



Маркет
Аналитика

Сайт: www.ma.ru
Телефон: 8 (495) 701 30 00

ДЕМО-ВЕРСИЯ.
БИЗНЕС-ПЛАН
открытия праздничного агентства

Москва, июль 2012



СОДЕРЖАНИЕ

РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Идея проекта

Основные параметры

Финансовые показатели

ВНЕШНЕЕ ОКРУЖЕНИЕ ПРОЕКТА

Оценка event-рынка

Сегментация event-рынка

Конкурентный анализ рынка

Ценообразование на рынке

Описание потребителей

Потребительские предпочтения

Характеристика персонала event-агентства

Тенденции развития рынка

Проблемы рынка, риски и барьеры

КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

Общие сведения

Распределение площади объекта

Виды и стоимость услуг

Позиционирование услуг

Концепция рекламной и PR компаний

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Организационный план реализации проекта

Производство продукции

ПЕРСОНАЛ ПРОЕКТА

Формирование штата сотрудников

Штат сотрудников и его функционал

Организационно-управленческая структура компании

Формирование фонда оплаты труда

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН



Исходные данные и допущения

Инвестиционная деятельность

Операционная деятельность

Доходы

Расходы

Финансовая деятельность

Эффективность инвестиций и анализ чувствительности

ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ, ДИАГРАММ, СХЕМ

ЮРИДИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Нормативно-правовая документация для открытия и функционирования компании

Нормативная база, регулирующая деятельность компании

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ДОЛЖНОСТНЫЕ ИНСТРУКЦИИ ПЕРСОНАЛА

Управляющий

Ивент-менеджер

Менеджер по работе с клиентами

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ПРОГНОЗНОЕ ДВИЖЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ, \$

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ПРОГНОЗНЫЙ БЮДЖЕТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ, \$

ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ПРОГНОЗНЫЙ БАЛАНС, \$

ПРИЛОЖЕНИЕ 5. ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА



ВНЕШНЕЕ ОКРУЖЕНИЕ ПРОЕКТА

ОЦЕНКА EVENT-РЫНКА

Российской ассоциацией маркетинговых услуг был оценен объем московского рынка: в 2003 г. — около \$... млн, в 2004 г. — \$... млн, в 2005 г. — уже \$... млн. Продюсерский центр «Князевъ» приводит схожие оценки московского рынка event-мероприятий: 2003 г. — \$... млн, 2004 г. — \$... млн (прирост **%), 2005 г. — \$... млн (прирост **%), 2006 г. — \$... млн (прирост **%) 2007 г. — \$... млн (прирост **%). Что касается ситуации в целом по стране, то, по данным ABARUS Market Research объем российского рынка event-мероприятий непосредственно перед кризисом достигал \$...-... млн. В 2008 году и в 2009 году наблюдалось падение на рынке, составлявшее **% и **% соответственно, хотя по оценке самих event-компаний, падение было даже сильнее — до **%.

Диаграмма. Объем рынка event-мероприятий, млн. \$

.....

Источник:

СЕГМЕНТАЦИЯ EVENT-РЫНКА

Национальная ассоциация организаторов мероприятий предлагает следующую структуру.

Корпоративные мероприятия

Мероприятия профессиональных сообществ

Event-marketing

Мероприятия для прессы

Meetings & Conference Events



Фестивали

Государственные и гражданские события

Частные мероприятия

Благотворительные мероприятия

Светские мероприятия

Спортивные мероприятия

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА

Конкурсный отбор проводился в два этапа, на закрытой основе, только среди компаний, официально приглашенных в тендер АКМР. Всего к конкурсу было выбрано ... агентство, ... из них вошли в шорт-лист, а также впервые была присуждена премия гран-при.

Арлекино

<http://www.arl-agency.ru>

Компания «Арлекино» на сегодняшний день является одним из крупнейших агентств по организации и проведению деловых и развлекательных мероприятий. Компания оказывает полный спектр услуг по организации мероприятий - от разработки оригинальной идеи и технического обоснования до реализации и комплексного обслуживания.

Агентство «Арлекино» более 20 лет работает на рынке event-маркетинга и оказывает широкий спектр услуг — от проведения глобальных форумов и brand-events до частных мероприятий.

Основные виды услуг:

- ✓ Презентации
- ✓ Выставки
- ✓ Фестивали
- ✓ Концерты



- ✓ Конференции и пресс-конференции
- ✓ Тим-билдинг
- ✓ Организация деловых встреч
- ✓ Шоу, роуд-шоу
- ✓ Спортивные праздники
- ✓ Рекламные туры
- ✓ Корпоративные мероприятия
- ✓ Оформление и монтаж сцены, свет, звук

В распоряжении агентства «Арлекино» богатейший опыт работы, уникальное оборудование, лучшие интеллектуальные, творческие и технические ресурсы, объединенные в эффективную организационную структуру.

Компания обеспечивает творческий подход — нахождение неординарных режиссерских и драматургических решений, разработка уникального дизайна, подборка светового и звукового сопровождения, приглашение лучших артистов со всего мира.

Агентство работает в крупнейших городах России: Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Самаре, Сочи, Ярославле, Краснодаре, Казани, Воронеже, Волгограде, Липецке и других городах.

Среди клиентов: Петербургский международный экономический Форум, BMW, Форум «Россия», Кубок мира FIS по фристайлу, Мисс Россия, Билайн, ТНК-ВР, Range Rover, Johnson&Johnson, Банк Открытие, Nestle, Land Rover, Банк Глобэкс, Внешэкономбанк, Банк Москвы, Вимм-Билль-Данн, АЛРОСА, Daimler AG, Первый канал, Тройка диалог, ВГТРК, Mirax Group, Газпромнефть, Евровидение, Дикая Орхидея и другие.

Подъезики

<http://www.podegiki.ru>

Одно из ведущих event-агентств в России, занимающееся комплексным обслуживанием крупных корпоративных клиентов: организация корпоративных мероприятий, презентаций, конференций и тренингов.

Event-агентство «Подъезики» было создано в 2002 году Михаилом Ворониным и сегодня компания объединяет более 40 специалистов, являясь одним из лучших игроков по орга-



низации корпоративных и развлекательных мероприятий на рынке России.

Основные виды услуг:

- ✓ Корпоративные мероприятия
- ✓ Презентации
- ✓ Конференции и семинары
- ✓ Тренинги и team building
- ✓ Маркетинговые мероприятия
- ✓ Государственные мероприятия

Для оптимизации процессов в организации мероприятий используется четкий регламент:

- ✓ Комплексная документация по проекту, описывающая все его этапы;
- ✓ Типовой график выполнения работ по проекту, созданный за годы работы над проектами различной степени сложности. С самого начала каждый сотрудник знает свою роль в проекте и дату выполнения всех процедур. Это позволяет вдвое сократить время на реализацию мероприятия и позволяет контролировать ход подготовки проекта в любой момент времени;
- ✓ Обязательно разрабатывается система управления проектом;
- ✓ Постановочная группа для работы над мероприятием формируется в соответствии с четкими стандартами в зависимости от сложности проекта;
- ✓ Используется программа 3D моделирования проектов;
- ✓ Функционирует система качества проекта: Event Quality system;
- ✓ Используется удобная фото- и видео-база ресурсов: Event Resource Base.

Совместно со студенческой дисконтной программой ISIC (International Student Identity Card) с 2007 года «Подъёжики» организуют глобальные TTL проекты, основной целью которых является интеграция крупных молодежных брендов в молодежную студенческую культуру. Наличие федеральной сети офисов ISIC по всей России позволяет быстро запускать проекты по всей России и эффективно объединять в них off-line и on-line пространство, а также организовывать постоянно действующие клубы молодежи, креативные, развлекатель-



ные и обучающие проекты.

Компания «Подъёжики» признано лучшим event-агентством в 2011 году, является сертифицированным агентством АКМР, обладает наградами за лучшее корпоративное событие года 2011, вошло в шорт-лист "UK Event Awards". КЦ «Подъёжики» номинировался на самую престижную награду в области events: ежегодную национальную премию Gala Awards.

За годы работы агентство «Подъёжики» реализовало более 700 проектов в России и за рубежом.

Среди клиентов: Unilever, Kraft Foods, М.Видео, Связной, Danone, РОЛЬФ, Renault, EFES, WRIGLEY, Volvo, Ведис групп, Enter, Velux, Danfoss, ЛЭК, РОСНО, Палкинъ, РИК, Мегафон, Abbott, Pioneer group, Росбанк, AUDI и многие другие.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ

.....

Развлекательные мероприятия

Массовые

.....

Корпоративные

.....

Частные

✓

Деловые мероприятия

Собственно деловые мероприятия

✓

Корпоративные деловые мероприятия



ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Диаграмма. Частота проведения корпоративных мероприятий в российских компаниях, %

.....

Источник:

В зависимости от выделяемого на мероприятие бюджета, корпоративные заказчики делятся на категории:

✓

Диаграмма. Динамика среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в расчете на одного работника, Российская Федерация, руб./человека

.....

Источник:

По данным Госкомстата численность населения России по состоянию на 1 января 2012 года составила ... млн. человек, из которых ... млн. проживает в городе, а ... млн. в сельской местности.

Диаграмма. Структура населения России по территориальному признаку

.....

Источник:

Таблица. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов, %

Уровень доходов, руб.	2008 год	2009 год	2010 год	Уровень доходов, руб.	2011 год



Уровень доходов, руб.	2008 год	2009 год	2010 год	Уровень доходов, руб.	2011 год

Источник:

Наибольшая доля населения по данным 2011 года приходится на людей с уровнем дохода ...-.... тыс. руб. в месяц.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

Таблица. Результаты для участников и организаторов различных мероприятий

Тип мероприятия	Результаты для участников	Результаты для организаторов

Источник:



ХАРАКТЕРИСТИКА ПЕРСОНАЛА EVENT-АГЕНТСТВА

Статистические данные:

✓ Возрастной диапазон наиболее востребованных рынком труда event-менеджеров 22-35 лет; event-менеджеры в возрасте до 30 лет составляют **% от общего числа соискателей; в возрасте от 30 до 40 лет – **%, в возрасте от 40 до 50 лет – *%, в возрасте свыше 50 лет – *%;

✓ **% event-менеджеров – женщины;

✓ **% event-менеджеров владеют английским языком на базовом уровне и на уровне, достаточном для чтения специализированной литературы; на разговорном и на свободном уровнях - **%;

✓ **% event-менеджеров имеют высшее образование, **% - неполное высшее, *% - среднее специальное;

✓ **% event-менеджеров имеют водительские права категории «В».

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА

.....

ПРОБЛЕМЫ РЫНКА, РИСКИ И БАРЬЕРЫ

.....



КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПЛОЩАДИ ОБЪЕКТА

Таблица. Распределение площадей объекта, кв.м.

Помещение	Площадь, кв.м.

Переговорная должна быть достаточно просторной, чтобы в ней могло одновременно находиться ...-... человек.

ВИДЫ И СТОИМОСТЬ УСЛУГ

.....

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ УСЛУГ

✓

КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМНОЙ И PR КОМПАНИЙ

Реклама в печатных СМИ.

Коммерческие объявления в Интернете.

Распространение информации через адресную рассылку.

Привлечение публичности.

Создание и продвижение собственного Интернет-сайта.



ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Таблица. Организационный план реализации проекта

№	Задача	Месяцы		
		1	2	3
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				
11.				
12.				
13.				
14.				
15.				
16.				
17.				
18.				



ПЕРСОНАЛ ПРОЕКТА

ФОРМИРОВАНИЕ ШТАТА СОТРУДНИКОВ

✓

ШТАТ СОТРУДНИКОВ И ЕГО ФУНКЦИОНАЛ

✓

ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА КОМПАНИИ

Схема. Организационно-управленческая структура компании

.....

ФОРМИРОВАНИЕ ФОНДА ОПЛАТЫ ТРУДА

Таблица. Фонд оплаты труда, 1 месяц, \$

Должность	Кол-во	Зарплата С НДФЛ	Сумма	Взносы в фонды с ФОТ	Итого



ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ И ДОПУЩЕНИЯ

Налоговое окружение

Таблица. Основные налоги и их размер

Вид налога	Размер	Примечание

Ставка НДС

.....

Ставка дисконтирования

.....

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

.....



ОПЕРАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Доходы

Цена на комплекс услуг, предоставляемых компанией клиенту, будет зависеть от стоимости проводимого мероприятия. В среднем по отрасли event-агентства работают за вознаграждение от **% до **% от стоимости мероприятия. Для расчета в бизнес-плане возьмем наименьшее значение в **%.

Стоимость мероприятия для частных и корпоративных заказчиков различна. Провести частный праздник стоит в среднем от \$... до \$..., а корпоративный от \$... до \$.... Для ужесточения условия расчетов в бизнес-плане возьмем \$... и \$... соответственно.

Таблица. Расчет технических характеристик объема сбыта услуг и стоимости услуг

Наименование	Значение

Таблица. Средние цены на различные категории услуг, \$

Наименование	Стоимость

Расходы

В рамках осуществления проекта предусмотренные следующие расходы:



1. Затраты на приобретение материалов, инструментов и продукции
2. Затраты на формирование оборотного капитала
3. Аренда помещения
4. Фонд оплаты труда
5. Маркетинговые мероприятия
6. Интернет, телефон, коммунальные расходы
7. Канцелярские и хозяйственные товары
8. Обслуживание системы сигнализации
9. Сервисное обслуживание оборудования
10. Расходные материалы
11. НДС
12. Налог на имущество
13. Налог на прибыль

.....

ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

.....

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ И АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ

.....

НОРМАТИВНАЯ БАЗА, РЕГУЛИРУЮЩАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ