

# ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

## ОТКРЫТИЯ ДЕТСКОГО ДОСУГОВОГО ЦЕНТРА

### ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено ГК Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. ГК 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. ГК 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 ГК Step by Step.

**Дата выпуска отчета:  
июнь 2011 г.**

г. Москва

**STEP BY STEP**



## Содержание

<b>Аннотация.....</b>	<b>3</b>
<i>Суть проекта .....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта.....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Расчетные сроки проекта .....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции.....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Стоимость проекта .....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Источники финансирования проекта.....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Выгоды и риски проекта.....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта .....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<b>Полное содержание исследования .....</b>	<b>5</b>
<i>Список диаграмм .....</i>	<i>7</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>7</i>
<i>Список схем .....</i>	<i>7</i>
<i>Список приложений .....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<b>Выдержки из исследования .....</b>	<b>9</b>

## АННОТАЦИЯ

### СУТЬ ПРОЕКТА

Создание детского досугового центра

### ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Краткосрочная цель: выход на московский рынок детских досуговых центров, привлечение постоянных посетителей, реализация долгосрочных образовательных программ.

Долгосрочная цель: расширение номенклатуры оказываемых услуг, создание сети детских досуговых центров.

### РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетный срок проекта – 3 года (36 месяцев).

### РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4P) ПРОДУКЦИИ

**Продукт** - Для обеспечения конкурентного преимущества в борьбе за клиента, на первом этапе ставка будет сделана на качество предоставляемых услуг и возможность составления индивидуальной образовательной программы специально для развития определенных навыков у ребенка.

**Цена** - При формировании цены на оказываемые услуги ориентиром будут служить цены конкурентов аналогичного формата, а также будет учитываться средний уровень доходов целевой аудитории детского досугового центра.

**Сбыт** – Создаваемые в рамках проекта услуги планируется реализовывать посредством прямых каналов товародвижения.

**Продвижение** – В качестве рекламы будут использоваться реклама в печатных изданиях местного уровня, реклама в транспорте, а также печать листовок.

## СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Объем необходимых инвестиций - **21 505 067 руб.**

## ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные средства.

## ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА

Выгоды: коммерческие и социальные.

Риски: открытие других досуговых центров в районе, в том числе, государственных, где цены на услуги значительно ниже.

## КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА:

- Период окупаемости – ... **мес.**
  - Дисконтированный период окупаемости (ставка дисконтирования – 15% годовых) – ... **мес.**
- Чистая текущая стоимость (NPV) для срока жизни проекта 36 месяцев (ставка дисконтирования – 15% годовых) ... **руб.**
- Внутренняя норма рентабельности для срока жизни проекта 36 месяцев **IRR (год) – ...%, IRR (месяц) – ...%.**

**Кол-во страниц:** 72 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 5 диаграмм, 31 таблица, 1 схема

## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

<b>Введение</b>	<b>5</b>
<b>1. Резюме проекта</b>	<b>6</b>
1.1 <i>Суть проекта</i>	6
1.2 <i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	6
1.3 <i>Расчетные сроки проекта</i>	6
1.4 <i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	6
1.5 <i>Стоимость проекта</i>	7
1.6 <i>Источники финансирования проекта</i>	7
1.7 <i>Выгоды и риски проекта</i>	7
<i>Ключевые экономические показатели</i>	
1.8 <i>эффективности проекта:</i>	7
<b>2. Описание услуги</b>	<b>8</b>
2.1 <i>Определение услуги</i>	9
2.2. <i>Сегментация услуги</i>	9
<i>Стоимость услуги. Принятая концепция</i>	
2.2 <i>ценообразования</i>	11
2.2. <i>Перспективы развития услуги</i>	11
<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка</i>	
2.3 <i>услуг</i>	12
<b>3. Анализ рынка</b>	<b>15</b>
3.1 <i>Анализ положения дел в отрасли</i>	15
3.1.1 <i>Текущая ситуация в отрасли</i>	15
3.1.2 <i>Факторы, влияющие на отрасль</i>	16
3.2 <i>Общие данные о рынке</i>	16
3.2.1 <i>Объемы и емкость рынка</i>	16
3.2.2 <i>Темпы роста</i>	21
3.3 <i>Сегментация рынка</i>	21
<i>Правовая основа государственных</i>	
3.3.1 <i>досуговых центров</i>	22
3.3.2 <i>Частные детские досуговые центры</i>	23
3.4 <i>Ценообразование на рынке</i>	24
3.4.1 <i>Скидки</i>	25
3.5 <i>Конкурентный анализ</i>	26
<i>Количественная и качественная</i>	
3.5.1 <i>характеристика</i>	27
3.5.2 <i>Детский Досуговый Центр «Детвора»</i>	27

3.5.3	Клуб «Семья»	27
3.5.4	Детский досуговый центр «Семицветик»	28
3.5.5	Детский досуговый центр «Искра»	28
3.5.6	«Бэби клуб»	28
3.5.7	Центры раннего развития «ЯСАМ»	29
	Тенденции основных производителей	
3.5.8	продукции	36
3.5.9	Анализ политики продвижения	36
3.6	<i>Анализ потребителей</i>	37
	<i>Выбор и обоснование уникального достоинства</i>	
3.7	<i>услуги</i>	40
<b>4.</b>	<b>Маркетинговый план</b>	<b>41</b>
4.1	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	41
4.2	<i>Ценовая политика</i>	41
4.3	<i>Порядок оказания услуг</i>	42
	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по</i>	
4.4	<i>организации рекламы</i>	42
<b>5.</b>	<b>План продаж</b>	<b>45</b>
5.1	<i>Цены на конкретные виды услуги.</i>	45
5.2	<i>Организация сбыта. Каналы сбыта.</i>	47
5.3	<i>План продаж на весь расчетный период</i>	47
<b>6.</b>	<b>Производственная часть</b>	<b>49</b>
	<i>Описание производственного процесса.</i>	
6.1	<i>Технологическая схема организации услуги</i>	49
6.1.1	<i>Требования к поставщикам</i>	50
6.2	<i>Состав и стоимость оборудования</i>	50
6.2.1	<i>Технические характеристики</i>	50
	<i>Производственное и офисное</i>	
6.2.2	<i>оборудование.</i>	51
6.2.3	<i>Амортизация основных средств</i>	53
6.3	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	54
6.4	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	55
6.5	<i>Оценка доходов</i>	57
6.6	<i>Функциональное решение</i>	61
6.6.1	<i>Выбор и обоснование типа предприятия</i>	61
<b>7.</b>	<b>Организационно-управленческая структура</b>	<b>63</b>
7.1	<i>Организационная структура</i>	63
7.2	<i>Специализация, количество и состав</i>	63

<i>сотрудников</i>		
7.3	<i>Затраты на оплату труда</i>	64
<b>8.</b>	<b>Финансовый план</b>	<b>65</b>
8.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	65
8.2	<i>Объем финансирования</i>	65
8.3	<i>Основные формы финансовых расчетов (USD)</i>	66
<i>Состав и характер затрат на реализацию</i>		
8.4	<i>проекта (инвестиционные затраты)</i>	67
8.5	<i>Основные формы финансовых расчетов (руб.)</i>	68
8.6	<i>Анализ чувствительности</i>	70
8.6.1	Показатели эффективности проекта	70
8.6.2	Основные параметры бизнес-плана:	70
<b>9.</b>	<b>Организационный план осуществления проекта</b>	<b>72</b>
9.1	<i>План-график реализации проекта</i>	72

## СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Долевое распределение детских досуговых центров по округам москвы, %

Диаграмма 2. Процентное распределение детей по возрастным группам

Диаграмма 3. Территориальное распределение детей (тыс. Чел)

Диаграмма 4. Динамика численности детей и подростков в возрасте 0-19 лет на территории российской федерации

Диаграмма 5. Динамика численности детей и подростков в возрасте 0-19 лет на территории центрального федерального округа

## СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Программы и направления досугового центра

Таблица 2. Изменение спроса на направления детских досуговых центров в москве, санкт-петербурге, екатеринбурге и новосибирске

Таблица 3. Динамика численности населения в возрасте 0-6 лет

Таблица 4. Положительные и отрицательные факторы, влияющие на отрасль

Таблица 5. Объем московского рынка детских досуговых центров.

Таблица 6. Количество детей разных возрастных категорий на 1 января 2009-2010 гг.

Таблица 7. Сравнительная характеристика количественных и качественных показателей основных игроков рынка

Таблица 8. Цены на основные услуги досугового центра

Таблица 9. Цены на дополнительные услуги досугового центра

Таблица 10. План загрузки

Таблица 11. Состав и стоимость производственного оборудования

Таблица 12. Состав и стоимость офисного оборудования

Таблица 13. Состав и стоимость оборудования системы безопасности

Таблица 14. Сроки использования основных средств и размер амортизационных отчислений

Таблица 15. Площадь помещений детского досугового центра

Таблица 16. Постоянные затраты в месяц, руб.

Таблица 17. Переменные затраты в месяц, руб.

Таблица 18. План по доходам (часть 1)

Таблица 19. План по доходам (часть 2)

Таблица 20. План по доходам (часть 3)

Таблица 21. Состав предприятия

Таблица 22. Штатное расписание

Таблица 23. Затраты на открытие

Таблица 24. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы

Таблица 25. Инвестиционные затраты (часть 1)

Таблица 26. Инвестиционные затраты (часть 2)

Таблица 27. Инвестиционные затраты (часть 3)

Таблица 28. Отчет о прибылях и убытках (часть 1)

Таблица 29. Отчет о прибылях и убытках (часть 2)

Таблица 30. Отчет о прибылях и убытках (часть 3)

Таблица 31. График реализации проекта

## СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Организационная структура

---

## ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

## ОПИСАНИЕ УСЛУГИ

Детские досуговые центры относятся к дошкольному образованию и регулируются ФЗ РФ от 10 июля 1992 года № 3266-1 «Об образовании». По данному закону детские досуговые центры призваны воспитывать детей дошкольного возраста, охранять и укреплять их физическое и психическое здоровья, развивать индивидуальные способности и при необходимости корректировать нарушения развития этих детей.

Отношения между дошкольным образовательным учреждением и родителями (законными представителями) регулируются договором между ними, который не может ограничивать установленные законом права сторон.

Центр оказывает как основные, так и дополнительные услуги, плата по которым будет взиматься отдельно.

**ТАБЛИЦА 31. ПРОГРАММЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ДОСУГОВОГО ЦЕНТРА**

Наименование	Продолжительность (мин)	Кол-во раз в неделю	Срок абонемента
<b>Основные услуги</b>			
Комплексная программа развития для детей от 1 года до 3 лет	40	1 и 2 раза в неделю, с возможностью купить дополнительные занятия	1 месяц 6 месяцев 12 месяцев
Комплексная программа развития для детей от 4 до 6 лет	40		
Подготовка к школе	60		
Кружки	60		
Хореография/танцы	60		
Рисование	60		
Пение	60		
Компьютерный	60		
Изучение языков (английский, немецкий, французский)	60		
Спортивные занятия	40		
<b>Дополнительные услуги</b>			
Йога для взрослых	60	разовая услуга	
Консультация психолога	60		
Консультация логопеда	60		

Источник: ГК Step by Step

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ УСЛУГИ

В условиях восстановления экономики после кризиса в сегменте детских досуговых центров можно выделить следующие тенденции:

...

...

...

## АНАЛИЗ РЫНКА

### АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

#### ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

В России, как и во многих странах Европы, детские досуговые центры относятся к системе дополнительного образования. В настоящее время в системе детских досуговых центров произошли большие изменения: если раньше абсолютно все учреждения были государственными, то сейчас начали активно развиваться частные детские досуговые центры.

Желание дать детям дополнительное образование и возможность развивать таланты ребенка, является сильными стимулирующими факторами развития рынка. Кроме того, важным моментом является постепенное повышение рождаемости в России (Таблица 1), а также политика государства, направленная на стимулирование рождаемости и поддержку семьи.

**ТАБЛИЦА 32. ДИНАМИКА ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В ВОЗРАСТЕ 0-6 ЛЕТ <sup>1</sup>**

Регион	2007	2008	2009	2010
Российская Федерация				
Центральный федеральный округ				
Северо-Западный федеральный округ				
Южный федеральный округ				
Приволжский федеральный округ				
Уральский федеральный округ				
Сибирский федеральный округ				
Дальневосточный федеральный округ				

*Источник: Статистика Российского образования, 2009 г.*

## ОБЩИЕ ДАННЫЕ О РЫНКЕ

### ОБЪЕМЫ И ЕМКОСТЬ РЫНКА

...

<sup>1</sup> <http://stat.edu.ru/>

На данный момент на московском рынке **детских досуговых центров** присутствует около ... предприятий, занимающихся данной деятельностью, обладающих средними объемами оказания услуг и юридически оформленные (по данным сайта <http://yell.ru>). Рассмотрим распределение детских досуговых центров по округам Москвы.

...

## ТЕМПЫ РОСТА

До кризиса насыщенность рынка детских досуговых центров РФ составляла ...%. Ожидалось, что рынок увеличится в 5-7 раз и темпы роста, соответственно, будут очень высоки. Однако кризис 2008-2009 гг. помешал данному сценарию развития рынка. В настоящее время рынок постепенно возвращает прежние темпы роста.

## КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

Анализ и описание основных конкурентов будет проводиться на основе информации, опубликованной в Интернете. Для анализа рассматриваются наиболее часто упоминаемые в сети детские досуговые центры.

## КОЛИЧЕСТВЕННАЯ И КАЧЕСТВЕННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Рассмотрим следующих основных игроков рынка:

- Детский Досуговый Центр «Детвора»
- Клуб «Семья»
- Детский досуговый центр «Семицветик»
- Детский досуговый центр «Искра»
- «Бэби клуб»
- «ЯСАМ».

Главным игроком рынка в г. Москве можно признать Московский городской дворец детского (юношеского) творчества. ...

...

## АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

### ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Опираясь на статистические данные и прогнозы о рождаемости и численности детей, мы можем выделить группы детей по возрастному критерию, для которых возможно построение стратегии выбора основных направлений деятельности досугового центра (Диаграмма 3, Диаграмма 4). Из этих данных можно сделать вывод, что основным потребителем услуг в данный момент будут являться дети и подростки 10-19 лет, но для дальнейшего развития центра не стоит забывать и о детях 0-9 лет, количество которых по прогнозам уже приближается к количеству детей и подростков 10-19 лет и в дальнейшем будет увеличиваться.

...

## МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

### УНИКАЛЬНЫЕ ДОСТОИНСТВА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Уникальным достоинством услуг создаваемого детского досугового центра является большое количество услуг – обучающих и развивающих программ для детей от 1 года до 7 лет в сочетании с ценой, приемлемой для людей со средним достатком. Центр находится в ..., где наблюдается наименьшее количество досуговых центров в Москве.

Центр предлагает следующие услуги:

- обучение и развитие для детей и для подростков
- организация и проведение праздников, различных мероприятий
- услуги для родителей детей (йога)
- консультации логопеда, психолога для детей и для взрослых.

Основные потребители услуг центра – жители Москвы со средним доходом, ценящие соотношение цена-качество и заботящиеся о гармоничном развитии своего ребёнка.

Так как в центре помимо услуг детям предоставляются и услуги взрослым, родителям не придётся уезжать из центра и возвращаться туда за ребёнком – у них будет возможность заняться собой, саморазвитием и самосовершенствованием.

...

...

...

## ПЛАН ПРОДАЖ

### ЦЕНЫ НА КОНКРЕТНЫЕ ВИДЫ УСЛУГИ.

Рассмотрим цены на основные услуги детского досугового центра

**ТАБЛИЦА 33. ЦЕНЫ НА ОСНОВНЫЕ УСЛУГИ ДОСУГОВОГО ЦЕНТРА**

Услуга	Абонемент	Количество посещений в неделю	Сумма, руб.
Комплексная программа развития для детей от 1 года до 3 лет	1 мес.	1	
		2	
	6 мес.	1	
		2	
	12 мес.	1	
		2	
Комплексная программа развития для детей от 4 до 7 лет	1 мес.	1	
		2	
	6 мес.	1	
		2	
	12 мес.	1	
		2	
Хореография	1 мес.	1	
		2	
	6 мес.	1	
		2	
	12 мес.	1	
		2	
Рисование	1 мес.	1	
		2	
	6 мес.	1	
		2	
	12 мес.	1	
		2	
Пение	1 мес.	1	
		2	
	6 мес.	1	
		2	
	12 мес.	1	

Услуга	Абонемент	Количество посещений в неделю	Сумма, руб.
		2	
Компьютерный класс	1 мес.	1	
		2	
	6 мес.	1	
		2	
	12 мес.	1	
		2	
Английский язык	1 мес.	1	
		2	
	6 мес.	1	
		2	
	12 мес.	1	
		2	
Немецкий язык	1 мес.	1	
		2	
	6 мес.	1	
		2	
	12 мес.	1	
		2	
Французский язык	1 мес.	1	
		2	
	6 мес.	1	
		2	
	12 мес.	1	
		2	

Источник: ГК Step by Step

Рассмотрим также цены на дополнительные услуги в детском досуговом центре.

...

...

...

# Маркетинговое Агентство Step by Step

г. Москва, ул. Николаямская, д. 29, 3-й этаж  
Тел. (495)915-39-69, (495)760-5073 [www.step-by-step.ru](http://www.step-by-step.ru)



По поводу приобретения готовых аналитических отчетов ГК Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: [info@step-by-step.ru](mailto:info@step-by-step.ru)) или по телефонам (495) 760-50-73, 8 (903) 240-00-88