

Бизнес план

Клуб Виртуальной реальности VR – Drive



Астана 2018 г.

Оглавление

1. Резюме бизнес-плана.....	3
1.1. Сведения о проекте и компании-инициаторе	3
1.2. Цель составления бизнес-плана	3
1.3. Описание проекта и целесообразность его реализации.....	4
1.4. Финансовая оценка проекта	5
1.5. Структура финансирования	5
1.6. Состояние проекта.....	6
2. Сведения о рынке и конкурентах.....	7
2.1. Описание рынка.....	7
2.2. Анализ конкурентной среды.....	7
2.3. Основные барьеры и риски входа на рынок.....	7
3. Маркетинг, ценообразование и клиенты.....	8
3.1. Описание нынешних и потенциальных клиентов	8
3.2. Ценообразование и объемы услуг	8
3.3. Маркетинговая стратегия	8
3.4. SWOT-анализ положения компании на рынке	9
4. Риски.....	9
5. План реализации проекта.....	9
5.1. График реализации проекта.....	10
6. Описание требуемых ресурсов.....	10
6.1. Анализ расположения и инфраструктуры.....	10
7. План производства	11
7.1. Список общих издержек	11
7.2. Персонал.....	11
8. Финансовый план	11
8.1. Основные исходные данные, допущения и предпосылки, использованные для построения финансовых прогнозов	12
8.2. Показатели эффективности инвестиций	12
8.3. График окупаемости.....	Ошибка! Закладка не определена.
8.4. Отчёт о движении денежных средств.....	Ошибка! Закладка не определена.
8.5. График прибыли	Ошибка! Закладка не определена.
8.6. <u>Отчёт о движении денежных средств.....</u>	<u>14</u>
8.7. <u>График денежных потоков.....</u>	<u>15</u>
8.8. <u>Баланс.....</u>	<u>15</u>
8.9. <u>График соотношения собственного и заемного капитала.....</u>	<u>16</u>
8.10. <u>График структуры активов.....</u>	<u>16</u>
8.11. <u>Финансовые показатели</u>	<u>17</u>
8.12. Финансовый план.....	18
8.13. Анализ безубыточности	18
9. Заключение.....	13
10. Приложение 1.....	20

1. Резюме бизнес-плана

1.1. Сведения о проекте и компании-инициаторе

Наименование проекта	Клуб Виртуальной реальности VR – Drive
Тип проекта	Кредитное финансирование
Месторасположение проекта	
Объем требуемых инвестиций	19 000 000
% ставка	6%
Срок кредитования	5 лет
Основные финансовые показатели проекта	
Срок окупаемости	15
NPV (ЧПД), тенге	40 610 175,50
PI (ИПП)	3,14
Наименование организации	
ФИО	
Адрес	
Телефон	

1.2. Цель составления бизнес-плана

Целью настоящего бизнес-плана является:

1. Привлечение инвестиций для расширения бизнеса.
2. Обосновать прибыльность и рентабельность инвестиционного проекта.
3. Получение прибыли для дальнейшего увеличения и расширения услуг.
4. Удовлетворение спроса на данные виды услуг.

1.3. Описание проекта и целесообразность его реализации

Настоящим бизнес-планом предусматривается приобретение аттракционов для открытия Клуба виртуальной реальности VR-Drive.

На сегодняшний день определение «Виртуальная реальность» уже давно не является научно-фантастическим термином, вызывающим повышенный интерес только у ценителей научно-фантастического жанра.

Сейчас Виртуальная реальность – это одна из самых перспективных отраслей разработок в области информационных технологий. А что является перспективным, так или иначе становится объектом интереса инвесторов, поэтому Виртуальность – это многообещающая отрасль бизнеса, которая, благодаря непрерывающейся работе по изобретению новых способов «эффекта присутствия» и совершенствованию уже существующих, способна приносить весомый доход.

«Виртуальная реальность» или «Эффект присутствия» в современном мире представлен множеством вариантов способов и приспособлений – от простых картонных 3D-очков, приобрести которые можно за 3000 – 5000 тенге, до шлемов-масок сегмента Luxury, оснащенных сложным программным обеспечением и дополнительными комплектующими вроде пульта управления и подвесного кресла.

Областей применения геймерских гаджетов тоже масса – от деловых переговоров (где виртуальная реальность является свежей и гораздо более многофункциональной альтернативой конференциям «Скайпа» и позволяет вносить изменения в обсуждаемый проект непосредственно в ходе беседы) и презентаций новинок продукции до, конечно же, индустрии развлечений.

Именно через индустрию развлечений большинство обывателей и соприкасаются с реальным воплощением фантастических романов. Мы смотрим фильмы в 3D-формате и играем в онлайн-игры, используя шлемы, обеспечивающие эффект присутствия и делающие воображаемый мир почти осязаемым.

Однако вожделенные многими поклонниками высоких технологий аксессуары виртуальной реальности, несмотря на непрерывно ведущиеся разработки, все еще остаются недоступными для среднестатистического покупателя из-за высокой цены. Не имея возможности приобрести желаемую аппаратуру, человек, желающий убежать от обыденной жизни и испытать новые ощущения, берет эту аппаратуру в аренду, проще говоря – становится клиентом аттракциона Виртуальной реальности.

Бизнес-направление подобных аттракционов сейчас активно развивается, поскольку данная услуга пользуется популярностью у потребителей, которым уже успели насытиться традиционными видами развлечений. Интерес к погружению в вымышленный мир обеспечивает сравнительная новизна данной услуги. Однако, принимая во внимание постоянные технические разработки, которые позволяют планомерно удивлять клиентов, можно утверждать, что в ближайшем будущем спрос на аттракционы, где можно побывать в пещере с монстрами, отправиться в доисторические времена или сыграть в любимую игру на качественно новом уровне, уменьшаться, точно не будет.

С экономической точки зрения проект способствует:

- созданию рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- оказанию развлекательных услуг в области досуга и отдыха для населения г.Астаны;
- поступлению в бюджет г.Астаны налогов и других отчислений.

1.4. Финансовая оценка проекта

Прогнозные показатели эффективности инвестиций	Единицы измерения	Значения
Ставка дисконтирования	%	20,00
PВ (период окупаемости проекта)	мес.	14
DPВ (дисконтированный период окупаемости проекта)	мес.	15
NPV (чистый приведенный доход)	₸	40 610 175,50
IRR (внутренняя норма рентабельности, в процентах)	%	154,40
PI (индекс прибыльности проекта)		3,14
PF (потребность в финансировании)	₸	19 000 000,00
CD (дефицит денежных средств)	₸	0,00

Как видно из приведенной таблицы – при ставке дисконтирования 20% проект является прибыльным и окупается за 11 месяцев. Индекс прибыльности имеет значение 4,13.

1.5. Структура финансирования

Для осуществления проекта, необходимы инвестиции для приобретения аттракционов и изготовление виртуального павильона в ТРЦ.

Аттракционы будут закупаться в Китае, коммерческое предложение в Приложении 1. В кредитные средства также входит стоимость их доставки и таможенная пошлина.

Сумма необходимых инвестиций – 19 000 000 тенге. Инвестиции планируется привлечь из внешнего источника в виде банковского кредита.

Смета расходов на кредитные средства

№	Наименование	Кол-во, ед	Стоимость, тенге
1	Атракцион «CS VR WALKING»	1	5 362 500
2	Атракцион «Gatling»	1	2 063 750
3	Атракцион «VR Defender »	1	3 510 000
4	Атракцион «Interactive Wall Projection»	1	910 000
5	Атракцион «AR Drogon»	3	1 099 062
6	Доставка оборудования		1 700 000
7	Таможенная пошлина		3 654 688
8	Изготовление и оформление павильона Виртуальной реальности		726 562
ИТОГО			19 026 562

1.6 Состояние проекта

Проект находится на первоначальной стадии, необходимые расчеты произведены, помещение подобрано, необходимо финансирования для начала этапа реализации проекта.

2. Сведения о рынке и конкурентах

2.1. Описание рынка

Бурное развитие новых информационных технологий и расширение сферы их применения привели к проникновению компьютерной техники во все сферы человеческой деятельности. Услуги, связанные с компьютерной техникой – одни из самых востребованных услуг на сегодняшний день. Наиболее популярными направлениями в сфере развития компьютерной индустрии в настоящее время являются развлекательные площадки по технологии VR, где установлены разные аттракционы как для взрослых, так и для детей.

Виртуальная реальность (VR, англ. virtual reality, VR, искусственная реальность) — созданный техническими средствами мир, передаваемый человеку через его ощущения: зрение, слух, обоняние, осязание и другие. Виртуальная реальность имитирует как воздействие, так и реакции на воздействие. Для создания убедительного комплекса ощущений реальности компьютерный синтез свойств и реакций виртуальной реальности производится в реальном времени.

Объекты виртуальной реальности обычно ведут себя близко к поведению аналогичных объектов материальной реальности. Пользователь может воздействовать на эти объекты в согласии с реальными законами физики (гравитация, свойства воды, столкновение с предметами, отражение и т. п.). Однако часто в развлекательных целях пользователям виртуальных миров позволено больше, чем возможно в реальной жизни (например: летать, создавать любые предметы и т. п.).

Данная сфера развлечения только начинает свой заход на рынок Казахстана. Уже в Алматы на основе технологии VR запущен виртуальный квест и успешно занял свою нишу.

2.2. Анализ конкурентной среды

На сегодняшний день в Астане такие площадки установлены в крупных Торгово-развлекательных центрах.

Данный проект предусматривает размещение в ТРЦ Аружан в спальном районе, где расположены несколько школ и развитая инфраструктура.

Планируется закуп современного оборудования по технологии VR, что повысит интерес со стороны молодежи и детей в возрасте от 5 до 25 лет.

2.3. Основные барьеры и риски входа на рынок

Ключевыми барьерами входа на рынок в рамках реализации проекта выдвигаются следующие:

- Доступ к источникам финансирования.
- Долгосрочные контракты и деловые связи.
- Активный маркетинг
- Административные барьеры

3. Маркетинг, ценообразование и клиенты

3.1. Описание нынешних и потенциальных клиентов

Основными клиентами клуба будут дети школьного возраста и студенты. Возможный интерес взрослого населения, но небольшое процентное соотношение. Благодаря выгодному размещению в ТРЦ Аружан стабильный поток будет обеспечен.

3.2. Ценообразование и объемы услуги

№	Наименование услуги	Кол-во аттракционов, ед	Стоимость сеанса, тенге (6-10 мин.)	Кол-во сеансов в час	Количество в день (8 часов)	Сумма в месяц (30 дней)
1	Атракцион «CS VR WALKING»					
2	Атракцион «Gatling»					
3	Атракцион «VR Defender »					
4	Атракцион «Interactive Wall Projection»					
5	Атракцион «AR Drogon»					
	Итого:					

График работы клуба будет с 12.00 часов до 21.00 согласно графику ТРЦ Аружан.

3.3. Маркетинговая стратегия

Основная задача маркетинговых мероприятий - это занятие устойчивой позиции на рынке. В данной связи в рамках реализации проекта предполагаются следующие меры устойчивого позиционирования на рынке и организации наращивания клиентской базы в компании:

1. Создание интернет-сайта.
2. Создание аккаунта в Instagram. Запуск таргетированной рекламы в Instagram. Реклама в Instagram позволяет включать рекламу по геолокации, благодаря этому охват клиентов будет по местонахождению данного предприятия.
3. Распространение листовок, буклетов.

Маркетинговая стратегия заключается в организации сбыта оказываемых услуг. Цель – доступность для любых слоев населения.

Сегментация маркетинга ориентирована на удовлетворение спроса клиентов с различными доходами (средними, высокими).

3.4. SWOT-анализ положения компании на рынке

Внешняя	
<i>Возможности</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Создание новых развлекательных точек по г.Астане ➤ Расширения ассортимента аттракционов
<i>Угрозы</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Слабый поток клиентов
Внутренняя	
<i>Преимущества</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Высокий интерес среди школьников и молодежи ➤ Выгодное месторасположение ➤ Новое оборудование
<i>Недостатки</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Сезонность услуг

4. Риски

Создание проекта и его реализация происходят при определенных условиях окружающей политической, социальной и экономической обстановки, которые могут создать дополнительные риски для деятельности предприятия. И эти риски не всегда контролируемы предпринимателями.

1. Технические риски. Предприятие в процессе реализации проекта создает необходимую техническую базу, инфраструктуру и помещение. Сотрудники предприятия имеют как теоретические знания, так и практический опыт в данном виде деятельности. Кроме того, необходимо учитывать, что при формировании доходной части разработчики исходили из самых пессимистических условий объемов продаж и цен реализации продукции и услуг.

2. Экономические риски. Казахстан является экономически и политически стабильным государством. Внешняя политика Казахстана, основанная на принципах многовекторности – залог укрепления стабильности. В этой связи экономические и политические риски сведены к минимуму.

3. Финансовые риски. Причинами возникновения данного риска являются различные валюты поступлений и кредита, рост цен по контрактам, неоправданность оптимистических цен при расчетах, отсутствие маркетингового исследования, отсутствие «запаса» прочности по цене, расчеты без учета инфляционных процессов. Кроме того, на увеличение финансовых рисков значительное влияние оказывает нерациональное использование средств, отсутствие оптимизации налогового бремени, слабой сбытовой деятельности. Принимая во внимание перечисленные угрозы, предприятие уделяет пристальное внимание вопросам финансового планирования и контроля. Сильная

аналитическая база поможет оперативному принятию управленческих решений и снизит вышеуказанные риски.

4. Маркетинговые риски. Основными причинами возникновения таких рисков являются: отсутствие маркетингового исследования; неверный выбор направления развития выбранной деятельности; отсутствие опыта по реализации продукции; отсутствие программы сбыта; не учтены особенности торговой политики конкурентов.

В отношении инициатора проекта можно отметить следующее: предприятие четко определяет для себя положение дел на данном рынке. Предлагаемая предприятием продукция является востребованной и, а ее стоимость ориентирована на рынок.

5. План реализации проекта

5.1. График реализации проекта

№	Этап	Дата начала
1	Подготовка документов для финансирования	1 месяц
2	Получение финансирования	1 месяц
4	Приобретение оборудования	1 месяц
5	Начало продаж	1 месяц

6. Описание требуемых ресурсов

6.1. Анализ расположения и инфраструктуры

Планируемое предприятие будет размещено в коммерческом помещении, адрес расположения: г.Астана, ТРЦ «АРУЖАН», ул.Жансугурова 8/1.

В данном помещении присутствует необходимая коммуникационная структура (электро-, тепло- и водоснабжение, телефонная связь).

7. План производства

7.1. Список общих издержек

Постоянные ежемесячные расходы представлены в следующей таблице:

№	Наименование расходов	Сумма (тенге)
1	Аренда коммерческого помещения	
2	Коммунальные услуги	
3	Рекламное продвижение	
Итого		

7.2. Персонал

№	Наименование	Количество чел.	Зпл, тенге	Итоговая сумма, тенге
1.	Руководитель			
2.	Оператор аттракциона			
3.	Программист системщик			
4.	Бухгалтер			
ИТОГО				

8. Финансовый план

8.1. Основные исходные данные, допущения и предпосылки, использованные для построения финансовых прогнозов

Наименование налога	Ставка налога, %	Период налогообложения
Налог на прибыль	3,00	полугодовая.
ОПВ	10,00	мес.
ИПН	10,00	мес.
СО	3,50	мес.
ОСМС	1,50	мес.

8.2. Показатели эффективности инвестиций

Прогнозные показатели эффективности инвестиций	Единицы измерения	Значения
Ставка дисконтирования	%	20,00
PВ (период окупаемости проекта)	мес.	14
DPВ (дисконтированный период окупаемости проекта)	мес.	15
NPV (чистый приведенный доход)	₹	40 610 175,50
IRR (внутренняя норма рентабельности, в процентах)	%	154,40
PI (индекс прибыльности проекта)		3,14
PF (потребность в финансировании)	₹	19 000 000,00
CD (дефицит денежных средств)	₹	0,00

9. Заключение

Проведенное исследование показало, что такой вид бизнеса, как развлекательный виртуальный аттракцион является прибыльным и перспективным.

Поток клиентов обеспечен, необходимость в развлечении в Астане востребована.

Новое оборудование привлечет молодых клиентов, особенно большой поток будет обеспечен в летнее время и во время каникул.

Благодаря резким изменениям погодных условиях в Астане – молодежь больше времени проводит в ТРЦ, где будет размещен клуб.

Наличие необходимых условиях: размещение фуд-корта, кинотеатра, бутиков одежды и супермаркета только дополнительно привлечет еще больше потока клиентов, не только детей, но и взрослых.

Проведенные финансовые расчеты показали, что представленный проект может быть реально осуществлен и способен принести прибыль.

Чистый приведенный доход проекта 59 378 399,95 тенге.

Срок окупаемости проекта 11 месяцев.

По приведенным данным выгодность проекта очевидна.