

БИЗНЕС-ПЛАН



Типовой бизнес-план организации научного шоу для детей от 5 до 17 лет



2014 г.

Адаптация данного бизнес-плана возможна под любой проект на территории России, Украины и стран СНГ. К данному бизнес-плану прилагается автоматизированная финансовая модель в формате Excel. Чтобы произвести перерасчеты под новый проект, достаточно просто изменить базовые показатели проекта. Финансовая модель построена таким образом, что изменение показателей эффективности проекта можно наблюдать сразу же после внесения изменений в существующий сценарий. Финансовая модель проста и удобна, что позволяет любому человеку успешно провести расчеты под собственный проект.

Описание бизнес-плана

Идея проекта

Научное шоу – это новый интересный формат представления для детей и взрослых: симбиоз обучения и развлечения. В программах ученые показывают невероятные опыты и эксперименты, активными участниками которых становятся и зрители. За время своей работы лаборатория разработала два направления бизнеса: научное шоу и регулярные занятия. В разработке находится направление обучения рисованию песком.

Рынок учреждений внешкольного образования детей

В России действует *** государственных внешкольных учебных заведений, в которых занимаются *** обучающихся. Но в последние годы все четче выражается тенденция к формированию частных – около **% родителей оплачивают услуги дополнительного образования детей. В итоге из *** тыс. учащихся в России дополнительным образованием охвачено около **% из них.

Конкуренция

«Шоу профессора Николя» (http://nik-show.ru/)	«Умный праздник» (http://umniiprazdник.ru/)
Сумасшедшая лаборатория (http://madlabshow.ru)	Федеральный центр технического творчества учащихся (ФЦТТУ)»

«Лаборатория чудес» (http://megashow.org)	Общероссийская Общественная Организация «Малая Академия Наук (МАН) «Интеллект будущего»
Невероятное научное шоу Академика Стекляшкина (http://www.show-nauka.ru/)	

Преимущества создаваемого научного шоу перед конкурентами

- В арсенале научного шоу подготовлено более 100 зрелищных физических и химических экспериментов.
- Планируется каждые * месяцев выпускать новую программу, в составе которой от ** экспериментов.
- Трансляция шоу на телевидении.
- Активное сотрудничество с исследовательскими центрами. К процессу подготовки новых программ подключены научные сотрудники университетов, а также опытные сценаристы.
- Начать обучение можно в возрасте от 5 до 12 лет.
- Преподаватели имеют высшее образование по физике и химии.
- Клуб сам разрабатывает программу обучения с учетом возраста ребенка.

Финансы

Показатель	Город с населением 300-500 тыс. чел.	Город с населением 500 тыс.-1 млн чел.	Город с населением более 1 млн чел.
Необходимые инвестиции, тыс. руб.	***	***	***
Выручка за 3 года, тыс. руб.	***	***	***
Чистая прибыль за 3 года, тыс. руб.	***	***	***
NPV, тыс. руб.	***	***	***
IRR годовая, %	***	***	***
Период окупаемости, мес.	***	***	***

Выдержки из исследования

Согласно данным Федерального статистического наблюдения, наибольший охват программами дополнительного образования детей характерен для возрастных групп **_** лет и **_** лет и составляет ** и **% соответственно.

Специфической особенностью учреждений дополнительного образования детей (УДОД) является режим их работы. Результаты опроса показали, что среди УДОД преобладают учреждения, в которых занятия проводятся во второй половине дня (**%), треть учреждений проводит занятия относительно равномерно в течение всего дня, незначительное число учреждений работает преимущественно в первой половине дня. В УДОД осуществляются программы разной продолжительности. Преобладают программы, рассчитанные более чем на 3 года (**%), именно такие программы наиболее эффективны с точки зрения профессионального и досугового самоопределения обучающихся. Кратковременные программы, в ходе которых ребенок может попробовать себя в том или ином виде деятельности, реализуют **% УДОД.

Существует определенный дисбаланс спроса и предложения услуг дополнительного образования детей. Конкурсный отбор используется прежде всего при приеме на программы художественной направленности. Достаточно распространено применение инструментов отбора при формировании групп обучающихся на программы культурологической (**%) и физкультурно-спортивной направленности (**%). Практически без отбора принимают на программы научно-технической (**%), эколого-биологической (**%), туристическо-краеведческой (**%).

Целевой аудиторией научного шоу и регулярных занятий являются школьники России. Количество учеников общеобразовательных учебных заведений (ООУЗ) в России составляет *** тыс. чел. Среднее количество учащихся составляет *** школьников на 1 общеобразовательную школу.

В сфере внешкольного образования в последние годы наблюдается все больше частных структур по предоставлению соответствующих услуг. Согласно

исследованиям, только **% родителей не оплачивают дополнительное образование детей.

Наиболее целесообразными для продвижения УДОД являются такие маркетинговые инструменты, как создание и оптимизация лендинг-страниц, контекстная реклама, продвижение в социальных сетях, реклама на флаерах. Ежемесячный бюджет на маркетинг для городов с населением свыше 1 млн. жителей планируется в объеме ** тыс. руб., в городах с населением 500 – 1 000 тыс. – ** тыс. руб., а в населенных пунктах с количеством жителей 300-500 тыс. чел. – ** тыс. руб. За таким же принципом варьируются начальные капитальные вложения для каждого типа населенного пункта.

Оглавление

Перечень таблиц, графиков и диаграмм	5
Таблицы.....	5
Графики	7
Диаграммы	10
Резюме	11
Раздел 1. Описание проекта	13
1.1. Особенности социализации детей, подростков и юношества в сфере досуга	13
1.2. Общая характеристика создаваемого научного шоу	14
1.3. Безопасность	17
Раздел 2. Маркетинговый анализ рынка	18
2.1. Анализ рынка учреждений внешкольного образования Российской Федерации	18
2.2. Анализ рынка учреждений внешкольного образования Российской Федерации по городам.....	21
2.3. Тенденции рынка.....	23
Раздел 3. Конкурентная среда	29
3.1. Основные конкуренты	29
3.2. Государственные учреждения.....	35
Раздел 4. Целевая аудитория	39
Раздел 5. Актуальность	42
Раздел 6. Маркетинговый план	44
6.1. Способы продвижения и выхода на рынок	44
6.2. Создание лендинг-страниц.....	45
6.3. Оптимизация лендинг-страниц.....	46

6.4. Контекстная реклама.....	48
6.5. Продвижение в социальных сетях.....	49
6.6. Бюджет на маркетинг.....	50
Раздел 7. Финансовый план. Города с населением от 1 млн.	51
7.1. План реализации.....	51
7.2. Объемы реализации	52
7.3. Доходы от продаж.....	52
7.4. Переменные затраты	54
7.5. Постоянные затраты.....	55
7.6. Капитальные затраты.....	57
7.7. Налоги.....	57
7.8. Отчет о прибылях и убытках	58
7.9. Ставка дисконтирования	61
7.10. Отчет о движении денежных средств	71
7.11. Финансовые показатели.....	74
Раздел 8. Финансовый план. Города с населением от 500 тыс. до 1 млн.	75
8.1. План реализации.....	75
8.2. Объемы реализации	75
8.3. Доходы от продаж.....	76
8.4. Переменные затраты	77
8.5. Постоянные затраты.....	78
8.6. Капитальные затраты.....	80
8.7. Налоги.....	80
8.8. Отчет о прибылях и убытках	81
8.9. Отчет о движении денежных средств	84

8.10. Финансовые показатели.....	87
Раздел 9. Финансовый план. Города с населением от 300 до 500 тыс.....	88
9.1. План реализации.....	88
9.2. Объемы реализации	88
9.3. Доходы от продаж.....	89
9.4. Переменные затраты	90
9.5. Постоянные затраты.....	92
9.6. Капитальные затраты.....	93
9.7. Налоги.....	94
9.8. Отчет о прибылях и убытках	94
9.9. Отчет о движении денежных средств	97
9.10. Финансовые показатели.....	100
Раздел 10. Анализ чувствительности. Города с населением от 1 млн.....	101
10.1. Изменение уровня цен на реализуемую продукцию	101
10.2. Изменение переменных затрат	104
10.3. Изменение постоянных затрат	106
10.4. Изменение капитальных затрат	109
10.5. Изменение ставки дисконтирования	112
Раздел 11. Анализ чувствительности. Города с населением 500-1 000 тыс. чел..	114
11.1. Изменение уровня цен на реализуемую продукцию	114
11.2. Изменение переменных затрат	116
11.3. Изменение постоянных затрат	119
11.4. Изменение капитальных затрат	122
11.5. Изменение ставки дисконтирования	125
Раздел 12. Анализ чувствительности. Города с населением 300-500 тыс.....	126

12.1. Изменение уровня цен на реализуемую продукцию	126
12.2. Изменение переменных затрат	128
12.3. Изменение постоянных затрат	131
12.4. Изменение капитальных затрат	134
12.5. Изменение ставки дисконтирования	137

Перечень таблиц, графиков и диаграмм

Таблицы

Таблица 1. Программы научного шоу от 01.06.2014	14
Таблица 2. Крупнейшие по населению города, тыс. чел.	21
Таблица 3. Стоимость научного шоу академика Стекляшкина	33
Таблица 4. Цены на проведение детских праздников лаборатории «Умный праздник»	34
Таблица 5. Основные различия между форматами шоу лаборатории «Умный праздник»	34
Таблица 6. Статистика по численности общеобразовательных учебных заведений (ООУЗ) и школьников в России за 2012 г.	39
Таблица 7. Бюджет на маркетинг, тыс. руб.	50
Таблица 8. План реализации	51
Таблица 9. Объемы реализации	52
Таблица 10. Доходы от продаж	53
Таблица 11. Переменные затраты	54
Таблица 12. Постоянные затраты	55
Таблица 13. Капитальные затраты	57
Таблица 14. Налоги	57
Таблица 15. Отчет о прибылях и убытках	58
Таблица 16. Расчет долгосрочной прибыли сверх CAPM для портфелей десятичных групп NYSE/AMEX/NASDAQ	66
Таблица 17. Алгоритм определения степени риска оцениваемой компании	67
Таблица 18. Алгоритм расчета премии за специфический риск	68
Таблица 19. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC	69
Таблица 20. Отчет о движении денежных средств	71
Таблица 21. Финансовые показатели	74
Таблица 22. План реализации	75

Таблица 23. Объемы реализации	75
Таблица 24. Доходы от продаж	76
Таблица 25. Переменные затраты	77
Таблица 26. Постоянные затраты	78
Таблица 27. Капитальные затраты	80
Таблица 28. Налоги	80
Таблица 29. Отчет о прибылях и убытках	81
Таблица 30. Отчет о движении денежных средств	84
Таблица 31. Финансовые показатели	87
Таблица 32. План реализации	88
Таблица 33. Объемы реализации	88
Таблица 34. Доходы от продаж	89
Таблица 35. Переменные затраты	90
Таблица 36. Постоянные затраты	92
Таблица 37. Капитальные затраты	93
Таблица 38. Налоги	94
Таблица 39. Отчет о прибылях и убытках	94
Таблица 40. Отчет о движении денежных средств	97
Таблица 41. Финансовые показатели	100
Таблица 42. Анализ чувствительности к изменению уровня цен на реализуемую продукцию	101
Таблица 43. Анализ чувствительности к изменению переменных затрат	104
Таблица 44. Анализ чувствительности к изменению раз мера постоянных затрат	106
Таблица 45. Анализ чувствительности к изменению размера капитальных затрат	109
Таблица 46. Анализ чувствительности к изменению размера ставки дисконтирования	112
Таблица 47. Анализ чувствительности к изменению уровня цен на	114

реализуемую продукцию	
Таблица 48. Анализ чувствительности к изменению переменных затрат	116
Таблица 49. Анализ чувствительности к изменению раз мера постоянных затрат	119
Таблица 50. Анализ чувствительности к изменению размера капитальных затрат	122
Таблица 51. Анализ чувствительности к изменению размера ставки дисконтирования	125
Таблица 52. Анализ чувствительности к изменению уровня цен на реализуемую продукцию	126
Таблица 53. Анализ чувствительности к изменению переменных затрат	128
Таблица 54. Анализ чувствительности к изменению раз мера постоянных затрат	131
Таблица 55. Анализ чувствительности к изменению размера капитальных затрат	134
Таблица 56. Анализ чувствительности к изменению размера ставки дисконтирования	137

Графики

График 1. Динамика количества внешкольных учебных учреждений, ед.	19
График 2. Динамика охвата детей внешкольным образованием, тыс. чел.	19
График 3. Охват детей программами дополнительного образования, %	24
График 4. Доля учреждений дополнительного образования детей, реализующих программы, ориентированные на работу с детьми определенных категорий, %	25
График 5. Доля школьников и дошкольников, занимающихся в учреждениях дополнительного образования детей бесплатно, за счет средств бюджета, %.	26
График 6. Режим занятий в учреждениях дополнительного образования детей	26
График 7. Доля учреждений дополнительного образования детей, реализующих программы различной продолжительности, %	27
График 8. Наличие трудностей при комплектовании контингента обучающихся по программам различной направленности, по оценкам руководителей УДОД, %	28
График 9. Наличие конкурсного отбора детей в учреждения дополнительного образования детей по программам различной направленности, %	28
График 10. Отчет о выручке, валовой прибыли и EBITDA за 36 мес.	60
График 11. Отчет о чистой прибыли за 36 мес.	60
График 12. Отчет о выручке, валовой прибыли и EBITDA за 36 мес.	83
График 13. Отчет о чистой прибыли за 36 мес.	83
График 14. Отчет о выручке, валовой прибыли и EBITDA за 36 мес.	96
График 15. Отчет о чистой прибыли за 36 мес.	96
График 16. Динамика чистой прибыли при изменении цены услуг, тыс. руб.	101
График 17. Динамика NPV при изменении цены услуг, тыс. руб.	102
График 18. Динамика IRR при изменении цены услуг, %	102

График 19. Динамика периода окупаемости (PP) при изменении цены услуг, мес.	103
График 20. Динамика дисконтированного периода окупаемости (DPB) при изменении цены услуг, мес.	103
График 21. Динамика чистой прибыли при изменении переменных затрат, тыс. руб.	104
График 22. Динамика NPV при изменении переменных затрат, тыс. руб.	104
График 23. Динамика IRR при изменении переменных затрат, %	105
График 24. Динамика периода окупаемости (PP) при изменении переменных затрат, мес.	105
График 25. Динамика дисконтированного периода окупаемости (DPB) при изменении переменных затрат, мес.	106
График 26. Динамика чистой прибыли при изменении постоянных затрат, тыс. руб.	107
График 27. Динамика NPV при изменении постоянных затрат, тыс. руб.	107
График 28. Динамика IRR при изменении постоянных затрат, %	108
График 29. Динамика периода окупаемости (PP) при изменении постоянных затрат, мес.	108
График 30. Динамика дисконтированного периода окупаемости (DPB) при изменении постоянных затрат, мес.	109
График 31. Динамика NPV при изменении капитальных затрат, тыс. руб.	110
График 32. Динамика IRR при изменении капитальных затрат, %	110
График 33. Динамика периода окупаемости (PP) при изменении капитальных затрат, мес.	111
График 34. Динамика дисконтированного периода окупаемости (DPB) при изменении капитальных затрат, мес.	111
График 35. Динамика NPV при изменении ставки дисконтирования, тыс. руб.	112
График 36. Динамика дисконтированного периода окупаемости (DPB) при	112

изменении ставки дисконтирования, мес.

График 37. Динамика чистой прибыли при изменении цены услуг, тыс. руб.	114
График 38. Динамика NPV при изменении цены услуг, тыс. руб.	115
График 39. Динамика IRR при изменении цены услуг, %	115
График 40. Динамика периода окупаемости (PP) при изменении цены услуг, мес.	116
График 41. Динамика дисконтированного периода окупаемости (DPB) при изменении цены услуг, мес.	116
График 42. Динамика чистой прибыли при изменении переменных затрат, тыс. руб.	117
График 43. Динамика NPV при изменении переменных затрат, тыс. руб.	117
График 44. Динамика IRR при изменении переменных затрат, %	118
График 45. Динамика периода окупаемости (PP) при изменении переменных затрат, мес.	118
График 46. Динамика дисконтированного периода окупаемости (DPB) при изменении переменных затрат, мес.	119
График 47. Динамика чистой прибыли при изменении постоянных затрат, тыс. руб.	120
График 48. Динамика NPV при изменении постоянных затрат, тыс. руб.	120
График 49. Динамика IRR при изменении постоянных затрат, %	121
График 50. Динамика периода окупаемости (PP) при изменении постоянных затрат, мес.	121
График 51. Динамика дисконтированного периода окупаемости (DPB) при изменении постоянных затрат, мес.	122
График 52. Динамика NPV при изменении капитальных затрат, тыс. руб.	123
График 53. Динамика IRR при изменении капитальных затрат, %	123
График 54. Динамика периода окупаемости (PP) при изменении капитальных затрат, мес.	124
График 55. Динамика дисконтированного периода окупаемости (DPB) при	124

изменении капитальных затрат, мес.

График 56. Динамика NPV при изменении ставки дисконтирования, тыс. руб. 125

График 57. Динамика дисконтированного периода окупаемости (DPB) при изменении ставки дисконтирования, мес. 125

График 58. Динамика чистой прибыли при изменении цены услуг, тыс. руб. 126

График 59. Динамика NPV при изменении цены услуг, тыс. руб. 127

График 60. Динамика IRR при изменении цены услуг, % 127

График 61. Динамика периода окупаемости (PP) при изменении цены услуг, мес. 128

График 62. Динамика дисконтированного периода окупаемости (DPB) при изменении цены услуг, мес. 128

График 63. Динамика чистой прибыли при изменении переменных затрат, тыс. руб. 129

График 64. Динамика NPV при изменении переменных затрат, тыс. руб. 129

График 65. Динамика IRR при изменении переменных затрат, % 130

График 66. Динамика периода окупаемости (PP) при изменении переменных затрат, мес. 130

График 67. Динамика дисконтированного периода окупаемости (DPB) при изменении переменных затрат, мес. 131

График 68. Динамика чистой прибыли при изменении постоянных затрат, тыс. руб. 132

График 69. Динамика NPV при изменении постоянных затрат, тыс. руб. 132

График 70. Динамика IRR при изменении постоянных затрат, % 133

График 71. Динамика периода окупаемости (PP) при изменении постоянных затрат, мес. 133

График 72. Динамика дисконтированного периода окупаемости (DPB) при изменении постоянных затрат, мес. 134

График 73. Динамика NPV при изменении капитальных затрат, тыс. руб. 135

График 74. Динамика IRR при изменении капитальных затрат, %	135
График 75. Динамика периода окупаемости (PP) при изменении капитальных затрат, мес.	136
График 76. Динамика дисконтированного периода окупаемости (DPB) при изменении капитальных затрат, мес.	136
График 77. Динамика NPV при изменении ставки дисконтирования, тыс. руб.	137
График 78. Динамика дисконтированного периода окупаемости (DPB) при изменении ставки дисконтирования, мес.	137

Диаграммы

Диаграмма 1. Структура творческих объединений по направлениям деятельности	20
Диаграмма 2. Распределение детей по направлениям деятельности	20

Благодарим Вас за оказанное доверие

и напоминаем, что:

✓ при покупке бизнес-плана компании

***«VTSConsulting» вы гарантированно получаете
консультацию специалистов, которые работали
над конкретным бизнес-планом***

✓ в течение одного-двух часов наша команда будет

***готова отвечать на все вопросы, касающиеся
структуры и содержания бизнес-плана.***

***С уважением,
команда VTSConsulting***

VTSConsulting – лидер СНГ на рынке бизнес-планирования

Компания «VTSConsulting» была основана в мае 2010 года командой профессионалов во главе с Владиславом Цыгодой.

Владислав Цыгода – бизнес-консультант, признанный лидер в сфере бизнес-планирования на территории СНГ (по версии портала free-lance.ru), сегодня – руководитель рейтинговой консалтинговой компании.

Разработка бизнес-планов, ТЭО, инвестиционных меморандумов, финансовых моделей и бизнес-презентаций – основные направления работы команды, в составе которой работают высококвалифицированные аналитики.

Опыт команды в сфере разработки инвестиционной документации – свыше 6 лет, и сегодня «VTSConsulting» – единственная компания в Украине, которая является партнером проекта «РБК. Исследование рынков».

Команда VTSConsulting и принципы работы:

- ✓ уникальный подход к решению поставленных задач;
- ✓ безупречная репутация и высокая степень доверия клиентов;
- ✓ высокий профессионализм вне зависимости от сферы исследования;
- ✓ практический опыт работы, в том числе – в реализации сложных узкоспециализированных проектов.

**Мы высоко ценим сотрудничество с каждым нашим клиентом.
И мы гордимся своими клиентами!**

ООО "Землеугодие-Инвест", компания "Петровизард", Порт ООО "Портал Логистик", НПК
ОАО "Воткинский завод", Темрюк, ООО "Наука", Институт проблем
НПП "Стэлс", "Спецбудпроект", группа материаловедения им. И.Н.
Государственное компаний "SEMPROGROUP" Францевича НАН Украины,
предприятие УкрНИИ НП ООО "Максимус Констракшн", НТУУ "КПИ", Научный парк
"Масма", "Reproto "Росмолодежь", ООО "Сисиф "Киевская политехника",
Technologies", компания Сервис", ООО "Завод ТИТАН", Верховная Рада Украины
"ВОК Монтаж Сервис", ООО "Проджект К"
ООО "PRIIMAS"

– далеко не полный список тех,
кто остался доволен сотрудничеством с "VTSConsulting".

Компания "VTSConsulting" – это команда профессионалов, знания и опыт которых позволят Вам сэкономить деньги, нервы и время: подготовка инвестиционных документов займет от 4 до 10 дней.

Нас рекомендуют своим друзьям и деловым партнерам, потому что мы работаем на результат и полное удовлетворение потребностей Клиента. Таким образом, заказывая бизнес-план, информационный или инвестиционный меморандум у нас, Вы не тратитесь.

Вы инвестируете.

*С уважением,
Владислав Цыгода,*

Руководитель "VTSConsulting"