|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН ПАРКА АТТРАКЦИОНОВ МАЛОГО ФОРМАТА 2017 С ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛЬЮ** |
| Название компании-исполнителя | Группа компаний Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 23.08.2017 |
| Количество страниц | 93 стр. |
| Язык отчета | русский |
| Стоимость (руб.) | 35 000 руб. |
| Полное описание отчета (цель, методы, структура, источники информации, выдержки из текста, графическая информация, диаграммы-примеры и т.п.) – не более 2-х стр.А4 | **Цель БП:** Создание открытого парка аттракционов.Бизнес - план содержит следующие основные блоки:1. Описание товара/услуги
2. Анализ рынка
3. Маркетинговый план
4. План продаж
5. Производственная часть
6. Организационно-управленческая структура
7. Финансовый план
8. Организационный план осуществления проекта
9. Нормативная информация

Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта. Суть проекта Создание открытого парка аттракционов. * Площадь территории аттракционов 3 000 кв. м.
* Количество аттракционов – 12: детские, семейные и экстремальные
* Часы работы парка: с 10:00 до 23:30
* Часы работы аттракционов: с 10:00 до 21:00.

Долгосрочные и краткосрочные цели проекта**Краткосрочная цель:** …**Долгосрочная цель:** ….Расчетные сроки проекта Расчетный срок проекта – 5 года (60 месяцев).Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции**Продукт** - ….**Цена** - …. **Сбыт** – …. **Продвижение** – ….Стоимость проекта Объем необходимых инвестиций - …. руб.Источники финансирования проекта Собственные средства.Выгоды и риски проекта**Выгоды:** * ….

**Риски:** * …..

Ключевые экономические показатели эффективности проекта:….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | **Содержание** |  |
| 2 | **Введение** | **6** |
| 3 | **1. Резюме проекта** | **7** |
|  | 3.1 | *Суть проекта* | *7* |
|  | 3.2 | *Долгосрочные и краткосрочные цели проекта* | *7* |
|  | 3.3 | *Расчетные сроки проекта* | *7* |
|  | 3.4 | *Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции* | *7* |
|  | 3.5 | *Стоимость проекта* | *8* |
|  | 3.6 | *Источники финансирования проекта* | *8* |
|  | 3.7 | *Выгоды и риски проекта* | *8* |
|  | 3.8 | *Ключевые экономические показатели эффективности проекта:* | *8* |
| 4 | **2. Описание услуги** | **9** |
|  | 4.1 | *Определение услуги* | *9* |
|  | 4.2 | *Сегментация услуги* | *9* |
|  | 4.3 | *Стоимость услуги. Принятая концепция ценообразования* | *10* |
|  | 4.4 | *Перспективы развития услуги* | *10* |
|  | 4.5 | *Лицензии, патенты, государственная поддержка* | *10* |
| 5 | **3. Анализ рынка** | **15** |
|  | 5.1 | *Анализ положения дел в отрасли* | *15* |
|  |  | 5.1.1 | Текущая ситуация в отрасли | 15 |
|  |  | 5.1.2 | Факторы, влияющие на отрасль | 16 |
|  | 5.2 | *Общие данные о рынке* | *17* |
|  | 5.3 | *Объём рынка в натуральном выражении* | *17* |
|  | 5.4 | *Объем рынка в денежном выражении* | *21* |
|  | 5.5 | *Влияние сезонности на Рынок* | *21* |
|  | 5.6 | *Тенденции рынка* | *22* |
|  | 5.7 | *Сегментация рынка* | *23* |
|  | 5.8 | *Ценообразование на рынке* | *25* |
|  |  | 5.8.1 | Ценовая политика | 25 |
|  |  | 5.8.2 | Основные принципы ценообразования | 25 |
|  | 5.9 | *Конкурентный анализ* | *28* |
|  | 5.10 | *Конкуренция между крупнейшими парками развлечений на рынке* | *28* |
|  |  | 5.10.1 | Основные игроки | 29 |
|  |  | 5.10.2 | Основные параметры конкуренции | 29 |
|  |  | 5.10.3 | Описание профилей крупнейших компаний | 29 |
|  |  | 5.10.4 | Сравнительная характеристика основных игроков на рынке | 42 |
|  |  | 5.10.5 | Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими игроками | 51 |
|  | 5.11 | *Анализ потребителей* | *52* |
|  |  | 5.11.1 | Описание потребителей | 52 |
|  | 5.12 | *Структура потребления Услуги* | *53* |
|  |  | 5.12.1 | Посещаемость парков | 53 |
|  |  | 5.12.2 | Факторы, влияющие на выбор потребителей | 53 |
|  | 5.13 | *Действенные методы продвижения Услуги* | *53* |
|  | 5.14 | *Основные тенденции в потребительском сегменте* | *53* |
|  | 5.15 | *Выбор и обоснование целевого сегмента* | *54* |
| 6 | **4. Маркетинговый план** | **56** |
|  | 6.1 | *Уникальные достоинства, позиционирование* | *56* |
|  | 6.2 | *Ценовая политика* | *56* |
|  | 6.3 | *Порядок оказания услуг* | *56* |
|  | 6.4 | *Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы* | *57* |
|  |  | 6.4.1 | Этап 1 – «До запуска объекта» | 57 |
|  |  | 6.4.2 | Этап 2 – «Запуск объекта» | 57 |
|  |  | 6.4.3 | Этап 3 – «Сопровождение объекта» | 58 |
| 7 | **5. План продаж** | **59** |
|  | 7.1 | *Цены на конкретные виды услуги* | *59* |
|  | 7.2 | *Организация сбыта. Каналы сбыта* | *59* |
|  | 7.3 | *План продаж на весь расчетный период* | *59* |
| 8 | **6. Производственная часть** | **61** |
|  | 8.1 | *Описание производственного процесса. Технологическая схема организации услуги* | *61* |
|  | 8.2 | *Требования к поставщикам* | *61* |
|  | 8.3 | *Состав и стоимость оборудования* | *64* |
|  |  | 8.3.1 | Амортизация основных средств | 65 |
|  | 8.4 | *Оценка и обоснование необходимых ресурсов* | *65* |
|  | 8.5 | *Оценка затрат* | *65* |
|  |  | 8.5.1 | План по затратам | 67 |
|  | 8.6 | *Оценка доходов* | *70* |
|  | 8.7 | *6.1. Функциональное решение* | *72* |
|  |  | 8.7.1 | Выбор и обоснование типа предприятия | 72 |
| 9 | **7. Организационно-управленческая структура** | **73** |
|  | 9.1 | *Организационная структура* | *73* |
|  | 9.2 | *Специализация, количество и состав сотрудников* | *73* |
|  | 9.3 | *Затраты на оплату труда* | *74* |
| 10 | **8. Финансовый план** | **75** |
|  | 10.1 | *Основные параметры расчетов* | *75* |
|  | 10.2 | *Объем финансирования* | *75* |
|  | 10.3 | *Показатели эффективности проекта* | *76* |
|  | 10.4 | *Основные формы финансовых расчетов* | *79* |
|  | 10.5 | *Анализ чувствительности* | *86* |
|  |  | 10.5.1 | Показатели эффективности проекта | 86 |
| 11 | **9. Организационный план осуществления проекта** | **88** |
|  | 11.1 | *План-график реализации проекта* | *88* |
| 12 | **Список приложений** | **89** |
|  | 12.1 | *Приложение 1. Отраслевые ассоциации и инфраструктурные организации Рынка* | *89* |
|  | 12.2 | *Приложение 2. Должностные инструкции* | *92* |
|  |  | 12.2.1 | Должностная инструкция директора парка культуры и отдыха | 92 |
|  |  | 12.2.2 | Должностная инструкция управляющего аттракционом | 93 |

 |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Число парков культуры и отдыха Минкультуры России по федеральным округам, 2016 гг., %Таблица 1. Ключевые показатели проектаТаблица 2. Факторы, влияющие на отрасльТаблица 3. Число парков культуры и отдыха Минкультуры России, 2012-2016 гг., шт.Таблица 4. Число парков культуры и отдыха Минкультуры России в 2016 году по регионам, шт.Таблица 5. Данные парков культуры и отдыха и объектов в них, 2010-2014 гг.,Таблица 6. Классификация объектов развлекательной инфраструктуры (парков)Таблица 7. Классификация парков по типамТаблица 8. Средняя стоимость билета на стандартные аттракционы парков развлеченийТаблица 9. Сравнительная характеристика основных игроков на рынке (1 часть)Таблица 10. Сравнительная характеристика основных игроков на рынке (2 часть)Таблица 11. Целевая аудитория парков аттракционов и ее характеристикаТаблица 12. План продаж на расчетный период, %Таблица 13. План продаж в натуральном выраженииТаблица 14. Список поставщиков аттракционовТаблица 15. Состав и стоимость основного оборудованияТаблица 16. Управленческие расходы, руб.Таблица 17. Коммерческие расходы, руб.Таблица 18. Прочие расходы, руб.Таблица 19. План по расходам на первый год проекта, руб.Таблица 20. План по расходам на 2 и 3 годы проекта, руб.Таблица 21. План по расходам на 4 и 5 годы проекта, руб.Таблица 22. План по доходам на первый год проекта, руб.Таблица 23. План по доходам на 2 и 3 годы проекта, руб.Таблица 24. План по доходам на 4 и 5 годы проекта, руб.Таблица 25. Штатное расписаниеТаблица 26. Инвестиционные затратыТаблица 27. Затраты до выхода на безубыточностьТаблица 28. Расчет итоговой стоимости проектаТаблица 29. Чистый денежный поток, 1 проекта, тыс. руб.Таблица 30. График окупаемости проекта, 2 и 3 год проекта, тыс. руб.Таблица 31. График окупаемости проекта, 4 и 5 год проекта, тыс. руб.Таблица 32. Отчет о прибылях и убытках (1 год), тыс. руб.Таблица 33. Отчет о прибылях и убытках (2-3 год), тыс. руб.Таблица 34. Отчет о прибылях и убытках (4-5 год), тыс. руб.Таблица 35. Отчет о движении денежных средств (1 год), тыс. руб.Таблица 36. Отчет о движении денежных средств (2-3 год), тыс. руб.Таблица 37. Отчет о движении денежных средств (4-5 год), тыс. руб.Таблица 38. Показатели эффективности проектаТаблица 39. Анализ чувствительности проектаТАБЛИЦА 40. ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТАТаблица 41. Описание деятельности отраслевых организаций и инфраструктурных организацийСхема 1. Организационная структура |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | БП парка аттракционов 2017.pdf |

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) **специализируется** в области корпоративного маркетинга. Мы оказываем широкий спектр услуг отделам маркетинга коммерческих компаний, от проведения практически любых исследовательских работ до содействия в реализации маркетинговых планов компании в случае недостатка собственных ресурсов подразделения (например, в связи с открытием нового проекта или крупным мероприятием).

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) объединяет в себе такие качества как комплексный подход к задаче, свойственный управленческим консультантам, и владение современными методиками маркетинговых исследований, присущее исследовательским компаниям.

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) специализируется на следующих сегментах рынка:

* Рынок промышленных предприятий (Business-to-Business рынок)
* ИТТ – рынок
* Рынок торгово-розничных предприятий
* Рынок отдыха и развлечений
* Рынок предприятий малого бизнеса

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов**, **Международной ассоциации ESOMAR.**