

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/business-plan/134000>

Тип работы: Бизнес план

Предмет: Бизнес-планирование

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОБЗОРНЫЙ РАЗДЕЛ 3
ОПИСАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ 6
ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ 9
АНАЛИЗ РЫНКА 10
ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН 12
МАКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ 14
РЕКЛАМА 15
ПЛАН СБЫТА 16
ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН 16
АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА 17
ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА 19
ИНВЕСТИЦИИ И ПОСТОЯННЫЕ РАСХОДЫ 20
ЗАКЛЮЧЕНИЕ 23
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 24

ОБЗОРНЫЙ РАЗДЕЛ

Музей — учреждение, занимающееся собиранием, изучением, хранением и экспонированием предметов — памятников естественной истории, материальной и духовной культуры, а также просветительской и популяризаторской деятельностью.

Сокращение государственного финансирования и снижение количества посетителей в связи с экономическими трудностями, переживаемыми населением страны, повлекли за собой потерю музеями уверенности в завтрашнем дне.

Новая стратегия выживания принесла в традиционный музейный язык новые понятия: менеджмент и маркетинг, которые способствуют организации современного музейного дела и управлению музейной деятельностью, что относится к прикладному музееведению.

Многие специалисты и руководители музеев, также как и посетители, весьма неоднозначно воспринимают термин «музейный маркетинг». Естественно, что многие опасаются, что результатом музейного маркетинга может стать голый меркантилизм, отход от ценностей и снижение музейных стандартов.

Открыть свой собственный бизнес в большинстве случаев означает воспользоваться одним из традиционных предложений, которые уже три тысячи раз испробованы, схема их действия отработана, а примеры встречаются на каждом углу. Магазины одежды, продуктов, производство, перепродажа, фаст-фуд. Что же касается менее популярных видов, то на них взирают с опаской и недоверием.

Меж тем, среди них также есть достойные экземпляры. И по сравнению с вышеописанными, имеют одно явное преимущество. В них нет такой бешеной всепоглощающей конкуренции. А ведь именно конкуренция с первых шагов может задавить любой продуманный бизнес-план и дело из прибыльного может превратиться в долгую игру на выживание.

На этом фоне уникальность проекта может стать отличным подспорьем в организации предпринимательского дела, которое будет иметь отличные показатели выхода на чистую прибыль и заработка. Одним из таких проектов является открытие выставки.

Открытие выставки как бизнес – достаточно новое веяние среди бизнесменов в странах СНГ. Однако уже считается перспективным видом предпринимательской деятельности и обещает владельцам хороший уровень дохода при организации. Однако у него, как и у любого другого вида бизнеса есть свои сложности, которые будут определять весь процесс организации.

Музеи — важная часть культурного и исторического наследия времени. Они хранят память о прошлом, позволяя окунуться в другую эпоху и представить, как жили раньше. Однако сохранение культурного наследия не единственная цель — существуют тематические музеи, которые посвящены эпохам, всевозможным коллекциям и личностям.

Логичным расположением станет историческое здание в центре города — культурные места преобразуют городскую среду, а туристы и прохожие легко найдут музей.

В музеях обычно выставляют частные коллекции, научные и познавательные материалы, переданные фондом музея и людьми в виде пожертвований. Гости посещают выставки и экспозиции, лекции и покупают сувениры в музейной лавке.

Преимущества и недостатки открытия проекта. Основное преимущество заключается в том, что не нужна лицензионная документация для осуществления деятельности. Согласования и разрешения нужны при составлении договора аренды и будут касаться общих требований, которые обычно предъявляются сан станцией и Роскомнадзором.

Небольшой частный проект вполне способен обойтись без штата. Обладание стартапером редкими объектами повысит посещаемость, а если владелец проекта может позволить себе закупить качественную технику и обеспечить должный современный уровень интерактивности, то приток клиентов в входные дни и в сезон отпусков обеспечен.

ОПИСАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Выбор тематики определяется рядом факторов:

Наличием или отсутствием опыта работы в музейной сфере. Если нет опыта, необходимы консультации специалистов – профессиональных музейщиков и коллекционеров.

Знанием темы. Нет смысла выбирать незнакомую тему – это верный признак провала. Чтобы проект был успешным, предприниматель должен работать со знакомой ему тематикой либо получить эти знания – читая литературу, общаясь с коллегами, посещая конференции и вебинары профессионалов.

Наличием собственных коллекций. Большинство частных музеев формировались из частных коллекций и постепенно расширялись. Собственная коллекция – большой плюс. Большинство известных музеев были сформированы на базе таких коллекций.

Конкуренцией. Все существующие музеи – потенциальные конкуренты. Первостепенная задача – переманить из них посетителей. Это будет не просто, но вполне реализуемо при правильном подходе к реализации проекта и хорошей рекламной кампанией.

Туристической привлекательностью региона. К примеру, создать собственное музейное предприятие в Питере или Крыму гораздо рентабельней, чем где-нибудь в глубинке.

При выборе тематике необходимо учитывать все эти факторы, все они взаимосвязаны между собой и дополняют друг друга.

Дополнительно необходимо провести анализ целевой аудитории. Он покажет, насколько посещаемым будет музей той или иной тематики.

Поскольку первостепенная задача предпринимателя – заработать на посетителях, этот фактор должен быть главным.

После выбора темы нужно определиться с типом предприятия.

Музеи бывают двух типов:

закрытые;

под открытым небом.

В частных коллекциях чаще всего демонстрируются экспонаты, собранные по частным коллекциям.

Согласно данным Ассоциации частных музеев, многие частные музеи выросли в серьезные организации из сборных коллекций, которые составляли часть экспозиций тех или иных крупных проектов. Иногда помещение требуется для интерактивных музеев для привлечения большего числа посетителей и денежной отдачи. Согласно действующему законодательству Российской Федерации, необходимо зарегистрировать музей как форму частной собственности, и выплачивать единый налог на деятельность.

Основным преимуществом такого вида предпринимательской деятельности является тот факт, что для открытия музей не требуется покупка и оформление лицензии. Вход в частный музей может быть добровольным, однако стоит установить нижний предел в сумму, к примеру, в 220 рублей. Реализация сувенирной и информационной продукции на электронных носителях также облагается налогом.

Дополнительную прибыль можно получить, сдавая в аренду музейное помещение для проведения экскурсий, мастер классов и развлекательных мероприятий. Дорогостоящая аренда окупит себя только в том случае, если посетителей будет очень много, и они будут приходить постоянно, поэтому для того, чтобы открыть частный музей в своем городе, необходимо также заручиться поддержкой турагентств и туроператоров – посещение вашего проекта, включенного в уже готовый тур по городам РФ для иностранных туристов или жителей нашей страны, принесет доход как турагентству, так и вашему музею. Главное отличие частного музея от государственного – права владения и наличие устава. Государственным может формально считаться то учреждение культуры, которое имеет документально зафиксированный музейный фонд и план дальнейшего развития. Преимуществом такого рода деятельности является возможность поставить свое учреждение на баланс муниципалитета, города. Помещение будет включать выставочный зал, кассу, гардероб и санузел. Ремонт и оформление музея должны быть стилизованы под формат. Основатель обязан выполнить все требования пожарной безопасности и получить разрешение от пожарной инспекции на ввод помещения в эксплуатацию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Казакова С.Ф. «Научное комплектование фондов музеев», М-2018.
2. Каулен М.Е. «Музейное дело России», изд. «ВК», М-2019.
3. Музеи мира., изд. «Эксмо-Пресс», М-2020.
4. Тельчаров И.А. «Основы музейного дела» изд. Омега-Л., М-2017.
5. Хербст В.А., Левыкина К.Г., Музееведение. Музеи исторического профиля. Изд. Высшая школа М-2017.
6. Шулепова Э.А. «Основы музееведения», изд. Едиториал М-2019.
7. Юренева Т.Ю. «Музееведение», Академический Проект., М-2017.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/biznes-plan/134000>