**Бизнес-план проекта**

**Реализация Лазертаг-клуба**

**г. Смоленск, 2021 год.**

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № наздела | Наименование раздела | номер страницы |
| 1 | Информация о Заявителе | 3 |
| 2 | Краткое описание проекта, цели и задачи его реализации | 4 |
| 3 | Краткое описание рынка, целевой аудитории, маркетинговой политика, продвижения проекта | 6 |
| 4 | Информация о количестве и квалификации персонала | 7 |
| 5 | Информация об аналогичных проектах , реализованных (реализуемых) на территории РФили за рубежом | 7 |
| 6 | Календарный план инвестиционного проекта | 8 |
| 7 | Проект сметы расходов на реализацию проекта | 8 |
| 8 | Финансовый план проекта и оценка рисков | 9 |
| 9 | Значения результатов социального контракта | 11 |

# 1. ИНФОРМАЦИЯ О ЗАЯВИТЕЛЕ

|  |  |
| --- | --- |
| Полное наименование организации или фамилия, имя, отчество (при наличии) индивидуального предпринимателя: | Открытие ИП |
| Контактное лицо: фамилия, имя, отчество (при наличии), контактный телефон, адрес электронной почты |  |
| Основной вид экономической деятельности заявителя | 92.62 «Прочая деятельность в области спорта» |
| Мероприятие государственной поддержки (социальный контракт) | Получение социальной помощи (социального контракта) в интересах реализации лазертаг-клуба |
| **Размер социальной помощи, рублей** | 250000 руб. |

Основной вид экономической деятельности, который заявитель планирует осуществлять в регионе – прочая деятельность в области спорта.

# 2. КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

**2.1. Наименование проекта:**

Реализация лазертаг-клуба

**2.2. Цели проекта:**

Создание в течение месяца современного полигона для проведения игр лазертаг со всей необходимой инфраструктурой и благоустроенной территории.

**2.3. Задачи проекта:**

* + - Открыть ИП;
    - Построить полигон для лазертаг-клуба;
    - Закупить оборудование у официального производителя;
    - Пройти обучение в центре «Мой бизнес»
    - Пройти обучение по правилам эксплуатации комплекта лазертаг-клуба;
    - Провести рекламную кампанию, организовать трансферт до места проведения игр;
    - Организовать функционирование лазертаг-клуба.

**2.4. Сроки реализации проекта.**

Даты начала проекта – 01.06.2021

Дата окончания проекта – 01.06.2022 г.г.

**2.5. Краткое описание проекта.**

Лазертаг – всесезонный популярный и быстро развивающийся вид спортивно-развлекательных услуг во всем мире. За последние 3 года популярность лазертага выросла в 12 раз и открыто уже более 350 клубов по всей России. Только в г. Смоленске открылось и успешно работает более 5 клубов с лазертаг оборудованием. Это свидетельствует о росте спроса и явной перспективности данного вида спортивных развлечений.

Целью данного проекта является создание лазертаг-клуба.

Ряд особенностей игры Лазертаг:

Игра не требует специальной физической подготовки и базируется на простых и понятных правилах, поэтому участвовать в ней может любой человек, допущенный до занятий физкультурой по состоянию здоровья;

Игры происходят на свежем воздухе, либо в помещении и связаны с активной двигательной нагрузкой, причем отсутствует необходимость разделения игроков по весовым или возрастным категориям;

В отличие от пейтбола, где после попадания боевым шариком остаются болевые ощущения и даже травмы, то лазертаг в этом плане абсолютно безопасен и не приносит болевых ощущений от попадания инфракрасным лучем;

Лазертаг – это экологически чистая игра, после которой не остается ни мусор, ни краска (по сравнению с пейнтболом).

По сравнению с другими видами спорта, лазертаг имеет особую привлекательность, как военно-спортивное приключение. Более того, лазертаг дает возможность контролируемого выброса агрессии и снятия стрессов;

Лазертаг может быть использован как нетрадиционный вид спорта с элементами военно-патриотического воспитания и подготовки к службе в армии, воспитания бережного отношения к оборудованию и снаряжению и отвлечения подростков от улицы;

Также широко используется такая возможность лазертага, как сплочение коллектива в ходе игры и выявление естественных лидеров – многие компании используют ее для подбора рабочих групп в ходе внутрикорпоративных турниров.

Игры по лазертагу это настоящий праздник для жителей города с большим количеством положительных эмоций и незабываемых ощущений.

Источники финансирования проекта:

* По социальному контракту - 250000 рублей.

**2.6. Краткое писание производственного и организационного процесса реализации проекта.**

**1этап:**

* Разработка общей концепции;
* Благоустройство территории;
* Подготовка плана полигона;
* Разработка стратегии развития проекта;
* Привлечение стратегических партнеров проекта;

На данный момент заключены предварительные договоренности:

* По выделению места для проведения игр Лазертаг
* По приобретению необходимого оборудования непосредственно у производителя комплектов для лазертаг-клуба.

**2 этап**

* Строительство объектов полигона Лазертаг с элементами необходимого обустройства проведения игр между двумя командами до 6 человек в каждой;
* Разработка рабочей документации деятельности лазертаг-клуба;

**3 этап**

* Разработка и опробирование различный адаптивных сценариев игр;
* Обустройство места инструктажа;
* Обустройство мест переодевания и отдыха;
* Проведение рекламной кампании;
* Заключение договоров с туристическими агентствами;
* Организация трансфера до места проведения игр.

**4 этап**

* Запуск проекта;
* Начало деятельности;
* Прием посетителей;
* Развитие и поддержание работоспособности оборудования и объектов;
* Проведение массовых и спортивных мероприятий.

**2.8. Обоснование социальной значимости проекта.**

Сегодня особенно важно возродить в российском обществе чувство истинного патриотизма как духовно-нравственную и социальную ценность, сформировать в молодом человеке активные гражданские, социально значимые качества, которые он сможет проявить в созидательном процессе и в тех видах деятельности, которые связаны с защитой государства.

Воспитание молодежи в духе боевых традиций старшего поколения, уважения к подвигам героев формирует у подростков чувство любви к Родине, родному краю, гордости за свое Отечество, повышает интерес к военно-прикладным видам спорта, развитию физических навыков и волевых качеств, готовности к защите Родины.

Мой проект сочетает в себе комфорт и безопасность игры на основе современных стандартов качества.

# 3. КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ РЫНКА, ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ, МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ И СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОЕКТА

**3.1. Анализ конкурентной среды.**

Клубы «Лазертаг» функционируют только в г. Смоленске (120 км от территории планируемого проекта):

**3.2. Основные конкурентные преимущества.**

Среди существенных конкурентных преимуществ нашего проекта, мы выделяем следующие:

* Естественный природный ландшафт;
* Красивая локация;
* Бесплатный wi-fi;
* Обеспечение отдыхающих водой из местного источника;
* Удобный подъезд к территории лазертаг-клуба;
* Все постройки и сооружения на полигоне проектируются из экологических натуральных материалов.

**3.3. Основные потребители продукта. Целевые сегменты рынка.**

Целевая аудитория данного проекта:

- путешественники и владельцы автодомов;

- любители отдыха на природе;

- семьи с детьми;

- участники фестивалей и тематических мероприятий;

- участники спортивных мероприятий;

- группы корпоративных клиентов.

**3.4. Краткое описание стратегии продвижения проекта.**

Маркетинговый план реализации бизнес плана состоит из следующих компонентов:

1. Ценообразование

2. Схема взаимодействия с заказчиками

3. Реклама и иные способы продвижения продукции

4. Методы стимулирования продаж

5. Формирование имиджа предприятия (PR)

Рекламная стратегия продвижения на стадии проектирования включает:

- формирование корпоративного имиджа и бренда. За счет оказания качественных услуг по приемлемым ценам в быстрые сроки будет формироваться положительный имидж лазертаг-клуба;

- перед открытием проекта планируется провести рекламную пиар-акцию.;

- изучение конкретных потребностей различных групп клиентов на развлекательные услуги путем анкетирования, проведения квизов в соцсетях и «живых» опросов;

- использование современных средств коммуникации с потенциальными клиентами и интернет-маркетинга.

# 4. ИНФОРМАЦИЯ О КОЛИЧЕСТВЕ И КВАЛИФИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА.

В результате реализации проекта планирую осуществлять деятельность лазертаг-клуба без привлечения наемных сотрудников:

# 5. ИНФОРМАЦИЯ ОБ АНАЛОГИЧНЫХ ПРОЕКТАХ, РЕАЛИЗОВАННЫХ (РЕАЛИЗУЕМЫХ) НА ТЕРРИТОРИИ СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

* Кобра-парк
* Легион
* [Лазертаг клуб Laserwar](https://yandex.ru/maps/org/lazertag_klub_laserwar/228953780046/)
* [Клуб Викинг внеаренный лазертаг](https://yandex.ru/maps/org/klub_viking_vnearenny_lazertag/1139285472/)
* [СтрелОК\_67](https://yandex.ru/maps/org/strelok_67/34766179396/)

# 6. КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Решаемая задача | Дата начала | Дата завершения |
| 1 | Приобрести оборудование и амуницию для проведения игр | 02.07.2021 | 31.08.2021 |
| 2 | Строительство и подготовка полигона для проведения игр | 02.07.2021 | 31.08.2021 |
| 3 | Тестирование и обкат сценариев для проведения игр | 01.09.2021 | 30.09.2021 |
| 4 | Организовать начало работы клуба. | 02.07.2021 | 30.09.2021 |

**\* с возможностью продления до 01.06.2022**

# 7. ПРОЕКТ СМЕТЫ РАСХОДОВ НА РЕАЛИЗАЦИЮ МЕРОПРИЯТИЙ

| **№** | **Статья расходов** | **Запланированные по смете расходы, руб.** | | | | | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. Оплата труда | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.1 | Оплата труда штатных работников | Заработная плата в месяц (в руб, вкл. НДФЛ) | | | | Кол-во мес. (не более 18) | | Общая стоимость | | | Софинанси-рование (за весь период, в руб.) | | | Запрашиваемая сумма, руб. | |
|  |  | 0 | | | | 0 | | 0 | | | 0 | | | 0 | |
| 1.3 | Страховые взносы | 36723 | | | | 12 | | 36723 | | | 0 | | | 0 | |
|  | Описание | Стоимость единицы (руб.) | | | | Кол-во | | Общая сумма (руб.) | | | Софинансирование (за весь период, в руб.) | | | Запрашиваемая сумма, руб. | |
| 2. | Командировочные расходы | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Цель поездки и место назначения | Расходы на одного работника | | | | Кол-во работников | | Общая стоимость | | | Софинансирование (по всем командируемым, в руб.) | | | Запрашиваемая сумма, руб. | |
| 2.1 | … | 0 | | | | 0 | | 0 | | | 0 | | | 0 | |
| 3. | Административные (офисные) расходы | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Наименование расходов | Стоимость единицы (в руб.) | | | | Кол-во единиц | | Общая стоимость | | | Софинансирование (за весь период, в руб.) | | | Запрашиваемая сумма, руб. | |
| 3.1 | … | 0 | | | | 0 | | 0 | | | 0 | | | 0 | |
|  |  |  | | | |  | |  | | |  | | |  | |
| 4. | Приобретение, аренда специализированного оборудования, инвентаря и сопутствующие расходы | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Наименование расходов | Стоимость единицы (в руб.) | | | | Кол-во единиц | Общая стоимость | | | | Софинансирование (за весь период, в руб.) | | | Запрашиваемая сумма, руб. | |
| 4.1 | Приобретение оборудования |  | | | |  | 241700 | | | | 0 | | | 241700 | |
| 4.2 | Открытие ИП |  | | | |  | 800 | | | |  | | | 800 | |
| 4.3 | Аренда земли |  | | | |  | 5000 | | | |  | | | 5000 | |
| 4.4 | Строительные материалы |  | | | |  | 2500 | | | |  | | | 2500 | |
| 5. | Разработка и поддержка сайтов, информационных систем и иные аналогичные расходы | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Наименование расходов | | Стоимость единицы (в руб.) | | | Кол-во единиц | | | | Общая стоимость | | | Софинансирование (за весь период, в руб.) | Запрашиваемая сумма, руб. | |
| 5.1 | … | | 0 | | | 0 | | | | 0 | | | 0 | 0 | |
| 6. | Оплата юридических, информационных, консультационных услуг и иные аналогичные расходы | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Наименование расходов | | | Стоимость единицы (в руб.) | Кол-во единиц | | | | Общая стоимость | | | Софинансирование (за весь период, в руб.) | | | Запрашиваемая сумма, руб. |
| 6.1 | … | | | 0 | 0 | | | | 0 | | | 0 | | | 0 |
| 7. | Расходы на проведение мероприятий | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Наименование расходов | | | Стоимость единицы (в руб.) | Кол-во единиц | | | | Общая стоимость | | | Софинансирование (за весь период, в руб.) | | | Запрашиваемая сумма, руб. |
| 7.1 | … | | | 0 | 0 | | | | 0 | | | 0 | | | 0 |
| 8. | Издательские, полиграфические и сопутствующие расходы | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Наименование расходов | | | Стоимость единицы (в руб.) | Кол-во единиц | | | | Общая стоимость | | | Софинансирование (за весь период, в руб.) | | | Запрашиваемая сумма, руб. |
| 8.1 | … | | | 0 | 0 | | | | 0 | | | 0 | | | 0 |
| 9. | Прочие прямые расходы | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Наименование расходов | | | Стоимость единицы (в руб.) | Кол-во единиц | | | | Общая стоимость | | | Софинансирование (за весь период, в руб.) | | | Запрашиваемая сумма, руб. |

**8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА И ОЦЕНКА РИСКОВ**

**8.1. Прогноз выручки проекта на 2021-2024 год.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **2021-2022** | **2022-2023** | **2023-2024** |
| **Общий объем выручки, руб.** | **2 392 200** | **2 068 800** | **2 082 240** |

Расчетный период окупаемости проекта составляет 20 месяцев.

**8.2. Анализ рисков проекта.**

Анализ рисков данного проекта предполагает подход к риску не как к статическому, неизменному, а как к управляемому параметру, на уровень которого возможно и нужно оказывать воздействие. Отсюда следует вывод о необходимости влияния на выявленные риски с целью их минимизации или компенсации.

Указанный проект является очень конкурентным и жизнеспособным. В перспективе инициатор проекта предполагает получать стабильную прибыль от реализации проекта. К сильным сторонам проекта и его конкурентным преимуществам можно отнести:

- живописная природа участка, на котором реализуется проект;

- новые современное оборудование;

- конкурентная цена услуг;

- большой спектр дополнительных услуг и развлечений.

Но в тоже время для работы проекта имеются определенные риски, которые также необходимо отразить в настоящем проекте. Все риски, которые могут возникнуть у инвестора при реализации указанного проекта можно условно подразделить на следующие группы:

1.Технологические (производственные);

2.Организационные;

3.Финансовые;

4. Риски, связанные с форс-мажорными обстоятельствами.

Под технологическими рисками подразумеваются перебои с приобретением оборудования у поставщиков. Предупредить и минимизировать указанные риски можно, установив прочные партнерские отношения с несколькими поставщиками.

Под организационными рисками инвестор подразумевает возможные сложности с набором квалифицированного персонала (при необходимости), которые могут возникнуть у предпринимателя в будущем. Предупредить и минимизировать указанные риски можно, воспользовавшись услугами профессиональных кадровых агентств.

Под финансовыми рисками инвестор подразумевает возможное увеличение налоговой нагрузки. Предупредить и минимизировать указанные риски можно, увеличив торговую наценку.

Риски, связанные с форс-мажорными обстоятельствами обусловлены непредвиденными обстоятельствами (от смены политического курса страны до забастовок и землетрясений). Мерой по их снижению служит работа предприятия с достаточным запасом финансовой прочности, а также создание специальных резервных фондов на непредвиденные обстоятельства. Для снижения общего влияния рисков на эффективность предприятия возможно предусмотреть коммерческое страхование по действующим системам страхования (страхование гражданской ответственности, имущества, транспортных перевозок, рисков, заложенных в контрактах на заключаемые сделки, перестрахование).

Определить в какую стоимость обойдется возможное предупреждение и минимизация рисков не представляется возможным в связи с множеством факторов и рисков, могущих повлиять на начинаемый бизнес

**9. ЗНАЧЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ СОЦИАЛЬНОГО**

**КОНТРАКТА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Результат социального контракта** | **Количественное значение** |
| 1. | Создание и запуск Лазертаг-клуба | 1 |

# 10. ОЖИДАЕМЫЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ

Бурное развитие кемпингов (глэмпингов) оформилось в ведущий тренд развития мировой туристской отрасли. Эту тенденцию уже называют мегатрендом, который знаменует собой смену парадигмы туризма – смена пассивного потребления турпродуктов, сформированных туроператорами, активной организацией путешествий и отдыха самими туристами. В результате сформировалось новое направление в туризме – экотуризм, связанное с комфортным, безопасным и активным отдыхом на природе.

Надеюсь, что реализация проекта приведет к увеличению числа путешествующих по России туристов, для которых ранее данный вид развлечения был недоступен.

Кроме того, мы можем выделить социально-экономический эффект для местных жителей, проживающих в Смоленской области:

- создание в будущем рабочих мест для местных жителей;

- оказание услуг местным жителями;

- возможность проведения мероприятий для местных жителей.

# 