

# БИЗНЕС-ПЛАН

«ОТКРЫВАЕМ  
КИНОТЕАТР»

Кинопоказ является дорогим бизнесом, ведь для того, чтобы открыть один кинотеатр, с несколькими залами составляет \$2-3 млн. Однако открывать одиночный кинотеатр не целесообразно. Открытие сети кинотеатров будет на порядок прибыльнее, но при этом следует учесть, что понадобятся огромные финансовые инвестиции.





Открытие сети многозальных кинотеатров имеет множество преимуществ:

-Риск при развитии бизнеса существенно уменьшаются, так как при закрытии одного кинотеатра бизнес в целом сильно не пострадает.

-Большие сети кинотеатров сильно интересуют рекламодателей.

Содержать управляющий отдел гораздо проще.

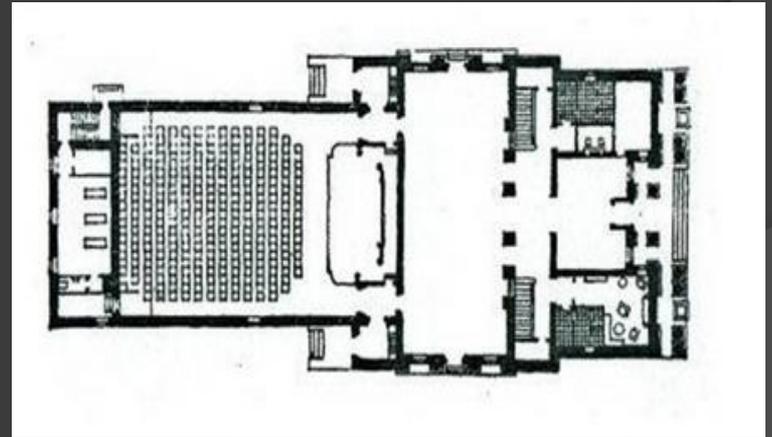
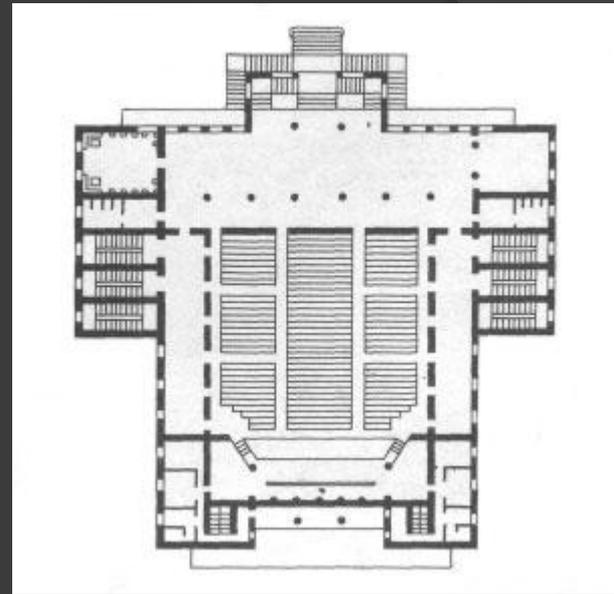
-При оборудовании нескольких многозальных кинотеатров поставщики оборудования с радостью предоставят значительные скидки.



## Начальные инвестиции

Финансовые вложения в традиционный многозальный кинотеатр (6-9 залов) составят примерно \$2-3 млн. (ввод в эксплуатацию одного зала обойдется в \$300-400 тыс.). Успешный кинотеатр должен иметь оборудование и кресла наилучшего качества. Также для кинотеатров полезно иметь объемную парковку у входа. Оборудование лучше приобретать сразу, однако если бюджет ограничен, можно воспользоваться лизинговыми программами. Чтобы оборудовать зал на 300-400 мест понадобится около \$100 тыс. Оснащение более вместительных залов потребует в несколько раз больших финансовых затрат.

Выбирая помещение, не нужно рассматривать кинотеатрам, оставшимся от СССР, так как затраты на перепланировку и реставрацию слишком велики. Наиболее удачным решением для многозального кинотеатра является аренда 3000 м<sup>2</sup> на территории большого (40-80 тыс. м<sup>2</sup>) торгово-развлекательного комплекса. Аренда такого помещения обойдется дешевле, чем постройка собственного здания и обеспечит дополнительный приток посетителей из числа клиентов других отделений ТРК. Плюс при аренде большой площади под кинотеатр можно получить неплохую скидку. Стоит отметить, что при выборе помещения нужно следить за его техническими параметрами (высота потолков, допустимые нагрузки).



Сегодня кинопрокатчики предлагают огромное множество фильмов. При выборе продуктов главное остановиться на таких, которые соберут максимум зрителей. Стоит сказать, что некоторые картины, покоровшие Европу и Америку, у нас терпят фиаско. Иногда случается и наоборот – компания дистрибьютор вкладывает много средств в рекламу для посредственного фильма и он собирает большое число зрителей. Сегодня также важно эффективно и быстро управлять всеми кинотеатрами. Это касается контроля ценовой политики и расписания показов, также необходимо централизовать и ускорить рассмотрение отчетов о посещаемости и продажах билетов.





В целом на то, чтобы открыть и содержать большую сеть кинотеатров потребуется свыше 1000 человек. При этом около 50 работников должны обеспечивать функционирование управляющей компании. Проблема поиска квалифицированных сотрудников достаточно серьезна (в особенности это касается руководящих должностей). В большинстве случаев отбираются люди из других отраслей и переобучаются. На заработную плату сотрудникам уходит приблизительно 15% от общего оборота средств в сети кинотеатров. Штатные сотрудники в больших сетях выполняют практически все задачи, лишь уборка иногда возлагается на аутсорсинг.

Кинотеатр окупается в течение 4-5 лет, насчет же окупаемости сети в данный момент трудно что-то сказать. Ситуация на рынке такова, что для того, чтобы остаться «в седле» необходимо интенсивно развивать сеть и захватить как можно большую долю рынка. Все заработанные средства необходимо инвестировать в расширение бизнеса. Это и обуславливает временную убыточность сетей кинопоказа. Такое положение дел ориентировочно будет длиться около трех лет. Закрывать бизнес можно, разделив управляющую и девелоперскую компании, а можно все вместе, включая кредитные обязательства и недвижимость.

Динамика роста рынка кинопоказа составляет примерно 20% ежегодно. Уже сегодня объем данного рынка достигает \$667 млн., а более трети кинозалов находятся в подчинении крупных сетевых компаний. Стоит отметить, что рынок кинопоказа в Москве и Санкт-Петербурге насыщен, поэтому многие сетевые операторы кинопоказа стремятся занять регионы. Также достойна внимания низкая тенденция роста количества зрителей, которая пока составляет всего 6-7%. При этом свыше 70% кинозалов размещаются в помещениях крупных торговых центров. 60% дохода кинотеатров обеспечивает показ фильмов, 30% — фуд-корт и 10% — реклама.