

БИЗНЕС-ПЛАН



Типовой бизнес-план радиостанции



2014 г.

Адаптация данного бизнес-плана возможна под любой проект на территории России, Украины и стран СНГ.

Описание бизнес-плана

Идея проекта: создание радиостанции «****» в г. Москва, Россия.

Аудитория проекта: население г. Москва от 20 до 30 лет. После года работы ожидается ежедневно привлекать *** слушателей.

Музыкальные направления: популярная зарубежная и российская музыка, тематические музыкальные программы, хиты и новинки.

Оборудование проекта: продукция таких фирм, как ДЕЛЬТА, Sony, Allen Heath, Sound King, Cordial, Apogee BIG BEN, Behringer.

Расположение объекта: радиостанция будет располагаться в арендном помещении ** м². Дополнительные расходы учтены в категории «капитальные затраты» и внесены в финансовый план.

Среди видов **продвижения и маркетинга** основными будут выступать интернет-средства: создание сайта радиостанции, социальные сети, SEO. Также рекламный материал будет подаваться в печатных средствах. Реализация проекта: вещание в диапазоне FM-частот и online-вещание в сети Интернет. Старт реализации проекта – январь 2015 г. Основные финансовые показатели по проекту представлены ниже.

Основные финансовые показатели проекта

Название показателя	Ед. измерения	Значение
Выручка за 3 года работы	руб.	***
Необходимые инвестиции	руб.	***
NPV	руб.	***
IRR месячная	%	***
IRR годовая	%	***
Период окупаемости	мес.	***
Дисконтированный период окупаемости	мес.	***

Выдержки из исследования

Радиосети как вид информационного ресурса широко используются для осуществления внутреннего вещания в Российской Федерации. По результатам опроса оказалось, что **% или *** тыс. россиян подтвердили наличие хотя бы один радиоприемник.

Анализ функциональности 52-х радиостанций показал, что в совокупности в московском эфире существенно преобладает развлекательная функция в виде музыкального и юмористического контента (**%), на информационную функцию приходится **%, а на просветительскую – **%.

В среднем каждую четверть часа в Москве слушают радио % населения, хотя бы раз в сутки – **%. При этом, в среднем за сутки те, кто обращался к радио, слушали его * час. ** мин.

Стоит заметить, что около **% всех радиостанций Москвы входят в состав холдингов, а об интенсивности появления новых игроков на рынке свидетельствует тот факт, что общее количество зарегистрированных лицензий на радиовещание в 2012 г. увеличилось на **%.

Главная статья доходов отечественных радиостанций – продажа рекламного времени. На конец 2012 г. рынок радиорекламы в России составил около ** млрд. руб., темпами роста в структуре рекламы в СМИ уступая только интернет-рекламе. Столичный рынок радиорекламы составляет около **% от общероссийского. Средняя цена на размещение 1 рекламного 30-секундного ролика на радиорынке рекламы Москвы составляет приблизительно *** руб.

О сезонности данного вида бизнеса говорить не приходится, однако эксперты называют максимальный процент загрузки рекламного времени радиостанции: если студия звукозаписи загружена на **%, то это очень хороший показатель.

Начальные капиталовложения в радиостанцию рассматриваемого типа приблизительно составляют *** тыс. руб.: эта цифра зависит от выбранного оборудования, стоимости ремонта и специализации помещения. Ежемесячный бюджет на маркетинг планируется в объеме *** тыс. руб.

СОДЕРЖАНИЕ

Перечень диаграмм, таблиц, графиков, рисунков	4
Диаграммы	4
Таблицы	4
Графики	5
Рисунки.....	6
Резюме	7
Основные финансовые показатели проекта.....	7
Раздел 1. Описание проекта.....	8
Раздел 2. Анализ рынка радиостанций.....	10
2.1. Тенденции рынка радиовещания России на общенациональном уровне	10
2.2. Анализ рынка радиовещания г. Москвы	13
2.3. Рынок радиорекламы в России	16
Раздел 3. Конкуренты проекта.....	19
3.1. Общая характеристика основных конкурентов проекта.....	19
3.2. Показатели аудитории ведущих радиостанций в Москве	21
3.3. Стоимость услуг конкурентов	22
3.4. Холдинги на рынке радиовещания Российской Федерации.....	23
3.4. Интенсивность появления новых игроков на рынке радиовещания Российской Федерации	28
Раздел 4. Организационный план.....	29
4.1. Организационно-правовая форма.....	29
4.2. Распределение площади объекта	29
4.3. Структура редакции	32
4.4. Функционал сотрудников радиостанции	32
4.5. Формирование фонда оплаты труда	32
Раздел 5. Маркетинговый план.....	33
5.1. Планирование PR-службы:	33
5.2. Сайт радиостанции.....	33
5.3. Поисковое продвижение сайта (SEO – Search Engine Optimization).....	34
5.4. Регистрация в каталогах.....	35
5.5. Продвижение через социальные сети.....	35
5.6. РТАТ («People talk about this»)	37
Раздел 6. Финансовый план.....	39
6.1. Допущения по проекту.....	39

6.2. Выручка от реализации услуг	41
6.3. Расходы по проекту.....	42
6.4. Капитальные вложения	43
6.5. Налоги проекта.....	43
6.6. Отчет о прибылях и убытках проекта.....	45
6.7. Ставка дисконтирования.....	47
6.8. Отчет о движении денежных средств.....	58
6.9. Анализ экономической эффективности проекта.....	64
7. Анализ чувствительности	67
7.1. Изменение уровня цен	67
7.2. Изменение себестоимости	69
7.3. Изменение ставки дисконтирования	72
Общие выводы по проекту.....	74

Перечень диаграмм, таблиц, графиков, рисунков

Диаграммы

Диаграмма 2.1. Распределение традиционных функций СМИ в совокупном эфире 52-х московских радиостанций в 2012 г. (оценочно)	13
Диаграмма 2.2. Структура рекламных затрат по секторам в 2011 г., %	17
Диаграмма 2.3. Структура рекламных затрат по секторам в 2012 г., %	18
Диаграмма 3.1. Распределение аудитории радиохолдингов в России в 2011 г., AQH Share, %	25
Диаграмма 3.2. Распределение аудитории радиохолдингов в России в 2012 г., AQH Share, %	25
Диаграмма 3.3. Распределение аудитории радиохолдингов в Москве в 2011 г., AQH Share, %	26
Диаграмма 3.4. Распределение аудитории радиохолдингов в Москве в 2012 г., AQH Share, %	26

Таблицы

Таблица 2.1. Рейтинг стран мира за количеством передатчиков для осуществления внутреннего радиовещания	10
Таблица 2.2. Структура типов радиоприемных устройств, множественный ответ, % от числа опрошенных	11
Таблица 2.3. Распространение радиоприемников среди разных возрастных групп населения, % от числа опрошенных.....	11
Таблица 2.4. Распространение радиоприемников в разных типах населенных пунктов Российской Федерации, % от числа опрошенных	12
Таблица 2.6. Демографическая структура радиоаудитории г. Москва в 2012 г.	15
Таблица 2.7. Рынок рекламы в СМИ.....	16
Таблица 2.8. Объем рекламных затрат на радио по секторам за 2012, млрд. руб.	17
Таблица 3.2. Тарифы на размещение 1 рекламного 30-секундного ролика, руб.....	22
Таблица 3.3. Структура радиохолдингов	24
Таблица 4.1. График организационных работ на первое полугодие реализации проекта ...	29
Таблица 4.2. Распределение основных площадей объекта, м ²	30
Таблица 4.3. Стоимость покупки оборудования.....	31
Таблица 4.4. Мебель и бытовая техника для помещения.....	31
Таблица 4.5. Фонд оплаты труда	32

Таблица 6.1. Допущения по проекту	39
Таблица 6.2. Выручка от реализации услуг, руб.....	41
Таблица 6.3. Расходы по проекту, руб.	42
Таблица 6.4. Суммы уплачиваемых налогов, руб.....	44
Таблица 6.5. Отчет о прибылях и убытках.....	45
Таблица 6.6. Расчет долгосрочной прибыли сверх CAPM для портфелей десятичных групп NYSE/AMEX/NASDAQ	52
Таблица 6.7. Алгоритм определения степени риска оцениваемой компании	53
Таблица 6.8. Алгоритм расчета премии за специфический риск	54
Таблица 6.9. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC	56
Таблица 6.10. Отчет о движении денежных средств	68
Таблица 7.1. Изменение уровня цен.....	67
Таблица 7.2. Изменение постоянных расходов	69
Таблица 7.3. Изменение ставки дисконтирования.....	72

Графики

График 2.1. Динамика среднесуточного охвата общей радиоаудитории в Москве в 2010-2012 гг. Данные: возраст от 12 лет и старше.....	15
График 3.1. Распределение средней доли аудитории ведущих радиостанций в Москве в 2012 г. Приведены первые 25 позиций.....	21
График 6.1. Динамика выручки и EBITDA на протяжении реализации проекта.....	46
График 6.2. Динамика чистой прибыли на протяжении реализации проекта, руб.	46
График 7.1. Динамика чистой прибыли проекта при изменении цены реализации, руб.	67
График 7.2. Динамика NPV проекта при изменении цены реализации, руб	68
График 7.3. Динамика IRR проекта при изменении цены реализации	68
График 7.4. Динамика простого (PP) и дисконтированного (DPB) периодов окупаемости при изменении цены реализации, мес.	69
График 7.5. Динамика чистой прибыли при изменении постоянных расходов, руб.	70
График 7.6. Динамика NPV проекта при изменении постоянных расходов, руб.	70
График 7.7. Динамика внутренней нормы рентабельности проекта при изменении постоянных расходов.....	71
График 7.8. Динамика простого (PP) и дисконтированного (DPB) периодов окупаемости при изменении постоянных расходов, мес.....	71
График 7.9. Динамика изменения NPV при изменении ставки дисконтирования, руб.....	72

График 7.10. Динамика изменения дисконтированного срока окупаемости проекта при изменении ставки дисконта, мес.	73
--	----

Рисунки

Рис. 4.1. Планировка помещения радиостанции.....	30
--	----

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 узкопециализированных проектов.

Мы высоко ценим сотрудничество с каждым нашим клиентом.

И мы гордимся своими клиентами!

ООО "Землеугодие-Инвест",
ОАО "Воткинский завод",
НПП "Стэлс",
Государственное
предприятие УкрНИИ НП
"Масма", "Reproto
Technologies", компания
"ВОК Монтаж Сервис",
ООО "PRIMAS"

компания "Петровизард", Порт
Темрюк, ООО
"Спецбудпроект", группа
компаний "SEMPROGROUP"
ООО "Максимус Констракшн",
"Росмолодежь", ООО "Сисиф
Сервис", ООО "Завод ТИТАН",
ООО "Проджект К"

ООО "Портал Логистик", НПК
"Наука", Институт проблем
материаловедения им. И.Н.
Францевича НАН Украины,
НТУУ "КПИ", Научный парк
"Киевская политехника",
Верховная Рада Украины

– 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"