт- спектакль. Соответственно, занятия, репетиции, рабочий материал будет прорабатываться педагогами так, чтобы информация преподносилась как “единый организм”.

1. Актуальность и уникальность.

Мы совершенно точно осознаем в какое стремительно развивающееся время живем, и как важно выделяться в толпе одинаковых проектов.

Мы разработаем качественный продукт, который будет отличен от основного рынка: уникальный фирменный стиль, современное помещение, качество преподавания, результативность.
Мы мечтаем сделать крутой, яркий проект, который перевернет видение детского творчества из самодеятельности в профессионализм.

3. Цена.

На 20% ниже, чем у основного конкурента - аналога.

4. Разработка курсов.

Мы планируем внедрить специальные курсы обучения для взрослых. Курс будет включать в себя совокупность всех дисциплин, направленных на развитие личности через эмоциональную и физическую работу над собой.

Также будут реализованы курсы, разделяющие учеников Мюзик Холла на “начинающий” и “продолжающий” уровни.

**Как будет обеспечена конкурентоспособность бизнеса и услуг:**

1. Цена ниже, чем у конкурентов;
2. Годовой маркетинг- план, обеспечивающий постоянный поток клиентов;
3. Акции для постоянных учеников;
4. Качество предлагаемых услуг;
5. Высокий показатель результата;
6. Франчайзинг по России;
7. Сервис;
8. Уникальность предлагаемых курсов для клиентов любого возраста;
9. Лучшие педагоги города;
10. Дополнительные проекты, с выездом за пределы города Томска (летний лагерь, конкурсы в России и Европе, ученики “по обмену” - программа курса английского языка).
11. Организация и проведение масштабных фестивалей творческого искусства.
12. Показ спектаклей на главных сценах города Томска.

**2.3. Ценообразование:**

**Обоснование цены на услугу:**

Изучив среднюю рыночную стоимость предлагаемых услуг, мы вывели среднюю цену на предоставляемые услуги.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Категория** | **Сред. стоимость** | **Стоимость в Мюзик Холле** |
| Средняя цена за первое посещение | 0- 300 руб. | 150 руб. |
| Средняя цена за 1 час | 150-500 руб. | 300руб. |
| Средняя цена за 8 занятий | 1500- 4000 руб. | 2 000руб. |
| Себестоимость услуги | 150- 350 руб. | 180 руб |
| Средняя цена за безлимитный абонемент | 3000-6000 руб | 5000 руб |

**Стратегия ценообразования:**

Цена ниже уровня цен основного аналогичного конкурента.

**Сравнение цен на услуги проекта с ценами конкурента:**

(все данные конкурента взяты с сайта)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование:** | **Конкурент** | **Мюзик-Холл** | **Разница (%)** |
| Абонемент на 8 занятий | 2450 рублей | 2000 рублей | 22% |
| Актерское мастерство (8 занятий)  | 3280 рублей | 2000 рублей | 70% |
| Абонемент на 12 занятий | 5440 рублей | 2700 рублей | 102% |
| Индивидуальное занятие | 735 рублей | 700 рублей | 5% |

**3. Анализ рынка.**

**3.1. Характеристика рынков сбыта услуг:**

Границы рынка:

Проект распространяется на территории РФ, в Томской области, городе Томске.

Адрес арендуемого помещения: пр. Фрунзе, 103, 5 этаж, БЦ “Красное Знамя”.

Данное расположение проекта обладает высокой доступностью для клиентов. Удобная транспортная доступность, центр города, новое отремонтированное здание с высокой проходимостью.  Идеальное место для реализации подобного проекта.



**Колебание спроса на услуги (сезонность) в течение года:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **янв.** | **фев.** | **март** | **апр.** | **май** | **июн** | **июл** | **авг.** | **сен.** | **окт.** | **нояб** | **дек.** |
| 40% | 60% | 80% | 100% | 100% | 100% | 50% | 60% | 130% | 130% | 130% | 100% |



**Рис. 3.1. Сезонность спроса (%).**

**3.2. Потребители услуг (ЦА):**

**Характеристика основных потребительских групп (сегментов):**

Услуги предоставляются для детей от 3х лет. Соответственно целевая аудитория, это дошкольники, школьники и их родители (опекуны).

Сегментирование групп потребителей:

1. Дети, с ярко-выраженными творческими талантами;
2. Родители, обеспокоенные занятостью детей во внешкольное время;
3. Молодые родители, заинтересованные в физическом и эмоциональном развитии детей;
4. Занятые родители, желающие пристроить своих детей в студию, где ребенок будет под присмотром во внешкольное время;
5. Родители- “фанатики”, мечтающие видеть своих детей на сцене.

**Описание потребительских сегментов:**

*Активный сегмент потребителей*-  дети, чьи родители сильно заинтересованы в развитии своих детей, готовы потратить любые деньги на их обучение, если оно действительно качественное и результативное. (Возраст детей не ограничен).

*Средний сегмент потребителей*- дети, не занятые во внешкольное время. Родители пристраивают их в любой кружок, лишь бы ребенок не “болтался” на улице и не сидел вечерами дома.

*Малоактивный сегмент потребителей*- дети из малообеспеченных семей. (в будущем для таких детей планируется ввести бюджетный курс).

**3.3. Конкуренты:**

Детские студии, предлагающие услуги по творческому развитию детей с 3х лет.

***Перечень и основные характеристики конкурентов:***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование:** | **Характеристика:** | **Лидеры по масштабу продаж (%)** | **Лидеры по качеству:(%)** | **Лидеры по цене:(%)** |
| ***1.Школа музыки, театра и кино “Виртуозы”*** | 1. Удобное расположение;2. Хорошие педагоги- театралы;3.Основная направленность на обучении игры на муз. инструментах и актерское мастерство;4. Удобный сайт;5. Высокие цены на обучение;6. Много курсов и индивидуальных занятий; | 70% | 80% | 50% |
| ***2.Школа лидерства “Звезды”*** | 1. Молодые педагоги;2. Патриотично и пафосно;3. Модные направления (блогерство, молодые лидеры, изобретательство и т.д.)4. Насыщенный сайт5. Удобное расположение (центр города) | 80% | 80% | 40% |
| ***3.Детская студия “Птенчики”*** | 1.Высокая стоимость занятий2. Неудобное месторасположение3. Высокая аренда помещения4. Нечитаемый сайт5. Возрастное ограничение (до 8ми лет) | 40% | 30% | 30% |
| ***4. Творческая студия “Движения”*** | 1.Основные направления - танцы и вокал;2. Педагоги- выпускники колледжа культуры;3. Нет инноваций и нововведений;4. Плохая доступность- отдаленный спальный район (Иркутский);5. Пестрый, не современный сайт, удобный для мам. | 50% | 60% | 50% |
| ***5. Пространство для творчества и развития “М15”*** | 1.Боевые искусства, танцы, йога, аренда- основные направления пространства;2.Площадка для суб-арендаторов;3. Просторные залы;4. Для детей и взрослых;5. Переполненный сайт.6. Отдаленный район (Каштак). | 70% | 70% | 60% |

**Сильные и слабые стороны конкурентов:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Конкуренты*** | ***Оценка конкурентов*** | ***Оценка собственной конкурентоспособности*** |
| ***Сильные стороны*** | ***Слабые стороны*** | ***Преимущества по сравнению с конкурентом*** | ***Недостатки*** |
| ***1.Школа музыки, театра и кино “Виртуозы”*** |  |  |  |  |
| КРК 1 | педагоги | долгий ответ на заявку с сайта | + | - |
| КРК 2 | месторасположение | высокий ценник за услуги | = | - |
| КРК 3 | удобное просторное помещение |  | = |  |
| ***2.Школа лидерства “Звезды*** |  |  |  |  |
| КРК 1 | педагоги | Высокая стоимость занятий | + | - |
| КРК 2 | насыщенная программа |  | + |  |
| КРК 3 | актуальные курсы развития |  | + |  |
| КРК 4  | влиятельные партнеры проекта |  | - |  |
|  | удобный сайт |  | + |  |
|  | центр города |  | + |  |
| ***3.Детская студия “Птенчики”*** |  |  |  |  |
| КРК 1 | удобно для жителей отдаленного района | возрастное ограничение для детей | + | - |
| КРК 2 |  | высокие цены |  | - |
| КРК 3 |  |  |  |  |
| ***4. Творческая студия “Движения”*** |  |  |  |  |
| КРК 1 | опытные педагоги | узкая направленность дисциплин | + | - |
| КРК 2 |  | отдаленный район |  | - |
| КРК 3 |  | устаревшая методика преподавания |  | - |
| КРК 4 |  | некрасивый сайт |  | - |
| ***5. Пространство для творчества и развития “М15”*** |  |  |  |  |
| КРК 1 | большие просторные залы | отдаленный район | = | - |
| КРК 2 | много субарендаторов | основные направления спорт и танцы | - | - |
| КРК 3 | хороший сайт | высокий ценник | + | - |
|  | опытные тренера |  | + |  |
|  |  |  |  |  |

**Конкурентные преимущества проекта:**

Проведя анализ деятельности основных конкурентов, пришли к выводу, что проект “Мюзик Холл” на 100% конкурентоспособен на рынке предоставления детских творческих услуг. Основные преимущества - это средняя цена за услуги, инновационная методика преподавания, удобная транспортная развязка и местоположение, доступное для клиентов из любой части города.

Разработка фирменного стиля поможет создать брэнд, узнаваемый в городе, тем самым привлекать больше клиентов.

**Уникальное предложение предлагаемых услуг:**

Уникальность нашего предложения в том, что все дети, без исключений, получат качественную информацию для развития и каждый станет участником постановок “Мюзик Холла”. А дети, занимающиеся в мастерской, самостоятельно научатся делать декорации для постановок. Таким образом, все постановки будут пропитаны детским талантом и упорством, что несомненно привлекательно для каждого родителя.
Мы предлагаем качественную профессиональную работу с детьми.

**Прогноз объемов реализации продаж услуг:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели:** | **Ед. изм.** | **янв** | **фев** | **март** | **апр** | **май** | **июн** | **июл** | **авг** | **сен** | **окт** | **ноя** | **дек** |
| **Производ.****мощность** | **абонемент** | **120** | **120** | **120** | **120** | **120** | **120** | **120** | **120** | **120** | **120** | **120** | **120** |
| **Сезонность продаж** | **%** | **50%** | **90%** | **100%** | **100%** | **90%** | **80%** | **50%** | **60%** | **100%** | **100%** | **100%** | **90%** |
| **Выход на мощность** | **%** | **40%** | **60%** | **80%** | **100%** | **100%** | **100%** | **50%** | **60%** | **130%** | **130%** | **130%** | **100%** |
| **Фактич. объем продаж** | **абонемент** | **48** | **72** | **96** | **120** | **120** | **120** | **60** | **72** | **156** | **156** | **156** | **120** |

**3.4. Каналы продвижения услуг.**

*Канал распределения продаж- совокупность способов продвижения услуги до потребителя. Виды каналов распределения товаров:*

Вывеска - логотип

Светодиод.
баннер

**Партнеры**

**Наружная реклама**

Организации, занимающиеся работой с детьми и родителями

Показат.
выступления

Листовки, афиши

Блогеры

Сайт (трафик)

Форумы

Соц.сети

**Школы, сады**

**Интернет**

Мюзик Холл

**3.5. План маркетинга**

**Цели маркетинга:**

Стать лидером на рынке творческих услуг для детей, сформировать свой индивидуальный имидж и брэнд, обеспечить постоянный поток клиентов, тем самым повышать количество продаж и наполняемость групп.

**Стратегия маркетинга:**

***1.Потенциал ниши:***

(Изучить данную нишу, ее перспективы на рынке услуг)

* Частотность поиска соответствующих комбинаций ключевых слов в гугл и яндексе; (студия для детей, детское творчество, танцы для детей и т.д.);
* Наличие тематических целевых площадок;
* Конкурентная среда. (наличие конкуренции на рынке говорит о том, что спрос на услуги высокий, ниша способна стать прибыльной).

***2.Целевая аудитория (ЦА)- покупательское ядро.***

(Выявить образ и потребности потенциальных клиентов).

|  |  |
| --- | --- |
| **Параметры ЦА** | **Краткое описание** |
| Географические | Проживающие на территории города Томска. Численность населения примерно 500 000 человек. Из них возраст жителей от 3х до 15 лет = 86 000 человек (потенциальные клиенты).  |
| Социально- демографические | Дети платежеспособных родителей, имеющие достаток на семью в месяц от 30.000 рублей. |
| Психографические | Дети, с ярко – выраженными творческими способностями, артистичные, неусидчивые, коммуникабельные, социально- активные.Или же, наоборот, замкнутые интроверты.  |
| Поведенческие | Родители выбирают данный вид услуг по нескольким причинам:- помочь детям освоить и развить новые навыки;- обеспечить занятость детей после школы;- родители, мечтающие видеть своих детей на сцене;- домохозяйки;- сильно энергичные дети- требуется расход энергии в нужное русло;- талантливые дети. |

***3.Вырабатываем стратегию лидерства на рынке:***

**Близость с клиентом.**
(доверие, профессионализм)

**Операционное превосходство**
( умение показать профессионализм выполнения услуг, доказать лидерство на рынке)

**Эстетическое превосходство.**
(сервис, красота и удобство)

***4.Путь маркетинговой стратегии:***

* Баннер, вывеска, реклама;
* Лэндинг- страница- трафик;
* Заявка;
* Обработка заявки (звонок клиенту);
* Приглашение клиента на занятие;
* Продажа абонемента.

***Методы стимулирования продаж (воронка продаж):***

* Обратить внимание- наружная реклама, реклама в соц. сетях, информация на форумах и сайтах, «сарафанное радио»;
* Подписать – заявка на лэндинге, звонок, письмо на почту- связь с клиентом (его контактные данные);
* Конвертировать- пригласить на занятие, предложить бесплатную услугу;
* Вовлечь- интересно преподнести информацию, услугу, привлечь к услуге акциями, бонусами;
* Удовлетворить- сделать основную продажу – абонемент.
* Взрастить- сделать специальное предложение, которое усилит результат его занятий;
* Тропинка возврата- вторая покупка абонемента;
* Превратить в постоянного клиента- с помощью результата занятий, сервиса, спец. Предложений;
* Сделать промоутером- клиент сам захочет рассказывать информацию о нашей студии.

***Бюджет маркетинга:***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Маркетинговые мероприятия** | **Планируемые затраты, руб.** |
| **1.** | **Реклама** |  |
|  | ***Наружная:*** |  |
|  | Баннер | 17 000 |
|  | Вывеска на помещении | 10 000 |
|  | ***Интернет:*** |  |
|  | Таргет ВК | 7 000 |
|  | Настройка ЯД и ГА | 8 000 |
|  | Покупка баннера на сайтах мероприятий | 10 000 |
|  | Платные посты ВК | 5 000 |
|  | Платная реклама в Инста | 3 000 |
|  | Копирайтер | 10 000 |
|  | Маркетолог | 23 000 |
|  | Дизайнер (разработка фир.стиля) | 15 000 |
| **2.** | **Сайт** (разработка) | 10 000 |
| **3.** | **Трафик на сайт** (ЯД, ГА, статьи SEO) | 20 000 |
| **4.** | **Бесплатное предложение (первое занятие)** | 0 |
| **5.** | **Визитки, абонементы** | 5 000 |
| **6.** | **Афиши в школы и сады** | 3 000 |
|  | **Итого:** | **136 000 р.** |

**4. План работы проекта.**

**4.1 Месторасположение проекта:**

Томская область, г. Томск, пр. Фрунзе, 103, 5 этаж
Здание Бизнес- Центра «Красное знамя»
Центр города

**4. 2 Снабжение основными рабочими ресурсами:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование: | Кол-во: | Функция: |
| 1. | ***Мебель:*** |  |  |
|  | - стойка администратора | 1 | Для административной работы, приема клиентов, продажи абонементов, выкладки информации работы студии. |
|  | - письменный стол | 5 | Для занятий по английскому языку |
|  | - стулья | 12 | для занятий |
|  | - диван | 1 | Для оформления ресепшена, место, где родители ждут детей с занятий |
|  | - кресло | 2 | Для оформления ресепшена, место, где родители ждут детей с занятий |
|  | - журнальный столик | 1 | Для выкладки информационных листовок |
|  | - стеллаж | 2 | Для хранения необходимых рабочих инструментов, дипломов, кубков. |
|  | - вешалка | 2 | Для верхней одежды |
|  | - лавочки в раздевалку | 3 | Для удобства переодевания ребятишек на занятия |
| 2. | ***Техническое оборудование:*** |  |  |
|  | - колонки | 2 | Для танцевальных и музыкальных занятий |
|  | - МР3 -плеер | 1 | Для проведения танцевальных занятий |
|  | - микшерный пульт | 1 | Для проведения занятий и отчетных концертов |
|  | - микрофон | 3 | Для вокальных занятий и проведения мероприятий |
|  | - синтезатор | 1 | Для проведения музыкальных занятий |
|  | - моноблок | 1 | Для фиксации продаж, посещаемости, ведения административной работы |
|  | - клавиатура, мышь | 1 |  |
|  | - чайник | 1 |  |
| 3. | ***Станок для занятий*** | 1 | В танц. Зал |
| 4.  | ***Зеркала для занятий*** | 3 | В танц. зал |
| 5. | ***Трудовые ресурсы:*** |  |  |
|  | - администратор | 2 |  |
|  | - педагог по танцам | 3 |  |
|  | - педагог по вокалу | 2 |  |
|  | - педагог по актерскому мастерству | 1 |  |
|  | - педагог в мастерскую | 1 |  |
|  | - педагог по англ. языку | 1 |  |
|  | - уборщик | 1 |  |
|  | - бухгалтер | 1 |  |
|  |  |  |  |

**4.3. Описание рабочего процесса:**

***Календарный план:***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Дата:** | **Действие:** | **Ответственный:** | **Расход (руб.)** | **Результат:** |
| **До 10.12.2017** | Поиск финансирования | Бедарева М. | 0 | 500.000 рублей на развитие проекта |
| **До 10.01.2018** | Разработка и реализация маркетинг- стратегии, запуск сайта, трафик, наружная и интернет реклама | Бедарева М.Смирнова А.Ковальский В. | 136 000 рублей | 120 продаж в первый месяц работы |
| **До 31.12.2017** | Разработка фирменного стиля, логотип, футболки, кружки, значки и т.д. | Ковальский В.Бедарева М. | 15 000 работа;15 000 реализация продукции | Узнаваемость в городе, уникальный стиль. |
| **До 20.12.2017** | Набор полного штата сотрудников (объявления на сайтах avito, head hunter). | Бедарева М. | 1000 руб. | Штат профессиональных педагогов к открытию проекта. |
| **До 30.12.2017** | Ремонт помещения | Арендодатель | 20 000 руб. | Теплое, светлое, новое помещение, готовое к запуску проекта. |
| **До 9.01.2018** | Закупка необходимой мебели и технического оборудования | Бедарева М.Шараборина В.Телкова Т. | Примерно 130 000 руб. | Полностью обустроенная студия, готовая к запуску. |
| **С 10.01 – 20.01**  | День открытых дверей | Бедарева М.Весь пед.составШараборина В. | 1 000 руб | Открытие студии «Мюзик Холл» |

**5.Организационный план**

**5.1. Команда реализации проекта:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Инициатор проекта:** | Бедарева Мария |
| Постоянная команда: | Администратор 1 | Шараборина Владислава |
|  | Администратор 2 | (поиск) |
|  | Бухгалтер | (поиск) |
|  | **Педагоги:** |  |
|  | Хип-хоп 1, малыши | Бедарева Мария |
|  | Хип-хоп 2 | Смирнова Анастасия |
|  | Джаз-модерн 1, малыши | Шараева Вера |
|  | Джаз-модерн 2 | (поиск) |
|  | вокал | Микаелян Ануш |
|  | мастерская | Телкова Татьяна |
|  | актерское | Змейкин Константин |
|  | Английский язык | Кудряшова Елена |
|  |  |  |
|  | Уборщик | (поиск) |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Временная команда: | Копирайтер | Шараборина Владислава |
|  | Маркетолог | Смирнова Анастасия |
|  | Дизайнер | Ковальский Владимир |
|  | Настройщик интернет-рекламы | Корниенко Павел |
|  | Программист (сайт) | Усов Александр |
|  | Фотограф, видеограф | Медведева Маргарита |
|  |  |  |

**5.2. Календарный план реализации проекта:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Дата:** | **Действие:** | **Ответственный:** | **Расход (руб.)** | **Результат:** |
| **До 10.12.2017** | Поиск финансирования | Бедарева М. | 0 | 500.000 рублей на развитие проекта |
| **До 10.01.2018** | Разработка и реализация маркетинг- стратегии, запуск сайта, трафик, наружная и интернет реклама | Бедарева М.Смирнова А.Ковальский В. | 136 000 рублей | 120 продаж в первый месяц работы |
| **До 31.12.2017** | Разработка фирменного стиля, логотип, футболки, кружки, значки и т.д. | Ковальский В.Бедарева М. | 15 000 работа;15 000 реализация продукции | Узнаваемость в городе, уникальный стиль. |
| **До 20.12.2017** | Набор полного штата сотрудников (объявления на сайтах avito, head hunter). | Бедарева М. | 1000 руб. | Штат профессиональных педагогов к открытию проекта. |
| **До 30.12.2017** | Ремонт помещения | Арендодатель | 31 150 руб. | Теплое, светлое, новое помещение, готовое к запуску проекта. |
| **До 9.01.2018** | Закупка необходимой мебели и технического оборудования | Бедарева М.Шараборина В.Телкова Т. | Примерно 130 000 руб. | Полностью обустроенная студия, готовая к запуску. |
| **С 10.01 – 20.01**  | День открытых дверей | Бедарева М.Весь пед.составШараборина В. | 1 000 руб | Открытие студии «Мюзик Холл» |

**5.3. План привлечения инвестиций:**

***Стоимость реализации проекта:***

509 640 рублей.

***Источники финансирования:***

1. Инвестор
2. Краудфандинговый сайт «planeta.ru» (заявлено 200 000 рублей до 1 января 2018 года)
3. Конкурс социальных проектов «РосМолодежь»

***Направления расходования средств:***

1. Аренда помещения первые 3 месяца;
2. Покупка оборудования и мебели;
3. Реклама;
4. Покупка технического оборудования;
5. Канцелярия и хоз. расходный материал;
6. Косметический ремонт;
7. Оплата налога УСН (ИП);
8. Оплата труда временным сотрудникам.
9. Создание фирменного стиля, логотипа, сайта.

**5.4. График вложения инвестиций:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование этапа** | **дек2017** | **янв****2018** | **фев** | **март** | **апр** | **май** | **июн** | **июл** |
| 1. | Поиск помещения, аренда |  | 60 000 руб. | 60 000 руб. | 60 000 руб. |  |  |  |  |
| 2. | Оплата налога ИП | 15 900 руб. |  |  |  |  |  |  |  |
| 3. | Разработка фир. стиля, плата дизайнеру | 15 000 руб. |  |  |  |  |  |  |  |
| 4. | Создание сайта, плата программисту | 10 000 руб. |  |  |  |  |  |  |  |
| 5. | Наполнение сайта, плата копирайтеру | 10 000 руб. | 5 000 руб. |  |  |  |  |  |  |
| 6. | Рекламная кампания | 106 900 руб. |  |  |  |  |  |  |  |
| 7. | Косметический ремонт помещения | 31 150 руб. |  |  |  |  |  |  |  |
| 8. | Покупка мебели и необходимого рабочего инвентаря | 55 500 руб. |  |  |  |  |  |  |  |
| 9. | Покупка технического оборудования | 73 750 руб. |  |  |  |  |  |  |  |
| 10. | Создание программы 1С |  | 10 000 руб. |  |  |  |  |  |  |
| 11. | Покупка канцелярии и хоз.средств |  | 3 900 руб. |  |  |  |  |  |  |
| 12. | Поиск кадров через сайты вакансий | 1 000 руб. |  |  |  |  |  |  |  |
| 13. | Установка зеркал и танцевального станка | 10 040 руб. |  |  |  |  |  |  |  |

1. **Финансовый план**

|  |
| --- |
| **Смета затрат на реализацию проекта.** |
| **№** | **Наименование** | **Цена за ед.** | **кол-во** | **цена всего** |
| **1.** | **Аренда**  | 600 | 100 кв.м | 60 000 |
|  | **итого:** |  |  | **180000** |
|  |  |  |  |  |
| **2.** | **Ремонт:** |  |  |  |
|  | зеркала (покупка, установка) | 2400 | 3 | 7200 |
|  | станок хореографический (покупка, установка) | 2840 | 1 | 2840 |
|  | краска для стен | 250 | 5 | 1250 |
|  | кисти\валик для покраски | 100 | 4 | 400 |
|  | крепы для зеркал | 150 | 4 | 600 |
|  | ламинат | 530 | 50 | 26500 |
|  | хоз.средства | - | - | 1500 |
|  | **итого:** |  |  | **40 290** |
|  |  |  |  |  |
| **3.** | **Мебель:** |  |  |  |
|  | Админ.стойка (на авито) | 10 000 | 1 | 10 000 |
|  | Диван (икея) | 4 000 | 2 | 8 000 |
|  | стул админ | 1 500 | 1 | 1500 |
|  | стул д\занятий | 700 | 11 | 7700 |
|  | стол | 1300 | 5 | 6500 |
|  | тумба | 1000 | 1 | 1000 |
|  | стелаж | 2000 | 2 | 4000 |
|  | лавочки в раздевалку | 1700 | 4 | 6800 |
|  | вешалки | 100 | 30 | 3000 |
|  | мягкий мешок | 3500 | 2 | 7000 |
|  | **итого:** |  |  | **55 500** |
|  |  |  |  |  |
| **4.** | **Техническое оборудование:** |  |  |  |
|  | клавиатура | 400 | 1 | 400 |
|  | мышь компьютерная | 350 | 1 | 350 |
|  | моноблок | 18000 | 1 | 18 000 |
|  | доска для занятий | 2000 | 1 | 2000 |
|  | колонки | 5 000 | 2 | 10 000 |
|  | синтезатор | 15 | 1 | 15000 |
|  | принтер | 6 000 | 1 | 6 000 |
|  | мр3 плеер | 1000 | 1 | 1000 |
|  | телевизор | 10 000 | 1 | 10 000 |
|  | телефон | 2000 | 1 | 2000 |
|  | микрофон | 3 000 | 3 | 9 000 |
|  | **итого:** |  |  | **72 750** |
|  |  |  |  |  |
| **5.** | **Реклама:** |  |  |  |
|  | ***Наружная:*** |  |  |  |
|  | Баннер | 17 000 | 1 | 17 000 |
|  | Вывеска на помещении | 10 000 | 1 | 10 000 |
|  | ***Интернет:*** |  |  |  |
|  | Таргет ВК | 7 000 |  | 7 000 |
|  | Настройка ЯД и ГА | 8 000 |  | 8 000 |
|  | Покупка баннера на сайтах мероприятий | 2 500 | 4 | 10 000 |
|  | Платные посты ВК | 500 | 10 | 5 000 |
|  | Платная реклама в Инста | 300 | 10 | 3 000 |
|  | Копирайтер | 10 000 | 1 | 10 000 |
|  | Маркетолог | 23 000 | 1 | 23 000 |
|  | Дизайнер (разработка фир.стиля) | 15 000 | 1 | 15 000 |
|  | Сайт(разработка) | 10 000 |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  | Трафик на сайт(ЯД, ГА, статьиSEO) | 20 000 |  | 20 000 |
|  | Бесплатное предложение (первое занятие) | 0 |  |  |
|  | Визитки | 7 | 200 | 1400 |
|  | абонементы (пластиковые) | 5 | 500 | 2500 |
|  | **итого:** |  |  | **131 900** |
|  |  |  |  |  |
| **6.** | **Административные расходы:** |  |  |  |
|  | Программа 1С | 10000 | 1 | 10000 |
|  | Канцелярия | - | - | 3500 |
|  | Налог ИП | 15800 | 1 | 15800 |
|  | **итого:** |  |  | **29 300** |
|  | **ИТОГО ПО СМЕТЕ:** |  |  | **509 640** |

**6.2. Переменные и постоянные затраты.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Переменные затраты** |  |  |
| **№** | **Наименование статей расходов** | **Ед. изм.** | **Сумма руб.\мес.** |
| 1. | Одноразовая посуда | Руб.\мес. | 1000 |
| 2. | Материалы в мастерскую | Руб.\мес. | 2000 |
| 3. | Коммунальные платежи | Руб.\мес. | 2000 |
| 4. | Премирование персонала | Руб.\мес. | 12000 |
| 5. | Хоз. товары | Руб.\мес. | 1000 |
| 6. | **Итого:** |  | **18000** |
| 7. |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  | **Постоянные затраты (накладные)** |  |  |
| **№** | **Наименование** | **Ед. изм.** | **Сумма руб.\мес.** |
| 1. | аренда | Руб.\мес. | 60000 |
| 2. | реклама интернет | Руб.\мес. | 20000 |
| 3. | Вода | Руб.\мес. | 1000 |
| 4. | Зар.плата персонала | Руб.\мес. | 72000 |
| 5. | содержание сайта | Руб.\мес. | 300 |
| 6. | телефон | Руб.\мес. | 400 |
| 7. | интернет | Руб.\мес. | 350 |
|  | **Итого:** |  | **154050** |

**6.6. Отчет о прибылях и убытках за 3 года.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Интервал планирования** | **1 год** | **2 год** | **3 год** | **Итого:** |
|  | **Проектная производственная мощность (кол-во абонементов)** | 1440 | 1440 | 1440 | **4320** |
|  | % загрузки | 90% | 97% | 97% | **94,6 %** |
|  | **Фактический объем производства** |  |  |  |  |
|  | кол-во продаж: | 1176 | 1404 | 1404 | **3984** |
|  | средняя цена: | 2000 | 2000 | 2000 | **ххх** |
|  | **Выручка:** | 2 592 000 | 2 808 000 | 2808 000 | **8 208 000** |
|  |  |  |  |  |  |
|  | **Переменные затраты:** |  |  |  |  |
|  | Одноразовая посуда | 6300 | 6300 | 6300 | **18 900** |
|  | Материалы в мастерскую | 14 000 | 14 000 | 14 000 | **42 000** |
|  | Коммунальные платежи | 11 200 | 11 200 | 11 200 | **33 600** |
|  | Премирование персонала | 147 000 | 147 000 | 147 000 | **441 000** |
|  | Хоз. товары | 5 000 | 5 000 | 5 000 | **15 000** |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  | **Постоянные затраты:** |  |  |  |  |
|  | аренда | 720 000 | 720 000 | 720 000 | **2 160 000** |
|  | реклама интернет | 240 000 | 240 000 | 240 000 | **720 000** |
|  | Вода | 12 000 | 12 000 | 12 000 | **36 000** |
|  | Зар. плата персонала | 864 000 | 864 000 | 864 000 | **2 592 000** |
|  | содержание сайта | 3 600 | 3 600 | 3 600 | **10 800** |
|  | телефон | 4 800 | 4 800 | 4 800 | **14 400** |
|  | интернет | 4 200 | 4 200 | 4 200 | **12 600** |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  | **Всего затраты:** | **1 862 630** | **1 473 220** | **1 473 220** | **4 809 970** |
|  | **Валовая прибыль:** | **426 245** | **1 036 320** | **1 036 320** | **2 498 885** |
|  | Налоги УСНО (10% Д-Р) | 28 737 | 28 737 | 28 737 | 86 211 |
|  | **Чистая прибыль:** | **697 383** | **755 283** | **755 283** | **2 207 949** |
|  | **Прибыль нарастающая:** | **544 483** | **1 027 873** | **1 027 873** | **2 600 229** |

1. **Оценка эффективности проекта.**

**7.1. Чистый доход**:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Основные показатели** | **1 год** | **2 год** | **3 год** |
| Чистый денежный поток | 697 383 | 1 027 873 | 1 027 873 |
| Ставка дисконтирования (%) | 12 | 12 | 12 |
| Дисконтный денежный поток | 622 663 | 917 743 | 917 743 |
|  |  |  |  |

**7.2. Срок окупаемости инвестиций:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | 1 год | 2 год | 3 год |
| Чистая операционная прибыль (нар. итог) |  | 697 383 | 1 027 873 | 1 027 873 |
| Инвестиции | 400 000 | 400 000 | 400 000 | 400 000 |

Проведя примерный финансовый расчет с учетом продаж по среднему чеку в 2000 рублей, можно сделать вывод, что вложенные инвестиции окупят себя в 1 год работы проекта.

1. **Анализ рисков реализации проекта и механизм их снижения.**

**План управления рисками:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | ***Содержание риска*** | ***Возможные потери*** | ***Меры предупреждения и снижения риска*** |
| ***Характеристика*** |
| **1.** | **2.** | **3.** | **4.** |
| **Технологические (рабочие) риски.** |
| 1. | Срыв занятия из-за болезни или отсутствия педагога. | Потеря доверия клиента, трата времени. | На каждое направление иметь запасного преподавателя, который сможет выйти на замену. |
| 2. | Отключение электроэнергии. | Срыв занятий. | Своевременно оплачивать коммунальные услуги, запастись освещением и музыкальным сопровождением, работающим на батарейках. |
| 3. | Конфликтные ситуации с клиентами. | Порча репутации проекта, плохие отзывы. | Клиент всегда прав. Чтобы разрешать конфликтные ситуации, нужно идти на уступки клиенту. |
| 4. | Ситуация, в которой арендодатель может потребовать покинуть арендуемое помещение. | Временная остановка работы проекта, потеря клиентов. | Заключая договор, обговорить пункт подобной ситуации, чтобы арендодатель предупреждал о подобных мерах не менее, чем за 2 месяца.  |
| 5. | Снижение продаж. | Снижение продаж грозит финансовыми убытками для проекта. | Проанализировать, выявить причину снижения продаж, улучшить маркетинговую стратегию (если понадобиться), устранить причину. |
| **Обстоятельства непреодолимой силы.** |
| 6. | Низкая температура воздуха, при которой детям запрещается посещать школу, мероприятия и секции. | Снижение посещаемости и продаж. | Создать дополнительные группы для подростков и школьников, для которых нет ограничений посещения из-за температуры воздуха. |
| 7. | Гибель имущества от пожара. | Проект становится неработоспособным в месте возгорания. | Застраховать имущество и бизнес. |
| 8. | Инфляция, финансовый кризис в стране. | Потеря клиентов из-за неспособности оплаты услуг. | Снизить среднюю стоимость, вести параллельно проекты, которые будут приносить дополнительный доход, наладить отношения с администрацией города, заручиться финансовой поддержкой. |
|  |  |  |  |