

# БИЗНЕС-ПЛАН



## ОТКРЫТИЯ EVENT-агентства



Россия 2016 г.

*Адаптация данного бизнес-плана возможна под аналогичный 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 проекта**

**Суть и идея проекта:** создание агентства по оказанию event-услуг (акций по продвижению товаров, презентаций, организации корпоративных праздников и частных вечеринок, с оказанием полного спектра услуг по проведению и обеспечению мероприятий) частным и корпоративным заказчикам.

**Основные услуги проекта:** разработка концепции мероприятия и сценарий, продакшн мероприятия, аренда оборудования, букинг артистов, кейтеринг, инсентив.

**География реализации проекта:** территория Россия, г. Москва.

**Бизнес-модель event-агентства:** получение комиссии в виде процента от общей сметы мероприятия, начиная от разработки сценария и концепции и заканчивая отчетностью.

**Каналы сбыта:** поиск заказчиков будет осуществляться посредством сайта компании, поискового продвижения сайта, собственного мобильного приложения по аренде площадок для проведения мероприятий, а также участия в выставках и других специализированных мероприятиях отрасли.

**Срок окупаемости проекта:** 9 мес.

**Объем необходимых инвестиций:** 2 092 тыс. руб.

**Финансовые показатели проекта:**

Показатель	Ед. изм.	Значение
Необходимые инвестиции	тыс. руб.	2 092
NPV	тыс. руб.	***
IRR	%	141%
Срок окупаемости	мес.	9
Дисконтированный срок окупаемости	мес.	*

## Выдержки из исследования

Проект предусматривает **создание агентства по оказанию event-услуг** (акций по продвижению товаров, презентаций, организации корпоративных праздников и частных вечеринок, с оказанием полного спектра услуг по проведению и обеспечению мероприятий) частным и корпоративным заказчиком.

**Event-агентство** – это специализированная компания, которая организует мероприятия по заказу своих клиентов. Мероприятия event-агентств имеют небольшую продолжительность, проходят в течение 1-4 дней для ограниченного круга людей, известных заказчику и имеют фиксированный бюджет, финансируются заказчиком-клиентом.

**Event-менеджмент** (от англ. event – событие) – это полный комплекс мероприятий по созданию корпоративных и массовых событий:

- корпоративные мероприятия – любые события, поддерживающие бизнес-цели, включая функции управления, корпоративные коммуникации, обучение, маркетинг, стимулирование труда;
- маркетинговые события – мероприятия, целью которых является поиск контакта с целевой аудиторией клиентов;
- семинары и конференции – мероприятия, организованные для обмена информацией, дискуссий и обсуждений, консенсуса и решений, образования и построения отношений;
- фестивали – культурные мероприятия для широкого круга людей, посвященные определенной теме;
- частные мероприятия – мероприятия, созданные по заказу одного человека или узкой группы людей;
- благотворительные мероприятия – мероприятия, конечной целью которых является помощь нуждающимся;

- спортивные события – мероприятия, в которых центральное или ведущее место занимают спортивные события, а гости могут быть как наблюдателями, так и участниками спортивного действия;
- светские мероприятия – частные мероприятия для узкого круга людей, посвященные конкретному событию: культурному, религиозному, социальному;
- государственные и гражданские события – мероприятия, организованные для муниципального или государственного правительственного учреждения, политической партии и т.д.

С точки зрения исполнителей, а event-агентство относится именно к категории исполнителей-посредников – мероприятия делятся на следующие основные категории.

*Коммерческие события*, ставящие перед собой задачу получения прибыли. К этому виду относятся различные профильные семинары и конференции для специалистов, музыкальные фестивали, крупные отраслевые выставки, зрелищные соревнования.

*Представительские мероприятия*, которые проводятся в основном для выполнения PR-задач заказчика. Как правило, при работе с такими проектами главной целью является привлечение большого числа представителей СМИ. К таким событиям принадлежат пресс-конференции, торжественные церемонии открытия, презентации, мероприятия для партнеров и клиентов. Также сюда относится большинство мероприятий, проводящихся по заказу государственных структур и ведомств. Для агентств это наиболее выгодные проекты, так как здесь самые высокие расценки и сметы в таких случаях практически не корректируются.

*Мероприятия, не приносящие прибыли заказчику и не несущие представительских функций*. В этих случаях заказчиками обычно выступают физические лица, которые хотят отметить день рождения, свадьбу или какой-либо торжественный повод. Сюда же отчасти можно отнести и корпоративные мероприятия для сотрудников, организуемые в честь дня рождения компании, национального или профессионального праздника.

Таким образом, создаваемое агентство станет **агентством полного цикла** и будет предоставлять услуги, представленные ниже в таблице как профиль компании.

**Бизнес-модель event-агентства** предполагает получение комиссии в виде процента от общей сметы мероприятия, начиная от разработки сценария и концепции и заканчивая отчетностью. Согласно данным рынка, комиссия агентства может составлять **от \*\*\*% до \*\*\*%** в зависимости от масштаба мероприятия. Для проекта будет взято усредненное значение в **\*\*\*%**.

### *Анализ рынка*

В процессе анализа рынка были установлены следующие тенденции, которые благоприятно повлияют на развитие проекта и вывод его на рынок:

1. Динамичный рост индустрии развлечений: несмотря на кризис, индустрия развлечений показывает существенный рост ежегодно, в том числе – сегмент event-мероприятий. Так, объем рынка составляет порядка **\*\*\* млрд. рублей (Россия)** и **\*\*\* млрд. руб. (Москва)** и будет увеличиваться до **\*\*\* и \*\*\* млрд. руб.** соответственно к 2020 году.
2. Московский рынок event-индустрии имеет долю свыше **\*\*\*%** от общероссийского рынка, то есть наиболее перспективной территорией для проекта является именно Москва.
3. Целевая аудитория проекта на территории Москвы составляет порядка **\*\*\* млн. человек (треть всего населения)** ввиду высокого показателя благосостояния жителей (Москва входит в ТОП самых дорогих городов мира).
4. По итогам 2015 года, наиболее эффективными инструментами BTL по-прежнему остаются Promo и Event-marketing – **\*\*\*%** и **\*\*\*%** соответственно, что говорит о несомненной перспективности выбранного направления деятельности.
5. Рынок отличается четким сегментированием: есть компании, имеющие широкий профиль и занимающиеся предоставлением пакетов услуг во всех отраслях индустрии, а есть компании, узкоспециализированные в конкретной

области (спорт, торговля, свадьбы, проч.). Таким образом, данная характеристика рынка позволяет говорить о множестве незанятых ниш и возможности узкой специализации. Так, начав деятельность с широкого профиля, проекта может в дальнейшем выбрать одно из направлений и предложить специализированные услуги только для данного сегмента.

6. Учитывая уникальное торговое предложение, которым обладает проект уже на старте (наличие собственного мобильного приложения для аренды event-площадок) проект имеет все шансы на успех среди компаний-лидеров московского рынка, многие из которых предлагают стандартизированный набор услуг и не имеют УТП как такового.

## Содержание

Перечень таблиц, диаграмм, рисунков	4
Резюме проекта	5
Раздел 1. Описание проекта	6
1.1. Идея проекта	6
1.2. Юридический аспект (заемный труд)	10
Раздел 2. Анализ рынка	15
2.1. Рынок event-услуг России	15
2.1.1. Сегментация рынка	17
2.1.2. Крупнейшие игроки рынка	19
2.1.3. Ценообразование на рынке	25
2.2. Рынок event-услуг г. Москва	26
2.3. Сегментирование потребителей	28
2.3.1. Потребительские предпочтения	30
2.4. Выводы по разделу	32
Раздел 3. Конкурентное окружение	34
3.1. Отбор основных конкурентов	34
3.2. Анализ конкурентов	41
Раздел 4. Маркетинговый план	43
4.1. Создание сайта	43
4.2. Поисковое продвижение	49
4.3. Создание приложения	52
4.4. Участие в профильных выставках	54
Раздел 5. Организационный план	56
5.1. План персонала	56
Раздел 6. Финансовый план	58
6.1. Допущения проекта	58
6.2. Цены реализации	59
6.3. Сезонность	64
6.4. Объемы продаж	65
6.5. Выручка	68
6.6. Персонал	72
6.7. Затраты	85
6.8. Налоги	94
6.9. Капитальные вложения	97
6.10. Инвестиции	97
6.11. Отчет о прибыли и убытках	98
6.12. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC	104
6.13. Отчет о движении денежных средств	113
6.14. Денежные потоки	119
6.15. Показатели экономической эффективности	124
Раздел 7. Анализ чувствительности	127
7.1. Анализ чувствительности	127
7.2. Анализ безубыточности	132
ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSConsulting»	135



## Перечень графических элементов

### Таблицы

Таблица 1. Услуги агентства - профиль компании	8
Таблица 2. Крупнейшие игроки российского рынка event-услуг	20
Таблица 3. Пул компаний, формирующих event-индустрию Москвы	28
Таблица 4. Категории населения по группам среднедушевого дохода, РФ, 2009-2015 гг.	29
Таблица 5. Профили конкурентных компаний	35
Таблица 6. Штатное расписание проекта и заработные платы	57
Таблица 7. Расчет долгосрочной прибыли сверх CAPM для портфелей десятичных групп NYSE/AMEX/NASDAQ	109
Таблица 8. Алгоритм определения степени риска оцениваемой компании	110
Таблица 9. Алгоритм расчета премии за специфический риск	111
Таблица 10. Расчет средневзвешенной стоимости капитала (WACC)	112
Таблица 11. Основные финансовые показатели проекта	126
Таблица 12. Анализ чувствительности к изменению стоимости продукции	127
Таблица 13. Анализ чувствительности к изменению уровня затрат	129
Таблица 14. Анализ чувствительности к изменению ставки дисконтирования	130
Таблица 15. Расчет точки безубыточности	132

### Диаграммы

Диаграмма 1. Динамика рынка BTL-услуг на территории России, 2013-2020 гг., млрд. руб.	16
Диаграмма 2. Динамика объема event-рынка России, 2005-2020 гг., млрд. руб.	17
Диаграмма 3. Структура event-рынка в регионах России	18
Диаграмма 4. Доли (популярность) инструментов BTL на рынке Москвы	18
Диаграмма 5. Динамика event-рынка, г. Москва, 2015-2020 гг., млрд. руб.	27
Диаграмма 6. Стратегическая конкурентная канва	42

### Рисунки

Рисунок 1. Пример дизайна и юзабилити сайта event-агентства «George P. Johnson»	45
Рисунок 2. Пример карты сайта event-агентства «George P. Johnson»	45
Рисунок 3. Пример дизайна и меню сайта, event-агентство, Россия	46
Рисунок 4. Пример оформления ценовой политики	47
Рисунок 5. Пример вывода сайта event-агентства в ТОП10 поисковой системы	51
Рисунок 6. Точка безубыточности проекта	133

*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*

## ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSConsulting»

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), на сегодняшний день – 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 "Землегодие-Инвест", ОАО "Воткинский завод", НПП "Стэлс", Государственное предприятие УкрНИИ НП "Масма", "Reproto Technologies", компания "ВОК Монтаж Сервис", ООО "PRIIMAS"

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", Правительство России, 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"*