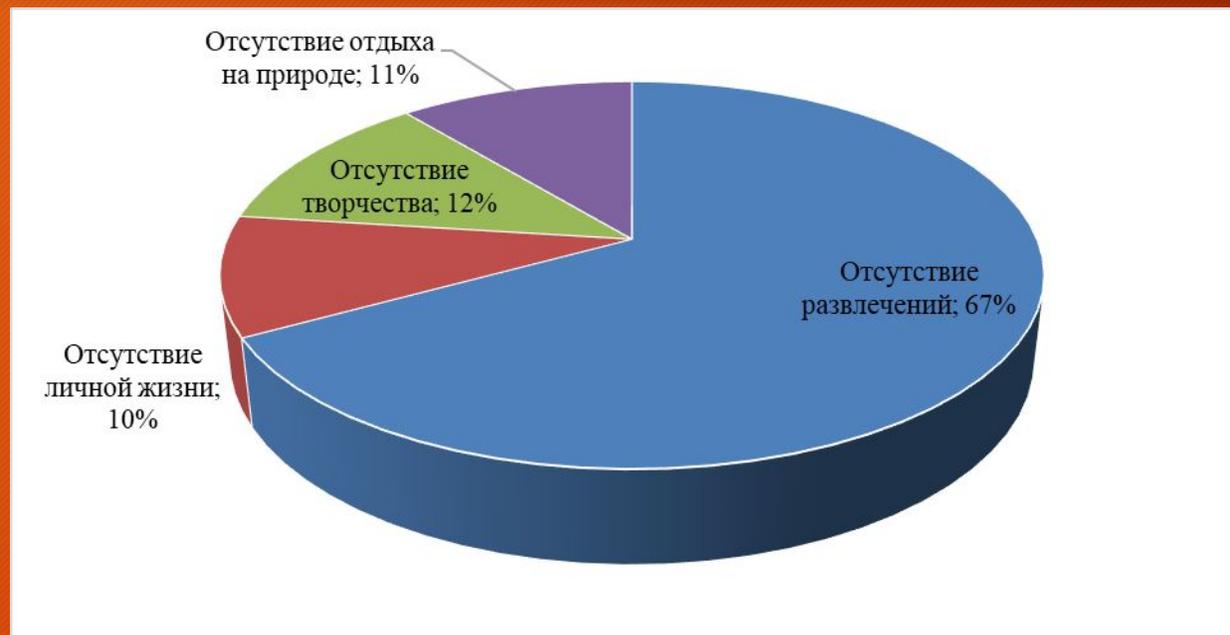


Разработка бизнес-  
проекта «Виртуальный  
кинотеатр» в городе  
Шэньжэнь

# Анализ факторов, обуславливающих значимость проблемы



Так, по словам Р.К. Дорена, использование новых технологий в области развлечений способствует улучшению настроения и общего состояния человека.

# Анализ гипотезы: статистический анализ

Производитель	Ключевые находки
IMAX VR (Лос-Анджелес)	MAX VR насчитывает четырнадцать отдельных комнат, в каждой из которых есть кресло Dbox, шлем виртуальной реальности HTC Vive или Starbreeze StarVR, жилет Subpac с вибрацией и контроллеры. Помимо фильмов, каталог развлечений включает в себя игры и VR-аттракционы, один из которых называется «Звездные войны: испытания Татуина».
IMAX VR (Торонто)	Компания сотрудничает с разработчиком игр Starbreeze и выпускает лицензионный контент на основе известных кинофильмов. Например, в портфель VR-игр IMAX, входят продукты, основой для которых послужили такие популярные франшизы
IMAX VR (Нью-Йорк)	Посетители центра оказываются в песках планеты Татуин, где жил Люк Скайуокер. Одно посещение IMAX VR стоит от 7 до 10 долларов. Контент для IMAX VR будут создавать компании ILMxLABs, Sony, Lionsgate, Starbreeze, Survios и Ubisoft
IMAX VR (Пекин)	Залы оборудованы вращающимися креслами, VR-шлемами и встроенным компьютером. С помощью контроллеров зритель фактически сможет определять сюжет фильма, который будет зависеть от того, какие решения примет зритель.

В мире не так много кинотеатров виртуальной реальности, а в Китае он один, расположенный в городе Пекин. Самое направление VR-реальности - является новым и популярным

- 1 Большинство кинотеатров в городе Шеньжэнь не показывают фильмы даже в 3D формате.
- 2 Большой поток желающих сходить в кинотеатр, что доказывает то, что услуги кинотеатров пользуются спросом.
- 3 Огромное количество открытых VR-аттракционов в самих кинотеатрах, которые пользуются спросом.
- 4 Частые запросы в Google по запросу «виртуальный кинотеатр».

# Анализ потребителя

Портрет	Поведение
Жители города в возрасте от 16 до 45 лет, мужского и женского пола	Любят ходить в кино
Факты	Нужды и цели
Возраст от 16 до 45 лет Мужчины и женщины	Хотят получать новые эмоции Хотят посещать кинотеатры виртуальной реальности

Потенциальными пользователями проекта создания «Виртуальный кинотеатр» в городе Шеньжэнь являются жители города Шеньжэнь в возраст от 20 до 45 лет, имеющие средний доход и посещающие кино от 2-х раз в месяц.

# Конкурентный анализ

Название	Рейтинг
Golden Harvest Shenzhen Cinemas	3,9
Shenzhen Theater	3,8
MCL Cinema City	4,3
Shenzhen Huaxia Star Light Complex	3,8
IMAX Theater	3,0
Jinyi International Cinemas	3,8
Broadway Cinemas	4,1
Bona International Cineplex	4,3

Лидирующие позиции в рейтинге занимают компании «Bona International Cineplex» и «MCL Cinema City»

	Возможности	Угрозы
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Приток населения</li> <li>2. Увеличение числа туристов</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Снижение платежеспособности населения;</li> <li>2. Повышение конкуренции на рынке;</li> <li>3. Отток населения.</li> </ol>
<b>Сильные стороны:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Месторасположение;</li> <li>2. Оперативная работа с клиентами;</li> <li>3. Выполнение постоянных исследований рынка.</li> <li>4. Уникальное предложение</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Расширение клиентской базы</li> <li>2. Проведение рекламных акций</li> <li>3. Особые предложения для постоянных клиентов</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сохранение лидирующей позиции на рынке путем использований программ удержания клиентов</li> </ol>
<b>Слабые стороны:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отсутствие собственного помещения</li> <li>2. Отсутствие собственного капитала</li> <li>3. Отсутствие опыта в данной сфере</li> <li>4. Безызвестность компании</li> <li>5. Слабая информационная база в данной деятельности (отсутствие полного знания, контактов)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Активная рекламная кампания на площадках (в точках соприкосновения с целевой аудиторией)</li> <li>2. Посещение различных тренингов, вебинаров по ведению бизнеса</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поиск постоянных партнеров по аренде и укрепление взаимоотношений между клиентами</li> <li>2. Заимствование маркетинговой стратегии конкурентов и модели бизнеса из проведенного бенчмаркинга</li> <li>3. Акции для привлечения и удержания клиентов</li> <li>4. Разработка бонусной программы</li> </ol>

# Бенчмаркинг

Компания	Описание
IMAX VR (Лос-Анджелес)	MAX VR насчитывает четырнадцать отдельных комнат, в каждой из которых есть кресло Dbox, шлем виртуальной реальности HTC Vive или Starbreeze StarVR, жилет Subpac с вибрацией и контроллеры. Помимо фильмов, каталог развлечений включает в себя игры и VR-аттракционы, один из которых называется «Звездные войны: испытания Татуина».
IMAX VR (Торонто)	Компания сотрудничает с разработчиком игр Starbreeze и выпускает лицензионный контент на основе известных кинофильмов. Например, в портфель VR-игр IMAX, входят продукты, основой для которых послужили такие популярные франшизы
IMAX VR (Нью-Йорк)	Посетители центра оказываются в песках планеты Татуин, где жил Люк Скайуокер. Одно посещение IMAX VR стоит от 7 до 10 долларов. Контент для IMAX VR будут создавать компании ILMxLABs, Sony, Lionsgate, Starbreeze, Survios и Ubisoft
IMAX VR (Пекин)	Залы оборудованы вращающимися креслами, VR-шлемами и встроенным компьютером. С помощью контроллеров зритель фактически сможет определять сюжет фильма, который будет зависеть от того, какие решения примет зритель.

## Компания лидер - IMAX VR (Нью-Йорк).

Сильные и слабые стороны	<p><b>Сильные стороны:</b></p> <p>Разнообразие услуг;</p> <p>Наличие высококвалифицированных специалистов</p> <p>Уникальность предложения</p>	<p><b>Слабые стороны:</b></p> <p>Отсутствие фудкорта</p> <p>Высокая стоимость услуг</p>
Что можно внедрить к себе в проект?	<p>Систему «Взаимоотношения с клиентами»</p> <p>Системы «Каналы сбыта»</p>	

# Разработка бизнес-модели проекта

Ключевые партнеры	Ключевые виды деятельности	Ценностное предложение	Взаимоотношения с клиентами	Потребительские сегменты
1) Поставщики оборудования; 2) Киностудии	1) Показ фильмов в режиме виртуальной реальности	Предоставление услуг по показу фильмов с использованием новейшей технологии виртуальной реальности для полного погружения в атмосферу кино	промо-акции, бонусные программы, консультации клиента и индивидуальный подбор дизайна торта или капкейка	Жители города Шеньжэнь в возраст от 20 до 45 лет, имеющие средний доход и посещающие кино от 2-х раз в месяц
	Ключевые ресурсы		Каналы сбыта	
	Административный персонал; Обслуживающий персонал; Товарно-материальные ценности студии; Помещение; Связи и знакомства.		Личные продажи Продажи по телефону Лэндинг-страница	
Структура издержек	Потоки поступления доходов			
Закуп ОС, заработная плата персоналу, коммунальные услуги, связь	1. Прибыль с продажи билетов на показ фильмов.			

# Экономическое обоснование

Название	Номер предш. мероприятия	Длительность в неделях	Число исполнителей
1. Исследование рынка	0	6	1
2. Написание бизнес-плана	1	1	1
3. Поиск финансирования	2	4	2
4. Регистрация ИП	2	1	1
5. Поиск помещения	3	1	2
6. Заключение договора на аренду	3, 4	1	2
7. Ремонт помещения	6	1	1
8. Покупка оборудования	7	1	2
9. Подключение оборудования	7	1	2
10. Найм и обучение персонала	8	2	2
11. Запуск рекламной кампании	9	2	2
12. Открытие бизнеса	все	21	

Статьи затрат	Сумма
Расходы, связанные с организацией бизнеса	2 500
Затраты на приобретение основных средств	1 737 000
Затраты на приобретение нематериальных активов	5 000
Затраты на ремонт	95 000
Предоплата расходов на 2 первых месяца работы	521 000
Затраты на приобретение расходных материалов	5 000
Итого	2 366 450

# Реклама и ТМЦ

№	Оборудование	Количество (шт.)	Стоимость (руб.)	Итого
1	Стол	2	2000	4000
2	Стул	10	700	7000
3	Кресла	50	3 000	150000
4	экран	1	50 000	50000
5	прожектор	2	120000	240000
6	Софиты	4	17000	68000
7	Аудиосистема Dolby Athmos	4	17000	68000
8	Очки VR	50	23 000	1150000
9	Итого	123	232 700	1 737 000

№	Статья затрат	Первоначальный взнос	Постоянные затраты, год
1	Листовки и визитки	3 000	36 000
2	SMM-продвижение	10 000	120 000
3	Промоакции		12000
Итого		13 000	168 000

# Расчет кредита

Необходимо	Подготови- тельный период	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.	Итого
Возврат тела кредита		167 626,02	187 741,14	210 270	235 502,4	263 762,8	1 064 902
Остаток тела кредита	1 064 902,50	897 276,48	709 535,3	499 265,26	263 762,8		2 369 839
Выплата процентов		127 788,30	107 673	85 144,24	59 911,8	31 651,5	412 169
Итого выплат		295 414	295 414,3	295 414,3	295 414,2	295 414,3	1 477 071

Источниками финансирования данного типа бизнеса будет инвестиции (55% от общей суммы вложений) и заемные средства (45% от общей суммы вложений). Так, инвестор дает сумму 1 301 547 с фиксированной процентной ставкой 40%, а заемные средства берутся в банке сроком на 5 лет под процентную ставку 12%. Сумма заемных средств составляет 1 064 902 рублей.

# Расчет заработной платы

Должность	Оклад в месяц, т.р.	Кол-во	Итого в год, т.р.	Налоговые отчисления	Итого расходов, т.р.
Администратор	20 000	2	480000	144000	624000
Кассир	20 000	2	480000	144000	624000
Уборщица	17 000	1	204000	61200	265200
Техник	30 000	1	360000	108000	468000
Итого	40 000	6	1 524 000	288 000	1 981 200

# Прогноз продаж и выручки

## Прогноз продаж

Показатели	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.	Итого
Билет	23040	25200	26640	28800	30960	134640

## Прогноз выручки

Показатели	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.	Итого
Билет	21 586 176	23 519 160	24 815 160	26 801 280	28 811 376	125 533 152
Итого	21 586 176	23 519 160	24 815 160	26 801 280	28 811 376	125 533 152

# Расходы

## Коммунальные услуги

Наименование	Цена
Отопление	3 800
Электроснабжение	1 500
Итого	5 300
Итого за год	63 600

## Прочие затраты

Наименование	Сумма
Канцелярия	36 000
Вода	1 920
Итого	37 920

## Затраты на связь

Наименование	Цена	Подготови тельный итог	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.
Подключение золотого номера	800	800					
Абонентская плата в месяц	450		5400	5400	5400	5400	5400
Гарантийный взнос	150	150					
Итого	1400	950	5400	5400	5400	5400	5400

# Отчет о прибылях и убытка и отчет ДДС

14. = Налогооблагаемая прибыль	-13 950	2 219 447	2 708 007	3 041 620	3 534 617	4 029 622	15 533 313
15. - Налог на прибыль	0	443 889	541 601	608 324	706 923	805 924	3 106 663
16. = чистая прибыль	-13 950	1 775 558	2 166 406	2 433 296	2 827 694	3 223 697	12 412 701
17. - Дивиденды	0	710 223	866 562	973 319	1 131 077	1 289 479	4 970 660
18. = Прибыль на развитие	-13 950	1 065 335	1 299 844	1 459 978	1 696 616	1 934 218	7 442 040
19. Накопленная прибыль на развитие	-13 950	1 051 385	2 351 228	3 811 206	5 507 822	7 442 040	20 149 731

3. Финансовая деятельность, в т.ч.:							
а) + взятие кредита	1 064 903						1 064 903
б) - выплата кредита		167 626	187 741	210 270	235 502	263 763	1 064 902
в) + взнос инвестора	1 301 548						1 301 548
Финансовый денежный поток	2 366 450	-167 626	-187 741	-210 270	-235 502	-263 763	1 301 548
Общий денежный поток	615 500	1 193 542	1 407 936	1 545 541	1 756 947	1 691 455	8 210 921
ДС на начало периода	0	615 500	1 809 042	3 216 978	4 762 519	6 519 466	16 923 504
ДС на конец периода	615 500	1 809 042	3 216 978	4 762 519	6 519 466	8 210 921	25 134 425

# Инвестиционный анализ

Наименование	Подготовительный период	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.	Итого
1. Cash-flow Денежный поток	-1 750 950	2 071 391	2 462 239	2 729 130	3 123 527	3 244 697	11 880 033
2. Накопленный cash-flow	-1 750 950	320 441	2 782 680	5 511 810	8 635 337	11 880 033	27 379 351
3. Номер периода n	0	1	2	3	4	5	
4. Коэффициент дисконтирования	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	
5. Дисконтированный cash-flow	-1 750 950	2 071 391	2 462 239	2 729 130	3 123 527	3 244 697	11 880 033
6. Дисконтированный накопленный cash-flow	-1 750 950	320 441	2 782 680	5 511 810	8 635 337	11 880 033	27 379 351

Простая окупаемость инвестиций занимает	1	год
Дисконтированная окупаемость инвестиций занимает	1	год
NPV Чистая текущая стоимость проекта	11 880 033	тыс. руб.
PI индекс прибыльности	7,78	руб.
IRR внутренняя ставка доходности	130%	

Таким образом, можно увидеть, что  $NPV = 11\,080\,033$ , что говорит о том, что  $NPV > 0$ , то есть выполняет условия эффективности проекта и говорит о том, что проект «Виртуальный кинотеатр» является выгодным с точки зрения инвестиций.

# Риски проекта

Фактор риска	Вероятность наступления	Тяжесть последствий	Мероприятия
Низкое качество оказываемых услуг	низкая	средняя	Составление авторской программы уроков
Дефицит квалифицированного персонала	средняя	высокая	Поиск персонала на этапе планирования бизнеса, наличие «костяка» команды, предложение более выгодных условий сотрудникам, чем у конкурентов
Ценовая политика	средняя	ниже среднего	Тщательный анализ цен конкурентов
«Выдавливание» конкурентами (демпинг, маркетинговые войны, копирование фирменного меню)	средняя	средняя	Реклама, поддержание высокого уровня сервиса, клиентоориентированность, получение обратной связи от клиентов, наличие финансовой подушки безопасности на начальный период работы, использование всех конкурентных преимуществ, наличие программы лояльности

Исходя из таблицы, можно увидеть, что проект имеет определённые риски, но при этом не имеет рисков с высокой вероятностью наступлений, что говорит о том, что проект может быть успешен.