

Бизнес-план спортивно-развлекательного центра

Кулиovníк Н.Ю

Резюме

Постоянно растет число людей, становящихся материально обеспеченными и способными потратить некоторое количество денег на проведение своего досуга вне дома.

На фоне постоянно растущего числа людей, способных оплачивать свои развлечения и загруженности уже существующих мест отдыха необычайно привлекательно выглядит создание места, в котором бы сочетались, как спортивные, так и развлекательные услуги, способные удовлетворить клиентов.

Таким образом, целями представленного инвестиционного проекта являются:

- — разработка и описание путей создания организации, предоставляющей спортивные и развлекательные услуги, определение ее организационно-правовой формы,
- — определение предполагаемого места положения создаваемой организации на рынке (рыночной ниши),
- — описание услуг, которые организация будет предоставлять потребителям,
- — анализ целесообразности создания подобной организации с точки зрения рентабельности и прибыльности,
- — выбор оптимальных путей решения поставленных в Бизнес-плане задач,
- — разработка конкретных мероприятий, связанных с реализацией Бизнес-плана.

Настоящий Бизнес-план предусматривает создание фирмы, способной эффективно работать на открытом для всех, в том числе и для конкурентов, поле деятельности. Создание подобной фирмы предполагает грамотный выбор такой рыночной ниши, где фирма могла бы строить свою долгосрочную стратегию. Установив перспективную схему налаживания деловых связей, ведя оптимальную ценовую политику, заботясь о поощрении и поддержке своих постоянных клиентов, расширяя спектр своей деятельности и, тем самым, снижая риски в своей деятельности.

Такой фирмой может стать спортивно-развлекательный клуб, предлагающий своим клиентам различные спортивные игры, отличную кухню и приятную музыку.

Совокупная стоимость предлагаемого настоящим проектом составляет 150 000 \$.

Описание фирмы и предоставляемых ею услуг

Местом, сочетающим в себе атрибуты спортивно-развлекательного отдыха может являться клуб, находящийся в удобном месте, предлагающий следующие виды услуг:

1. Мини-гольф (представляет собой сочетание нескольких специальных дорожек с лунками для мячиков длиной до 3 метров, которые необходимо пройти с минимальным количеством ударов клюшкой по мячу)
2. Бильярд или американский пул.
3. Дартс.
4. Различные спортивные развлекательные автоматы.
5. Бар.
6. Ресторанная кухня.
7. Дансинг.
8. Боулинг

Для занятий всеми этими спортивными играми клиенту совершенно не нужна специальная спортивная одежда, а объем получаемых удовольствий сравним с настоящими занятиями спорта.

В клубе должна присутствовать высококачественная кухня, предлагающая небольшой, но только ей свойственный ассортимент блюд. Также клиенты смогут воспользоваться услугами бара в котором будут подаваться большое количество безалкогольных напитков и коктейлей, а из спиртных напитков будут представлены разнообразные сорта вина и пива. Более крепкое спиртное в баре будет продаваться по высоким ценам, что позволит создать спрос среди клиентов на легкие напитки.

Необходимым атрибутом клуба должна быть “хорошая” музыка. Клиент, приходя в этот клуб получает целый комплекс услуг, которые в данный момент предлагаются частично немногими местами отдыха.

Клуб должен быть оформлен на высоком уровне и предлагать услуги отличного качества, т.е. поставлять на рынок конкурентоспособную услугу.

Маркетинг-план

Целями и задачами Общества являются:

- создание новой “ниши” на существующем сегменте рынка развлечений в г. Киеве
- окупаемость капитальных вложений за 1 год,
- получение дохода на вложенные средства не менее 150% в год,
- создание новых рабочих мест.

Целью маркетинга является создание условий для работы фирмы, при которых она может успешно выполнить свои задачи.

В комплекс мероприятий по маркетингу обычно входят следующие мероприятия

- изучение потребителя услуги фирмы,
- анализ рыночных возможностей фирмы,
- оценка предлагаемой услуги и перспектив развития,
- анализ формы сбыта услуги,
- оценка, используемых фирмой методов ценообразования,
- исследование мероприятий по продвижению услуги на рынке,
- изучение конкурентов,
- выбор “ниши” (наиболее благоприятный сегмент рынка). На многие из поставленных вопросов уже были даны ответы ранее.

При анализе ценообразования необходимо учитывать:

- себестоимость услуг,
- цены конкурентов на аналогичные услуги или услуги заменители,
- уникальность данной услуги,
- цену, определяемую спросом на данную услугу.

1. Средние валовые издержки для производства (услуги) в час. (Постоянные затраты + переменные затраты) / кол-во раб. часов
2. Цены конкурентов. Бильярд — 4,2\$ за партию, 12\$ в час Кегельбан — 4\$ за партию, 5()\$ в час Дартс — от 4\$
3. Цена на мини-гольф, как на новую услугу, может быть выше, чем на остальные услуги.



В итоге имеет смысл на услуги предоставляемые конкурентами такого же качества как у нас устанавливать цены на 5-10% ниже, а на услуги, предоставляемые только нами, цена может быть выше на 10—20% по сравнению с ценами на услуги заменители. Но ценовая политика должна строиться на принципах максимизации загрузки производственных мощностей.

Для успешного продвижения этих услуг на рынке необходимо применять методы стимулирования продаж, которые создают дополнительные преимущества для нашей фирмы перед конкурентами. В качестве некоторых из них можно рассмотреть:

- возможность приобретения услуги по безналичному расчету. То есть возможность для фирм оплачивать отдых своих сотрудников с максимальным удобством для себя. (Рассмотреть возможность отнесения этих платежей на затраты для клиентов),
- скидки для постоянных клиентов (или дополнительные услуги, предлагаемые бесплатно),
- проведение специализированных вечеринок. Важным фактором стимулирования продаж услуг является стимулирование работы персонала фирмы.

Говоря об имидже клуба, необходимо отметить, что реклама очень тесно связана с процессом установления имиджа клуба. При создании рекламы и имиджа необходимо акцентировать внимание на спортивно-развлекательных возможностях клуба. На здании должен быть установлен интересный световой щит, сообщающий о клубе, который было бы хорошо видно с прилегающих автодорог. Задача рекламной компании — обеспечить посещаемость с первых дней работы клуба.

Инвестиционный план

В качестве места для организации клуба можно рассматривать адрес ул.А.Глушкова 35.

Месторасположения клуба очень удачно со следующих позиций:

- удобный подъезд к клубу и выезд,
- близость к центру города,
- большое количество офисов крупных компаний, находящихся поблизости,
- близость к источникам продуктов питания для бара и кухни.

Основные средства, необходимые для организации работы:

1. Здания и сооружения:

- в предлагаемом помещении необходимо сделать ремонт в соответствии с архитектурным планом. Стоимость ремонта до 45 000\$, включая оборудование, не включенное в настоящий бизнес-план,

2. Оборудование, вносимое в уставный капитал учредителями:

- оборудование для мини-гольфа можно приобрести в магазине “Спортчек” г Мюнхен. Комплект оборудования для 10-ти дорожек стоит до 10000\$.

- оборудование для бильярда предлагают:

- стоимость от 3000\$, гарантия 3 года, установка. от 2900\$, гарантия 1 год, установка м-н “Баярдо Ленинградское ш., 90. Стоимость от 2600\$ (стоимость стола для “русской пирамиды” — 5 000\$), гарантия 1 год, установка 5 бильярдных столов (3 — для пула, 2 — для пирамиды) стоят 19 000\$.

3. Оборудование для дартса:

Центр нетрадиционного спорта. Комплект (мишень, кабинет, дротики) стоит 150\$ 3 комплекта для дартса стоят 450\$.

4. Различные спортивно-развлекательные автоматы (морской бой и т.п.).

Стоимость 4 автоматов — 500\$.

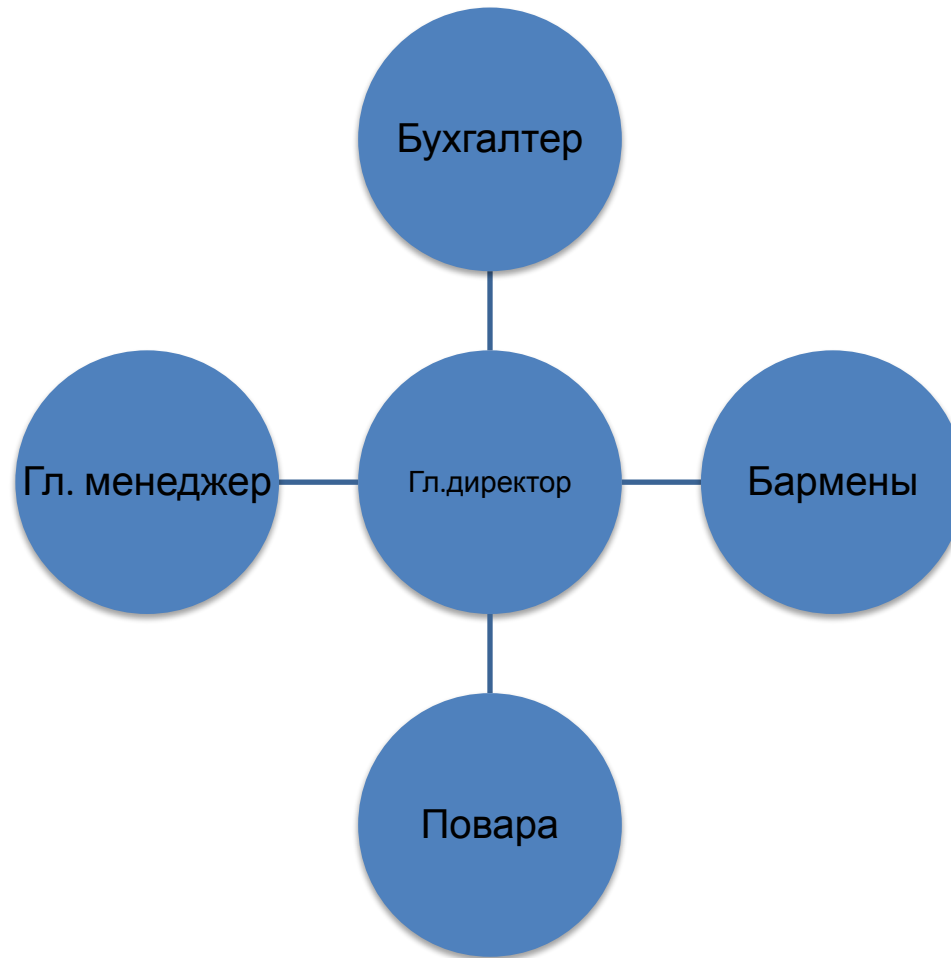
5. Оборудование для кухни и

6. Автомобиль для служебных целей (микроавтобус) (8 000\$).

7. Оборудование для охраны (2 000\$).


8. Оборудование для офиса (4 000\$).

Организационный план



А также:





режим работы клуба с 12.00 до 03.00 т.е. составляет 15 ч. в сутки необходимо установить двухсменный режим работы персонала. Все сотрудники работающие непосредственно с клиентами должны иметь опрятный вид. Руководящий персонал и бухгалтер приходят на работу ежедневно. Высокие требования по квалификации предъявляются к поварам, гл. менеджеру, бухгалтеру, охране и службы доставки. При приеме на работу сотрудник проходит испытательный срок, после которого все служащие путем анонимного анкетирования выражают свое мнение о целесообразности приема на работу данного кандидата.

Принципы оплаты труда.

Всем сотрудникам выплачивается минимальная зар. плата в зависимости от занимаемой должности и процент от прибыли, получаемой клубом. Размер процента определяется в зависимости от выполняемой работы и квалификации. Так же необходимо рассмотреть возможность доставки сотрудников в ночное время после распродажи.

Определим валовые издержки при сроке службы оборудования 1 год.

Затраты на регистрацию и получение лицензий 4 КТО Минимальная зарплата. 48 000\$

Минимальные затраты на охрану 12000\$

Затрат на содержание помещения 21600\$

Затраты на рекламу 10000\$

Затраты на содержание автотранспорта 3 600\$

Затраты на открытие бара 5 000\$

Непредвиденные затраты 1400(\$)

Линейная амортизация на оборудование

• Е.А. — (Первоначальная стоимость — ликвидационная стоимость) : срок службы

• Е.А. бил.ст.= (19 000\$ - 1 1 .400\$) : 1 = 7 600\$

• Е.А. мин.гол.* (10 000\$ — 4 000\$) : 1 = 6 000\$

• Е.А. автом.= (8 000\$ - 4 000\$) : 1 = 4 000\$

• Е.А. кл.обор. = (15 000\$ - 5 000\$) : 1 = 10 000\$

• Е.А. кух.обор. = (20 000\$ - 10 000\$) : 1 = 10 000\$

• Е.А. охр.обор. = (2 000\$ - 400\$) : 1 = 1600\$

• Е.А. офисн.обор. = (4 000\$ - 1 500\$) : 1 = 2 500\$

• Е.А. музык. обор.= (5 000\$ — 2 000\$) : 1 = 3 000\$

• Сумма ежегодных амортизационных отчислений = 44 700\$

• Сумма постоянных затрат = 163.000\$

Переменные затраты при максимальных загрузках клуба в 270 000 часов работы:

Арендные платежи 78 000\$

Сырье для бара и кухни 1 080 000\$

Комиссионные для сотрудников загрузка 10—30% — 0—96 000\$; 30-70% - 96000\$-327000\$; 70-100% - 327 000\$-377 600\$.

Затраты на охрану 168 000\$

Сумма переменных затрат при максимальных загрузках = = 1 703 600 \$

Расчет валовых издержек приведен в таблице 4.

При установлении нормы прибыли для учредителей 150% годовых на вложенные средства цена продажи 1 часа услуги представлена в таблице 5.

При цене услуги 14\$ в час (питание и игра) безубыточность достигается при 7% загрузке производственных мощностей, что составляет 367.5 часов в неделю.

Для того чтобы доход учредителей составил 477 200\$ за год клуб должен иметь загруженность производственных мощностей на 30% что составляет 1575 часов в неделю.

При цене услуги 10\$ в час (питание и игра) безубыточность достигается при 13.% загрузке производственных мощностей, что

Выводы

В представленном Бизнес-плане рассмотрена идея создания такого места отдыха, где жители Киева могли бы приятно отдохнуть и провести свой досуг. Этим местом является клуб, сочетающий предоставление спортивных и развлекательных услуг. При этом необходимо отметить, что на сегодняшний день ни один клуб или спортивный комплекс не предоставляет своим клиентам возможность играть в мини-гольф (даже гольф-клуб).

Были проведены достаточно детальные маркетинговые исследования и анализ рынка с целью выявления конкурентов и отыскания своеобразной “ниши” для деятельности организуемой фирмы.

В Бизнес-плане были представлены пути создания организации, предоставляющей спортивные и развлекательные услуги, определена ее организационно-правовая форма, определено предполагаемое место положения создаваемой организации на рынке (рыночная ниша), представлено описание услуг, которые организация будет оказывать потребителям, проанализирована целесообразности создания подобной организации с точки зрения рентабельности и прибыльности.

К сожалению, в представленном Бизнес-плане некоторые разделы были представлены не в полном объеме, а некоторые разделы не были включены целенаправленно в связи с ограниченным объемом работы, отсутствием программных средств и сжатыми сроками работы.