**Бизнес план**

**организации развлекательного аттракциона**

**Арбалетно-лучный тир «Джон Малыш»**

**Описание проекта**

Основной целью данного бизнес-плана является изучение финансовой эффективности организации аттракциона Арбалетно-лучный тир «Джон Малыш» и магазина по продаже сопутствующих товаров.

Тир «Джон Малыш» будет размещаться в торговом центре или отдельном помещении с высокой проходимостью.

Для привлечения клиентов в тир «Джон Малыш» будет использована реклама в СМИ, раздача специальных листовок, промо - акции.

Так же для привлечения интереса клиентов в тире «Джон Малыш» будут представлены два варианта оружия (арбалет и лук), различные варианты игр, а также система поощрения игроков, включая выдачу призов.

В качестве инструктора в тире «Джон Малыш» будет работать квалифицированный сотрудник(и) прошедший(е) обучение у производителя тиров.

Работа в тире «Джон Малыш» будет осуществляться в соответствии с графиком работы торгово-развлекательных центров 12 часов ежедневно: с 10.00 до 22.00.

В рамках рекламных мероприятий планируется проведение бесплатных турниров по стрельбе из лука и арбалета для детей и льготных категорий граждан, что одновременно позволить решить две задачи: повысит социальную значимость и увеличит информированность потенциальных клиентов о деятельности предприятия.

Арбалетно-лучный тир «Джон Малыш» будет позиционироваться как площадка для любителей стрельбы начального уровня, для продолжения спортивной карьеры наиболее талантливые любители будут рекомендованы в специальные спортивные клубы города.

В дальнейшем существует 2 варианта развития бизнеса:

* создание сети тиров «Джон Малыш» по городу, формирование на базе тиров стрелковых клубов, проведение межрайонных соревнований;
* создание спортивно-развлекательного комплекса с широким набором предоставляемых услуг.

**Анализ рыночной ситуации**

Анализ ситуации показал, что в настоящее время тиры как аттракционы для отдыха и развлечений представлены на рынке крайне мало. Такая ситуация наблюдается на всей территории Российской Федерации. Конкуренция на данном рынке развлечений низкая и в основном лежит в сфере тиров с пневматическим и лазерным оружием, но и их в настоящий момент явно не достаточно для обеспечения доступности услуг для всех желающих. Особенно это заметно в сравнении с показателями количества работающих тиров в СССР. При этом можно констатировать, что постоянно действующих Арбалетно-лучных тиров в России практически нет и это при том, что Лучный спорт является Олимпийским видом спорта и в целом, арбалет и лук как оружие, имеющее многовековую историю овеянную романтикой вызывает огромный интерес у всех, не зависимо от возраста и пола.

Люди научились изготавливать лук и стрелять из него еще на заре цивилизации, вначале лук использовался для охоты, потом для войны, а сейчас это популярный во всем мире вид спорта. Во время археологических раскопок в Африке были обнаружены наконечники стрел, изготовленные из камня, которым, как оказалось, без малого 50 тысяч лет. Из лука, в различные периоды своего развития, стреляли без исключения все племена и народы мира. Много и таких примеров в истории, когда судьба наций зависела от лучников. Не каждый Олимпийский вид спорта может похвастаться таким величайшим наследием!

Однако ситуация с тирами постепенно меняется. Большую роль в популяризации лучного и арбалетного спорта в последние годы играет Федеральная сеть Стрелковых клубов «Робин Гуд». На сегодняшний день сеть насчитывает около 60 клубов расположенных более чем в 50 городах России и Украины (в некоторых городах работают по несколько клубов). Большинство из них осуществляют свою деятельность в сезонно-выездном формате, но есть и те, кто работает на постоянной основе, оборудовав стационарные тиры в парках, торговых центрах и отдельно стоящих помещениях.

По данным, полученным из статистических опросов, можно смело говорить о том, что интерес молодежи к различным видам спорта растет. Кроме этого, популяризация спорта и здорового образа жизни уже не первый год являются одними из приоритетных направлений деятельности для нашего государства.

Интерес населения к стрельбе в тирах огромен. Стрельба из различных видов оружия это - один из самых древних прикладных видов спорта. И берет он свое начало от состязаний в стрельбе именно из лука и арбалета.

Меткая стрельба это сложно координационный навык. Овладеть им может каждый, но для этого необходимо затратить много труда и времени на изучение основ теории стрельбы, материальной части, и самое главное - для овладения техникой меткого выстрела. Занятия стрельбой формирует у стрелка хладнокровие, выдержку, наблюдательность, глазомер, волю к победе. Для точного попадания требуется не только хорошее владение техникой производства выстрела, но и умение владеть своими эмоциями. Именно поэтому соревнования по стрельбе являются абсолютно демократичными видами спорта, не имеющими ни возрастных, ни половых ограничений, а состязательность присущая стрельбе по мишеням является одним из ключевых факторов стойкого интереса людей к занятию стрелковыми видами спорта.

В Европе начиная с 15 века организовывались праздничные состязания в стрельбе на меткость. Именно с этого времени, турниры и соревнования по стрельбе из различных видов оружия стали неотъемлемой частью праздничных мероприятий и активного отдыха.

В связи с этим, круг потребителей услуг тира «Джон Малыш» можно охарактеризовать следующим образом: создаваемый Арбалетно-лучный тир «Джон Малыш» будет интересен детям, подросткам и взрослым с ниже среднего и средним уровнем доходов. Мальчиков и мужчин аттракцион будет привлекать чуть больше чем девочек и женщин, распределение по полу будет примерно составлять: 60% мужчины - 40% женщины. Четких возрастных ограничений нет, но по опыту эксплуатации тиров «Джон Малыш» предполагается, что основную часть будут составлять клиенты в возрасте от 10 до 50 лет. Учитывая присущий тиру принцип состязательности, а также наличие в ассортименте Арбалетно-лучного тира «Джон Малыш» командных игр, в основном, клиентами тира будут пары или компании, состоящие из 4-6 человек.

Так же планируется, что услугами тира «Джон Малыш» будут пользоваться организации. Для них будет предусмотрен вариант аренды тира на определенное время для проведения корпоративных мероприятий, праздников, а также дней рождений сотрудников. Для этого будут реализованы варианты бронирования как всего Арбалетно-лучного тира «Джон Малыш», так и отдельных его дорожек, а также возможность приобретения подарочного сертификата или абонемента.

Дополнительно к этому в Арбалетно-лучном тире «Джон Малыш» планируется реализация и сопутствующих товаров, которые клиенты будут приобретать как для собственных нужд, так и для подарков: арбалеты, луки, стрелы, мишени, тематические сувениры и т.п. Конкуренция на рынке розничной торговли указанными товарами практически отсутствует. К тому же дополнительным преимуществом Тира «Джон малыш» перед другими продавцами будет наличие возможности тут же на месте испытать приобретенный товар и получить подробную консультацию у опытных инструкторов.

**План маркетинга**

Предметом реализации в тире «Джон Малыш» являются развлечения и сопутствующие товары, реализуемые в витринах Арбалетно-лучного тира.

Цены на предоставляемые услуги формируются исходя из расчета стоимости игр.

- Рыцарский турнир – 150 руб. за 15 минут игры

- Царская охота – 50 руб. за 3 выстрела

- В яблочко! – 50 руб. за 3 выстрела;

- В яблочко! – 150 руб. за 10 выстрелов.

- Аренда 1-ой дорожки – 550 руб./час.

- Аренда всего тира – 1200 руб./час.

**Открытие тира «Джон Малыш»**

**и план рекламных мероприятий**

Такое событие как открытие в торговом центре нового аттракциона - Арбалетно-лучного тира «Джон Малыш» безусловно, необходимо превратить в яркую и запоминающуюся рекламную акцию.

Это мероприятие будет включать в себя следующие разновидности рекламы:

- consumer (стимулирование спроса конечных потребителей);

- event (событие, праздник в поддержку марки);

- in-store (размещение POSM на территории ТЦ);

- dropping (рассылка рекламных материалов по почтовым ящикам);

- leafleting (раздача информационных листовок, буклетов конечному потребителю товаров и услуг);

- testing (тестирование услуги);

- sampling (вид BTL-мероприятия, в ходе которого проводится бесплатное распространение рекламных образцов продукции. В нашем случае - раздача купонов, используя которые можно бесплатно воспользоваться услугой);

В дополнение к этому будет использовано и навигирование (направление к месту центральных событий) в период проведения «открытия». Это будут, в обязательном порядке, делать промоутеры раздающие информационные листовки и рекламные материалы.

Важным моментом на этапе подготовки к открытию является четкая постановка целей. При открытии их, как правило, три:

1) привлечь максимальное количество людей в день открытия или, как в нашем случае, за определенный период открытия;

2) создать образ аттракциона: визуально и доступно донести его формат и основное назначение, создать имидж, чаще всего через эффект сарафанного радио;

3) достичь высоких показателей чека.

То есть нужно сделать так, чтобы народ пришел, пострелял, запомнил и заговорил. Однако, безусловно, надо понимать, что для реализации таких целей одноразовой промо-акцией не обойтись. Но «открытие» будет первым шагом в этом направлении и поэтому к его подготовке необходимо подойти особенно тщательно.

В зависимости от категории торгового центра (ТЦ) локализация промо-мероприятий может быть различна, начиная от районного и заканчивая общегородским масштабом.

Промо-акция начнется с раздачи интригующих рекламно-информационных материалов - листок формата А5 на котором изображена арбалетно-лучная мишень, логотип тира «Джон Малыш», название и место расположения аттракциона, а также информация о том, что в период открытия (3 дня – пт, сб, вс) можно с этой листовкой прийти в тир и, попав в определенную область этой мишени выиграть ценный приз. Правила при этом будут такие: на стрельбу по одной такой мишени дается 3 попытки (т.е. 3 выстрела), в случае любого количества попаданий в заданную область выдается приз. Выстрелы, при этом, будут платные: 3 выстрела – 50 руб. На мишени выделяется 2 области: одна меньше, другая больше. Та, что меньше – для стрельбы из арбалета, та, что больше для стрельбы из лука (т.к. из лука стрелять сложнее). Себестоимость приза при этом будет не менее 50 руб.

Раздачу листовок, в зависимости от категории ТЦ, можно производить на территории ТЦ, в парковочной зоне, на близлежащих остановках общественного транспорта и пешеходных зонах, а также в иных популярных местах городах: пешеходных улицах, набережных, парках, в центральной части города, на оживленных перекрестках и пешеходных переходах – везде где показатель «проходимости» достаточно высок.

Одновременно с раздачей листовок промоутерами планируется также сделать и почтовую рассылку листовок. Этот способ, не смотря на свою относительно бóльшую затратность, обеспечивает максимальную степень покрытия.

В дополнение к этому, в период открытия мы планируем предлагать всем посетителям ТЦ давать возможность опробовать аттракцион бесплатно, это создаст соответствующий интерес публики и ажиотаж вокруг аттракциона. Бесплатная стрельба не является призовой. При желании, клиент может принять участие в призовой игре, заплатив за выстрелы согласно имеющемуся прейскуранту. На бесплатную стрельбу промоутеры будут приглашать преимущественно мужчин от 20 лет и старше. Приглашение будет осуществляеться вручением соответствующего купона, дающего право на бесплатную стрельбу и устным разъяснением сути акции. Купон (у которого после предъявления отделяется отрывная часть) превращается в визитку и возвращается клиенту.

Период Postopening

После церемонии открытия планируется продолжение рекламы на протяжении периода postopening, а затем рекламные кампании будут проходить в графике сезонных активностей. Период postopening будет формироваться следующим образом: две недели активностей после открытия тира, одна неделя перерыва, одна неделя активностей. Среди проводимых акций будут:

1) раздача визиток;

2) раздача листовок-мишеней;

3) раздача купонов на бесплатные выстрелы.

**Организация деятельности**

**Арбалетно-лучного тира «Джон Малыш»**

Арбалетно-лучный тир «Джон Малыш» будет располагаться в помещении Торгово-развлекательного центра (ТРЦ). Кроме этого тир может располагаться в отдельном помещении.

Первоначальные расходы при этом будут одинаковые. Т.к. в случае размещения тира в ТРЦ в дополнение к Базовому комплекту Тира «Джон Малыш» приобретается каркас тира – павильон в средневековом стиле, а в случае размещения в отдельном помещении вместо каркаса делается внутренняя отделка помещения и его стилизация под средневековую тематику.

Для работы клуба необходимо три инструктора, которые будут работать по схеме 2 дня через 1.

В обязанности инструктора входит консультация клиентов по представленным в аттракционе играм, оружию, технике стрельбы, технике безопасности, уходу за инвентарем. Кроме этого инструктор принимает оплату и является продавцом оборудования.

Основным критерием отбора на должность инструктора является ответственность в работе с людьми и оружием и общительность.

Для мотивации инструктора будут применяться системы поощрений за выполнение плана, а так же по положительным отзывам посетителей.

**Финансовый план**

Рассмотрим калькуляцию расходов и доходов деятельности тира «Джон Малыш».

Данные помеченные зеленым цветом, являются изменяемыми параметрами.

В таблице указаны усредненные первоначальные расходы на открытие тира (в руб.)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Начальные вложения** | Стоимость оборудования тира | **450 000** |
| Дополнительные затраты на открытие тира\* | **10 000** |
| Регистрация в налоговой | **5 000** |
| Первоначальная раскрутка, реклама\*\* | **15 000** |
| **Итого, необходимые вложения:** | **480 000** |

В данной таблице представлены ежемесячные расходы по тиру (в руб.)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ежемесячные затраты** | Ежемесячные затраты на рекламу | **1 000** |
| Аренда (30 кв. м.), стоимость 2500р./кв.м в месяц | **75 000** |
| Расходные материалы (перья, наконечники, хвостовики) | **500** |
| Заработная плата инструктору  | **13 000** |
| Количество операторов | **2** |
| Содержание оружия, ТО, обновление | **300** |
| Прочие ежемесячные платежи\*\*\*  | **3 000** |
| **Итого, ежемесячные затраты:** | **105 800** |

Здесь можно увидеть, как формируется доходная часть по стрельбе в тире за один день (в руб.)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Расчет доходной части (доход в день)** | Среднее время сеанса игры в тире, в минутах | **6** |
| Максимальное количество сеансов в день на 2-х стрелковых дорожках (12ч. раб. день в торг. центре) | **240** |
| Цена сеанса игры (от 50р. до 300р.), в среднем | **150** |
| Коэффициент неполной загрузки по количеству сеансов (Пример: 1 - полный загруз; 0,5 - половина загруза) | **0,20** |
| Количество сеансов в день на 2-х стрелковых дорожках (12ч. раб. день в торг. центре) с учетом коэфф. "недозагрузки" | **48** |
| **Доход с 2-х дорожек в день:** | **7 200** |

Выручка от продаж товаров в магазине и расходы связанные с торговлей указаны в данной таблице

|  |
| --- |
| **Деятельность магазина в Тире** |
| **Покупка товара (за месяц)** | Товар высокой ценовой категории (арбалет, лук и т.д.) - цена за шт. в среднем - 6000р. | **24 000** |
| Товар средней ценовой категории (аксессуары, колчаны, стрелы) - цена за шт. в среднем - 1000р. | **6 000** |
| Товар малой ценовой категории (перья, наконечники, сувениры) - цена за шт. в среднем - 100р. | **2 000** |
| **Куплено товаров в месяц, на сумму:** | **32 000** |
| **Продажа товара (за месяц)** | Товар высокой ценовой категории (арбалет, лук и т.д.) - торг. наценка - 100% | **48 000** |
| Товар средней ценовой категории (аксессуары, колчаны, стрелы) - торг. наценка - 100% | **12 000** |
| Товар малой ценовой категории (перья, наконечники, сувениры) - торг. наценка - 100% | **4 000** |
| **Продано товаров в месяц, на сумму:** | **64 000** |

В данной таблице показаны показатели прибыли в тире и в магазине, а так же прогнозы доходов на ближайшие годы.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Расчет рентабельности** |  |
| **Расходная часть** | Первоначальные затраты, всего | **480 000** |
| Ежемесячные затраты, всего | **137 800** |
| Налоги (ЕНВД), всего | **6 552** |
| Среднесуточные затраты | **4 812** |
| **Доходная часть** | Среднесуточная выручка | **9 333** |
| Среднемесячная выручка | **280 000** |
|  |  |
|   |  |
| **Баланс** | Среднесуточный доход | **4 522** |
| Среднемесячный доход | **135 648** |
| Срок возврата вложений, мес. | **3,54** |
|   |  |
|  |   |  |
|  | **Прогноз по доходам** |  |
| **Период** | Доход в 1 год работы (прим.: старт проекта - 01 января), с учетом первоначальных вложений | **1 147 776** |
| Доход за 2 года работы (нарастающим итогом)  | **2 775 552** |
| Доход за 3 года работы (нарастающим итогом)  | **4 403 328** |
| Доход за 4 года работы (нарастающим итогом)  | **6 031 104** |

|  |
| --- |
| **\* подключение к электросети, иные расходы** |
| **\*\* рекламные вывески, визитки, промоутеры** |
| **\*\*\* например оплата уборщиков помещения, электроэнергия, билеты и др.** |

В дополнение к бизнес плану прилагается интерактивная таблица в формате Еxсel для расчета иных возможных вариантов.