

Бизнес-план аттракциона 'Edutainment-Лабиринт' (с финансовой моделью)

<https://marketpublishers.ru/r/B7FE4F2C3547EN.html>

Дата: 30.09.2019

Страниц: 60

Цена: 27 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: B7FE4F2C3547EN

Описание

Адаптация данного бизнес-плана возможна под любой проект на территории России, Украины и стран СНГ

К данному бизнес-плану прилагается финансовая модель в отдельном файле, которая позволяет с легкостью выстроить новый финансовый план методом ввода соответствующих данных

Идея проекта: открытие аттракцион «Edutainment-Лабиринт» в г. ***.

Главная задача проекта – образовательная.

Edutainment (познание нового через игру) – очевидный тренд наших дней, который точно будет актуален еще несколько десятилетий. Этот проект преподносит серьезную образовательную базу в формате самых интересных и передовых интерактивных аттракционов, задействуя все новейшие технологии (VR, мультитач, симуляторы, интерактивные проекции и пр).

География реализации проекта: г. ***.

Рыночная ситуация:

1. Детские развлечения занимают в качественных торговых центрах совокупно *** тыс. кв. м. К началу 2019 года детские развлекательные центры различных форматов были представлены в ***% торговых центрах ***. В структуре арендаторов доля развлечений для детей составляет ***% площади, отданной в торговых центрах под развлечения. Phygital-парки соединяют новейшие технологии, проекции, дополненную реальность, погружая

детей в яркое пространство, где они в безопасности могут играть и веселиться. В России – *** Phygital-парков

2. Жители г. *** посещают развлекательные и культурные мероприятия примерно *** раз в год. Целевая аудитория проекта составит *** чел./год.

3. По итогам I квартала 2019 г. общий объем предложения рынка торговой недвижимости *** составил *** млн. кв. м (GLA – *** млн. кв. м). В течение I квартала уровень арендных ставок не претерпел значительных колебаний и в целом остался в прежнем ценовом диапазоне. Максимальные базовые ставки аренды приходятся на помещения в зоне «фуд-корта» и для «островной» торговли в действующих проектах с высоким трафиком и могут достигать *** тыс. руб./кв. м/год. В то время как минимальные ставки аренды устанавливаются для аренды площадей более *** кв. м/год для якорных арендаторов.

Конкурентное окружение:

В г. *** аттракционы с аналогичной концепцией отсутствуют. В качестве косвенных конкурентов рассмотрим мультимедийные и VR-аттракционы: «***»; «***»; «***», а также аттракционы и тематические парки, расположенные в ТРЦ «***» и «***».

Выдержки из исследования

Развлекательные аттракционы в ТРЦ г.

Детские развлечения занимают в качественных торговых центрах совокупно *** тыс. кв. м. К началу 2019 года детские развлекательные центры различных форматов были представлены в ***% торговых центрах ***. В структуре арендаторов доля развлечений для детей составляет ***% площади, отданной в торговых центрах под развлечения. Это второе место после лидирующих по доле кинотеатров (***%).

Диаграмма 1. ТОП-10 крупнейших детских развлекательных центров, кв. м

«Космик» – парки развлечений созданы 20 лет назад. Сегодня сеть насчитывает *** развлекательных центров, *** из которых расположены в Москве и семь в регионах. Согласно СПАРК, выручка компании в 2017 году составила почти *** млрд. руб. По оценке самой компании, ее парки посещает более *** тыс. посетителей в год.

Сеть детских активити-парков «Замания» насчитывает *** площадок в Москве и Подмосковье. Компания создана в 2015 году. Ежегодно парки принимают около *** млн.

гостей. В 2018 году выручка, по оценке самой компании, составила *** млрд. руб.

«КидБург» – сеть, в которой дети знакомятся в интерактивном режиме с различными профессиями, работает с 2011 года. Сегодня это 15 проектов в 13 городах. Выручка петербургского «КидБурга» в 2017 году составила, по данным СПАРК, почти *** млн. руб.

Joki Joа – сеть семейных парков активного отдыха появилась в 2014 году. Сегодня она работает в Москве (11 парков), Петербурге (10 парков) и Твери (один парк). Согласно СПАРК, выручка в 2017 году составила более *** млн. руб., включая все регионы.

Детские парки игрового обучения Kidzania — проект мексиканского бизнесмена Хавьера Лопеса Анконы. Первый парк появился в 1999 году, сегодня присутствует более чем в двух десятках стран, в том числе в Англии, Японии, Индонезии, Португалии, ОАЭ, Южной Корее, Индии, Египте, Турции, Саудовской Аравии, Бразилии. В России Kidzania открылся в 2016 году.

«Мастерславль» – тематический детский парк, знакомящий детей с миром профессий. Представлен в виде миниатюрного города (формат такой же, как у Kidzania, «КидБургов»). Выручка, по СПАРК, в 2017 году составила *** млн. руб.

Harpylon Pirates Park – игровое пространство развлечений для детей и взрослых, расположенное на территории торгово-развлекательного комплекса VEGAS, стилизованное под тематический пиратский остров. Включает в себя колесо обозрения, автодром, лазертаг, веревочный городок, батутный комплекс, многоярусный детский лабиринт, 5D-кинотеатр и др.

Таблица 1. Расположение ТОП-10 крупнейших детских развлекательных центров, г.

5-10 лет назад новые технологии вошли в мир развлечений. Digital-аттракционы быстро набирали популярность и стали выходить из зоны закрытых PR-мероприятий и богатых корпоративов в ритейл, на фестивали, выставки и улицы города. Современные дети растут с гаджетами в руках, видя в них безграничные возможности. При этом, родители, выросшие без «планшетов», стараются наоборот направить их на подвижные игры. Компромисс – оторвать детей от компьютеров, но не убирать цифровой мир полностью. На запросы детей и родителей отвечает новый формат развлечений – phygital. Phygital-парки соединяют новейшие технологии, проекции, дополненную реальность, погружая детей в яркое пространство, где они в безопасности могут играть и веселиться. Дети и взрослые попадают будто внутрь мультфильма, где развитие сценария зависит от них самих. Мультимедийные парки предлагают множество интересных игровых механик, благодаря которым не бывает

скучно. За 2016-2017 гг. в Азии и США открылось порядка 10 мультимедийных парков разного уровня.

В России – 5 парков: «Алиса. Возвращение в Страну чудес» и мультимедиа-зона «Зыркус» в Центральном Детском Магазине на Лубянке, «DigiDigiPlay» в ТЦ «Мега Химки», «Супер Пупер Волшебство» в ТРЦ «Мегаполис», «Пикси Парк» в ТРК «Горки» в Челябинске.

Phygital-парки погружают человека в «оживающее» пространство. Механики направлены на развитие разных навыков у детей (логика, моторика, меткость, воображение, скорость реакции, координация) и на совместные игры с ровесниками и родителями. Парки собираются по модели парка-конструктора и, таким образом, подстраиваются под пространство и интересы аудитории.

Потребительское поведение и потенциальная целевая аудитория проекта

Согласно исследования, жители *** посещают развлекательные и культурные мероприятия примерно *** раз в год. Театры и музеи занимают ***% от суммы расходов на развлечения. На кинотеатры приходится ***% расходов. На третьем месте – набирающие популярность квесты, а также тир, пейнтбол и картинг, на них приходится ***%. Около **% затрат составляют расходы на детские игровые комнаты. На аттракционы жители *** расходуют ***% от общей суммы. **% жители тратят на билеты в цирк. По ***% трат на развлечения приходится на зоопарки (в том числе дельфинарии и океанариумы), а также экскурсии. Еще ***% составляют аквапарки и боулинг. ***% – бильярд и компьютерные клубы.

Диаграмма 2. Структура расходов на развлекательные и культурные мероприятия, г. ***, 2018 г., %

Согласно данным Росстата, среднедушевые денежные доходы населения Российской Федерации в 2018 году составили *** тыс. руб. в месяц.

Ниже представлено распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов характеризующее дифференциацию населения по уровню материального достатка и представляющее собой показатели численности постоянного населения, сгруппированные в заданных интервалах по уровню среднедушевых денежных доходов.

Диаграмма 3. Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов, г. ***, 2018 г., %

Таким образом, целевая группа потребителей – физические лица со средним уровнем

дохода от *** тыс. руб. в месяц, составили около ***% экономически активного населения.

Для расчета потенциальной аудитории проекта были приняты некоторые допущения, основанные на полученных данных анализа рынка и статистической информации (таблица ниже).

Таблица 2. Расчет целевой аудитории проекта и потенциального объема рынка

Рынок торговой недвижимости г.

В 1 квартале 2019 года наблюдался рост активности девелоперов по проектам ТПУ и центров малых форматов (до *** тыс. кв. м), что подтверждает тренд, который начал формироваться еще в прошлом году. Также возросло количество запросов от действующих торговых центров на оптимизацию текущей концепции.

Таблица 3. Основные показатели по торговым центрам, г. ***, 2018 г.

По итогам I квартала 2019 г. общий объем предложения рынка торговой недвижимости *** составил *** млн. кв. м (GLA – *** млн. кв. м). Анонсированное ранее открытие ТРЦ «***» (GLA – *** тыс. кв. м) перенесено с марта 2019 года на апрель. Всего до конца года заявлено к вводу в эксплуатацию 7 торговых центров, 3 из которых – торговые центры в составе ТПУ: «***» (GLA *** тыс. кв. м), «***» (GLA *** тыс. кв. м) и «***» (GLA – *** тыс. кв. м). Предварительный прогноз нового предложения по итогам 2019 года может составить около *** тыс. кв. м (GLA). Среди заявленных к открытию крупнейшими проектами являются ТРЦ «***» (GLA – *** тыс. кв. м) и МФК «***» (GLA – *** тыс. кв. м).

Рисунок 1. Торговые центры, открывшиеся в 2018 г., и объекты, планируемые к открытию до конца 2019 г.

В течение I квартала уровень арендных ставок не претерпел значительных колебаний и в целом остался в прежнем ценовом диапазоне. Максимальные базовые ставки аренды приходятся на помещения в зоне «фуд-корта» и для «островной» торговли в действующих проектах с высоким трафиком и могут достигать *** тыс. руб./кв. м/год. В то время как минимальные ставки аренды устанавливаются для аренды площадей более *** кв. м/год для якорных арендаторов.

В таблице ниже, приведем условия аренды в ТЦ г. ***. Ставки аренды указаны без учета НДС и операционных расходов.

Таблица 4. Условия аренды в ТЦ, г. ***

Содержание

РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

РАЗДЕЛ 1. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

- 1.1. Идея проекта
- 1.2. Местоположение

РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЫНКА

- 2.1. Развлекательные аттракционы в ТРЦ г. ***
- 2.2. Потребительское поведение и потенциальная целевая аудитория проекта
- 2.3. Рынок торговой недвижимости г. ***

Выводы

РАЗДЕЛ 3. КОНКУРЕНТНОЕ ОКРУЖЕНИЕ

Конкурентные преимущества «Edutainment-Лабиринт»

РАЗДЕЛ 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

- 4.1. Landing page
- 4.2. Маркетинговые инструменты
- 4.3. WOM-маркетинг

РАЗДЕЛ 5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

- 5.1. Аренда помещения
- 5.2. Оборудование
- 5.3. Персонал

РАЗДЕЛ 6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

- 6.1. Допущения, принятые для расчетов
- 6.2. Сезонность
- 6.3. Цены
- 6.4. Объемы реализации
- 6.5. Выручка

- 6.6. Персонал
- 6.7. Затраты
- 6.8. Налоги
- 6.9. Инвестиции
- 6.10. Капитальные вложения
- 6.11. Отчет о прибыли и убытках
- 6.12. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC
- 6.13. Отчет о движении денежных средств
- 6.14. Показатели экономической эффективности

РАЗДЕЛ 7. АНАЛИЗ РИСКОВ ПРОЕКТА

- 7.1. Анализ чувствительности
- 7.2. Анализ безубыточности

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSCONSULTING»

Диаграммы

ДИАГРАММЫ

Диаграмма 1. ТОП-10 крупнейших детских развлекательных центров, кв. м

Диаграмма 2. Структура расходов на развлекательные и культурные мероприятия, г. ***, 2018 г., %

Диаграмма 3. Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов, г. ***, 2018 г., %

РИСУНКИ

Рисунок 1. Месторасположение аттракциона «Edutainment-Лабиринт»

Рисунок 2. Схема проезда

Рисунок 3. Торговые центры, открывшиеся в 2018 г., и объекты, планируемые к открытию до конца 2019 г.

Таблицы

ТАБЛИЦЫ

Таблица 1. Секторы аттракциона «Edutainment-Лабиринт»

Таблица 2. Стоимость посещения аттракциона «Edutainment-Лабиринт»

Таблица 3. Основные характеристики ТЦ «***»

Таблица 4. Расположение ТОП-10 крупнейших детских развлекательных центров, г. ***

Таблица 5. Расчет целевой аудитории проекта и потенциального объема рынка

Таблица 6. Основные показатели по торговым центрам, г. ***, 2018 г.

Таблица 7. Условия аренды в ТЦ, г. ***

Таблица 8. Профиль проекта «***»

Таблица 9. Профиль проекта «***»

Таблица 10. Профиль проекта «***»

Таблица 11. Аттракционы и тематические парки, расположенные в ТРЦ по направлению «***»

Таблица 12. Маркетинговые инструменты

Таблица 13. Затраты на оборудование

Таблица 14. Штатное расписание

Оформление заказа

Product name: Бизнес-план аттракциона 'Edutainment-Лабиринт' (с финансовой моделью)

Product link: <https://marketpublishers.ru/r/B7FE4F2C3547EN.html>

Цена: 27 000 руб. (Single User License / Electronic Delivery)

If you want to order Corporate License or Hard Copy, please, contact our Customer Service:
info@marketpublishers.ru

Payment

To pay by Credit Card (Visa, MasterCard, American Express, PayPal), please, click button on product page <https://marketpublishers.ru/r/B7FE4F2C3547EN.html>

To pay by Wire Transfer, please, fill in your contact details in the form below:

Имя:
Фамилия:
Email:
Компания:
Адрес:
Город:
Zip code:
Страна:
Tel:
Факс:
Your message:

****All fields are required**

Customer signature _____

Please, note that by ordering from marketpublishers.com you are agreeing to our Terms & Conditions at <https://marketpublishers.com/docs/terms.html>

To place an order via fax simply print this form, fill in the information below and fax the completed form to +44 20 7900 3970