

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

БИЗНЕС-ПРОЕКТ ОТКРЫТИЯ КИНО-БАРА

Выпускная квалификационная работа

обучающегося по направлению подготовки 43.03.02 Туризм
очной формы обучения, группы 09001534
Землянко Анжелы Андреевны

Научный руководитель
ст. пр. Аноприева Е. В.

БЕЛГОРОД 2019

Аннотация

Целью выпускной квалификационной работы является разработка бизнес-проекта открытия кино-бара, который станет новым предприятием на рынке развлекательных услуг. Концептуально кино-бар будет представлять собой кинозал на 48 мест с реализованной возможностью полноценного ресторанного питания и обслуживания, включая услуги официантов. Предприятие будет зарегистрировано как общество с ограниченной ответственностью с упрощённой формой налогообложения. ООО «Кино-бар STATUS» будет работать с 10:00 до 00:00. За данное время будет произведено 6 сеансов. Юридическим адресом предприятия будет являться 308510, Российская Федерация, Белгородская область, город Белгород, улица Губкина, 48А.

Цель организации проекта – это открытие кино-бара с эксклюзивной услугой питания для удовлетворения потребностей населения города.

Проект предполагает создание нового предприятия. Общая сумма единовременных затрат на реализацию составляет 31 365 860 рублей. Сумма затрат включает выкуп помещений общей площадью 612 м², ремонт, разработку мобильного приложения и сайта, закупку основных фондов. Все затраты, кроме основных фондов, будут покрыты кредитом. Оплата стоимости основных фондов будет осуществляться по лизинговой системе.

Сумма постоянных и переменных затрат на конец первого года функционирования составила 33 415 206 рублей. Затраты будут оплачиваться при помощи выручки от реализации услуг и товаров. Выручка за первый год равна 52 748 800 рублей. Чистая прибыль – 15 466 875 рубль. На основании данных показателей были рассчитаны показатели эффективности. На конец проекта инвесторы получают прибыль в размере 11 759 816 рублей. Также он не только окупит каждый вложенный рубль, но и получит дополнительную прибыль в размере 39 копеек. Проект окупится в течение трех лет. Внутренняя норма доходности проекта равна 52,12%. Проект будет безубыточным при получении выручки в размере 26 374 400 рублей.

Содержание

Введение.....	4
1. Описание бизнеса.....	6
2. Анализ отрасли и локального рынка.....	15
3. Организация производства и управление предприятием	30
4. Маркетинговый план	42
5. Финансовый план. Оценка эффективности проектных мероприятий.....	55
Заключение	65
Список использованных источников	68
Приложения	72

Введение

Актуальность темы выпускной квалификационной работы заключается в том, что быстрый рост численности населения города Белгород вызвал резкую недостаточность в предприятиях, где можно провести свой отдых и разнообразить досуг. Помимо данной проблемы, также существует проблема низкого качества предоставления развлекательных услуг на территории города.

В связи с данными проблемами, было решено разработать бизнес-проект предприятия развлекательной сферы с нововведениями, так как кинотеатров с предоставлением комплексного питания на территории города не существует. Кинотеатр будет трансформирован в новый вид предприятия как кино-бар.

Важнейшим элементом организации предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики является бизнес-проект, который в мировой практике представляет собой основу для оценки перспективности вновь создаваемых коммерческих предприятий. Он всегда носит вероятностный характер, предполагает возможность различных вариантов делового поведения предприятия. Бизнес-проект – это план возможных действий предприятия на рынке. Бизнес-проект является необходимым инструментом проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка сложившейся на сегодняшний день экономической ситуацией.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка бизнес-проекта кино-бара с эксклюзивной услугой для удовлетворения потребностей жителей и гостей города.

Задачи выпускной квалификационной работы:

- изучить теоретические аспекты разработки бизнес-проекта в сфере развлекательных услуг;
- описать бизнес, который будет разрабатываться;
- проанализировать отрасль и локальный рынок;

- охарактеризовать организацию производства и управление проектируемого предприятия;
- рассмотреть практику применения маркетингового плана в разработке бизнес-проектов развлекательного характера;
- обосновать финансовые вложения, продвижение, ценообразование, провести оценку эффективности проектных мероприятий и анализ рисков.

Объектом выпускной квалификационной работы является кино-бар.

Предмет – комплекс мероприятий, направленных на развитие индустрии развлечений посредством открытия кино-бара.

Теоретической основой выпускной квалификационной работы послужили исследования отечественных и зарубежных учёных, таких как Афонцев С.А., Буров В.П., Лопарева А.М., Чечевицына Л.Н. Они изучали аспекты бизнес-проектирования различных сфер деятельности общества, в том числе и индустрии развлечений.

Информационной базой исследования послужили учебные пособия, диссертации, научно-периодические издания, статистические данные, электронные ресурсы, нормативно-правовые акты.

В выпускной квалификационной работе были использованы такие методы исследования как: методы эмпирического (наблюдение, анкетирование) и теоретического характера исследования (анализ, обработка литературы, аналогия и формализация), сравнительный метод, метод систематизации, структуризация.

Практическая значимость работы заключается в исследовании качества удовлетворения досуговых потребностей белгородцев путем создания кино-бара с концептуально новой эксклюзивной услугой.

Структура работы состоит из аннотации, введения, пяти основных разделов, заключения, списка использованных источников и приложений.

1. Описание бизнеса

Наименованием проекта является «Инвестиционный проект создания ООО «Кино-бар STATUS».

Актуальность проекта состоит в том, что проект открытия кино-бара будет являться первым такого рода в Белгороде. На рынке услуг развлечений города пока нет ни одного центра кино, объединяющего в себе просмотр кинофильма с комплексным питанием, как в ресторане. Создание кино-бара поможет разнообразить досуговую жизнь населения и удовлетворить его потребности.

Цель организации проекта – открытие кино-бара с эксклюзивной услугой питания.

Основной вид деятельности по коду ОКВЭД 2019 года:

– деятельность в области демонстрации кинофильмов (59.14) [29].

Дополнительные виды деятельности компании:

– подача напитков (56.3);

– производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ (59.11);

– деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания (56.10);

– деятельность по распространению кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ (59.13);

– деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания (56.10.1);

– деятельность ресторанов и баров по обеспечению питания в железнодорожных вагонах-ресторанах и на судах (56.10.3);

– деятельность в области радиовещания (60.1);

– деятельность в области телевизионного вещания (60.2) [29].

По характеру деятельности предприятие будет функционировать как

предприятие развлечений и удовлетворения досуговых потребностей населения города и приезжих туристов.

Тип собственности – частная собственность.

В первые годы предприятие будет функционировать в виде локального кинотеатра с дальнейшим расширением количества предприятий и выходом на региональный и отечественный рынок развлечений.

Уставной капитал предприятия будет в минимальном размере, установленном законодательством Российской Федерации, 10 000 рублей. Предприятие будет иметь три учредителя, которые будут оплачивать устав по схеме 1:1:2 (1=25%).

Учредителями бизнеса будут являться:

– Загребайлов Денис Алексеевич, генеральный директор кинотеатра «Русич»;

– Ковалёва Лариса Владимировна, генеральный директор ООО «ГК Агро-Белогорье»;

– Землянко Анжела Андреевна.

Генеральный директор кинотеатра «Русич» был выбран в качестве учредителя, так как является опытным руководителем в сфере показа кинофильмов и организации работы кинотеатра с различными инновационными нововведениями. Его заинтересованность заключается в расширении собственного бизнеса.

Заинтересованность Ковалёвой Ларисы Владимировны заключается в том, что предприятие будет приобретать продукты питания у ООО «ГК Агро-Белогорье» и реализовывать их населению. За счёт этого возможно повышение имиджа обеих компаний.

Главным профилем компании будет предоставление услуг кинопоказа фильмов зарубежного и отечественного производства, с целью удовлетворения потребностей населения города Белгород.

Основными целями будут являться удовлетворение потребностей насе-

ления, получение прибыли, а также улучшение качества предоставления услуг кинопоказа и увеличения занятости населения города.

На будущие периоды основной целью станет расширение предприятия, возможное создание сети кинотеатров с питанием и ресторанным обслуживанием.

Организация кино-бара после создания бизнес-плана потребует регистрации предприятия, которая является первой ступенью к открытию предприятия. В соответствии со статьёй 51 ГК юридическое лицо подлежит государственной регистрации в органах юстиции в порядке, определяемом законом о регистрации юридических лиц. Федеральным законом «О государственной регистрации юридических лиц» установлено, что государственная регистрация юридических лиц осуществляется федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным в порядке, установленном Конституцией РФ и Федеральным конституционным законом «О Правительстве Российской Федерации». Постановлением Правительства РФ от 17 мая 2002 г. N 319 определено, что таким уполномоченным федеральным органом исполнительной власти является Министерство РФ по налогам и сборам [2, с. 32].

Предполагается создание нового предприятия, предоставляющего услуги кинопоказа, которое будет именоваться как ООО «Кино-бар STATUS».

Сведения об ООО «Кино-бар STATUS», которые будут содержаться в государственном реестре:

- ООО «Кино-бар STATUS» или общество с ограниченной ответственностью «Кино-бар STATUS»;
- общество с ограниченной ответственностью;
- 308510, Российская Федерация, Белгородская область, г. Белгород, улица Губкина, 48А;
- предприятие будет иметь трёх учредителей в лице Загребайлова Дениса Алексеевича, в лице Ковалёвой Ларисы Владимировны, которые будут

вносить по 25% от суммы уставного капитала, остальную сумму (50%) будет вносить третий учредитель в лице Землянко Анжелы Андреевны;

- копии учредительных документов юридического лица;
- предполагается получение регистрации в январе 2020 года;
- уставной капитал предприятия составляет 10 000 рублей, так как это минимальный размер;
- Загребайлов Денис Алексеевич, учредитель кино-бара, паспортные данные представлены в иных учредительных документах;
- Ковалёва Лариса Владимировна, учредитель кино-бара, паспортные данные представлены в иных учредительных документах;
- Землянко Анжела Андреевна, учредитель кино-бара, паспортные данные представлены в иных учредительных документах;
- лицензия на предоставление услуг питания и показ кинофильмов.

Документы, предоставленные при регистрации

ООО «Кино-бар STATUS»:

- регистрация наименования юридического лица;
- точный юридический адрес ООО;
- коды деятельности ОКВЭД;
- расчет размера уставного капитала ООО и внесение его;
- расчетный счет [б, с. 44].

Документы, необходимые для регистрации в инспекции федеральной налоговой службы по г. Белгород:

- заявление о государственной регистрации юридического лица при создании (форма Р11001);
- решение единственного учредителя или протокол общего собрания учредителей;
- устав ООО (2 экземпляра) (Приложение 1);
- квитанция об оплате госпошлины;
- документы, подтверждающие наличие юридического адреса [18].

Организационно-правовая форма в виде общества с ограниченной ответственностью была выбрана в ходе анализа преимуществ каждого вида форм организации бизнеса. ООО имеет следующие особенности, которые дают возможность быстрому развитию предприятия:

- возможность привлечения дополнительных инвестиций и новых учредителей, в том числе иностранного происхождения;
- отсутствие ограничений для уставного фонда;
- возможность вкладывать в уставной капитал как материальные, так и нематериальные активы;
- в случае убытка налоги не платятся;
- высокая инвестиционная привлекательность из-за возможности попасть в состав учредителей и получать долю от деятельности предприятия;
- на учредителей возлагается ответственность только в пределах имущества, которое принадлежит предприятию, личное имущество не относится к нему [32].

Стадия развития данного бизнеса находится на уровне разработки и дальнейшего планирования выхода на рынок развлекательных услуг Белгорода. Разработкой проекта занимается Землянко Анжела Андреевна, которая исследует все нюансы открытия кино-бара под руководством Загребайлова Дениса Алексеевича.

Интерьер кино-бара – первое, на что обращают внимание его посетители. Профессиональный подход к созданию любого интерьера предполагает завершенное дизайнерское решение. Только так в кинотеатре удастся создать единое стилевое пространство. Именно поэтому вопрос оформления интерьера помещений и проектирования кино-бара необходимо решать в комплексе. Являясь ключевым элементом в интерьерном ансамбле кинотеатра, линия бара должна создаваться с учетом гармоничного сочетания ее функций и эстетических качеств.

Кинозал кино-бара будет оборудован мягкими креслами, что позволит

повысить уровень комфорта для посетителей. В зале будет установлен большой экран для просмотра фильмов в 2D и 3D формате. Каждая зона для просмотра будет состоять из стола с неоновой подсветкой, которая в любой удобный момент может быть выключена для более приятного просмотра фильма. Меню будет состоять из лёгких блюд, так как при просмотре фильмов противопоказано употреблять много еды, потому что это может вызвать проблемы со здоровьем.

Особенности ООО «Кино-бар STATUS»:

- место, где первыми будут появляться премьеры всемирно известных кинолент;
- дистанционная работа с клиентами, заказ по меню через мобильное приложение или официальный сайт;
- бесплатная парковка;
- скорость приготовления блюд выше, чем в ресторанах;
- высокое качество блюд, так как будут соблюдены все условия их хранения и приготовления;
- более низкая оплата билетов в данном виде услуг при повышенном комфорте просмотра фильмов;
- создание домашнего уюта;
- сочетание услуг кинопоказа и качественного питания;
- приготовление блюд на территории предприятия;
- использование объёмного звука, неискажающего слышимость слов из фильмов;
- повышенное качество кинопоказа, так как будет использована новейшая технология передачи изображения «Cinema Screen».

Основным отличием кино-бара от обычных кинотеатров является наличие зала с повышенным уровнем комфорта, сочетающего в себе просмотр фильмов и питание.

Для создания кино-бара с одним залом потребуется выкуп помещения

площадью 612 м², с целью размещения зала, кабинета директора, помещения для приготовления блюд из меню, бара, игровой комнаты, кино-мастерской, санузла, кассы и гардероба. Общая вместимость зала 48 человек. На зал будет приходиться 391 м², на остальные помещения 221 м². Планировка помещений будет соответствовать нормам безопасности [16].

Месторасположение кинотеатра является удачным, так как он находится в спальном районе, где нет ни одного кинотеатра (кинотеатр «Русич» и кинотеатр «Синема Парк» находятся на далёком расстоянии от нового проектируемого кинотеатра). Недалеко от нового кино-бара расположен колледж, учащиеся которого являются основной целевой аудиторией. Также на первом этаже ТЦ «Омега» расположен супермаркет с большой проходимостью. Таким образом, каждый житель района быстро узнает о появлении нового места досуга. Кроме того, в шаговой доступности расположена бесплатная парковка, что послужит дополнительным удобством для посетителей с автомобилями.

Офис будет находиться в том же здании, что и кинотеатр, так как площадь помещения будет рассчитана на размещение кабинета директора и иных управленческих офисов предприятия. С целью оперативного решения проблем, возникающих во время просмотра кинофильмов в зале предприятия.

Движение основных материальных средств связано с поставщиками за продукцию, материалы, работы и услуги. Основные затраты предприятия идут на производство работ и услуг, содержание помещения ООО «Кино-бар STATUS», отчисления на социальные нужды, амортизацию и т.д. Также денежные средства уходят на оплату труда персонала, погашение долгосрочных и краткосрочных обязательств, налога на прибыль. Привлечение средств при создании, модернизации, реконструкции и подготовке какого-либо оборудования.

Предприятие, после предоставления заявления о переходе на упрощённую систему налогообложения (УСН), будет выплачивать налоги на прибыль

в размере 15% от разницы доходов и расходов, так как этот вариант более выгоден для ООО «Кино-бар STATUS». ООО «Кино-бар STATUS» необходимо в сроки предоставлять все документы, касающиеся бухгалтерской отчетности. В таблице 1.1 представлены наименования необходимых отчетов [19].

Таблица 1.1

Виды и сроки сдачи отчетности УСН в 2019 году

Наименование отчета	Дата представления по закону в 2019 году
Декларации:	
УСН	ООО – 1 апреля, ИП – 30 апреля
Налог на имущество	1 апреля
Прибыль	28 марта
ЕНВД за 4 квартал	21 января
НДС за 4 квартал	25 января
Бухгалтерская отчетность	1 апреля
6-НДФЛ	1 апреля
2-НДФЛ	1 апреля
Расчет по страховым взносам	30 января
Сведения о среднесписочной численности	21 января

ООО «Кино-бар STATUS» будет вести книгу учёта доходов и расходов (КУДИР), в которой будут отражаться все финансовые поступления и траты в табличной форме. При сдаче отчетности по упрощённой системе налогообложения Федеральная налоговая служба может попросить предоставить КУДИР для проведения проверки на достоверность [28].

Отчётность должна быть в наличии: распечатанная, пронумерованная и прошитая. Форма книги зависит от режима налогообложения, выбранного предприятием.

Основной услугой ООО «Кино-бар STATUS» является предоставление возможности просмотра кинофильмов только вышедших в прокат, фильмов на языке оригинала и фильмов, отражающих тематику определенного мероприятия или праздника.

Для просмотра кинофильма каждому посетителю необходимо купить билет в кассе кинотеатра. В каждом билете будет прописано название филь-

ма, ряд, номер столика и место.

Помимо просмотра кинофильма, предприятие предоставляет услуги питания, которые заключаются в заказе блюд и напитков:

- каждый посетитель может через мобильное приложение или официальный сайт оформить заказ;
- официант принимает заказ и передаёт его на кухню, где профессиональные повара готовят нужные блюда, затем перед началом фильма официант приносит блюда и напитки. Также возможен заказ блюд во время просмотра фильма;
- официант убирает со столов после окончания фильма, так он не будет мешать просмотру;
- каждая зона будет иметь столы с неоновой подсветкой. При необходимости ее можно будет выключить;
- также будет представлено меню блюд «на вынос».

Посетители кинотеатров сталкиваются с проблемой некачественного предоставления услуг питания. Меню таких кинотеатров в основном состоит из фаст-фуда, чипсов, попкорна и сладких газированных напитков. ООО «Кино-бар STATUS» будет предлагать широкий ассортимент блюд из мяса и рыбы, легких закусок, салатов и десертов.

Это первый кинотеатр, который предоставляет услуги демонстрации фильмов с использованием высоких технологий передачи звука и видео, а также услуги питания с ресторанным обслуживанием. Таким образом, ООО «Кино-бар STATUS» станет уникальным предприятием индустрии развлечений города Белгорода.

Степень готовности выхода услуг на рынок будет зависеть от сложности процесса производства, так как совмещена кухня, ресторанное обслуживание и кинотеатр. Каждое помещение будет соответствовать определённым санитарно-эпидемиологическим нормам и нормам безопасности посетителей.

2. Анализ отрасли и локального рынка

Развлечения – одна из важнейших сфер повседневной жизни человека, которая, наряду с образованием, способна существенно влиять на состояние общества. Нужда в них появляется сразу после удовлетворения первичных потребностей. Удовлетворенность их качеством и доступностью является для человека индикатором его социального положения, а для общества – показателем развития экономики страны в целом и ее социальной сферы в частности, так как формирование индустрии развлечений есть прямое следствие достижения определенного уровня доходов населения, когда у него появляются свободные средства.

Независимо от экономической ситуации в стране или влияния каких-то других факторов, люди всегда будут тратить определенную часть своего бюджета на развлечения. И самую большую прибыль получит предприниматель, который придумает, как можно интересно провести время с минимальными финансовыми затратами. Таким образом, актуальным становится вопрос о развитии индустрии развлечений в сфере туризма.

Само понятие «индустрия развлечений» достаточно широко и до настоящего времени как у государства, так и у бизнеса и общества нет его четкого единого определения. В индустрию развлечений входят кинотеатры, театры, боулинг-клубы, гольф-клубы, парки, аттракционы, аквапарки, ночные клубы, Интернет-кафе, спортивные и оздоровительные центры, ролл-дромы, катки, картодромы [21].

Индустрия развлечений – выступает как самостоятельное, относительно обособленное звено экономической системы, привлекая значительные материальные, финансовые, трудовые ресурсы. При этом во всём мире она жёстко интегрирована в другие отрасли, а потому подвержена меньшим воздействиям внешних, экономических, негативных факторов. Но, несмотря на все это, индустрия развлечений считается достаточно молодой отраслью, так как она еще не полностью изучена.

Целью индустрии развлечений является создание условий развлечения, добровольный выбор вида развлечений человеком, неограниченный перечень видов развлечений.

В настоящее время рынок услуг, удовлетворяющих культурные и развлекательные потребности населения, перенасыщен разнообразием предложений. Этому свидетельствует огромное множество театров, развлекательных центров, дискотек и ресторанов.

Одной из составляющих данной сферы являются услуги, предоставляемые кинотеатрами, которые в свою очередь представляют собой наиболее благополучно развивающуюся отрасль. По данным статистики за 2018 год, кинотеатры являются самыми посещаемыми заведениями из всех вышеперечисленных, так как такой вид услуг имеет самую широкую аудиторию пользователей. Учитывая демографические, социальные, экономические, психологические, географические, психографические и потребительские факторы, можно провести сегментирование данного рынка следующим образом:

- возраст: от 14 до 45 лет;
- пол – любой;
- семейное положение – как одинокие молодые люди, так и семейные пары;
- характер трудовой деятельности – любой;
- образование – любое;
- уровень дохода – средний, высокий [21].

При анализе бизнес-среды, следует учитывать подходы и классификации рынков. По сфере общественного производства данный рынок услуг является рынком товаров нематериального производства. По характеру конечного использования – рынок товаров потребительского назначения. По сроку использования – рынок товаров долговременного пользования. По территориальному охвату – мировой. По соотношению продавцов и покупателей – рынок свободной конкуренции. По объему реализации – основной рынок, где

реализуется большая часть товаров.

На данный момент состояние спроса на такие услуги соответствует предложению, существующее количество кинотеатров полностью удовлетворяют потребности населения. Следовательно, необходимо появление сверхнового товара для рождения нового спроса.

Если рассматривать, в общем, рынок услуг, удовлетворяющих культурные и развлекательные потребности, то конкуренция имеет здесь большое значение. Гигантами в этой сфере на территории РФ являются сети кинотеатров «Монитор» и «Киномакс». Данные компании предоставляют стандартные услуги по показу фильмов, имеют сложившуюся положительную репутацию.

По данным Фонда кино, по состоянию на 31.12.2018 г. в РФ функционировало 1407 коммерческих кинотеатров и 4491 кинозал (без учета плечных и DVD-киноцентров). Необходимо отметить, что были учтены только те демонстраторы (физические или юридические лица, осуществляющие показ кинофильма), для которых кинопоказ является ключевым источником доходов [21].

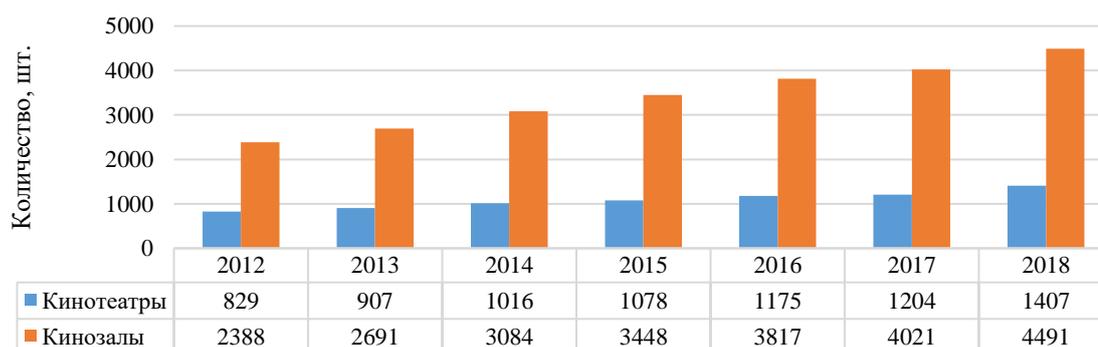


Рис. 2.1. Динамика роста коммерческих кинотеатров и кинозалов в 2012-2018 гг.

Рисунок 2.1 показывает, что идёт стремительный рост как коммерческих кинотеатров, так и кинозалов. Количество кинотеатров увеличилось на 578 единиц, а количество кинозалов – на 2103 единицы. Данная тенденция

говорит о постоянно растущем спросе на услуги кинопоказа фильмов в отведённых на это залах.

Среднее число экранов на кинотеатр, по данным Невафильм Research, за отчетный период составило 3,3. Для сравнения: в 2016 г. – 3,3, в 2017 г. – 3,2. Такая ситуация свидетельствует о прекращении в стране роста количества кинотеатров с большим числом экранов (влияние экономического кризиса в стране) [21].

В 2018 г., согласно данным Фонда кино и Невафильм Research, киносеть РФ по числу кинозалов выросла почти на 12% по сравнению с 2017 г. По количеству кинотеатров сеть за отчетный период увеличилась на 14%. Существенное замедление темпов роста кинотеатров (до 3%) и залов (до 5%) в 2017 г. было обусловлено сложной макроэкономической ситуацией. При этом больше всего от экономического кризиса пострадали крупные многозальные кинокомплексы (мультиплексы). Для сравнения в течение 2012-2016 гг. средний рост числа кинотеатров составлял 9%, а кинозалов – 12%. В 2018 г. темпы открытия вернулись на докризисный уровень, преимущественно благодаря государственной поддержке: по программе Фонда кино начали функционировать около 40% новых залов [21].

Стоит отдельно остановиться на размещении коммерческих кинотеатров. По данным Фонда кино, в настоящий момент более 40% расположены в торгово-развлекательных центрах (доля кинозалов в ТРЦ – около 70% всех кинотеатров в РФ), где наблюдается высокая концентрация потенциальной зрительской аудитории. В 2018 г. киноцентрам в ТРЦ удалось собрать 76% от совокупных сборов от кинопроката и привлечь 73% кинозрителей. Также большое количество кинотеатров занимают отдельно стоящие здания (около 30% всех киноцентров), в большинстве случаев это «советское наследие».

Касательно технологического оснащения кинозалов, то Россия следует в русле мировых трендов: кинозалы оборудуются специальными техническими средствами для усиления спецэффектов (так называемые премиальные кинозалы или Premium large format, PLF). Однако в 2018 г. в стране замед-

лился рост числа аттракционных кинозалов – залов с современными кинематографическими форматами и новыми технологическими решениями, что обусловлено, в частности, достаточно высокими ценами на билеты.

Ключевые технологии, используемые в аттракционных кинозалах:

- формат D-Vox подразумевает оборудование кинозалов креслами D-Vox, способными синхронизировать движение на экране с движением кресла, что обеспечивает полное погружение в происходящее на экране;

- технология 4D-X предусматривает использование визуально-осязательных и обонятельных дополнений (например, появляется пар для усиления эффекта дыма, тумана или водные брызги), изменения положения кресла в пространстве синхронно с видео и звуковой дорожкой;

- формат многоканального (имперсивного) звука Dolby Atmos 3D позволяет сделать звук реалистичным благодаря тому, что он звучит не только в горизонтальной плоскости, но и сверху (объектно-ориентированная технология). Из-за этого появляется возможность создавать объемную звуковую картину 3D, как это происходит и в обычной жизни;

- Varco Auro-3D – это также формат имперсивного звука, как и Dolby Atmos 3D, но в этом случае для достижения реалистичного звука к двум слоям колонок – классическому и второму, расположенному под углом 30 градусов к горизонту, добавлен третий, установленный прямо над слушателем.

Согласно статистике Невафильм Research, по состоянию на конец 2018 г. в РФ насчитывалось 33 зала с эффектами движения (24 зала формата D-Vox и 9 залов – 4D-X) и 102 зала с премиальными форматами звука (74 зала формата Dolby Atmos 3D и 28 залов – Varco Auro 3D). Наиболее успешными в РФ являются форматы Dolby Atmos 3D и IMAX (рис. 2.2) [21].

Также здесь стоит отметить рост использования современных технологий в организации работы кинотеатров. Меньше всего подверглись изменениям IMAX и 4D-X, так как они являются самыми затратными и дорогостоящими для посетителей.

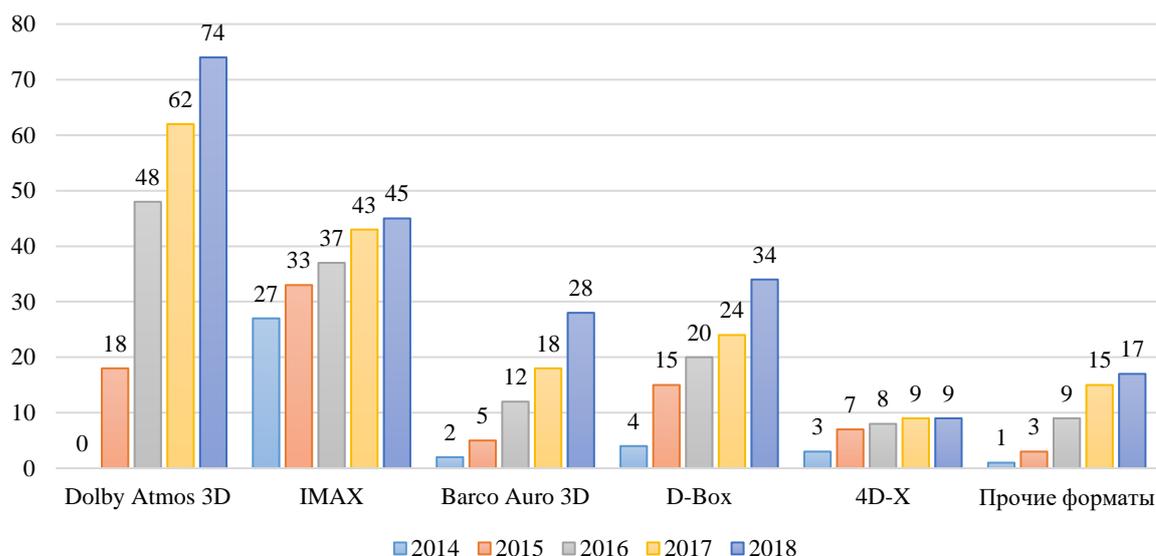


Рис. 2.2. Динамика развития технологий в кинотеатрах и кинозалах, 2014-2018 гг.

В отношении распределения кинотеатров по стране наблюдается диспропорция. По данным Фонда кино, на протяжении последних нескольких лет Центральный ФО лидирует по количеству кинотеатров и кинозалов. На втором и третьем местах – Приволжский и Сибирский ФО соответственно. По количеству сборов от продажи билетов на фильмы Сибирский ФО уступает третье место Северо-Западному ФО, у которого доля больше на 4,4% от совокупных сборов по РФ (Приложение 2).

Также, согласно данным Фонда кино, уровень обеспеченности населения РФ услугами кинопоказа в 2018 г. вырос в городах с населением от 250 тыс. до 500 тыс. жителей (+27%) по сравнению с показателем 2017 г. Причина роста – открывшиеся многозальные кинотеатры. Кроме того, в городах с населением от 100 тыс. до 250 тыс. человек количество кинозалов увеличилось на 22% по сравнению с 2017 г. Что касается городов с населением менее 100 тыс. жителей, то расширение киносети осуществляется за счет программы модернизации, реализуемой Фондом кино [21].

Самым обеспеченным типом города по количеству кинотеатров на 100 тыс. чел. являются города с населением от 100 до 250 тыс. чел., но по обеспе-

ченности залов они занимают последнее место, так как зачастую залы в кинотеатрах малых городов небольшие. Города с населением более 1 млн., для удовлетворения потребностей каждого жителя, имеют большие кинотеатры с не менее шестью залами и большой вместимостью (табл. 2.1).

Таблица 2.1

Распределение кинотеатров и кинозалов по типам городов в 2018 году
(без учёта городов с количеством жителей менее 100 тыс. чел.)

Тип города по численности населения	Численность населения, млн. чел.	Количество кинотеатров, шт.	Количество залов, шт.	Обеспеченность, кинотеатров на 100 тыс. чел.	Обеспеченность, залов на 100 тыс. чел.
Более 1 млн. чел.	33	296	1730	0,9	5,24
500-1000 тыс. чел.	12,9	140	604	1,08	4,67
250-500 тыс. чел.	15,1	179	690	1,19	4,57
100-250 тыс. чел.	13,8	170	502	1,24	3,65

В настоящий момент крупнейшими демонстраторами на рынке кинопоказа, по данным Фонда кино, являются 14 операторов киносетей, которые в совокупности занимают 30% рынка по количеству кинотеатров и более 40% – по числу кинозалов. На долю этих крупнейших сетей приходится свыше 50% кассовых сборов и 50% совокупной посещаемости кинотеатров за 2018 год (табл. 2.2) [21].

Таблица 2.2

Ключевые операторы сетей кинотеатров в 2018 году

Сеть кинотеатров	Количество кинотеатров, шт.	Количество залов, шт.	Количество охваченных регионов	Количество охваченных населённых пунктов	Доля рынка по числу залов, %
1	2	3	4	5	6
Синема Парк	39	350	24	26	7,7
Формула кино	36	273	9	10	6
Премьер-Зал	160	245	53	144	5,4
Каро	29	229	8	10	5

продолжение табл. 2.2

1	2	3	4	5	6
Киномакс	26	186	18	19	4,1
Люксор	23	161	10	16	3,5
Мираж Сине- ма	21	144	9	10	3,2
Синема Стар	25	133	14	9	2,9
Монитор	28	100	6	14	2,2
Mogі Cinema	10	67	8	6	1,5
Пять звёзд	11	66	8	8	1,4
Гранд Синема	8	48	5	8	1,1
Киноформат	6	29	4	5	0,6
Чарли	5	24	3	4	0,5

Среди кинотеатральных сетей по количеству кинозалов, по данным Фонда кино, лидируют «Синема Парк», «Формула кино», «Каро» и «Премьер-Зал». В 2018 г. на долю этих ключевых операторов пришлось 24% рынка (в 2017 г. этот показатель также был равен 24%) [21].

Помимо проката фильмов, в кинотеатре можно организовать много всего интересного: кафе, игровые помещения, отдельные 4D аттракционы. Они могут приносить большую прибыль, помимо тех денег, которые идут с проката. Обычно кафе в кинотеатрах находятся на так называемом аутсорсинге. Это значит, что частным фирмам предоставляется площадь и право торговать в данной точке, а взамен хозяин получает процент с продажи. Большой популярностью пользуются игровые залы, где посетители могут весело провести время в ожидании предстоящего киносеанса.

Белгородский туристский рынок достаточно насыщен предприятиями развлечений различных видов. В основном большинство людей посещают кинотеатры, квест-комнаты, ночные клубы, боулинг и т. д. Рынок развлечений, если брать только кинотеатры, представлен шестью кинотеатрами:

- «Русич»;
- «Синема Стар»;
- «Синема Парк»;
- «Радуга»;

- «Победа»;
- «ГриннФильм».

Все кинотеатры ориентируется на молодых людей, которые заняты в образовательной сфере, на семьи с детьми, а также на влюблённые пары. Для данных группы клиентов сделаны комфортабельные залы с высоким уровнем комфорта.

«ГриннФильм» – первый в Белгороде шестизальный кинотеатр построенный в соответствии со всеми современными требованиями проектирования кинотеатров. В кинозалах установлены удобные кинотеатральные кресла, позволяющие комфортно чувствовать себя во время сеансов. Кинотеатр «ГриннФильм» предлагает зрителям новое качество кинопоказа – технология Augo-3D в сочетании с трехмерным изображением, которая создает в кинозале максимально реалистичное восприятие от кинопросмотра. Залы оснащены акустическими системами, способными буквально окунуть зрителя в атмосферу фильма и подарить незабываемые впечатления [22].

Наличие шести залов позволяет предложить зрителю максимальный выбор картин разного жанра. Для удобства зрителей предусмотрена система онлайн-бронирования.

Мультиплексы «Синема Парк» отличает особый дизайнерский подход в оформлении интерьеров, каждый из которых становится уникальным архитектурным объектом. Три зала оснащены оборудованием для демонстрации фильмов в формате 3D. Особенностью кинопоказа в сети «Синема Парк» являются «парящие экраны», которыми оснащены два зала кинотеатра. Благодаря своей конструкции, они позволяют увеличить размеры зрительного восприятия картины и полностью погрузиться в волшебный мир кино.

Всего в кинотеатре 946 зрительских мест, общая площадь составляет более 2800 м². На ней размещаются: просторное фойе, кино-бары, специальная комфортная Relax-зона и сцена для проведения премьерных показов. Также установлена интерактивная плазменная панель, позволяющая по запросу

гостей выводить на экран всю необходимую информацию по фильмам [26].

Центр Российского Кино «Радуга» – кинотеатр, сертифицированный по стандарту «Dolby Digital» компанией «Dolby Laboratories Inc.» – законодателем стандартов в мире звука. В «Радуге» установлен крупнейший в России формат киноэкрана размером 22×16 метров. Кинотеатр имеет 1 кинозал, общей вместимостью 202 человека. Кинозал кинотеатра переоборудован в соответствии с новейшими стандартами и требованиями, оснащен современными удобными мягкими креслами и диванчиками [24].

Кинотеатр «Победа» в Белгороде находится по адресу: улица 50-летия Белгородской области, 8б. В мультиплексе есть красный зал на 247 зрительных мест и синий зал на 272 места. Каждый кинозал оборудован мягкими сидениями, чтобы зрители могли насладиться комфортабельным отдыхом. Впечатляющий объем звуку передает акустическая система Dolby Digital, которая оснащена дополнительным каналом окружения. Посетители киноцентра имеют возможность насладиться просмотром кинокартин в 3D-формате. Территория здания предусматривает место для парковки автомобилей [23].

Конкурентоспособность предприятия напрямую зависит от количества потребителей, ассортимента услуг, возможности бронирования и времяпрепровождения в кинотеатре, а также от отзывов предыдущих посетителей и отношения персонала к работе.

Определение уровня концентрации товарного рынка, оценка состояния конкурентной среды на товарных рынках осуществляются в соответствии с требованиями приказа ФАС России от 28.04.2010 № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».

Главными конкурентами среди предприятий развлечения данного типа являются:

- кинотеатр «ГриннФильм»;
- кинотеатр «Синема Парк».

В таблице 2.3 представлено подробное сравнение конкурентов

ООО «Кино-бар STATUS» по основным критериям [51].

Таблица 2.3

Сравнение конкурентов по основным критериям

Критерии	«Синема Парк»	«ГриннФильм»	«Кино-бар STATUS»
Режим работы	10:00-00:00	10:00-03:00	10:00-00:00
Качество обслуживания	Высокое качество обслуживания, VIP-зал Relax, 7 залов	Хорошее качество услуг, персонал доброжелательный, 6 залов	Высокое качество обслуживания, 1 зал, персонал отзывчивый и приветливый
Целевой сегмент потребителей	Потребители с различным уровнем дохода	Потребители с различным уровнем дохода	Потребители с различным уровнем дохода
Ценовая политика	130-380 рублей	70-320 рублей	300-500 рублей
Репутация	Обладает хорошей репутацией и узнаваемостью	Различные мнения у клиентов, репутация нестабильна	Репутация ещё не сформирована
Парковка	Есть парковка	Есть парковка	Есть парковка
Месторасположение	В торгово-развлекательном центре, поблизости фут-корт, магазины одежды	В торгово-развлекательном центре, поблизости фут-корт, магазины одежды	Помещение в здании ТЦ «Омега», поблизости педагогический колледж, супермаркет

Данная таблица показала, что в Белгороде высокая конкуренция среди кинотеатров, каждый из которых имеет свои особенности. «Кино-бар STATUS» предлагает своим посетителям более обширный спектр услуг, по сравнению с другими кинотеатрами. Следует отметить, что цены несколько выше, чем в других кинотеатрах, что обусловлено наличием зала высокого уровня комфорта и возможностью полноценного питания при просмотре фильма. Кино-бар располагается в торгово-развлекательном центре, что обеспечивает большой приток новых клиентов при малых затратах на рекламу. Имеется бесплатная парковка для автомобилей. После формирования положительной репутации, «Кино-бар STATUS» должен стать одним из лучших предприятий в данной сфере деятельности.

Для более детального анализа конкурентов следует провести их оценку

по совокупным критериям (табл. 2.4) [51].

Таблица 2.4

Рейтинговая оценка конкурентов

Критерий для сравнения	«Синема Парк»	«ГриннФильм»	«Кино-бар STATUS»
Цена	3	4	4
Качество обслуживания	5	4	5
Программа лояльности	5	4	4
Месторасположение	5	5	5
Транспортная доступность	5	5	4
Репутация	5	4	-
Комфортабельность залов	4	3	4
Информативность сайта	5	4	5
Ассортимент услуг	4	3	5
Качество звука и изображения	5	4	5
Баллы по критериям	46	40	41

Таблица построена по схеме пяти баллов (1-неудовлетворительно, 5-отлично). Она раскрывает ясную картину выявления главного конкурента кино-бара «Кино-бар STATUS», которым является кинотеатр «Синема Парк», опережая наш проект по критериям: транспортная доступность, программа лояльности и репутация. Планируется, в срок 3 месяца после начала работы, значительно повысить данные показатели и обойти своего основного конкурента. Оценки были выставлены после анализа отзывов, сайтов и собственных исследований кинотеатров.

Для достижения поставленных целей принята программа по улучшению отстающих показателей. Транспортная доступность будет повышена за счет увеличения парковочных мест. Показатель лояльности – за счет проведения акций, предоставления скидок постоянным посетителям, детям, пенсионерам, проведения конкурсов, розыгрышей с участием спонсоров. Совокупность проведения вышеперечисленных мероприятий приведет к формированию высокой репутации кино-бара.

Таким образом, ООО «Кино-бара STATUS» станет более конкуренто-

способным предприятием на рынке услуг развлечения.

Для более наглядного показа конкуренции между кинотеатрами был построен многоугольник конкурентоспособности, который изображён на рисунке 2.3 [51].



Рис. 2.3. Многоугольник конкурентоспособности

Из данного многоугольника конкурентоспособности заметно то, что более сильным и важным конкурентом является кинотеатр «Синема Парк», который по таким показателям, как транспортная доступность, программа лояльности и репутация, опережает кино-бар «Кино-бар STATUS», по всем остальным показателям он находится на лидирующих позициях.

PEST-анализ – простой и удобный метод для анализа макросреды (внешней среды) предприятия. Методика PEST-анализа часто используется для оценки ключевых рыночных тенденций отрасли, а результаты PEST-анализа можно использовать для определения списка угроз и возможностей при составлении матрицы SWOT-анализа компании.

Матрица SWOT-анализа кинотеатра приведена в приложении 3.

Следует составить PEST-анализ для оценки внешней среды предприятия (табл. 2.5). Данные приведены по состоянию на конец 2018 года [51].

Таблица 2.5

PEST-анализ ООО «Кино-бар STATUS»

Политика	Экономика
<ol style="list-style-type: none"> 1. Политическая нестабильность. 2. Изменение в законодательстве по налогам и сборам (изменение ставки налога на прибыль, ЕНВД). 3. Увеличение госсобственности в бизнесе и промышленности. 4. Содействие предпринимательству со стороны государства. 5. Антимонопольное регулирование, контроль за соблюдением правил конкуренции. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ВВП увеличился на 22,79%, сальдо торгового баланса увеличилось на 27,6%, экономика растет. 2. Инфляция снизилась на 47,7% и составила 3,7. 3. Уровень безработицы снизился на 5,88% и составил 5,2. 4. Официальный курс рубля к доллару – 65,48.
Социум	Технологии
<ol style="list-style-type: none"> 1. Естественный прирост населения на 0,11% по сравнению с предыдущим годом, 60,2% – трудоспособное население. 2. Реальные располагаемые доходы населения увеличились. 3. Среднедушевые денежные доходы – 30 074 рублей. 4. Расслоение общества, низкая социальная мобильность. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Можно отметить тенденции в развитии новых технологий в киноиндустрии. 2. Развитие отечественного кинематографа.

Согласно PEST-анализу, кино-бар не будет иметь проблем с наймом персонала, высокими налогами и с нечестной конкуренцией. Анализ показывает, что доля затрат на энергоресурсы высока, но в целом, экономическое состояние положительно влияет на развитие проекта. Также положительное влияние оказывает и социальный фактор: рост трудоспособного населения; увеличение реальных доходов.

Из матрицы SWOT-анализа (Приложение 3) можно сделать вывод о том, что ООО «Кино-бар STATUS» предоставляет большой спектр услуг и является конкурентоспособным предприятием на рынке развлечений Белгорода. Любой посетитель может за дополнительную плату заказать блюда из меню. Приобрести билеты, оформить заказ можно непосредственно в кассе кино-бара, на официальном сайте или через мобильное приложение. У предприятия имеется своя парковка и бесплатный Wi-Fi.

На пути к лидерству предприятию следует как можно выгоднее использовать свои возможности, борясь при этом с угрозами, которые могут привести к банкротству из-за нерентабельности его функционирования [51].

Наибольшую угрозу для ООО «Кино-бар STATUS» представляют экономические факторы, именно на их преодоление предприятию следует приложить основные усилия.

Технологические, политические и социальные факторы дают предприятию умеренные возможности, которые оно в силах реализовать, если правильно направить на это свои сильные стороны, а также сумеет использовать эти возможности для усиления своих слабых сторон. В наибольшей степени благоприятное влияние на организацию оказывают покупатели и поставщики (партнеры), со стороны которых на сегодняшний день нет каких-либо существенных угроз.

3. Организация производства и управление предприятием

Организация предприятия начинается с задумки проекта, анализа рынка, поиска инвесторов и других этапов, которые ведут к открытию кино-бара. В приложении 4 более подробно показаны этапы, предшествующие открытию ООО «Кино-бар STATUS», а также описание этапов первых месяцев его функционирования. Этапы начали осуществляться с мая 2019 года [17].

Первые два месяца будут направлены на организацию структурирования бизнес-идеи и её положений с целью оценки привлекательности задумки проекта для населения города. В этот период будут проводиться масштабные маркетинговые исследования, направленные на анализ потребностей населения.

Организация проекта будет проходить с июля 2019 года по октябрь 2019 года. Длительность периода связана с большими затратами времени на поиск помещения, потенциальных инвесторов, поставщиков, персонала. В данный этап включены логистические операции по закупке необходимого оборудования для кино-бара. В последние два месяца будет проводиться ремонт и дизайн помещений в соответствии со спецификой предприятия.

Регистрация предприятия предполагает подачу необходимых документов в соответствующие инстанции для внесения предприятия в единый государственный реестр юридических лиц. Период указан с учётом сбора документов и самого процесса регистрации.

Этап запуска мероприятий продвижения услуг и товаров предприятия заключается в разработке рекламной кампании. За 1 месяц до открытия кино-бара состоится активизация рекламной кампании с целью привлечения как можно большего количества посетителей ко дню открытия.

В январе 2020 года состоится торжественное открытие кино-бара. В этот день каждому посетителю будет предлагаться бесплатный коктейль и десерт. Данная акция предположительно привлечёт большее количество клиентов.

В первые месяцы функционирования будет проводиться тщательная работа устранения недочётов проекта, исходя от отзывов посетителей, с целью улучшения комфорта и качества предоставляемых услуг и товаров.

Главной целью для последующих 2-5 лет будет увеличение прибыли, улучшение качества предоставляемых услуг и расширение деятельности предприятия с дальнейшим развитием сети кино-баров «Кино-бар STATUS» на региональном и национальном уровнях.

Кино-бар предположительно будет открыт в январе 2020 года. За этот период будет оборудован кинозал и холл бара в определённой стилистике, которая будет соответствовать концепции «домашний уют», подобран персонал, сделан ремонт, установлено необходимое оборудование, проверена безопасность всех зон кинозала и организована деятельность предприятия.

Оснащение зала предполагает замену обычных кресел в кинотеатрах на мягкие кресла повышенного уровня комфорта. Перед креслами будет небольшой стол, на котором будут размещаться блюда клиентов.

ООО «Кино-бар STATUS» будет являться обществом с ограниченной ответственностью, поэтому предприятию налог на прибыль является обязательным. По ОКВЭД оно будет соответствовать коду 59.14, так как основная деятельность основывается на предоставлении услуг кинопоказа [29].

Для создания кинозала повышенного уровня комфорта понадобится набор персонала. Предприятие будет иметь управленческий и производственный состав работников.

Управленческий персонал будет состоять из директора и администратора, которые будут следить за правильностью выполнения должностных обязанностей и качеством обслуживания.

К производственному персоналу будут относиться официанты, повара, кассиры, киномеханики, посудомойщики и уборщики.

Общая численность персонала предприятия будет составлять 33 человека.

Кинозал повышенного уровня комфорта будет работать с 10:00 до

00:00. График работы официантов и барменов – посменно, 2 рабочих дня и 2 выходных.

Новый персонал будет получать заработную плату, которая входит в фонд оплаты труда вместе с отчислениями во внебюджетные фонды (30,2% от заработной платы сотрудника). В 2017-2020 годах для плательщиков, применяются следующие тарифы отчислений во внебюджетный фонд:

– на обязательное пенсионное страхование: в пределах установленной предельной величины базы для исчисления страховых взносов на обязательное пенсионное страхование – 22,2%;

– на обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством в пределах установленной предельной величины базы для исчисления страховых взносов по данному виду страхования – 2,9%;

– на обязательное медицинское страхование – 5,1% [33].

Годовой фонд оплаты труда представлен в приложении 5.

За год предприятие израсходует на оплату труда персонала 9 858 744 рубля.

Директор будет работать 5 дней в неделю, остальные работники – по графику 2 через 2, не нарушая 40-часовую рабочую неделю.

Для персонала предусмотрены определённые должностные обязанности, за которые он будет получать заработную плату [20].

Директор будет не только управлять кино-баром, но и формировать стратегию деятельности предприятия для повышения прибыли.

Директор представляет предприятие во всех учреждениях и организациях, распоряжается имуществом предприятия, заключает договора, издает приказы по предприятию, в соответствии с трудовым законодательством принимает и увольняет работников, применяет меры поощрения и налагает взыскания на работников предприятия, открывает в банках счета предприятия.

Должностные обязанности администратора кинозала:

- руководит работой по подготовке кинозала к принятию и культурному обслуживанию зрителей;
- обеспечивает чистоту и порядок в кинозале;
- осуществляет контроль за соблюдением обслуживающим персоналом кинозала трудовой и производственной дисциплины, правил и норм охраны труда, производственной санитарии и гигиены, противопожарной защиты;
- осуществляет контроль за наличием в кассовом вестибюле информации о фильмах, сеансах, проходимых в кинозале повышенного уровня комфорта, условиях приобретения билетов;
- осуществляет оперативный контроль за четкой работой билетных касс;
- обеспечивает проведение между сеансами культурно-массовых мероприятий для зрителей;
- следит за своевременным возвратом кинофильмов;
- следит за изготовлением, обновлением и состоянием рекламы на фасаде здания и в помещении кинотеатра;
- проверяет кинозал кино-бара после окончания последнего сеанса;
- осуществляет контроль за состоянием освещения, систем отопления и канализации и, в случае повреждений, принимает меры по их устранению;
- получает и выдает персоналу кинозала инвентарь и предметы хозяйственного обслуживания и осуществляет соответствующий оперативный учет;
- знает, понимает и применяет действующие нормативные документы, касающиеся его деятельности;
- знает и выполняет требования нормативных актов об охране труда и окружающей среды, соблюдает нормы, методы и приемы безопасного выполнения работ [20].

Должностные обязанности официанта кино-бара:

- сервирует столы;
- своевременно меняет скатерти и салфетки по мере их загрязнения;
- принимает заказ от посетителей, помогает посетителям выбрать блюда и напитки, ориентирует их по времени приготовления заказанных блюд;
- распределяет заказ по месту его выполнения между барменом и поваром;
- контролирует своевременность приготовления и товарный вид блюд перед подачей на стол;
- подает заказанные блюда;
- выводит окончательную сумму заказа, подает посетителю и производит с ним полный расчет за заказ;
- поддерживает чистоту в кинозале;
- оформляет зал и сервирует столы соответственно праздничным событиям и премьерам фильмов;
- проводит ежемесячный переучет посуды [20].

Повар выполняет следующие должностные обязанности:

- повар непосредственно осуществляет приготовление блюд, в том числе: мойку и бланшировку продуктов, смешивание продуктов, жарку, запекание, варку на пару, приготовление соусов, холодных закусок и салатов;
- декорирует блюда;
- планирует меню;
- изучает требования клиентов к обслуживанию и качеству блюд и продуктов;
- проводит инструктаж для барменов и официантов;
- контролирует работы по уборке, дезинфекции, санитарной обработке служебных и производственных помещений; по стирке и поддержанию в

соответствии с действующими санитарными нормами специальной одежды сотрудников;

– изучает жалобы и претензии посетителей к качеству блюд и обслуживания, ведет статистический учет жалоб и претензий, готовит предложения по совершенствованию работы [20].

Каждый работник должен в обязательном порядке выполнять должностные обязанности.

Работники должны иметь высшее, среднее специальное и среднее общее образование, в зависимости от занимаемой должности, стаж работы не менее 6 месяцев на аналогичной должности. Официант должен знать нормы этикета, обладать стрессоустойчивостью и коммуникабельностью. Требования к персоналу представлены в приложении 6.

Важным компонентом создания нового предприятия является производственный план. Кино-бар будет состоять из 1 зала с 48 креслами, перед которыми будут располагаться небольшие столы. Перед просмотром киноленты, посетитель будет оформлять свой заказ через мобильное приложение или сайт кино-бара. Время подачи блюда, подробный его состав будут описаны в меню.

Режим работы предприятия: 10:00-00:00. Все работники кино-бара приходят за 30 минут до открытия для проверки рабочего оборудования и помещений кино-бара. В случае выявления несоответствий нормам, оперативно исправить их до момента прихода первых посетителей.

Любой посетитель может забронировать билет на сайте или через мобильное приложение с указанием столика, количества людей, наличия детей. Бронь снимается, если человек не пришёл за 30 минут до начала кинопоказа. 30 минут было выбрано как оптимальное время сервировки стола и приготовления блюд поваром. Посетитель должен выкупить бронь в кассе кино-бара за 30 минут до начала сеанса, забрать билеты в соответствии с забронированными местами. Каждому посетителю кассир сообщает о том, что входит в стоимость билета, предлагает оформить заказ у официанта или барме-

на. Либо посетитель может оперативно установить мобильное приложение, которое находится на площадках IOS и Android. На территории кино-бара будет работать высокоскоростной Wi-Fi. В случае проблем с информационными источниками, официант лично принимает заказ у посетителя.

Во время ожидания посетители могут воспользоваться баром или игровой комнатой, где есть услуги для взрослых и детей, расположиться на удобных диванах.

На кухне у официантов и поваров будет планшет, который интегрируется с мобильным приложением и сайтом, на него будут приходить заказы с номерами столиков. Заказы автоматически расставляются по приоритету исходя из времени сеанса.

После готовности блюд, официант накрывает забронированный столик в соответствии с заказом. Стол накрывается только в случае, если посетитель пришёл за 30 минут до начала сеанса, выкупил билеты в кассе и оформил заказ или произвел 100% оплату через сайт, либо мобильное приложение. Стол сервируется в соответствии с ресторанным обслуживанием.

Столы будут убираться официантом после просмотра фильма. Предполагается, что 15 минут времени будет достаточно для уборки и новой сервировки стола.

Режим работы предприятия предполагает два периода: зимне-осенний и летний. Сезоны будут отличаться наличием гардероба (зима-осень) и изменениями в меню. Зимой будут преобладать горячие напитки, а летом – прохладительные.

Для начала деятельности ООО «Кино-бар STATUS» предусмотрен выкуп помещения общей площадью 612 м². В качестве местонахождения кино-бара рассматривались помещения гипермаркета «Лента», который находится по адресу ул. Победы, 83Б, бизнес-центра «Монблан», торгового центра «Атлас» и торгового центра «Омега». Анализ предполагал наличие необходимого количества площади и привлекательности района. Помещения гипермаркета «Лента» и торгового центра «Атлас» не располагают необходимой пло-

щадью, а бизнес-центр «Монблан» находится в труднодоступном районе города. Торговый центр «Омега» имеет конкурентные преимущества, которые важны для открытия кино-бара.

После анализа ценовой политики предприятий, работающих на рынке недвижимости, можно сделать вывод о том, что в среднем стоимость 1 м² нежилого помещения составляет 32 150 рублей. Общая сумма выкупа высчитывается путём умножения стоимости за 1 м² и общей предполагаемой площади выкупа для дальнейшего функционирования предприятия. Она будет составлять 19 675 800 рублей [16].

Ремонт и дизайн помещения ООО «Кино-бар STATUS» будет осуществлять компания «Сделай ремонт.com». Компания предоставляет высокую гарантию стойкости ремонта, работа осуществляется без предоплаты, оптимальное соотношение «цена-качество», опытные специалисты со стажем не менее 10 лет, имеют необходимые сертификаты, разрешения и лицензии на осуществление ремонтных работ. В помещениях будет проводиться евроремонт с заменой стен, возможном совмещении двух и более помещений для кинозала, осуществление дизайн-решений учредителей. Будет также проводиться монтаж системы пожарной безопасности, системы кондиционирования, света, водоснабжения, канализации [47].

Стоимость евроремонта за 1 м² составляет 7 528,25 рублей. В неё входит ремонт, дизайн, оплата труда рабочих. Дополнительно понадобится оплата за коммунальные услуги, которые будут использованы во время ремонта. В среднем, на ремонт данной площади понадобится оплата коммунальных услуг размером 30 000 рублей.

Установление системы кондиционирования предприятию обойдётся в 1 175 тыс. руб. В стоимость входит оборудование и его установка [41]. Стоимость оборудования и установления системы пожарной безопасности будет равна 48 960 рублей. Система освещения и электричества будет сделана в той же компании, что и ремонт помещений. По прайс-листу стоимость подключения системы будет равна стоимости установки 10-ти автоматов, 10-ти ро-

зеток, монтажа электрошита, установки 7-ми светильников, монтажа и подключения потолочных ламп для освещения помещений, установки новой электропроводки. Общая стоимость расходов будет составлять 61 050 рублей [40].

Система водоснабжения состоит из установления труб для процесса прохождения воды по помещениям кино-бара с целью постоянного потока холодной и горячей воды. Стоимость установления водопроводных труб составляет 10 500 рублей за 1 санузел, на предприятии их будет 2. Стоимость установления системы водоснабжения будет составлять 21 000 рублей [40].

Работы по монтажу сантехники требует установления унитазов, раковин и смесителей. Раковины будут установлены в санузлах и на кухне. Стоимость данных работ составляет 2 500 тысячи рублей за одну единицу. Планируется установить 4 унитаза, 4 раковины и 4 смесителя. Стоимость затрат на установление сантехники составляет 30 000 рублей.

Также в стоимость ремонта входят затраты на разработку вывески и её монтаж. Общая стоимость равна 45 000 рублей.

За ремонт всей площади ООО «Кино-бар STATUS» учредителям необходимо затратить 6 018 300 рублей.

Необходимые основные фонды для функционирования ООО «Кино-бар STATUS» представлены в приложении 7. Общая сумма инвестиционных вложений, необходимых для закупки основных фондов, составляет 5 005 860 рублей.

Оборудование будет взято в лизинг у лизинговой компании «Система Лизинг 24» компании ВТБ под 7% годовых с учетом ежегодного подорожания на 5% на 3 года. Покупка оборудования в лизинг была выбрана на основании наличия ряда преимуществ перед покупкой в кредит. Предприятие на время осуществления лизинга освобождается от выплат налога на имущество. Оформление документов занимает меньше времени [30]. Первые полгода предприятие освобождается от выплат. Оборудование, взятое в лизинг, ставится на баланс через три года эксплуатации.

Каждые полгода ООО «Кино-бар STATUS» выплачивает часть стоимости оборудования лизинговой компании с процентом. С учётом процентной ставки предприятие будет в общей сложности выплачивать 6 807 970 руб. В таблице 3.1 представлена оплата лизинга с учётом процентной ставки по договору. Первые полгода по договору выплаты не производятся [30].

Таблица 3.1

Лизинговые выплаты ООО «Кино-бар STATUS»

Период выплат, лет	Стоимость выплат, руб.
0,5	-
1	1 361 594
1,5	1 361 594
2	1 361 594
2,5	1 361 594
3	1 361 594

Для обслуживания клиентов предприятию необходима посуда. В кино-баре можно использовать посуду из фарфора, стекла, фаянса и хрусталя. В оборотные средства также входит форма персонала, мусорные баки, моющие средства и инвентарь для уборки помещений, готовки блюд. Инвестиции на закупку оборотных средств представлены в приложении 8.

Общая сумма инвестиций составляет 365 900 руб.

Основные партнёры-поставщики мебели и инвентаря:

- ИП Потатушкин А. А. [38];
- ООО «Комфорт Мебель плюс» [37].

Амортизационные отчисления будут начисляться за выкупленное помещение и его ремонт, так как другие основные фонды будут находиться в лизинге. Они будут равны стоимости выкупленного помещения, стоимости затрат на ремонт на срок износа. Предполагается, что износ помещения и дальнейший ремонт потребуются через 15 лет. Исходя от этого, амортизационные отчисления будут составлять 1 712 940 руб. Также к амортизационным отчислениям будет относиться амортизация оборудования. Стоимость оборудования составляет 5 005 860, срок службы – 10 лет. Амортизация состав-

ляет – 500 586 рублей. Первые три года амортизационные отчисления оплачивает лизинговая компания. После окончания выплат по лизингу амортизационные отчисления будут осуществляться ООО «Кино-бар STATUS».

Площадь 612 м² будет разделена на следующие помещения:

- кинозал;
- кухня;
- холл;
- кино-мастерская;
- техническое помещение;
- гардероб;
- туалеты;
- касса;
- кабинет директора и администратора (Приложение 9).

В таблице 3.2 представлены виды продукции питания и их поставщики.

Таблица 3.2

Источники продовольственного снабжения предприятия
ООО «Кино-бар STATUS»

Наименование группы товаров	Количество заказов	Поставщик
Рыба, нерыбные продукты моря	3 раза в неделю	ООО «Белгородрыба»
Мясо, субпродукты	3 раза в неделю	ООО «ГК Агро-Белогорье»
Молочные продукты	4 раза в неделю	ОАО «Белгородский молочный комбинат»
Бакалейные товары	1 раз в неделю	ОПБ «Дом продуктов»
Овощи, фрукты	Ежедневно	ИП Иванченко С.Ю.
Ягоды, орехи	Ежедневно	ИП Иванченко С.Ю.
Безалкогольные и алкогольные напитки	1 раз в неделю	ООО «Мограк»
Яйца столовые	2 раза в неделю	ООО «Каен»

После прохождения преддипломной практики на базе кинотеатра «Русич» и анализа его финансово-хозяйственной деятельности, в том числе изучения деятельности кафе и его работы с поставщиками продуктов питания,

можно сделать вывод, что в среднем на закупку продуктов питания с данным набором поставщиков ООО «Кино-бар STATUS» будет тратить 250 тыс. руб. в месяц или 3 000 тыс. руб. в год. Данный вывод был сделан на основании схожести меню предприятий и поставщиков.

Продукты питания будут храниться в соответствии с нормами хранения продуктов, учитывая особенности типов различных продуктов.

Единовременные затраты кино-бара состоят из расходов на выкуп помещения и его ремонт, на основные фонды и оборотные средства, на создание и разработку мобильного приложения и сайта.

Потребность в инвестиционных вложениях на реализацию проекта представлена в таблице 3.3.

Таблица 3.3

Потребность в инвестиционных вложениях для создания
ООО «Кино-бар STATUS»

Статья расходов	Размер расходов, руб.
Стоимость оборудования помещений	25 694 100
Создание и раскрутка мобильного приложения и сайта	300 000
Итого	25 994 100

Общий объем инвестиционных вложений для создания ООО «Кино-бар STATUS» составляет 25 994 100 рублей.

4. Маркетинговый план

Организация открытия ООО «Кино-бар STATUS» предполагает проведение маркетинговых исследований. Одним из самых простых и действенных вариантов является проведение опроса населения путем анкетирования. Для его проведения был создан опросный лист из 20 вопросов, который стал вспомогательным рычагом для организации работы кино-бара (Приложение 10) [15].

Анкетирование прошло 40 респондентов в возрасте от 21 года до 36 лет. 68,8% респондентов были женского пола, остальная часть аудитории мужского пола.

По уровню дохода респонденты распределились следующим образом:

- 43,8% – от 25 тыс. руб. и выше;
- 31,3% – от 15 до 25 тыс. руб.;
- 12,5% – от 10 до 15 тыс. руб.;
- 12,5% – меньше 10 тыс. руб.

В целом, уровень дохода респондентов соответствует направленности предприятия на людей со средним и высоким уровнем дохода.

Вопрос о посещаемости оказался неоднозначным. Большинство людей, а именно 24 человек посещают кинотеатр несколько раз в месяц, 15 человек посещают кинотеатр несколько раз в год и только 1 опрошенный посещает кинотеатр несколько раз в неделю. В целом, стало известно, что целевая аудитория посещает кинотеатры.

Самым удобным временем посещения кинотеатра по версии респондентов считается вечер с 16:00 до 20:00 (ответили 75% опрошенных или 30 человек), остальная часть опрошенных выбрали более позднее время – с 20:00 до 00:00.

Большинство респондентов покупают еду перед походом в кинотеатр. 62,4% выбрали ответ «Да, иногда покупаю». По 18,8% ответили за варианты «Да, я беру еду», «Нет, беру только напитки». В целом, вся аудитория выбра-

ла варианты, в которых задействовано питание и напитки, поэтому, в любом случае, посетитель что-то приобретёт на территории кино-бара.

На рисунке 4.1 представлено соотношение опрошенных по тому, сколько они готовы потратить при походе в кинотеатр.

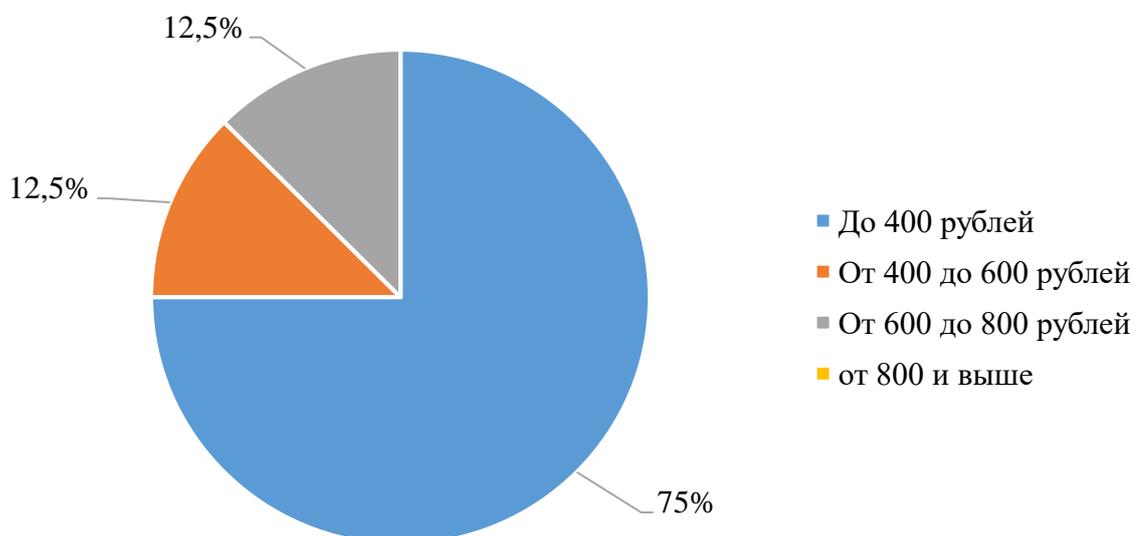


Рис. 4.1. Средний чек кинотеатра

Ответы опрошенных соответствуют средней стоимости билетов в кинотеатр кино-бара. Стоимость будет варьироваться от 300 до 500 рублей, поэтому все опрошенные смогут посетить заведение.

Опрошенные на вопрос «Какую сумму Вы готовы потратить при походе в кино с питанием?» ответили следующим образом:

- 68,8% – до 800 рублей;
- 25% – от 800 до 1000 рублей;
- 6,2% – от 1000 до 1400 рублей;
- варианты «от 1400 до 2000 рублей» и «от 2000 и выше» никто не выбрал.

Меню предприятия будет соответствовать всем категориям населения. За средний чек до 800 рублей можно приобрести билет на просмотр киноленты, 1 блюдо и 1 напиток.

Большинство опрошенных любят посетить кафе или ресторан перед

походом в кинотеатр (93,8%), поэтому кино-бар для них будет отличной альтернативой, чтобы совместить два данных занятия.

Все респонденты ответили, что они предполагают совмещать питание с просмотром фильма, то есть концепция предприятия для них актуальна.

Большинство опрошенных (93,8%) представляют кино-бар как классический зал кинотеатра с большим экраном, креслами, но в дополнении к этому он должен быть со столами и обслуживанием ресторанным типа.

68,8% отметили, что хотели бы, чтобы на предприятии была комплексная система питания, 25% ответили, что для них важна ценовая политика предприятия, 6,2% отметили, что им достаточно обычного ассортимента товаров (чипсы, напитки, попкорн).

По меню ответы респондентов разошлись. Процентное соотношение представлено на рисунке 4.2.

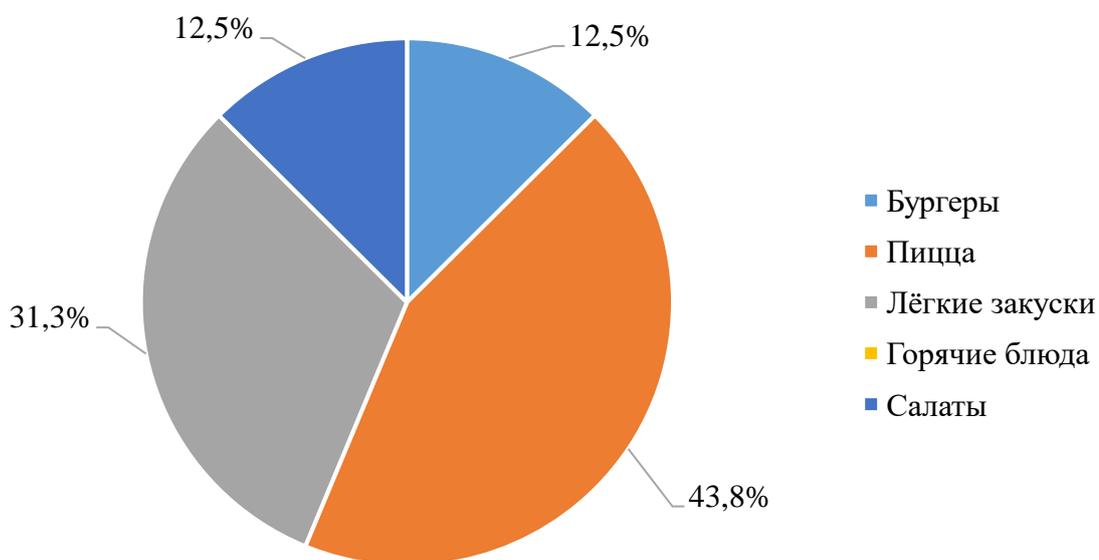


Рис. 4.2. Меню кино-бара

Большинство проголосовало за пиццу и лёгкие закуски, поэтому предприятие будет делать упор на данные позиции в меню.

Вопрос «Интересна ли Вам идея открытия кинотеатра с ресторанным обслуживанием?» разделилось на три направления:

- ответ «Да» от 6,25% опрошенных;
- ответ «Нет» от 6,25% опрошенных;
- ответ «Да, если это не будет мешать просмотру фильма» от 87,5% опрошенных.

Данный вопрос также подтверждает актуальность проекта, будут учтены пожелания потенциальных посетителей, и обслуживание соответственно не будет мешать просмотру фильма.

Влияние скидки на респондентов представлено на рисунке 4.3.

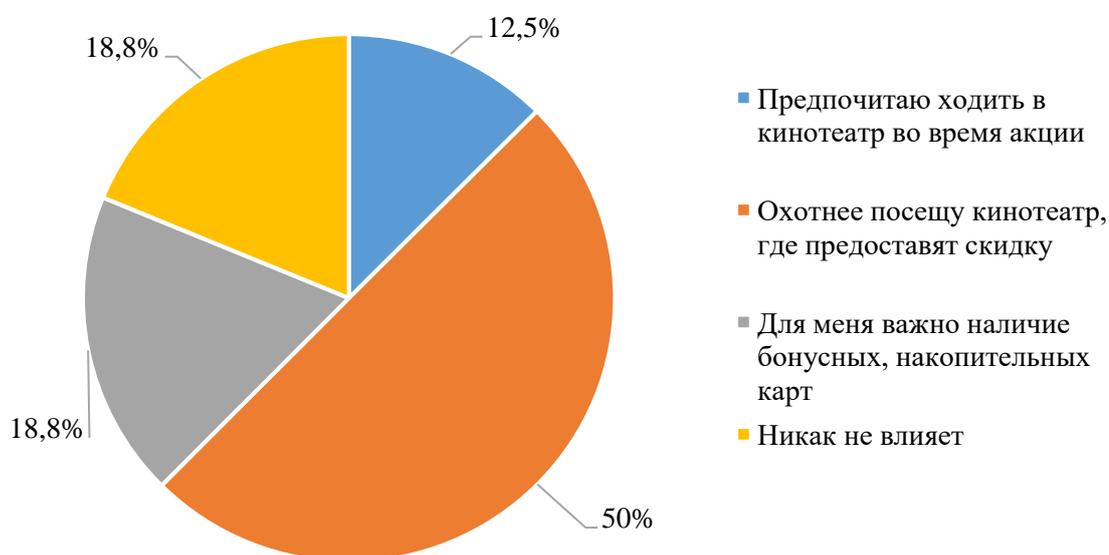


Рис. 4.3. Влияние скидки на респондентов

Большинство посетителей предпочитают посещать кинотеатр во время акций и при наличии бонусных и накопительных карт. В связи с данным вопросом, необходимо будет создать программу лояльности, соответствующую всем категориям клиентов предприятия и создание карты постоянных клиентов с функцией накопления баллов.

Репертуар предприятия будет соответствовать большинству ответов респондентов. В кинозале будут показывать комедии, триллеры, мелодрамы, боевики, драмы. Жанр «Ужасы» респонденты посчитали нецелесообразным, так как приём пищи при просмотре данного жанра может негативно повлиять

на здоровье.

67,5% опрошенных считают, что предприятию необходима парковка, так как на время сеанса клиентам необходимо парковочное место для своего автомобиля.

93,8% опрошенных считают, что лучше всего в качестве дополнительной услуги внести создание игровой комнаты.

87,5% опрошенных готовы доплатить за питание на предприятии, но они считают, что игровая комната должна быть бесплатной.

На рисунке 4.4 представлены данные ответов респондентов о необходимости услуги няни на предприятии.

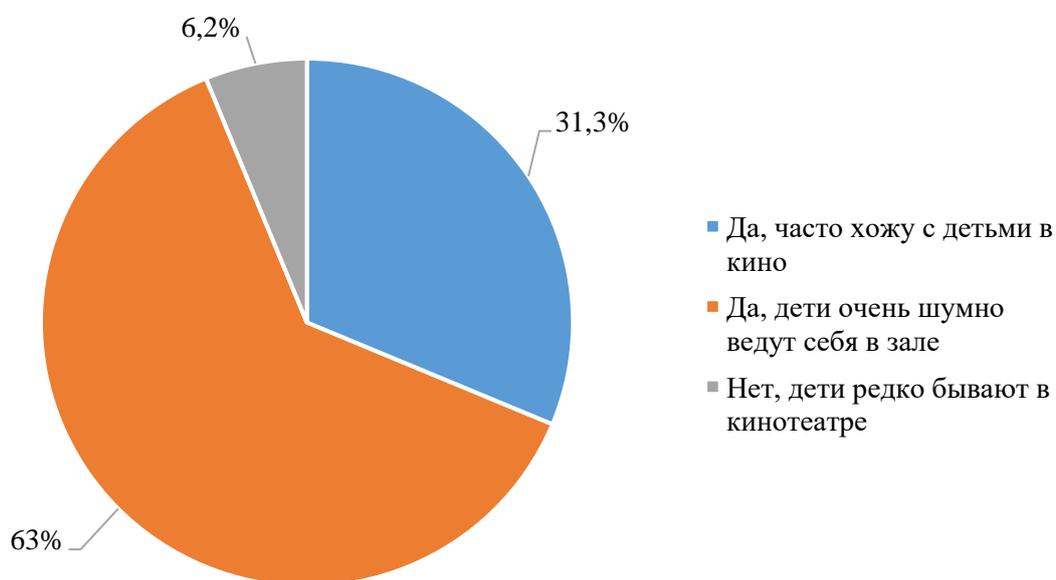


Рис. 4.4. Необходимость услуги няни

Исходя из ответов респондентов, будет введена услуга няни.

Анкетирование дало возможность понять, что создание кино-бара с ресторанным обслуживанием будет актуально для населения города, но следует учитывать ценовую политику, программу лояльности и состав дополнительных услуг. Необходимо найти помещение с рядом расположенными парковочными местами. Создать игровую комнату и внедрить услуги няни. Обслуживание также должно быть построено на невмешательстве в просмотр

фильма.

ООО «Кино-бар STATUS» использует в качестве стратегии охвата рынка «стратегию концентрированного маркетинга» [9, с. 87].

Концентрированный маркетинг означает узкую специализацию компании на одном конкретном сегменте отрасли. ООО «Кино-бар STATUS» нацелено в основном на молодёжь, так как торговый центр «Омега» посещают студенты, молодые люди от 18 до 35 лет. Обычно такой сегмент имеет значимые отличия в потреблении и отличную от других сегментов модель совершения покупки. Маркетинговые программы, услуги и продукты компании, предназначенные для данного сегмента практически невозможно транслировать на другие рынки отрасли, так как они либо настолько специфичны, что остальной рынок не оценит преимущества; либо переход их в массовое потребление снизит потребление на целевом рынке.

Использование стратегии концентрированного маркетинга позволит ООО «Кино-бар STATUS» достичь конкурентного преимущества в отрасли за счет разработки продукта, максимально отвечающего потребностям основной аудитории, и достичь высокого уровня лояльности. Высокая лояльность защищает от переключения на конкурентов. А на продукт, который лучше всех подходит целевой аудитории по свойствам, можно устанавливать более высокую цену и повышать рентабельность продаж. К тому же концентрация усилий на одном сегменте позволяет достигать высокой конкурентоспособности продукта при низком бюджете на продвижение и относительно малых затратах на поддержку и распространение услуги.

В ценообразовании кино-бара используется метод установления цены несколько ниже цен конкурентов, при более высоком уровне сервиса и качества питания, что даст больше шансов быстро сформировать базу постоянных клиентов, которые будут приносить прибыль предприятию. Меню можно увидеть в приложении 11 [13, с. 101].

Предприятие будет работать по системе льготных цен. Данная система включает разработку скидочных мероприятий, то есть создание программы

лояльности для привлечения клиентов. Скидки будут зависеть от дня просмотра кинолент, от времени просмотра и от количества человек.

В таблице 4.1 представлены наценки ООО «Кино-бар STATUS» на блюда с учётом их себестоимости.

Таблица 4.1

Политика формирования цены

Наименование	Средняя наценка на товар	Доля в меню спроса
Закуски	200%	6,8%
Горячие рыбные и мясные блюда	200%	12,5%
Салаты	150%	3,4%
Гарниры	100%	6%
Пицца, бургеры, соусы	200%	18,6%
Десерты, мороженое	250%	13%
Алкогольные коктейли и напитки	300%	25,5%
Безалкогольные напитки и коктейли	300%	14,2%
Итого		100% (117)

Также на предприятии будет создана фирменная дисконтная карта, на которой будут накапливаться бонусы после каждого просмотра фильма. 1 бонус равен 1 рублю. Бонусы можно использовать для покупки билетов, а также для оплаты питания. От каждого похода клиенту будет возвращаться в виде бонусов 10% от суммы, потраченной за все услуги, которыми он воспользовался во время посещения кино-бара. Во время работы кино-бара будут действовать следующие скидки:

- «День рождения» (действует при предъявлении документа, удостоверяющего личность, выдаётся один бесплатный билет);
- «Массовый захват» (действует при покупке билетов на группу от 4 человек);
- «Среда снижения» (действует каждую среду);
- «Коктейльная суббота» (действует при покупке не менее трёх алкогольных коктейлей);

- «И студенту по плечу» (действует с понедельника по пятницу, с 10:00 до 16:00, доступна при предъявлении студенческого билета);
- «Киновторник» (не действует на премьерные фильмы, проходит каждый второй вторник месяца);
- «Осторожно, идут дети» (действует для детей до 10 лет, которые посещают кино-бар с 10:00 до 16:00, в скидку входят фильмы с ограничениями 0 и 6+);
- «Еда для Вас» (действует на всё меню, кроме алкогольных напитков, включая алкогольные коктейли);
- «Раннее бронирование» (действует при бронировании столов, рассчитанных на 3 или 4 человека);
- «Праздник к нам приходит» (действует в праздничные дни на всё меню и просмотр фильмов, с 12:00 до 21:00).

Рекламная кампания ООО «Кино-бар STATUS» будут заключаться в продвижении по следующим направлениям рекламирования:

- печатная реклама (листовки, визитки, буклеты);
- видеореклама в торгово-развлекательных центрах, студенческих городках;
- запуск официального сайта (Приложение 12), групп в соц. сетях;
- создание мобильного приложения;
- наружная реклама (вывеска);
- спонсорство;
- проведение розыгрышей на официальных страницах кино-бара.

Печатная реклама будет распространяться в форме рекламных листовок в крупных торговых центрах города Белгорода и в местах большого скопления людей. Спонсорство будет вестись с крупными учреждениями, проводящими массовые культурные мероприятия. Мобильное приложение поможет быстро завоевать рынок услуг развлечения.

Рекламная кампания включает разработку, печать и распространение

листочков, а также работу промоутеров. Предполагается раздача 400 листовок в день, в течение недели, один раз в два месяца. Стоимость разработки макета листовки составляет 1 000 рублей. Печать 1 000 шт. листовок в типографии «Константа» обойдётся в 1 350 руб. Общее количество листовок за год – 16 800 шт. Стоимость одной листовки составляет 1 рубль 35 копеек. Общая стоимость листовок составляет 23 680 рублей. Листовки будет раздавать промоутер, оплата труда которого за одну рекламную кампанию составляет 400 рублей за раздачу 400 шт. листовок, то есть за время действия рекламной кампании в год промоутер получит 16 800 рублей. Общие расходы на печатную продукцию составляют 40 480 рублей.

Спонсорство является одним из мощнейших каналов продвижения услуг и товаров потенциальным клиентам. В него входит участие предприятия в различных мероприятиях в качестве спонсора взамен на рекламирование кино-бара на мероприятии. ООО «Кино-бар STATUS» будет раздавать сертификаты, бесплатные билеты, скидки на меню. В месяц на спонсорство будет тратиться 11 500 рублей. За год стоимость спонсорства будет составлять 138 120 рублей.

В группах социальных сетей будут разыгрываться подарки от предприятия 20 раз в год, Общая сумма стоимости подарков будет равна 198 200 рублей.

Видеореклама предполагает создание видеоролика, который будет транслироваться в торгово-развлекательных центрах. Средняя стоимость разработки, съёмки и монтирования видео составляет 15 000 рублей. Стоимость размещения 20-тисекундного ролика в торгово-развлекательных центрах составляет 20 000 рублей в месяц. Трансляция будет производиться с интервалом в 20 минут в торгово-развлекательном комплексе «Мегагринн», на площадке студгородка БГТУ имени Шухова и на площадке ТЦ «Универмаг «Белгород». Общая сумма затрат на видеорекламу составит 735 000 рублей.

Затраты на рекламные мероприятия, организуемые руководством ООО «Кино-бар STATUS», представлены в таблице 4.2.

Таблица 4.2

Затраты на рекламные мероприятия

Вид рекламного мероприятия	Затраты на одно мероприятие, руб.	Общие затраты, руб.
Разработка и распространение листовок	6 747	40 480
Спонсорство	11 500	138 120
Затраты на проведение розыгрышей	9 910	198 200
Видеореклама	55 000	735 000
Итого		1 111 800

На рекламную кампанию будет потрачено 1 111 800 рублей. Помимо вышеописанного, активная рекламная кампания для предприятия будет проводиться представителями компании ООО «ГК Агро-Белогорье».

Прогноз объёма продаж составляется для того, чтобы предположить сколько прибыли получит предприятие за первый год деятельности, а также за последующие годы.

Выручка ООО «Кино-бар STATUS» будет зависеть от прибыльности трёх направлений оказания услуг:

- показ кинофильмов, оказание услуг кинопросмотра и сопутствующей услуги питания. Данное направление будет включать в себя стоимость билета, среднюю стоимость питания;
- аренда кинозала для проведения детских праздников различной тематики, например, день рождения ребёнка или Новый год;
- аренда зала корпоративными клиентами с целью проведения семинаров, научных конференций или заседаний различных компаний Белгорода. Возможность организации мультимедийного оборудования и сопутствующего фуршета или кофе-брейка.

Первое направление будет формироваться за счёт среднего чека, количества сеансов и количества клиентов. Прогноз продаж оценивается с трёх точек зрения. Первый вид прогноза называется пессимистичным, то есть тот вариант, при котором предприятие будет минимально загружено. После про-

ведения маркетинговых исследований, было выявлено то, что минимальная загрузка кинотеатров равна 20%. Второй вид прогноза является более приближенным к действительным цифрам, поэтому его именуют реалистичным. Это процентная загрузка предприятия, которая, в основном, действует на рынке развлекательных услуг города Белгорода. Загрузка при реалистичном прогнозе равна 50%. Это то значение процента, при котором работает большинство предприятий данной направленности. Последний вид прогноза является самым ожидаемым для руководителя будущего проекта, потому что именно этот вид гарантирует наибольшую прибыль при функционировании предприятия. В данном случае был взят процент загрузки на уровне 70% в будние дни и 90% в выходные дни, которые считаются самыми прибыльными для предприятий, предоставляющих услуги демонстрации кинофильмов.

Для правильного прогноза объёма продаж стоит составить его по дням недели, неделям и месяцам. Предприятие будет располагать одним залом, общая вместимость которого 48 человек, возможно добавление дополнительных мест для детей. Общая вместимость кинотеатра – 53 человека за 1 сеанс с учётом 5 детей.

В среднем, 1 сеанс (просмотр фильма) в кинотеатре проходит за 2 часа. Предприятие работает с 10:00 до 00:00, то есть 14 часов. За это время работы кино-бар может показать 6 фильмов, 2 часа отводятся на уборку зала, в том числе кресел, столов и близлежащей территории к ним. Расписание сеансов будет выглядеть следующим образом: первый сеанс – 10:15-12:15; второй сеанс – 12:30-14:30; третий сеанс – 14:45-16:45; четвёртый сеанс – 17:00-19:00; пятый сеанс – 19:15-21:15; шестой сеанс – 21:30-23:30.

Сеансы расписаны с учётом уборки.

В средний чек за посещение кинотеатра будет входить оплата за билеты и оплата за питание, которое также будет предоставлять предприятие. Билеты в кинотеатр, в среднем, будут иметь стоимость 400 рублей, в зависимости от времени посещения она будет варьироваться от 300 до 500 рублей, стоимость билета входит безалкогольный коктейль. Стоимость питания при

обслуживании официантами и высоком качестве блюд, приготовленных профессиональными поварами, составляет 300 рублей на 1 человека. То есть средний чек предприятия будет составлять 600-800 рублей на одного человека. В таблице 4.3 представлены показатели загрузки по дням недели при пессимистичном прогнозе [45].

Таблица 4.3

Загрузка кино-бара по дням недели при пессимистичном прогнозе

Время посещения	Число мест	Максимальная загрузка в день, чел.	Планируемая загрузка по дням недели, человек							Итого в неделю, чел.
			пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс	
до 16.00	48	144	20% (29)	20% (29)	25% (36)	25% (36)	45% (65)	60% (86)	60% (86)	367
после 16.00	48	144	40% (58)	40% (58)	50% (72)	50% (72)	65% (94)	70% (101)	75% (108)	563

При пессимистичном прогнозе предприятие за 7 рабочих дней обслужит 930 человек.

В таблице 4.4 представлены показатели загрузки по дням недели при реалистичном прогнозе.

Таблица 4.4

Загрузка кино-бара по дням недели при реалистичном прогнозе

Время посещения	Число мест	Максимальная загрузка в день, чел.	Планируемая загрузка по дням недели, человек							Итого в неделю, чел.
			пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс	
до 16.00	48	144	30% (43)	30% (43)	40% (58)	40% (58)	40% (58)	75% (108)	75% (108)	476
после 16.00	48	144	60% (86)	60% (86)	70% (101)	80% (115)	90% (130)	90% (130)	100% (144)	792

При реалистичном прогнозе предприятие обслужит 1 268 человек.

В таблице 4.5 представлены показатели загрузки по дням недели при оптимистичном прогнозе.

Таблица 4.5

Загрузка кино-бара по дням недели при оптимистичном прогнозе

Время посещения	Число мест	Максимальная загрузка в день, чел.	Планируемая загрузка по дням недели, человек							Итого в неделю, чел.
			пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс	
до 16.00	48	144	40% (58)	40% (58)	45% (65)	45% (65)	45% (65)	80% (115)	85% (122)	548
после 16.00	48	144	80% (115)	80% (115)	85% (122)	90% (130)	90% (130)	100% (144)	100% (144)	900

При реалистичном прогнозе предприятие обслужит 1 448 человек.

В приложении 13 показана загрузка в течение года с учётом того, что в году 52 недели, в том числе 2 праздничные. Сезон загрузки делится на зимне-осенний период с мартом и апрелем и на летний период с маем.

На основании этих данных можно рассчитать выручку с помощью стоимости среднего чека и количества человек. Выручка будет высчитываться на основании реалистичного прогноза, так как он ближе всего к среднерыночной загрузке предприятий данного типа. Предполагается дальнейшее увеличение количества человек на 5% [44].

Таблица 4.6

Расчёт объёма продаж ООО «Кино-бар STATUS»

Год	Средний чек, руб.	Максимальная загрузка, в год	Кол-во человек	Сумма выручки, руб.
2020	800	104 832	65 936	52 748 800
2021	800	104 832	69 233	55 386 240
2022	800	104 832	72 694	58 155 552
2023	800	104 832	76 329	61 063 330

Таким образом, выручка ООО «Кино-бар STATUS» на конец первого года составит 52 748 800 рублей. К концу 4 года выручка предприятия возрастёт на 8 314 529,47 рублей. Выручка необходима для покрытия расходов и развития предприятия.

5. Финансовый план. Оценка эффективности проектных мероприятий

Обеспечение развития ООО «Кино-бар STATUS» включает в себя проведение финансирования различных хозяйственных операций. Для этого фирма может использовать ресурсы, которые были привлечены из разных источников. В экономической практике различают два основных источника финансирования: внутренние источники; внешние источник (заёмные и привлечённые средства) [5, с. 103].

Внутренним источником будут выступать вложения учредителей кино-бара на покрытие переменных месячных затрат в первый год. В последующие годы предприятие будет оплачивать затраты за счёт полученной выручки от реализации услуг и товаров.

Внешним источником финансирования является кредит. Наиболее удачным вариантом долгосрочного кредитования выбран кредит в Россельхозбанке для юридических лиц в размере 26 000 000 руб. под 9,6% годовых сроком на 5 лет (60 месяцев) под залог имущества. Кредит будет взят по программе государственной поддержки предпринимательства. Процентная ставка указана в соответствии с информацией, предоставленной на сайте банка. Погашение основного кредита планируется начать с 1 года функционирования кино-бара. Схема погашения кредита представлена в таблице 5.1. Кредит был рассчитан в кредитном калькуляторе [49].

Таблица 5.1

Схема погашения кредита на реализацию инвестиционного проекта
открытия ООО «Кино-бар STATUS»

Год	Ежегодная сумма выплат, руб.	Общая сумма выплат, руб.
2020	6 595 980	6 595 980
2021	6 595 980	13 190 960
2022	6 595 980	19 787 940
2023	6 595 980	26 383 920
2024	6 595 980	32 979 919

Таким образом, ежегодно будет выплачиваться 6 595 980 рублей для погашения кредита, сумма которого с учетом процентов составляет 32 979 919 рублей.

Также за показ фильмов будут проводиться отчисления кинокомпаниям в размере:

- 2020 – 6 593 600 руб.
- 2021 – 6 923 280 руб.
- 2022 – 7 269 444 руб.
- 2023 – 7 632 916 руб.

Затраты на отчисления представлены в зависимости от ежегодного роста стоимости показа. Ежегодно она будет повышаться на 5%.

Критерием выделения постоянных и переменных затрат является их зависимость от изменения объема производства и продаж, а также от степени использования производственно-бытовых возможностей предприятия.

Каждая хозяйственная организация располагает ограниченным потенциалом выпуска готовой продукции или оказания услуг, которая обозначается понятием производственная мощность. Обычно она выражается в физических единицах измерения количества продукции или в уровне загрузки оборудования во времени [14, с. 176].

Все затраты предприятия представлены в приложении 14. Затраты состоят из переменных расходов, которые зависят от количества посетителей кино-бара, и постоянных, не изменяющихся из года в год.

К постоянным затратам относят фонд оплаты труда, выплаты по обязательствам, коммунальные услуги, расходы на рекламные мероприятия и пошив униформы для персонала в соответствующей стилистике.

Переменные затраты равны 12 220 592 руб., постоянные – 21 194 614 руб. Общая стоимость расходов составляет 33 415 206 руб.

Переменные затраты с каждым годом будут увеличиваться, как и выручка, на 5%.

Необходимо оценить анализ эффективности проекта, исходные данные для этого представлены в таблице 5.2 [46].

Таблица 5.2

Исходные данные для анализа эффективности капитальных вложений при реалистичном прогнозе

Показатели	Значение показателей по годам			
	1	2	3	4
Выручка от работы предприятия, руб.	52 748 800	55 386 240	58 155 552	61 063 330
Постоянные затраты, руб.	21 194 614	21 194 614	21 194 614	21 194 614
Амортизация, руб.	1 712 940	1 712 940	1 712 940	2 213 526
Переменные затраты, руб.	12 220 592	12 831 622	13 473 203	14 146 863
Проектная дисконтная ставка, %	30	30	30	30
Себестоимость, руб.	33 415 206	34 026 236	34 667 817	35 341 477
Прибыль до налогообложения, руб.	19 333 594	21 360 004	23 487 735	25 721 853
Налог на прибыль, руб.	3 866 719	4 272 001	4 6975 47	5 144 371
Чистая прибыль, руб.	15 466 875	17 088 003	18 790 188	20 577 482
Чистые денежные потоки, тыс. руб.	17 179 815	18 800 943	20 503 128	22 791 008

Амортизация в четвертый год изменится, так как оборудование будет поставлено на баланс, и будут производиться начисления от ООО «Кино-бар STATUS».

Первым шагом при анализе эффективности вложенных инвестиций в проект является расчёт чистой приведённой стоимости на конец проекта NPV. NPV – это показатель прибыли, которую получают участники инвестиционного проекта. Данный показатель рассчитывается путём разницы денежных притоков (дисконтированных чистых денежных потоков) и оттоков (дисконтированных денежных расходов предприятия) [46].

Расходы проекта представлены инвестиционными вложениями и расходами на лизинг.

Расчёт инвестиционных расходов представлен в формуле (1).

$$IC = \frac{CF}{(1+r)^n} = \frac{25\,994,1}{(1+0,3)^0} + \frac{1\,361,594}{(1+0,3)^1} + \frac{2\,723,188}{(1+0,3)^2} + \frac{2\,723,188}{(1+0,3)^3} = 29\,892,34 \text{ т. р.}, (1)$$

где IC – дисконтированные инвестиционные вложения, тыс. руб.;

CF – инвестиционные расходы, тыс. руб.;

r – процентная ставка, %;

n – номер года.

Общие дисконтированные инвестиционные расходы на конец третьего года составят 29 892,34 тыс. руб. На четвертый год деятельности инвестиционные расходы не предусматриваются.

Далее следует найти дисконтированную текущую стоимость (PV). Данный показатель рассчитывается с помощью чистого денежного потока, который представлен в таблице 5.2 и процентной ставки равной 30%. Расчёт дисконтированной текущей стоимости представлен в формуле (2).

$$PV = \frac{CF}{(1+r)^n} = \frac{17179,815}{(1+0,3)^1} + \frac{18800,943}{(1+0,3)^2} + \frac{20503,128}{(1+0,3)^3} + \frac{22791,008}{(1+0,3)^4} = 41\,652,156 \text{ т. р.}, (2)$$

где PV – дисконтированные денежные поступления, тыс. руб.;

CF – чистые денежные потоки, тыс. руб.;

r – процентная ставка, %;

n – номер года.

На конец четвертого года дисконтированная текущая стоимость проекта будет составлять 41 652,156 тыс. руб. Данная сумма превышает дисконтированные инвестиционные расходы.

После расчёта дисконтированных расходов и доходов, можно рассчитать чистую приведённую стоимость (NPV). Расчёт показателя рассчитыва-

ется по формуле (3) [46].

$$NPV = PV - IC = 41\,652,156 - 29\,892,34 = 11\,759,816 \text{ т. р.}, (3)$$

где NPV – чистая приведённая стоимость, тыс. руб.;

PV – дисконтированные чистые денежные потоки, тыс. руб.;

IC – дисконтированные инвестиционные вложения, тыс. руб.

Через четыре года работы предприятия инвесторы получают 11 759,816 тыс. руб. Показатель рассчитан с учётом процентной ставки. Показатель NPV принимает положительное значение, что указывает на целесообразность дальнейшей реализации проекта.

Далее следует рассчитать индекс рентабельности вложенных средств в проект. Индекс рентабельности обозначается PI и означает полученный доход инвесторов на 1 вложенный рубль расходов. Расчёт показателя рассчитывается по формуле (4) [46].

$$PI = PV / IC = 41\,652,156 / 29\,892,34 = 1,393 \text{ руб.}, (4)$$

где PI – индекс рентабельности, руб.;

PV – дисконтированные чистые денежные потоки, тыс. руб.;

IC – дисконтированные инвестиционные вложения, тыс. руб.

Индекс рентабельности после расчёта равен 1,393, то есть инвестор, помимо возврата инвестиционных вложений, будет получать дополнительно 39 копейки на каждый вложенный рубль. Следовательно, получит дополнительную прибыль в размере 11 759 816 тыс. руб.

Также немаловажным показателем является срок окупаемости проекта, так как от него зависит его привлекательность. Срок окупаемости рассчитывается по формуле (5) [46].

$$(5) \quad DPP = IC / \frac{CF_t}{(1+r)^t} = 29\,892,34 / \frac{17179,815}{(1+0,3)^1} = 29\,892,34 / 13\,215,242 = 2,26,$$

где DPP – дисконтированный срок окупаемости, лет;

CF_t – чистые денежные потоки за определённый год, тыс. руб.;

r – процентная ставка, %;

t – номер года;

IC_0 – сумма первоначальных инвестиционных вложений, тыс. руб.

Срок окупаемости проекта равен 2,26 лет. Это говорит о том, что проект окупится на третий год. По окончании этого срока проект будет приносить только прибыль. Полученную прибыль можно будет вкладывать в дальнейшее развитие предприятия, расширение ассортимента услуг и товаров.

Последним показателем, определяющим эффективность инвестиционных вложений, является показатель внутренней нормы доходности (IRR). Показатель рассчитывается при помощи процентной ставки с положительным результатом NPV и процентной ставки с отрицательным результатом NPV. Результат показывает при какой процентной ставке предприятие будет получать 0 рублей дохода. Показатель IRR рассчитывается по формуле (6) [46].

$$IRR = r_1 + NPV_1 / (NPV_1 - NPV_2) \times (r_2 - r_1), (6)$$

$$IRR = 30 + 11\,759\,816 / (11\,759\,816 + 1\,528\,614) \times (55 - 30) = 52,12\%$$

где IRR – внутренняя норма доходности, %;

r_1 – процентная ставка с положительным NPV, %;

r_2 – процентная ставка с отрицательным NPV, %;

NPV_1 – положительная чистая приведённая стоимость, тыс. руб.;

NPV_2 – отрицательная чистая приведённая стоимость, тыс. руб.

Внутренняя норма доходности проекта равна 52,12%. При процентной

ставке выше данного процента проект будет убыточным, то есть не будет приносить прибыли предприятию, а при данной ставке доход предприятия будет равен 0 [46].

Более подробно точка, при которой проект будет получать доход в размере 0 рублей, представлена на рисунке 5.1. По-другому данную точку называют точкой безубыточности [50].

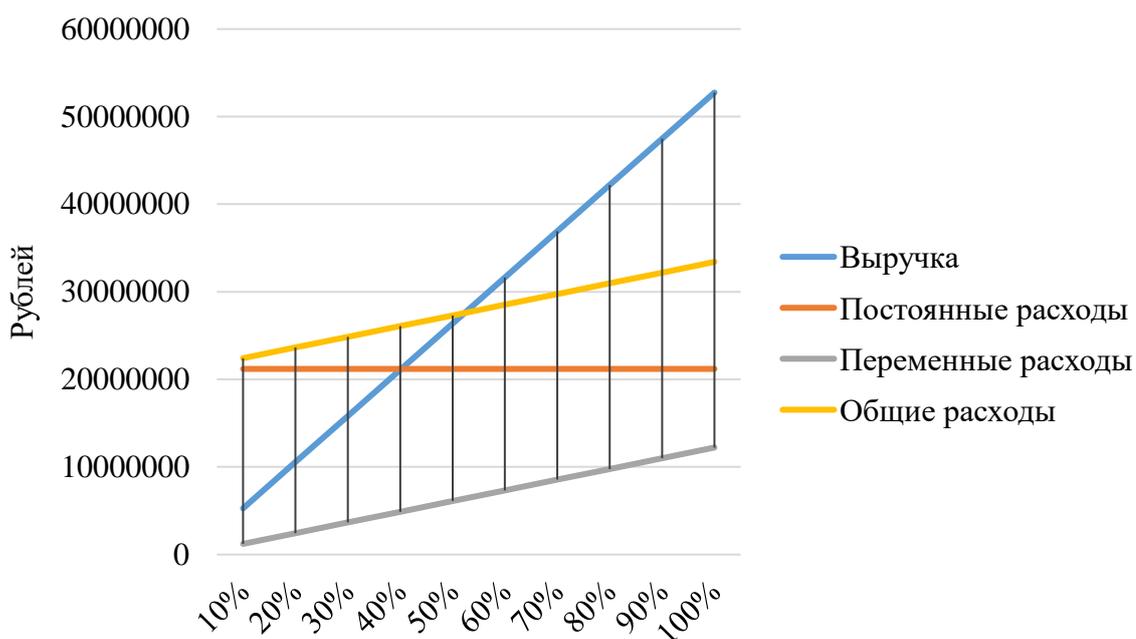


Рис. 5.1. Точка безубыточности деятельности проектируемого предприятия

Исходя от данных рисунка 5.1, можно сделать вывод о том, что предприятие будет функционировать безубыточно при выручке равной 26 374 400 рублей (50%). Именно такая сумма стала точкой пересечения общих расходов и выручки от продаж. При загрузке в 50% предприятие будет работать в 0.

После анализа всех затрат и доходов следует представить их в виде прогнозного бухгалтерского баланса и отчёта о финансовых результатах деятельности предприятия за два года функционирования (Приложение 15, 16).

Помимо экономических результатов эффективности проекта, учитываются также социальные результаты. Проект открытия ООО «Кино-бар STATUS» повлияет на социальное развитие общества:

- понизится уровень безработицы за счёт создания дополнительных рабочих мест;
- повысятся налоговые поступления в бюджет;
- создадутся условия для полноценного отдыха населения;
- повысится квалификация работников, в связи с внедрением современных технологий.

Перед любым новым предприятием стоит угроза риска. При правильном анализе, эти риски можно, либо предотвратить, либо снизить их влияние к минимуму [48].

Основные риски, стоящие перед ООО «Кино-бар STATUS»:

- снижение цен конкурентами;
- снижение квалификации кадров;
- изношенность материально-технической базы;
- рост налогов.

Оценка рисков проводится по 100-бальной системе тремя экспертами, которая представлена в приложении 17 [48].

Для покрытия непредвиденных затрат предприятие должно иметь резервный фонд. Чтобы не зависеть от поставщиков, необходимо заключать конкретные сделки с указанием точного времени и периода предоставления услуг. В случае невыполнения условий договора, должны предусматриваться штрафные наказания.

Появление альтернативной услуги, которая будет лучше по качеству или цене, может привести к снижению спроса на услуги кино-бара. Следует следить за деятельностью конкурентов, постоянно разрабатывать новые услуги, которые будут необычными и выделяющимися ООО «Кино-бар STATUS» среди остальных предприятий индустрии развлечений.

Снижение цен конкурентами – если за более низкую цену конкуренты будут предоставлять такой же перечень услуг. Для того чтобы избежать данный риск предприятию стоит разработать уникальную программу лояльности, которую можно оперативно изменять. Так возможно уменьшение воздействия риска и удержание клиентов.

Риск роста налогов может привести к уменьшению чистой прибыли предприятия. Устранить риск роста налогов можно за счет создания резервов.

Из-за высоких цен возможен риск неплатёжеспособности населения и риск неустойчивости спроса (неравномерное распределение спроса по месяцам, доходы населения находятся в постоянном колебании). Для того чтобы избежать их следует тщательно изучить сегмент, на который направлена деятельность кино-бара, исследовать уровень дохода и предпочтения посетителей. Руководство должно создать все условия для хорошего маркетингового исследования, которое должно проводиться ежемесячно, чтобы следить за изменениями предпочтений потребителей.

Уровень заработной платы может привести к текучести кадров, снижению производительности и дополнительным расходам на обучение нового персонала. Уровень заработной платы должен быть немного выше, чем у конкурентов. Для поддержания на соответствующем уровне профессиональной квалификации кадров, сотрудники должны своевременно проходить переподготовку. Кроме того, руководство предприятия должно грамотно продумать систему мотивации персонала (моральное и материальное поощрение).

Изношенность материально-технической базы может произойти вследствие физического или морального износа. Может привести к увеличению стоимости проекта и затрат на ремонт оборудования. Поэтому, руководству организации необходимо постоянно контролировать состояние оборудования. Так же, чтобы устранить данный риск на предприятии должны производиться амортизационные отчисления.

Риск отсутствия резервов для увеличения производства показывает то, что у предприятия есть определенный пик посещаемости, больше которого

оно будет не в состоянии обслужить. Предприятие всегда должно иметь дополнительное оборудование и следить за заполняемостью зала, заранее при организации деятельности следует учитывать, сколько понадобится оборудования для обслуживания максимального количества посетителей.

Нестабильность качества услуг оказывает существенное влияние на процесс привлечения и удержания посетителей, то есть превращения его в постоянного клиента. Администраторы должны проверять вид блюда перед подачей, постоянно работать с отзывами клиентов, следить за технологией приготовления, чтобы избежать некачественных блюд. Следует следить за официантами, так как они являются главенствующим звеном и лицом предприятия. Грубое обращение с посетителями и незнание меню могут привести к оттоку клиентов и появлению негативных отзывов, поэтому руководству необходимо создать свод правил общения с клиентами и проверять полный перечень блюд из меню с их точным составом.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что проект является рентабельным, так как все показатели дали положительный результат, в том числе:

- PI – 1,393 руб.;
- PP – 2,26 лет;
- NPV – 11 759,816 тыс. руб.;
- IRR – 52,12%;
- точка безубыточности – 26 374 400 руб. (50%).

Результаты показателей определяют высокую инвестиционную привлекательность проекта, то есть инвесторам он будет выгоден для вложений, так как за небольшой срок все инвестиционные вложения окупятся.

Заключение

Выпускная квалификационная работа написана в соответствии с целью работы и поставленными задачами. Целью работы являлась разработка бизнес-проекта открытия кино-бара.

В результате проделанной работы, было разработано предприятие ООО «Кино-бар STATUS», которое относится к индустрии развлечений. Организационно-правовая форма «общество с ограниченной ответственностью» была выбрана, так как организация имеет трёх учредителей. Предприятие будет работать по упрощённой системе налогообложения. Основной деятельностью ООО «Кино-бар STATUS» является деятельность в области демонстрации кинофильмов (59.14). Все регистрационные документы описаны в соответствии с законодательством Российской Федерации.

ООО «Кино-бар STATUS» представляет не только услуги просмотра кинофильма, но и услуги питания с полноценным ресторанным обслуживанием. В меню предприятия будут входить различные блюда, десерты и напитки.

Концепция бизнес-проекта была выбрана из-за нехватки предприятий индустрии развлечений в Белгороде. Анализ отрасли и её описание показал, что предприятия данной сферы являются востребованными. Кроме предоставления основной услуги демонстрации кинофильмов, кино-бар будет предоставлять посетителям широкий спектр дополнительных услуг. К ним относятся – ресторанное обслуживание, бар, игровая зона для детей, аренда зала для проведения корпоративных и детских мероприятий.

Месторасположение выбрано с учётом оценки расстояния до конкурентов предприятия, таких как кинотеатр «Русич» и кинотеатр «Синема Парк», скопления целевой аудитории, рядом находится колледж, большое количество жилых домов.

Анализ целей предприятия на первый год, который был сделан при помощи диаграммы Ганта, показал, что главными направлениями деятельности

предприятия выступают:

- удовлетворение потребностей населения города;
- борьба с безработицей;
- получение прибыли для выплат расходов;
- повышения качества предоставляемых услуг;
- формирование постоянного потока посетителей.

Для полноценного функционирования кино-бара необходимо принять на работу 33 человека, к которым будут выдвинуты определённые требования и должностные обязанности, прописанные в уставе.

ООО «Кино-бар STATUS» будет состоять из 1 кинозала на 48 мест. В зале будут размещены мягкие кресла и 20 столов. Заказ блюд и покупка билетов будет производиться с помощью разработанного мобильного приложения и сайта. Обслуживание построено по принципу «не мешать кинопросмотру».

Для начала функционирования ООО «Кино-бар STATUS» будет выкуплено помещение общей площадью 612 м², сделан ремонт, закуплено оборудования, создана и установлена вывеска, а также разработаны мобильное приложение и сайт.

Общая стоимость инвестиционных вложений, после расчёт всех работ и закупок, составляет 25 994 100 рублей. Они будут покрыты посредством кредита, полученного в Россельхозбанке сроком на 5 лет в соответствии с программой «Государственная поддержка предпринимательства».

В маркетинговом плане описан анализ потребностей посетителей, проведенного при помощи анкетирования. Это было сделано для того, чтобы создать предприятие с учётом мнения потенциальных клиентов для их удобства и комфорта. Также в разделе были описаны каналы продвижения услуг и товаров ООО «Кино-бар STATUS». Самым затратным мероприятием стало продвижение при помощи видеорекламы, которое обошлось в 735 тыс. руб. Помимо каналов продвижения, в разделе представлено меню кино-бара.

Составление прогноза продаж является одним из важных показателей для дальнейшего вычисления выручки предприятия. За год кино-бар должно посетить, в зависимости от вида прогноза, следующее количество человек:

- при пессимистичном прогнозе – 930 человек;
- при реалистичном прогнозе – 1 268 человек;
- при оптимистичном прогнозе – 1 448 человек.

Выручка за первый год функционирования предприятия составила 52 748 800 рублей с дальнейшим увеличением, так как будет увеличиваться количество посетителей. Чистая прибыль за первый год составит 15 466 875 рублей.

Общая стоимость затрат на функционирование кино-бара составляет 33 415 206 рублей. Затраты будут покрываться за счёт полученной прибыли и денежных вложений учредителей и инвесторов.

После анализа исходных данных для расчёта эффективности бизнес-проекта, были рассчитаны показатели эффективности, которые равняются:

- IC – 29 892,34 тыс. руб.;
- PV – 41 652,156 тыс. руб.;
- NPV – 11 759,816 тыс. руб.;
- PI – 1,393 руб.;
- DPP – 2,26 лет;
- IRR – 52,12%;
- точка безубыточности – 26 374 400 руб. (50%).

Рассчитанные показатели указывают на высокую рентабельность предприятия и привлекательность проекта для инвесторов. Представленная разработка должна решить проблему удовлетворения потребностей клиентов в проведении качественного досуга.

Список использованных источников

1. Афонцев С. А. Бизнес-планирование: учеб. пособие. М.: Форум, 2015. 256 с.
2. Бронникова Т. С. Разработка бизнес-плана проекта: учеб. пособие. М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2014. 224 с.
3. Буров В. П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: учеб. пособие. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. 192 с.
4. Волков А. С. Бизнес-планирование: учеб. пособие. М.: ИЦ РИОР, ИНФРА-М, 2016. 281 с.
5. Гарнов А. П. Экономика предприятия: современное бизнес-планирование: учеб. пособие. М.: ДиС, 2014. 272 с.
6. Джакубова Т. Н. Бизнес-план: расчеты по шагам: учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2014. 296 с.
7. Златорунский А. В. Бизнес-планирование на предприятии: учеб. пособие. М.: Дашков и К, 2015. 432 с.
8. Золотухин О. И. Бизнес-планирование: учеб. пособие. СПб.: ГУАП, 2016. 284 с.
9. Лопарева А. М. Бизнес-планирование: учеб. пособие. М.: Форум, 2016. 176 с.
10. Морошкин В. А. Бизнес-планирование: учеб. пособие. М.: Форум, 2017. 288 с.
11. Орлова Е. Р. Бизнес-план: Методика составления и анализ типовых ошибок: учеб. пособие. М.: Омега-Л, 2015. 168 с.
12. Орлова П. И. Бизнес-планирование: учеб. пособие. М.: Дашков и К, 2015. 284 с.
13. Руденко К. Р. Бизнес-планирование: учеб. пособие. М.: Дашков и К, 2016. 222 с.
14. Чечевицына Л. Н. Бизнес-планирование: учеб. пособие. М.: ЮНИТИ, 2015. 591 с.

15. Анкетирование потребителей. URL: <https://www.google.ru/forms> (дата обращения: 14.05.2019).
16. Выкуп помещений. URL: <https://realty.yandex.ru/belgorod> (дата обращения: 04.05.2019).
17. Диаграмма Ганта. URL: <https://habr.com/ru/company/hygger/blog/> (дата обращения: 18.05.2019).
18. Документы для налоговой инспекции. URL: <https://www.nalog.ru> (дата обращения: 05.05.2019).
19. Документы, которые подаёт предприятие при упрощённой системе налогообложения. URL: <https://moneymakerfactory.ru/articles/buh-otchetnost-na-usn/> (дата обращения: 04.05.2019).
20. Должностные обязанности работников кино-бара. URL: https://kinoagentstvo.ru/forum/?FID=4&PAGE_NAME=read&TID=11 (дата обращения: 19.05.2019).
21. Киноиндустрия России. URL: <https://dcenter.hse.ru/> (дата обращения: 04.05.2019).
22. Кинотеатр «ГриннФильм». URL: <http://belgorod.mega-grinn.ru/entertainment/objects/kinoteatr-grinnfilm7630> (дата обращения: 08.05.2019).
23. Кинотеатр «Победа». URL: <https://kinobel.ru/> (дата обращения: 08.05.2019).
24. Кинотеатр «Радуга». URL: <https://kinobel.ru/> (дата обращения: 08.05.2019).
25. Кинотеатр «Русич». URL: <https://www.kinorusich.ru/> (дата обращения: 08.05.2019).
26. Кинотеатр «Синема Парк». URL: <https://kinoteatr.ru/> (дата обращения: 08.05.2019).
27. Кинотеатр «Синема Стар». URL: <https://cinemastar.ru/cinema/bel/> (дата обращения: 08.05.2019).
28. Книга учёта доходов и расходов. URL: <https://nalog->

nalog.ru/usn/usn_dohody/kniga_ucheta_dohodov_i_rashodov_pri_usn/ (дата обращения: 04.05.2019).

29. Коды ОКВЭД на 2019 год. URL: <http://regforum.ru/okved/> (дата обращения: 02.05.2019).

30. Лизинговая компания ВТБ «Лизинг 24». URL: <http://www.vtb-leasing.ru> (дата обращения: 26.05.2019).

31. Особенности упрощённой системы налогообложения. URL: <http://ipprof.ru/nalogi/usn/uproshhennaya-sistema-nalogooblozheniya-dohody-ili-dohody-minus-rasxody.html> (дата обращения: 12.05.2019).

32. Отличие ООО от ИП. URL: <http://fb.ru/article/147250/chem-ip-otlichaetsya-ot-ooo-plyusyi-i-minusyi-ip-i-ooo> (дата обращения: 03.05.2019).

33. Отчисления во внебюджетные фонды. URL: <https://www.26-2.ru/art/352227-stavki-strahovyh> (дата обращения: 15.05.2019).

34. Поставщик алкогольной продукции ООО «Мограк». URL: <http://mograk.bg24.ru/> (дата обращения: 15.05.2019).

35. Поставщик бакалейных товаров ОПБ «Дом продуктов». URL: <https://domproductov.ru/> (дата обращения: 15.05.2019).

36. Поставщик молочных продуктов ОАО «Белгородский молочный комбинат». URL: <http://bg-moloko.ru/> (дата обращения: 15.05.2019).

37. Поставщик мебели «Комфорт мебель плюс». URL: <http://komfort-mebel-plyus31.gorodgid24.ru/> (дата обращения: 24.05.2019).

38. Поставщик мебели ТВЦ Потатушкиных. URL: <https://www.tdpra.ru/> (дата обращения: 24.05.2019).

39. Поставщик мяса ООО «ГК Агро-Белогорье». URL: <http://www.agrobel.ru/> (дата обращения: 15.05.2019).

40. Поставщик оборудования «СПБ». URL: <https://spbмchs.ru/ceny#P6> (дата обращения: 21.05.2019).

41. Поставщик оборудования «Технология климата». URL: <http://tclime.ru/> (дата обращения: 21.05.2019).

42. Поставщик рыбы ООО «Белгородрыба». URL: <https://>

belgorodryba.pulscen.ru/ (дата обращения: 15.05.2019).

43. Поставщик фруктов, овощей и орехов ИП Иванченко С. Ю. URL: <https://www.rusprofile.ru/ip/315325600034598> (дата обращения: 15.05.2019).

44. Поставщик яиц столовых ООО «Каен». URL: <https://kaen-1.pulscen.ru/> (дата обращения: 15.05.2019).

45. Прогноз объёма продаж. URL: <https://www.business.ru/article/724-prognoz-prodaj-metody-prognozirovaniya> (дата обращения: 29.05.2019).

46. Расчёт показателей экономической эффективности проекта. URL: <https://finswin.com/projects/ekonomika/npv-irr.html> (дата обращения: 28.05.2019).

47. Ремонт помещений «Сделай ремонт». URL: <https://сделай-ремонт.com/> (дата обращения: 18.05.2019).

48. Риски бизнес-проекта. URL: <https://bank-explorer.ru/finansy/biznes-plan/analiz-riskov-v-biznes-plane.html> (дата обращения: 05.06.2019).

49. Сайт Россельхозбанка. URL: <https://www.rshb.ru/> (дата обращения: 26.05.2019).

50. Точка безубыточности проекта. URL: https://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/analysis/tochka_bezubytochnosti.html (дата обращения: 02.06.2019).

51. PEST-анализ и SWOT-анализ. URL: <http://powerbranding.ru/> (дата обращения: 09.05.2019).

Приложения