

# ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

## ОТКРЫТИЯ МНОГОЗАЛЬНОГО КИНОТЕАТРА (МУЛЬТИПЛЕКСА)

### ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.

**Дата выпуска отчета:  
май 2009 г.**

г. Москва

**STEP BY STEP**



## Содержание

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Аннотация.....</b>   | <b>5</b>  |
| <i>Цели исследования.....</i>                                       | <i>5</i>  |
| <i>Представленная информация .....</i>                              | <i>5</i>  |
| <b>Полное содержание исследования .....</b>                         | <b>6</b>  |
| <i>Список диаграмм .....</i>  | <i>9</i>  |
| <i>Список таблиц.....</i>   | <i>9</i>  |
| <i>Список схем .....</i>  | <i>10</i> |
| <i>Приложения .....</i>   | <i>10</i> |
| <b>Выдержки из Бизнес-плана .....</b>                               | <b>11</b> |
| <b>1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА.....</b>                                       | <b>11</b> |
| <i>Суть проекта .....</i>   | <i>11</i> |
| <i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта .....</i>              | <i>11</i> |
| <i>Расчетные сроки проекта .....</i>                                | <i>11</i> |
| <i>Резюме комплекса маркетинга (4P) услуг.....</i>                  | <i>11</i> |
| <i>Стоимость проекта.....</i>                                       | <i>12</i> |
| <i>Источники финансирования проекта.....</i>                        | <i>12</i> |
| <i>Выгоды и риски проекта.....</i>                                  | <i>12</i> |
| <i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта.....</i> | <i>12</i> |
| <b>2. ОПИСАНИЕ УСЛУГ .....</b>                                      | <b>13</b> |
| <i>Функциональное назначение услуг .....</i>                        | <i>13</i> |
| <i>Виды услуг .....</i>   | <i>13</i> |
| <i>Стоимость услуг, принятая концепция ценообразования .....</i>    | <i>13</i> |
| <i>Требования к контролю качества .....</i>                         | <i>13</i> |
| <i>Возможности для дальнейшего развития услуг .....</i>             | <i>13</i> |
| <i>Патентно-лицензионная защита услуг.....</i>                      | <i>13</i> |
| <b>3. АНАЛИЗ РЫНКА.....</b>   | <b>14</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| <i>Анализ положения дел в отрасли</i> .....  | 14        |
| Текущая ситуация в отрасли .....   | 14        |
| Факторы, влияющие на отрасль .....   | 14        |
| Тенденции развития Рынка в условиях кризиса .....  | 14        |
| <i>Общие данные о рынке</i> .....  | 14        |
| Объем рынка, потенциальная емкость рынка .....   | 14        |
| Структура рынка .....  | 15        |
| Ценообразование на рынке .....   | 15        |
| <i>Конечные потребители</i> .....  | 16        |
| Обеспеченность населения РФ кинотеатрами .....   | 16        |
| Выбор и обоснование целевого сегмента .....  | 16        |
| <i>Конкурентный анализ</i> .....   | 16        |
| <b>4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН</b> .....   | <b>17</b> |
| <i>Уникальное достоинство услуги, позиционирование</i> .....                                       | 17        |
| <i>Цены, ценовая политика. Обоснование цены на услуги</i> .....                                    | 17        |
| <i>Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий сбыта услуги</i><br>.....                    | 17        |
| <i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i> .....                              | 17        |
| <b>5. ПЛАН СБЫТА</b> .....   | <b>17</b> |
| <i>Цены на конкретные позиции услуг</i> .....  | 17        |
| <i>Организация сбыта, каналы сбыта</i> .....   | 17        |
| <i>Скорость товарооборота</i> .....  | 17        |
| <i>План продаж на весь расчетный период</i> .....  | 17        |
| <b>6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ</b> .....   | <b>19</b> |
| <i>Описание производственного процесса. Технологическая схема<br/>    организации услуги</i> ..... | 19        |
| Подбор помещения .....   | 19        |
| Закупка оборудования .....   | 19        |
| Внутреннее оформление .....  | 19        |
| Подбор персонала .....   | 19        |
| <i>Требования к поставщикам</i> .....  | 20        |
| <i>Состав основного оборудования</i> .....   | 20        |

---

|   |    |
|---|----|
| Отчет о прибылях и убытках (показывает операционную деятельность предприятия по периодам) .....       | 21 |
| <i>Показатели эффективности проекта</i> .....   | 23 |
| <b>9. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ</b> .....  | 23 |
| <i>Нормативная база</i> .....   | 23 |
| <i>Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта (сроки и стоимость получения)</i> ..... | 23 |
| <b>10. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА</b> .....   | 23 |
| <i>План-график реализации проекта</i> .....   | 23 |
| <b>Фрагменты Финансовой модели</b> .....  | 24 |

## АННОТАЦИЯ

## ЦЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Создание кинотеатра с несколькими просмотровыми залами

## ПРЕДСТАВЛЕННАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

1. Описание рынка
2. Анализ рынка
3. Маркетинговый план открытия бизнеса
4. План сбыта
5. Производственная часть
6. Организационная структура предприятия
7. Финансовый план
8. Нормативная база
9. Организационный план

**Кол-во страниц:** 88 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 12 диаграмм, 21 таблица, 3 схемы

## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

### ОГЛАВЛЕНИЕ

#### Введение

#### 1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

*Суть проекта*

*Долгосрочные и краткосрочные цели проекта*

*Расчетные сроки проекта*

*Резюме комплекса маркетинга (4P) услуг*

*Стоимость проекта*

*Источники финансирования проекта*

*Выгоды и риски проекта*

*Ключевые экономические показатели эффективности проекта.*

#### 2. ОПИСАНИЕ УСЛУГ

*Функциональное назначение услуг*

*Виды услуг*

*Стоимость услуг, принятая концепция ценообразования*

*Требования к контролю качества*

*Возможности для дальнейшего развития услуг*

*Патентно-лицензионная защита услуг*

#### 3. АНАЛИЗ РЫНКА

*Анализ положения дел в отрасли*

*Текущая ситуация в отрасли*

*Факторы, влияющие на отрасль*

*Тенденции развития Рынка в условиях кризиса*

*Общие данные о рынке*

*Объем рынка, потенциальная емкость рынка*

*Структура рынка*

*Ценообразование на рынке*

*Конечные потребители*

*Потенциальные потребители услуг*

*Обеспеченность населения РФ кинотеатрами*

*Выбор и обоснование целевого сегмента*

*Конкурентный анализ*

КАРО Фильм  
Синема Парк  
Киномакс  
Кронверк Синема  
Формула Кино

#### **4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН**

*Уникальное достоинство услуги, позиционирование*

*Цены, ценовая политика. Обоснование цены на услуги*

*Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий сбыта услуги*

*Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы*

#### **5. ПЛАН СБЫТА**

*Цены на конкретные позиции услуг*

*Организация сбыта, каналы сбыта*

*Скорость товарооборота*

*План продаж на весь расчетный период*

#### **6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ**

*Описание производственного процесса. Технологическая схема организации услуги.*

Подбор помещения  
Закупка оборудования  
Внутреннее оформление  
Подбор персонала

*Требования к поставщикам*

*Состав основного оборудования*

*Оценка и обоснование необходимых ресурсов*

*Оценка постоянных и переменных затрат при оказании услуг*

*План оказания услуг на расчетный период*

##### **6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ**

*Выбор и обоснование типа предприятия*

*Выбор и обоснование дополнительных сервисов*

#### **7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА**

*Организационная структура предприятия*

*Специализация, количество и состав сотрудников*

*Затраты на оплату труда*

## **8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН**

*Объем финансирования*

*Состав и характер затрат на реализацию проекта (инвестиционные затраты)*

*Параметры финансовой части бизнес-плана, анализ чувствительности к изменениям параметров*

*Отчет о прибылях и убытках (показывает операционную деятельность предприятия по периодам)*

*Показатели эффективности проекта*

## **9. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ**

*Нормативная база.*

*Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта (сроки и стоимость получения).*

## **10. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА**

*План-график реализации проекта*

*Необходимые трудовые и финансовые ресурсы для реализации проекта (сводная таблица).*

## СПИСОК ДИАГРАММ

- Диаграмма 1. Общее число кинотеатров и залов в РФ в 2008г., шт.
- Диаграмма 2. Кинотеатры и залы в ТРЦ, в 2008г.
- Диаграмма 3. Общее число цифровых кинотеатров и залов в РФ в 2008г., шт.
- Диаграмма 4. Крупнейшие операторы цифрового кинопоказа в РФ, в 2008г (по числу цифровых залов)
- Диаграмма 5. Кассовые сборы кинопроката в РФ в 2007-2008г.г., млн. долл.
- Диаграмма 6. Структура отечественного рынка кинопоказа в 2008г., по числу кинозалов, %
- Диаграмма 7. Средняя цена билета в кино в РФ и других странах, в 2008г., долл.
- Диаграмма 8. Количество фильмов, просмотренных в кинотеатрах за последние три месяца, январь 2009г., %
- Диаграмма 9. Влияние возраста респондентов на число фильмов, просмотренных за последние три месяца в кинотеатрах, январь 2009г., %
- Диаграмма 10. Социальный статус посетителей кинотеатров в Москве, %
- Диаграмма 11. Финансовый статус посетителей кинотеатров в Москве, %
- Диаграмма 12. Распределение современных кинотеатров по федеральным округам в 2008г., %

## СПИСОК ТАБЛИЦ

- Таблица 1. Факторы, влияющие на отрасль
- Таблица 2. Структура отечественного рынка кинопоказа в 2008г., по числу операторов
- Таблица 3. Обеспеченность населения РФ современными кинозалами в 2008г.
- Таблица 4. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам
- Таблица 5. Крупнейшие рекламодатели на рынке кинопроката, в 2008г.
- Таблица 6. Цены на конкретные позиции услуг
- Таблица 7. План продаж в первые месяцы работы кинотеатра (однозальный)
- Таблица 8. План продаж в натуральном выражении на расчетный период 3 года
- Таблица 9. Состав основного оборудования

- Таблица 10. План распределения площади
- Таблица 11. Постоянные и переменные затраты в месяц, USD
- Таблица 12. Перечень предоставляемых услуг
- Таблица 13. План оказания услуг на расчетный период, USD
- Таблица 14. Штатное расписание
- Таблица 15. Расходы на открытие
- Таблица 16. Отчет о прибылях и убытках, \$ (однозальный)
- Таблица 17. План движения денежных средств (Cash Flow), USD (однозальный)
- Таблица 18. График окупаемости проекта, \$
- Таблица 19. График окупаемости проекта, \$ (часть вторая)
- Таблица 20. График окупаемости проекта, \$ (часть третья)
- Таблица 21. Календарный план

## СПИСОК СХЕМ

- Схема 1. Схема принятия решения о посещении кинотеатра и выбора фильма
- Схема 2. Организации бизнеса
- Схема 3. Организационная структура предприятия

## ПРИЛОЖЕНИЯ

- Приложение 1. Положение о лицензировании деятельности по публичному показу аудиовизуальных произведений, если указанная деятельность осуществляется в кинозале
- Приложение 2. Крупнейшие операторы российского рынка кинопроката в 2008г.
- Приложение 3. «Выдержки из Федерального закона РФ О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»
- Приложение 4. Документы, необходимые для регистрации ККМ.
- Приложение 5. Выдержки из Постановления Правительства Москвы от 22 января 2002 г. № 41-ПП «О перспективах развития и правилах размещения средств наружной рекламы, информации и оформления города» (с изменениями от 1 июля 2003 г., 9 марта, 28 декабря 2004 г., 28 февраля 2004 г.).
- Приложение 6. Документы, необходимые для регистрации вывески.

## ВЫДЕРЖКИ ИЗ БИЗНЕС-ПЛАНА

### 1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

#### СУТЬ ПРОЕКТА

Создание кинотеатра с одним зрительным залом

- Необходимая площадь – 3 зала (1,6 тыс. кв.м.):
  - Зал 250 мест
  - Зал 100 мест
  - Зал 100 мест
- Время работы - с 10.00 до 01.00 (15 часов в сутки)

Существует несколько вариантов размещения объекта, это либо отдельно стоящее здание, либо площадка в структуре торгово-развлекательного центра. По данным из открытых источников, все большее число инвесторов ориентируются на открытие кинотеатров в ТРЦ, поскольку там уже есть необходимые площади, а также обеспечивается необходимый поток аудитории.

#### ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА

**Краткосрочная цель:** закрепление на кинопрокатном рынке, получение стабильной прибыли, эффективное выживание в условиях конкурентной борьбы в краткосрочном периоде.

**Долгосрочная цель:** максимизация доходов, формирование сети кинотеатров, развитие спектра дополнительных услуг, закрепление на рынке в среднеценовом сегменте.

#### РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетный срок проекта .... года.

#### РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4P) УСЛУГ

Теория «4P», основанная на четырёх основных понятиях маркетингового планирования:

- **Товар или услуга** – помимо основных услуг, потребителям будет представлен, ассортимент дополнительных услуг

- **Цена** – предполагается использование лояльной для потребителей ценовой политики
- **Продвижение** - продвижение кинотеатра планируется за счет Интернет-ресурсов, сюда относится Интернет-сайт, где указаны контакты, а также продвижение на различных тематических сайтах. Внесение координат на Интернет-ресурсы развлекательной тематики. Кроме того, возможно использование таких каналов как: раздача листовок, публикации в печатных СМИ и др.
- **Месторасположение** - планируется размещение кинотеатра в оживленном жилом районе города, возможно на территории ТРЦ.

## СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

- Необходимый объем инвестиций – \$....

## ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные и заемные средства.

## ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА

Риски данного проекта, в первую очередь, связаны с неблагоприятным экономическим положением в стране, вызванным последствиями мирового финансового кризиса. В условиях сокращения объемов кинопроизводства, а также уровня доходов населения, посещаемость кинотеатров также будет снижаться.

В случае успешного функционирования на рынке, проект предполагает получение стабильной прибыли, закрепление на Рынке, развитие сети, а также развитие дополнительных услуг.

## КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА.

- Период окупаемости – ... мес.
- Дисконтированный период окупаемости – ...мес.
- Чистая текущая стоимость (NPV) для срока жизни проекта ... месяцев - \$....
- Внутренняя норма рентабельности для срока жизни проекта ... месяцев IRR (год) –...% , IRR (месяц) –...%.

## 2. ОПИСАНИЕ УСЛУГ

### ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ УСЛУГ

- ....

### Виды услуг

- ...

### СТОИМОСТЬ УСЛУГ, ПРИНЯТАЯ КОНЦЕПЦИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

...

### ТРЕБОВАНИЯ К КОНТРОЛЮ КАЧЕСТВА

Функции по контролю качества услуг кинотеатра **возлагается на** директора и администратора.

### Возможности для дальнейшего развития услуг

....

### ПАТЕНТНО-ЛИЦЕНЗИОННАЯ ЗАЩИТА УСЛУГ

В соответствии с Федеральным законом «О лицензировании отдельных видов деятельности» Правительство РФ утвердило «Положение о лицензировании деятельности по публичному показу аудиовизуальных произведений, если указанная деятельность осуществляется в кинозале». Данное положение представлено в [Приложении](#).

Кроме того, кинотеатр или компания, в структуре которой находится кинотеатр, заключают договор с правообладателем на показ того или иного кинофильма.

## 3. АНАЛИЗ РЫНКА

### АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

#### ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

....

Не исключено, что под влиянием кризиса многие потребители будут вынуждены сократить расходы, однако по сравнению с другими развлечениями, поход в кинотеатр остается доступным средством отдыха.

#### ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ

....

#### ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Несмотря на кризис, в РФ запланировано **открытие сети кинотеатров «Кино Сити»**. К 2013г. в городах с населением не менее 400 тыс. чел появятся ... **новых кинотеатра**. Кроме того, в Министерстве Культуры также были озвучены планы по открытию .... кинозалов в населенных пунктах с населением до полумиллиона человек. Срок реализации проекта - 2015г.<sup>1</sup> Таким образом, прослеживается общая тенденция открытия кинотеатров в небольших городах.

....

### ОБЩИЕ ДАННЫЕ О РЫНКЕ

#### ОБЪЕМ РЫНКА, ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ ЕМКОСТЬ РЫНКА

#### ОБЪЕМ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

По данным журнала «Кинобизнес сегодня», в России в 2008г. насчитывалось ... современных кинозала в ..... кинотеатрах. При этом, как видно из представленной диаграммы, на протяжении последних нескольких лет Рынок активно развивался. Так, число кинотеатров увеличивалось на ....% в год, а число кинозалов на ...%.

....

---

<sup>1</sup> «Ореанда-Новости», 18.02.2009г.

## ОБЪЕМ РЫНКА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

В 2008г. кассовые сборы на отечественном кинорынке составили ... млн. долл., что на ...% больше, чем в 2007г.

...

## СТРУКТУРА РЫНКА

Отечественный рынок кинопоказа имеет следующую структуру:

- Федеральные сети
- Региональные сети
- Местные сети
- Независимые кинотеатры

...

**ТАБЛИЦА 1. СТРУКТУРА ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА КИНОПОКАЗА В 2008г., по числу ОПЕРАТОРОВ**

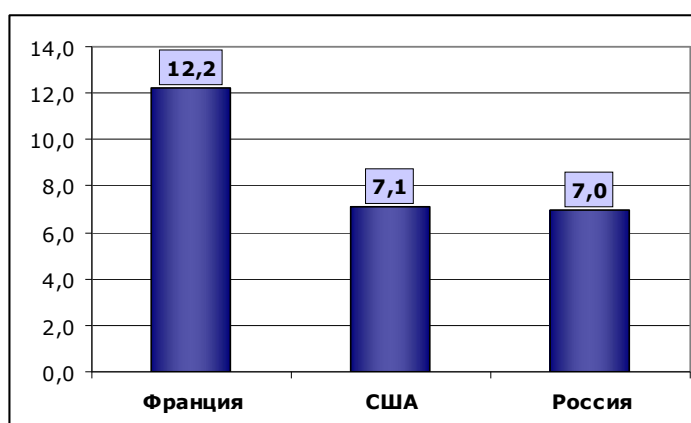
| Тип оператора          | Кол-во операторов | Кол-во кинотеатров | Кол-во залов |
|------------------------|-------------------|--------------------|--------------|
| Федеральные сети       |                   |                    |              |
| Региональные сети      |                   |                    |              |
| Местные сети           |                   |                    |              |
| Независимые кинотеатры |                   |                    |              |
| <b>Всего по России</b> |                   |                    |              |

Источник: «Кинобизнес сегодня», 2008г.

## ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ

....

**ДИАГРАММА 1. СРЕДНЯЯ ЦЕНА БИЛЕТА В КИНО В РФ И ДРУГИХ СТРАНАХ, в 2008г., долл.**



Источник: *dailyonline*, 2008г.

....

## КОНЕЧНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ

....

### ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ РФ КИНОТЕАТРАМИ

Интересным представляется рассмотрение вопроса о том, насколько жители РФ обеспечены кинотеатрами.

Так, на города с населением более 1 млн. человек приходится в среднем ... **экрана** на 100 тыс. жителей.

**ТАБЛИЦА 2. ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ РФ СОВРЕМЕННЫМИ КИНОЗАЛАМИ В 2008г.**

| Группа городов по числ-ти населения | Кол-во городов | Суммарное кол-во жителей (тыс.чел) | Доля населения | Кол-во кинотеатров | Кол-во залов | Доля современных кинозалов | Кол-во экранов на 100 тыс. жит. |
|-------------------------------------|----------------|------------------------------------|----------------|--------------------|--------------|----------------------------|---------------------------------|
| более 1 млн. чел.                   |                |                                    |                |                    |              |                            |                                 |
| 500-1000 тыс. чел.                  |                |                                    |                |                    |              |                            |                                 |
| 250-500 тыс. чел.                   |                |                                    |                |                    |              |                            |                                 |
| 100-250 тыс. чел.                   |                |                                    |                |                    |              |                            |                                 |
| 50-100 тыс. чел.                    |                |                                    |                |                    |              |                            |                                 |
| 20-50 тыс. чел.                     |                |                                    |                |                    |              |                            |                                 |
| менее 20 тыс. чел.                  |                |                                    |                |                    |              |                            |                                 |
| <b>Всего в РФ</b>                   |                |                                    |                |                    |              |                            |                                 |

*Источник: «Кинобизнес сегодня», 2008г.*

....

### ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ЦЕЛЕВОГО СЕГМЕНТА

...

### КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

.....

## 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

**УНИКАЛЬНОЕ ДОСТОИНСТВО УСЛУГИ, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ**

...

**ЦЕНЫ, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА. ОБОСНОВАНИЕ ЦЕНЫ НА УСЛУГИ**

...

**ПОРЯДОК ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОДАЖ, ОБОСНОВАНИЕ  
ГАРАНТИЙ СБЫТА УСЛУГИ**

...

**КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМЫ И PR. ПРОГРАММА ПО ОРГАНИЗАЦИИ  
РЕКЛАМЫ**

- ....

....

## 5. ПЛАН СБЫТА

**ЦЕНЫ НА КОНКРЕТНЫЕ ПОЗИЦИИ УСЛУГ**

ТАБЛИЦА 3. ЦЕНЫ НА КОНКРЕТНЫЕ ПОЗИЦИИ УСЛУГ

| Сеанс          | Цена, у.е. <sup>2</sup> |
|----------------|-------------------------|
| Утренний сеанс |                         |
| Дневной сеанс  |                         |
| Ночной сеанс   |                         |

...

**ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА, КАНАЛЫ СБЫТА**

...

**СКОРОСТЬ ТОВАРОБОРОТА**

...

**ПЛАН ПРОДАЖ НА ВЕСЬ РАСЧЕТНЫЙ ПЕРИОД**

...

---

<sup>2</sup> - курс взят равным 32 руб/\$

Таблица 4. План продаж в первые месяцы работы кинотеатра

| месяц | доля загрузки | кол-во посетителей | Утренний сеанс (\$) | Дневной сеанс (\$) | Вечерний сеанс (\$) | кафе | ИТОГО |
|-------|---------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|------|-------|
| 4     | 25,0%         |                    |                     |                    |                     |      |       |
| 12    | 85,0%         |                    |                     |                    |                     |      |       |

....

Таблица 5. План продаж в натуральном выражении на расчетный период

3 года

| Ценовая категория      | 1 год |    |     |    |
|------------------------|-------|----|-----|----|
|                        | I     | II | III | IV |
| Утренний сеанс         |       |    |     |    |
| Дневной сеанс          |       |    |     |    |
| Вечерний сеанс         |       |    |     |    |
| Кафе/бар (средний чек) |       |    |     |    |
| <b>Итого</b>           |       |    |     |    |

| Ценовая категория      | 2 год |    |     |    |
|------------------------|-------|----|-----|----|
|                        | I     | II | III | IV |
| Утренний сеанс         |       |    |     |    |
| Дневной сеанс          |       |    |     |    |
| Вечерний сеанс         |       |    |     |    |
| Кафе/бар (средний чек) |       |    |     |    |
| <b>Итого</b>           |       |    |     |    |

| Ценовая категория      | 3 год |    |     |    |
|------------------------|-------|----|-----|----|
|                        | I     | II | III | IV |
| Утренний сеанс         |       |    |     |    |
| Дневной сеанс          |       |    |     |    |
| Вечерний сеанс         |       |    |     |    |
| Кафе/бар (средний чек) |       |    |     |    |
| <b>Итого</b>           |       |    |     |    |

В данном случае, натуральным выражением считается количество сделок (посетителей, покупок).

## 6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

**ОПИСАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА.**

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СХЕМА ОРГАНИЗАЦИИ УСЛУГИ.**

...

**ПОДБОР ПОМЕЩЕНИЯ**

.....

**ЗАКУПКА ОБОРУДОВАНИЯ**

- ...

**ЗВУКОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ**

Все типы звуковых систем можно разделить по следующим основаниям:<sup>3</sup>

1. Тип носителя фонограммы
  - Киноплёнка
  - Диск
2. Метод записи фонограммы
  - Аналоговый
  - Цифровой
3. Количество каналов звука и расположение громкоговорителей в зале

.....

**ЗВУКОИЗОЛЯЦИОННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ**

...

**ПРОЕКЦИОННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ**

...

**КРЕСЛА**

.....

**ВНУТРЕННЕЕ ОФОРМЛЕНИЕ**

...

**ПОДБОР ПЕРСОНАЛА**

...

---

<sup>3</sup> <http://www.muzbazar.ru>

## ТРЕБОВАНИЯ К ПОСТАВЩИКАМ

• ...

## СОСТАВ ОСНОВНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

В данном разделе представлен состав основного оборудования, для многозального кинотеатра.

ТАБЛИЦА 6. СОСТАВ ОСНОВНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

| №                                    | Наименование                      | Кол-во | Цена USD | Сумма USD |
|--------------------------------------|-----------------------------------|--------|----------|-----------|
| <b>Производственное оборудование</b> |                                   |        |          |           |
| 1                                    | Кинопроектор                      |        |          |           |
| 2                                    |                                   |        |          |           |
| 3                                    |                                   |        |          |           |
| 4                                    |                                   |        |          |           |
| <b>Итого</b>                         |                                   |        |          |           |
| <b>Инвентарь</b>                     |                                   |        |          |           |
| 1                                    | Компьютер                         |        |          |           |
| 2                                    |                                   |        |          |           |
| 3                                    |                                   |        |          |           |
| 4                                    |                                   |        |          |           |
| 5                                    |                                   |        |          |           |
| 6                                    |                                   |        |          |           |
| 7                                    |                                   |        |          |           |
| 8                                    |                                   |        |          |           |
| 9                                    |                                   |        |          |           |
| 10                                   |                                   |        |          |           |
| 11                                   |                                   |        |          |           |
| 12                                   |                                   |        |          |           |
| 13                                   |                                   |        |          |           |
| <b>Итого</b>                         |                                   |        |          |           |
| <b>Установка сигнализаций</b>        |                                   |        |          |           |
| 1                                    | Установка пожарной сигнализации   |        |          |           |
| 2                                    | Установка охранной сигнализации   |        |          |           |
| 3                                    | Установка системы видеонаблюдения |        |          |           |
| <b>Итого</b>                         |                                   |        |          |           |

...





....

## ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

- Период окупаемости – ... мес.
- Дисконтированный период окупаемости – ... мес.
- Чистая текущая стоимость (NPV) для срока жизни проекта .. месяца - \$...
- Внутренняя норма рентабельности для срока жизни проекта .... месяца IRR (год) –...% , IRR (месяц) –...%.

## 9. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

### НОРМАТИВНАЯ БАЗА.

1. ....

**НЕОБХОДИМЫЕ ЛИЦЕНЗИИ ИЛИ РАЗРЕШЕНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ПРОЕКТА (СРОКИ И СТОИМОСТЬ ПОЛУЧЕНИЯ).**

....

## 10. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

### ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Таблица 9. Календарный план

| № | Наименование работ | Месяц |   |   |   |          |  |
|---|--------------------|-------|---|---|---|----------|--|
|   |                    | 1     | 2 | 3 | 4 | 5, 6 ... |  |
| 1 |                    |       |   |   |   |          |  |
| 2 |                    |       |   |   |   |          |  |
| 3 |                    |       |   |   |   |          |  |
| 4 |                    |       |   |   |   |          |  |
| 5 |                    |       |   |   |   |          |  |
| 6 |                    |       |   |   |   |          |  |
| 7 |                    |       |   |   |   |          |  |
| 8 |                    |       |   |   |   |          |  |

## ФРАГМЕНТЫ ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ

| Оборудование для проекта      |  |        |           |            |                  |             |
|-------------------------------|--|--------|-----------|------------|------------------|-------------|
| Производственное оборудование |  |        |           |            |                  |             |
| №                             | Наименование                                       | Кол-во | Цена у.е. | Сумма у.е. | Срок амортизации | Амортизация |
| 1                             | Кинопроектор                                       | 3      | 15000     | 45 000     | 3                | 15000       |
| 2                             | Экран  | 3      | 2600      | 7 800      | 2                | 3900        |
| 3                             | Звуковое оборудование dolby digital surround EX OB | 1      | 40000     | 40 000     | 5                | 8000        |
| 4                             | Кресла   | 450    | 200       | 90 000     | 2                | 45000       |
| 5                             | Оборудование 5                                     | 2      | 2 000     | 4 000      | 3                | 1333        |
| 6                             | Оборудование 6                                     | 8      | 100       | 800        | 3                | 267         |
| 7                             | Оборудование 7                                     | 5      | 246       | 1 230      | 3                | 410         |
| Итого                         |  | 472    |           | 188 830    |                  | 73910       |
| Инвентарь                     |  |        |           |            |                  |             |
| №                             | Наименование                                       | Кол-во | Цена у.е. | Сумма у.е. | Срок амортизации | Амортизация |
| 1                             | Компьютер  | 8      | 500       | 4000       | 1                | 4000        |
| 2                             | Телефон  | 11     | 30        | 330        | 2                | 165         |
| 3                             | Принтер  | 2      | 100       | 200        | 1                | 200         |
| 4                             | Кассовый аппарат                                   | 4      | 600       | 2400       | 2                | 1200        |
| 5                             | Кассовые боксы                                     | 4      | 600       | 2400       | 2                | 1200        |
| 6                             | Термопринтеры                                      | 4      | 800       | 3200       | 1                | 3200        |
| 7                             | Сейф   | 1      | 250       | 250        | 1                | 250         |
| 8                             | Шкаф для документов                                | 3      | 150       | 450        | 1                | 450         |
| 9                             | Стул для персонала                                 | 15     | 25        | 375        | 1                | 375         |
| 10                            | Стол руководителя                                  | 1      | 250       | 250        | 1                | 250         |
| 11                            | Стол для персонала                                 | 10     | 150       | 1500       | 1                | 1500        |
| 12                            | Вешалки  | 450    | 2         | 900        | 1                | 900         |
| 13                            | Столбы кафе  | 15     | 150       | 2250       | 1                | 2250        |
| 14                            | Стулья кафе  | 60     | 20        | 1200       | 1                | 1200        |
| ИТОГО:                        |  | 588    |           | 19 705     |                  | 17140       |
| Установка сигнализаций        |  |        |           |            |                  |             |
| №                             | Наименование                                       | Кол-во | Цена у.е. | Сумма      |                  |             |
| 1                             | Установка пожарной сигнализации                    | 1      | 300       | 300        |                  |             |
| 2                             | Установка охранной сигнализации                    | 1      | 400       | 400        |                  |             |
| 3                             | Установка системы видеонаблюдения                  | 1      | 500       | 500        |                  |             |

|                     | A             | B            | C                      | D           | E                        | F       | G                                 | H                             | I |
|---------------------|---------------|--------------|------------------------|-------------|--------------------------|---------|-----------------------------------|-------------------------------|---|
| Свод доходы-расходы |               |              |                        |             |                          |         |                                   |                               |   |
| Месяц               | Расходы, у.е. | Доходы, у.е. | Налог на прибыль, у.е. | Итого, у.е. | Прибыль до налогов, у.е. |         | Чистый денежный поток (ЧДП), у.е. | ЧДП нарастающими итогом, у.е. |   |
| 24                  | 318 124       | 449 064      | 31 426                 | 1 428 644   | 130 940                  |         | 99 514                            | 1 428 644                     |   |
| 25                  | 318 124       | 449 064      | 31 426                 | 1 528 158   | 130 940                  | 954 372 | 99 514                            | 1 528 158                     |   |
| 26                  | 318 124       | 449 064      | 31 426                 | 1 627 673   | 130 940                  |         | 99 514                            | 1 627 673                     |   |
| 27                  | 318 124       | 449 064      | 31 426                 | 1 727 187   | 130 940                  |         | 99 514                            | 1 727 187                     |   |
| 28                  | 318 124       | 449 064      | 31 426                 | 1 826 701   | 130 940                  | 954 372 | 99 514                            | 1 826 701                     |   |
| 29                  | 318 124       | 449 064      | 31 426                 | 1 926 216   | 130 940                  |         | 99 514                            | 1 926 216                     |   |
| 30                  | 318 124       | 449 064      | 31 426                 | 2 025 730   | 130 940                  |         | 99 514                            | 2 025 730                     |   |
| 31                  | 318 124       | 449 064      | 31 426                 | 2 125 244   | 130 940                  | 954 372 | 99 514                            | 2 125 244                     |   |
| 32                  | 318 124       | 449 064      | 31 426                 | 2 224 759   | 130 940                  |         | 99 514                            | 2 224 759                     |   |
| 33                  | 318 124       | 449 064      | 31 426                 | 2 324 273   | 130 940                  |         | 99 514                            | 2 324 273                     |   |
| 34                  | 318 124       | 449 064      | 31 426                 | 2 423 788   | 130 940                  | 954 372 | 99 514                            | 2 423 788                     |   |

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов MA Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: [info@step-by-step.ru](mailto:info@step-by-step.ru))