



Маркет  
Аналитика

**БИЗНЕС-ПЛАН**  
**ОТКРЫТИЯ ДЕТСКОГО РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО**  
**ЦЕНТРА НА ТЕРРИТОРИИ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА**

**ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ**

Москва, январь 2010



## **СОДЕРЖАНИЕ**

### **КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОЕКТА**

Идея проекта

Экономика проекта

### **ВНЕШНЕЕ ОКРУЖЕНИЕ ПРОЕКТА**

Понятие детских развлекательных центров

Сегментация рынка

Ценообразование на рынке

Количественные характеристики рынка

Конкурентный анализ

Оценка потребительских предпочтений

Тенденции рынка развлечений

PEST- анализ рынка

Основные выводы по анализу рынка развлечений

### **КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА**

Общие сведения

Распределение площади объекта

Виды услуг

Стоимость услуг

Позиционирование услуг

Концепция рекламной и PR кампаний

### **ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН**

Организационный план реализации проекта

Производство услуг

### **ПЕРСОНАЛ ПРОЕКТА**

Формирование штата сотрудников

Штат сотрудников и его функционал

Организационно-управленческая структура компании

Формирование фонда оплаты труда

### **ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН**

Объем вложений

Затраты на открытие детского центра

Текущие месячные затраты

План доходов

Отчет о прибылях и убытках

График окупаемости проекта



**Маркет  
Аналитика**

**Телефон: (495) 720-13-80  
E-mail: [info@marketanalitika.ru](mailto:info@marketanalitika.ru)  
[www.marketanalitika.ru](http://www.marketanalitika.ru)**

## **Показатели эффективности проекта Список таблиц и диаграмм**



## **КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОЕКТА**

### **Идея проекта**

Создание детского развлекательного центра (ДЦ) на территории крупного торгового центра (ТЦ).

...

**Целевая аудитория:** семьи с детьми от 4 до 12 лет, заинтересованные в качественном и разнообразном досуге всей семьи.

**Необходимая площадь** – ... кв.м.

**Время работы** – 12 часа в сутки

**Штат персонала** – ... сотрудников.

### **Экономика проекта**

**Расчетный срок проекта** – ... года

**Необходимый объем инвестиций** – ... \$

**Срок окупаемости проекта** – ... мес.

**Внутренняя норма рентабельности IRR, год** – 98,7%

**Внутренняя норма рентабельности IRR, мес.** – 5,8%



## **ВНЕШНЕЕ ОКРУЖЕНИЕ ПРОЕКТА**

Рынок развлечений в целом, как и отдельно взятые его сегменты, является одной из важнейших сфер повседневной жизни человека, которая, наряду с образованием, способна существенно влиять на состояние общества. Нужда в них появляется сразу после удовлетворения первичных потребностей людей (еда, кров, стремление произвести потомство). Удовлетворенность их качеством и доступностью является для человека индикатором его социального положения, а для общества - показателем развития экономики страны в целом и ее социальной сферы в частности, так как формирование индустрии развлечений является прямым следствием достижения определенного уровня доходов населения, когда у него появляются свободные средства.

...

Сегмент детских развлекательных центров, является на настоящий момент одной из самых прибыльных отраслей индустрии развлечений. Это приводит к повышению интереса к нему как государственных организаций, так и частных структур. Отличительной особенностью нынешнего этапа развития рынка детских развлечений в России является ее проникновение и становление в российских регионах.

### **Понятие детских развлекательных центров**

По результатам анализа открытых источников информации можно принять следующие определения:

- Индустрия развлечений – совокупность предприятий, производящих и реализующих продукт, удовлетворяющий потребностям в самовыражении социально-защищённых групп социума в свободное от рабочего процесса время.
- Развлечения – процесс потребления, ориентированный на самовыражение и проявление индивидуальности человека.

...



### **Сегментация рынка**

Среди распространенных на сегодняшний день объектов развлекательной сферы, предназначенных для детей, можно выделить следующие:

- Парки отдыха и развлечений;
- Аквапарки;
- Детские развлекательные центры в ТЦ и в отдельных зданиях;
- Игровые зоны в торгово-развлекательных центрах.

Рассмотрим сегмент детских развлекательных центров, он наиболее интересен, так как планируемый проект планируется реализовать именно в данном сегменте.

...

Рассмотрим также ближайший смежный сегмент рынка – игровые зоны в ТЦ.

...

### **Ценообразование на рынке**

Что касается услуг детских развлекательных центров в ТЦ, то их стоимость формируется так же, как и в открытых парках развлечений: либо за отдельные аттракционы, либо за вход в развлекательный комплекс. Например, в развлекательном комплексе «СТАР ГЭЛАКСИ», стоимость каждого аттракциона составляет от 50 до 150 рублей в зависимости от аттракциона, а групповое посещение 150 до 1030 рублей за человека за несколько часов (включено определенное количество аттракционов).

Ценовая политика в детских развлекательных центрах зависит от нескольких факторов:

- Позиционирования комплекса или сети развлекательных комплексов
- ...



### **Количественные характеристики рынка**

Рынок услуг парков и развлекательных комплексов с аттракционами активно растущий: темпы роста составляют около 30% в год. По прогнозам экспертов, на этом рынке спрос еще минимум 2-3 года будет превышать предложение<sup>1</sup>. Общий объем рынка аттракционов (как парковых, так и в помещениях) оценивается в ... млрд. руб.

Как показывает практика, лучше всего развлекательная функция развивается параллельно с торговлей, а вот формат открытых парков развлечений не получил должного развития. Это связано с ограниченностью и высокой стоимостью больших участков земли, способных разместить различные виды развлечений. Открытые парки развлечений сегодня не развиваются в основном из-за того, что такое использование земли неэффективно с точки зрения девелоперов. Кроме того, ...

...

### **Конкурентный анализ**

Как было отмечено ранее, рынок детских и семейных развлечений пока не насыщен. В 2007-2009 гг. рынок развлечений вошел в интенсивную фазу развития и начал быстро консолидироваться. В ближайшие годы ожидается интенсивный рост Рынка, который будет обеспечиваться как за счет роста существующих сетей, так и за счет появления новых игроков. Этап острой конкуренции начнется через 2-3 года (особенно это относится к сегменту детских развлечений), прежде всего, на рынке Москвы, которая повлечет череду слияний и поглощений. Немаловажную роль в этот момент сыграет наличие зарубежного партнера с опытом и новыми технологиями<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> <http://www.spbgid.ru/index.php?news=162530>



...

### **Оценка потребительских предпочтений**

Потребителей исследуемого Рынка можно сегментировать следующим образом:

По основной группе потребителей развлечений:

- дети
- семьи
- молодежь

По возрасту ребёнка

- дошкольный
- младший и средний школьный
- старший школьный возраст

По уровню дохода в семье:

- ...

По частоте посещения объектов детских развлекательных центров:

- ...

### **Тенденции рынка развлечений**

- Наиболее активно растущим сегментом описанного Рынка является сегмент аттракционов в помещениях, в особенности аквапарков и детских развлекательных комплексов, что связано с ростом популярности среди потребителей, а также большей выгоды для инвесторов. Это еще раз показывает инвестиционную привлекательность планируемого бизнес-проекта по открытию детского развлекательного центра.

---

<sup>2</sup> <http://www.ssa.ru/news/news/2053EE4B2>





- Рост рынка парковых аттракционов в основном за счёт южных и крупных городов России, обеспеченных в качестве потребителей и потоком туристов.
- ...

### **PEST- анализ рынка**

PEST-анализ - маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды которые могут повлиять на стратегию компании. PEST-анализ - эффективный инструмент понимания рынка, внешнего окружения компании, наиболее важных влияющих факторов.

...

### **Основные выводы по анализу рынка развлечений**

...



## КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

### Общие сведения

Планируется создание Детского Развлекательного Центра (ДРЦ), находящегося в отдельном помещении, здании.

На территории детского центра будут находиться:

- Игровые автоматы: автоматы – симуляторы (имитаторы боев, авто и мотто гонок, стрельб) и призовые автоматы, за каждую проведенную игру, ребенок может получить определенное количество бонусов, которые обмениваются на реальные подарки в «Призотеке».
- ...
- ...
- ...

### Распределение площади объекта

В первую очередь необходимо подобрать здание, которое будет соответствовать следующим параметрам:

- Площадь порядка ... кв.м.
- Расположение в торгово-развлекательном центре, обычно это первый либо последний этаж, выигрышно располагаться возле фуд-корта, близ кафе, магазинов для детей.

Рассмотрим план распределения основной площади.

**Таблица 1. Распределение основных площадей объекта**

Услуга	Площадь	Суммарная площадь
Игровой зал	...	
Кафе	...	
Раздевалка	...	
Сцена для представлений	...	
Кабинет административного персонала	...	



Служебные помещения	...	
Всего		...

### Виды услуг

Планируемый центр специализируется на предоставлении посетителям развлекательных услуг для детей. Дополнительно для родителей появляется возможность оставить ребенка со специалистами на короткое время, которое позволит им совершить в данном ТЦ покупки без ребенка, за счет данной услуги происходит увеличение целевой аудитории объекта, что способствует повышению доходности.

Таким образом, для клиентов ДЦ существуют возможность воспользоваться следующими услугами:

**Таблица 2. Пакет услуг детского центра**

	Услуга	Комментарии
1	...	...
2	...	...
3	...	...
...	...	...

...

### Стоимость услуг

Наиболее эффективная ценовая стратегия при выходе на рынок – ориентирование на конкурентов. Преимуществом данной стратегии является то, что данная цена оптимальна для получения прибыли в условиях конкуренции на рынке.

**Таблица 1. Цены на конкретные услуги**

Услуга	Цена в \$
Автоматы симуляторы	... \$ за 1 игру
Призовые автоматы	... \$ за 1 игру
...	...
...	...



...	...
-----	-----

Ориентируюсь на цены, можно просчитать средний чек визита в ДЦ на одного посетителя:

- ... \$ на ребенка.
- Средний чек на проведение детского праздника – ...\$ на ребенка

Цены установлены на таком уровне, чтобы привлечь клиентов со средним достатком и уровнем доходов выше среднего, т.е. ориентация на необходимый целевой сегмент.

### **Позиционирование услуг**

...

Таким образом, при позиционировании ДЦ на рынке необходимо презентовать объект, который способен предоставить ребенку качественный отдых.

Планируемый ДЦ - это:

- ...
- ...

### **Концепция рекламной и PR кампаний**

Для формирования эффективной маркетинговой политики необходимо опираться на предпочтения целевого сегмента клиентов.

...



## **ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН**

### **Организационный план реализации проекта**

В течение первых 3-х месяцев работы над проектом решаются следующие задачи:

- Регистрация юридического лица
- Поиск и аренда помещения в ТЦ, заключение арендного договора
- ...

### **Производство услуг**

Рассмотрим, каким образом происходит продажа услуг детского центра, начиная с обращения клиента в объект:

- ...

...

## **ПЕРСОНАЛ ПРОЕКТА**

### **Формирование штата сотрудников**

При наборе штата сотрудников, необходимо обращать внимание на следующие критерии:

- ...

### **Штат сотрудников и его функционал**

Итак, перейдем к формированию необходимого штата сотрудников:

- Управляющий - ... чел.
- Бухгалтер – ... чел.
- Администратор – ... чел
- ...



Руководство ДЦ осуществляется управляющим, который является непосредственным начальником всей команды сотрудников. В его обязанности входят следующие задачи:

- Организация и контроль работы ДЦ.
- Общение с партнерами, заключение договоров и соглашений.
- ...

### **Организационно-управленческая структура компании**

#### **Формирование фонда оплаты труда**

Что касается фонда оплаты труда, то он выглядит следующим образом.

**Таблица 2. Фонд оплаты труда**

<b>Должность</b>	<b>Кол-во</b>	<b>Зарплата, \$</b>	<b>Сумма</b>
Управляющий	...	...	...
Бухгалтер	...	...	...
Администратор	...	...	...
...	...	...	...
...	...	...	...
<b>Итого</b>	...		...



## ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

### Объем вложений

Реализация данного проекта – открытие гостиницы, предусматривает вложения в размере ... \$. Большая часть инвестиций приходится на закупку оборудования для ДЦ – это различные карусели, автоматы – аттракционы.

### Затраты на открытие детского центра

Таблица 3. Стартовые затраты

Затраты	Значение, \$	Комментарии
Регистрация юр. лица	...	...
Формирование уставного капитала	...	...
Аренда площади в ТЦ	...	...
Оборудование	...	...
...	...	...
...	...	...
...	...	...
...	...	...
Итого затрат на открытие	...	

### Текущие месячные затраты

Сумма текущих затрат в месяц - ... \$.

В состав данной суммы входят как постоянные, так и переменные затраты.



**Таблица 6. Текущие месячные затраты**

<b>Затраты</b>	<b>Сумма, \$</b>
<b>Постоянные затраты</b>	
Аренда	...
...	...
...	...
<b>Переменные затраты</b>	
...	...
...	...
<b>Всего</b>	<b>...</b>

### **План доходов**

Планирование доходов базируется на следующих параметрах:

- Среднее количество посетителей в день – ... чел.
- Что касается среднего чека, ...
- Планируется, что порядка ... человек в мес. будут принимать участие в детских праздниках со средним чеком в ...\$.

Проведем обоснование плана продаж:

- ...

...





Выход на максимальную мощность планируется к 4-му кварталу первого года работы объекта на рынке.

...

### **Отчет о прибылях и убытках**

Отчет о прибылях и убытках также расписан на 2 года функционирования объекта. Заметим, что полная окупаемость проекта происходит по истечении ... мес. со дня открытия центра.



## График окупаемости проекта

Таблица 9. График окупаемости проекта

Месяц	Расходы	Доходы	Налог	Итого	Прибыль до налогов
1	...	...	...	...	...
2	...	...	...	...	...
3	...	...	...	...	...
4	...	...	...	...	...
5	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...

Таким образом, окупаемость проекта происходит на ... мес. с запуска детского центра.



### Показатели эффективности проекта

**Таблица 10. Показатели эффективности проекта**

Показатель	Значение
Срок окупаемости проекта	... мес.
Внутренняя норма рентабельности IRR, год	98,7%
Внутренняя норма рентабельности IRR, мес	5,8%

### СПИСОК ТАБЛИЦ И ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Структура проведения досуга

Диаграмма 2. Частота посещения ТРЦ россиянами, % от числа опрошенных

Диаграмма 3. Основные цели посещения торгово-развлекательных центров, % от числа ответов

Диаграмма 4. Факторы выбора торгово-развлекательного центра, % от числа ответов

Таблица 1. Распределение основных площадей объекта

Таблица 2. Цены на конкретные услуги

Таблица 3. Фонд оплаты труда

Таблица 4. Стартовые затраты

Таблица 5. Текущие месячные затраты

Таблица 6. План по доходам

Таблица 7. Отчет о прибылях и убытках

Таблица 8. График окупаемости проекта

Таблица 9. Показатели эффективности проекта

*По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований и бизнес-планов компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.*

**Контактная информация:**

**Телефон: +7 (495) 720-13-80**



Маркет  
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80  
E-mail: [info@marketanalitika.ru](mailto:info@marketanalitika.ru)  
[www.marketanalitika.ru](http://www.marketanalitika.ru)

*E-mail: [info@marketanalitika.ru](mailto:info@marketanalitika.ru)*

*[WWW.MARKETANALITIKA.RU](http://WWW.MARKETANALITIKA.RU)*