

# ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

## ОТКРЫТИЯ КИНОТЕАТРА

### 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> .....	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     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 одним просмотровым залом

## 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 – 200 мест (1 тыс. кв.м.)
- 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 четырех 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**

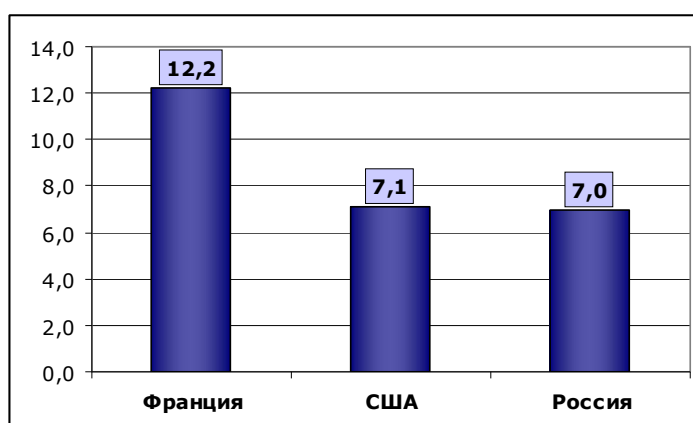
Тип оператора	Кол-во операторов	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов
Федеральные сети			
Региональные сети			
Местные сети			
Независимые кинотеатры			
<b>Всего по России</b>			

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 (однозальный)

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 однопального и многозального кинотеатров.

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

А	В	С	Д	Е	Ф	Г	
3	<b>Производственное оборудование</b>						
4	<b>№</b>	<b>Наименование</b>	<b>Кол-во</b>	<b>Цена у.е.</b>	<b>Сумма у.е.</b>	<b>Срок амортизации</b>	<b>Амортизация</b>
5	1	Кинопроектор	1	18000	18 000	3	6000
6	2	Экран 7,8 x 3,4	1	2600	2 600	2	1300
7	3	Звуковое оборудование dolby digital surround EX OB	1	25000	25 000	5	5000
8	4	Кресла	200	200	40 000	2	20000
9	5	Оборудование 5	0	0	0	3	0
10	6	Оборудование 6	0	0	0	3	0
11	7	Оборудование 7	0	0	0	3	0
12		<b>Итого</b>	<b>203</b>		<b>85 600</b>		<b>32300</b>
13	<b>Инвентарь</b>						
14	<b>№</b>	<b>Наименование</b>	<b>Кол-во</b>	<b>Цена у.е.</b>	<b>Сумма у.е.</b>	<b>Срок амортизации</b>	<b>Амортизация</b>
15	1	Компьютер	7	500	3500	2	1750
16	2	Телефон	8	30	240	1	240
17	3	Принтер	2	100	200	1	200
18	4	Кассовый аппарат	3	600	1800	2	900
19	5	Кассовые боксы	3	600	1800	2	900
20	6	Термопринтер	3	800	2400	1	2400
21	7	Сейф	1	250	250	2	125
22	8	Шкаф для документов	3	150	450	1	450
23	9	Стул для персонала	15	25	375	1	375
24	10	Стол руководителя	1	250	250	1	250
25	11	Стол для персонала	10	150	1500	1	1500
26	12	Вешалки	230	2	460	1	460
27	13	Стол в кафе	10	150	1500	1	1500
28	14	Инвентарь 14	0		0	0	0
29		<b>ИТОГО:</b>	<b>296</b>		<b>14 725</b>		<b>11050</b>
30	<b>Установка сигнализаций</b>						
31	<b>№</b>	<b>Наименование</b>	<b>Кол-во</b>	<b>Цена у.е.</b>	<b>Сумма</b>		
32	1	Установка пожарной сигнализации	1	300	300		
33	2	Установка охранной сигнализации	1	400	400		
34	3	Установка системы видеонаблюдения	1	500	500		
35							
36							

Стартовые параметры \ Оборудование / Штат / Единовременные затраты / Дальнейшие

А	В	С	Д	Е	Ф	Г	Н	И
1	<b>Свод доходы-расходы</b>							
2	<b>Месяц</b>	<b>Расходы, у.е.</b>	<b>Доходы, у.е.</b>	<b>Налог на прибыль, у.е.</b>	<b>Итого, у.е.</b>	<b>Прибыль до налогов, у.е.</b>	<b>Чистый денежный поток (ЧДП), у.е.</b>	<b>ЧДП нарастающим итогом, у.е.</b>
3								
19	16	177 235	242 352	15 628	280 604	65 117	531 704	49 489
20	17	177 235	242 352	15 628	330 093	65 117		280 604
21	18	177 235	242 352	15 628	379 583	65 117		49 489
22	19	177 235	242 352	15 628	429 072	65 117	531 704	49 489
23	20	177 235	242 352	15 628	478 561	65 117		429 072
24	21	177 235	242 352	15 628	528 050	65 117		478 561

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))