

**Бизнес-план**  
**«Открытие кинотеатра на открытом**  
**воздухе в ЮКО»**

АО «ФОНД «Даму»

**2012 год**

# Содержание

Список таблиц .....	3
Список рисунков .....	4
Резюме .....	5
<b>1. Концепция проекта .....</b>	<b>7</b>
<b>2. Описание услуги .....</b>	<b>8</b>
<b>3. Программа производств .....</b>	<b>9</b>
<b>4. Маркетинговый план .....</b>	<b>11</b>
4.1. Описание рынка автокинотеатров в России .....	11
4.2. Описание рынка автокинотеатров в Казахстане .....	13
4.3. Ценообразование .....	14
<b>4.4. Стратегия маркетинга .....</b>	<b>14</b>
<b>5. Техническое планирование .....</b>	<b>16</b>
5.1. Кинопроекторное оборудование .....	17
5.2. Создание искусственного ландшафта и ограждение .....	18
5.3. Рекламный щит .....	18
5.4. Касса .....	18
5.5. Дополнительный сервис .....	19
<b>6. Организация, управление и персонал .....</b>	<b>21</b>
<b>7. Реализация проекта .....</b>	<b>22</b>
7.1. План реализации .....	22
7.2. Затраты на реализацию проекта .....	22
<b>8. Эксплуатационные расходы .....</b>	<b>24</b>
<b>9. Общие и административные расходы .....</b>	<b>25</b>
<b>10. Потребность в капитале и финансирование .....</b>	<b>27</b>
<b>11. Эффективность проекта .....</b>	<b>28</b>
11.1. Проекция Cash-flow .....	28
11.2. Финансовые индикаторы .....	28
<b>12. Социально-экономическое и экологическое воздействие .....</b>	<b>29</b>
12.1. Социально-экономическое значение проекта .....	29
12.2. Воздействие на окружающую среду .....	29

## Список таблиц

Таблица 1 – Планируемая программа продаж на билеты и на дополнительные услуги на 2013-2014 гг. ....	10
Таблица 2 – SWOT-анализ проекта.....	15
Таблица 3 – Примерные размеры экрана в зависимости от количества автомобилей. ....	16
Таблица 4 – Календарный план реализации проекта .....	22
Таблица 5 – Инвестиционные затраты в 2013 году.....	22
Таблица 6 – Общие и административные расходы предприятия в месяц, тыс.тг.....	25
Таблица 7 – Расчет расходов на оплату труда, тг.....	25
Таблица 8 – Инвестиции проекта, тг. ....	27
Таблица 9 – Программа финансирования на 2013 г., тг. ....	27
Таблица 10 – Финансовые показатели проекта.....	28

АО «ФОНД «ДАМУ»

## Список рисунков

Рисунок 1 - Схема оказания услуги по рекламе.....	9
Рисунок 2 - План застройки кассовых помещений .....	18
Рисунок 3 – Организационная структура предприятия .....	21

АО «ФОНД «Даму»

## Резюме

Концепция проекта предусматривает организацию автокинотеатра на открытом воздухе вместимостью 150 автомобилей.

Компанией-инициатором проекта – планируется организовать на территории Южно-Казахстанской области Республики Казахстан автокинотеатра, который будет расположен вблизи торгового центра или сквера, вблизи мест массового посещения, что в свою очередь будет способствовать постоянному клиентопотоку.

Автокинотеатр будет размещен на открытой территории в центральной части города общей площадью 750 квадратных метров, с учетом кинокафе, пунктов продажи прохладительных напитков и прочих продуктов потребления, кассовых помещений.

Так как автокинотеатр - это место романтического свидания влюбленных, знакомств, автопати для друзей, целевой аудиторией по данному проекту предполагается, что в большей степени будет молодежь.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тенге	2013 год
Инвестиции в основной капитал	7 855 571
Оборотный капитал	40 780 758
Всего	48 636 329

Финансирование проекта планируется осуществить за счет собственных средств.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Период	Доля
Собственные средства	48 636 329	02.2013 – 03.2013	100%
Всего	48 636 329		100%

Показатели эффективности деятельности предприятия на 5 год проекта.

Годовая чистая прибыль (на 5 год), тенге	16 731 617
--	------------

Чистый дисконтированный доход инвестированного капитала за 5 лет при ставке дисконтирования 12% составил тыс. тг.

Внутренняя норма доходности (IRR)	25%
Чистая текущая стоимость (NPV), тыс. тг.	9 494
Окупаемость проекта (дисконтированная), мес.	9
Окупаемость проекта (простая), мес.	11

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию 13 новых рабочих мест в г. Шымкент;
- поступлению дополнительных доходов в бюджет г. Шымкент;

## Введение

В условиях жесткой конкуренции на сегодняшний день в Казахстане все же можно определить ряд направлений для развития собственного бизнеса. Одним из таких направлений являются кинотеатры под открытым небом для автомобилистов.

Кинотеатры – это цивилизованный досуг, доступный и понятный всем и каждому, сфера молодежных и семейных развлечений. Киноиндустрия оттеснила на дальний план другие виды искусства, привлекая ежегодно все больше зрителей. Открытие собственного кинотеатра дорогостоящий и сложный процесс, другое дело автокинотеатр.

Вот уже несколько десятилетий кинотеатры под открытым небом собирают большое число поклонников кинематографа в Америке, являясь тем самым визитной карточкой страны. В Казахстане же данное направление бизнеса абсолютно не развито. Казалось бы, давно следовало скопировать опыт американских автокинотеатров под открытым небом, но климат нашей страны не располагает к быстрой окупаемости таких проектов. Однако, сроки выхода проекта «в плюс» можно сократить, рынок свободен, а крупные города, такие как Алматы, Астана, Караганда, Шымкент требуют новых развлечений.

Так, в виду погодных и территориальных условий, а так же количества населения, инициаторами проекта было решено организовать данный проект в Южно-Казахстанской Области (далее ЮКО).

## 1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает организацию автокинотеатра на открытом воздухе вместимостью 150 автомобилей.

Автокинотеатр (в англоязычных странах используется понятие drive-in) — кинотеатр под открытым небом, рассчитанный на показ фильмов для зрителей, находящихся в автомобилях. Как правило, представляет собой парковочную площадку с организованными въездами и выездами и установленным экраном больших размеров. Звуковое сопровождение передается маломощной радиостанцией в стандартном FM-диапазоне для прослушивания на автомагнитолах зрителей или при помощи акустических систем, установленных вокруг парковочных мест. Из-за особенностей кинопоказа под открытым небом работа таких кинотеатров носит сезонный характер, и все сеансы начинаются после захода солнца.

Компанией – инициатором проекта – планируется организовать на территории Южно-Казахстанской области Республики Казахстан автокинотеатр, который будет расположен вблизи торгового центра или сквера, где достаточно большое количество населения города проводят свой досуг в вечернее время, что в свою очередь будет способствовать постоянному клиентопотоку.

Автокинотеатр будет размещен на открытой территории в центральной части города общей площадью 750 квадратных метров, с учетом помещений дополнительного сервиса.

Данный бизнес-план не является окончательным вариантом руководства к действию, а показывает лишь потенциальную возможность развития такой бизнес-идеи. Поэтому при реализации настоящего проекта возможно изменение, как программы продаж основных и дополнительных услуг, так и репертуара показываемых фильмов. Следует более подробно раскрыть конкурентные преимущества планируемых к организации услуг, а также отличительные особенности приобретаемого технического оборудования.

## 2. Описание услуги

Люди старшего поколения помнят, что во времена СССР летние кинотеатры имели ошеломительный успех. Летний кинотеатр – это один из вариантов развлечения. В каждом даже в самом маленьком городке был свой летний кинотеатр, располагался он, как правило, в скверах и парках, подальше от жилых домов, сеансы шли преимущественно в вечернее время, и необходимо было соблюдать спокойствие местных жителей. На сегодняшний день мода на подобные кинотеатры под открытым небом возвращается. Самое первое это то, что данный вид бизнеса не требует больших финансовых вложений.

Площадка для размещения автокинотеатра, как правило, должна находиться вблизи крупного торгового центра, в центре города, рядом с крупной автомобильной магистралью и другими местами скопления автомобилистов. Территория кинотеатра под открытым небом должна быть заасфальтирована или иметь хороший дренаж, удобный въезд и выезд, дорожную разметку. Чтобы зрителям было удобно смотреть фильм с любого места, можно оборудовать площадку рампами, приподнимающими переднюю часть автомобиля.

Данным проектом предполагается, что при въезде будут находиться кассовые помещения. На территории также будут работать кафе быстрого питания, точка продажи поп-корнов, семечек и прохладительных напитков, так как сопутствующие услуги могут принести даже больше прибыли, чем сам прокат фильмов.

Основное оборудование автомобильного кинотеатра – проектор, транслятор и экранное полотно.

### 3. Программа производств

В данном проекте инициаторами проекта особое внимание будет уделено подбору видеотеки. При наличии Интернета это не трудно. Список фильмов будет разнообразным, будут подбираться фильмы разных жанров, чтобы удовлетворить потребности и пристрастия разнообразной аудитории.

В репертуаре автокинотеатра будут преимущественно:

- Современные американские хиты (комедии, боевики, триллеры);
- Голливуд 40-х – 50-х годов;
- Отечественные классические и исторические фильмы;

В последующем в репертуар автокинотеатра могут быть добавлены мультфильмы и подборка короткометражных фильмов. С расписанием показов предполагается ознакомление на сайте данного проекта, и там же можно будет подписаться на новостную рассылку о предстоящих показах.

На первоначальной стадии работы летнего кинотеатра, организаторами проекта предполагается прокручивать видеотеки только в выходные дни (пятница, суббота, воскресенье) в 21:00 и в 23:00.

Данным проектом также предполагается прокрутка реклам (до фильма, в середине и в конце), что позволит организаторам проекта добиться большей прибыли от данного проекта, не пренебрегая ожидание клиентов частым показом рекламных роликов.

Рисунок 1. Схема оказания услуги по рекламе



Реклама от каждой компании будет прокручиваться по одному с длительностью не более трех минут. Данным проектом предусмотрено, что в день будут показываться по 2 фильма в выходные дни (пятница, суббота, воскресенье), соответственно за месяц каждая реклама будет транслироваться в среднем 25 раз. За 1 сеанс будут прокручиваться 6 различных реклам.

В таблице 1 представлена планируемая программа продаж на билеты и дополнительные услуги на 2013-2014 гг.

Таблица 1 – Планируемая программа продаж на билеты и на дополнительные услуги на 2013-2014 гг.

Наименование статей дохода	2013	2014
<b>Въезд автомобиля на территорию автокинотеатра, тенге</b>	<b>7 020 000</b>	<b>8 680 000</b>
кол-во автомобилей, ед.	14 040	17 160
средняя цена за въезд 1 автомобиля, тенге	500	500
<b>Доход от кинокафе, тенге</b>	<b>24 000 000</b>	<b>35 250 000</b>
кол-во занятых столиков, ед.	9 600	14 100
средний чек, тенге	2 500	2 500
<b>Доход от точек дополнительного сервиса, тг.</b>	<b>9 828 000</b>	<b>15 444 000</b>
кол-во автомобилей, ед.	14 040	17 160
средний чек, тенге	700	900
<b>Доход от рекламы</b>	<b>4 050 000</b>	<b>5 400 000</b>
кол-во прокручиваемых реклам, ед.	72	72
средняя стоимость за 1 ед. рекламы, тенге	56 250	75 000
<b>ИТОГО, тенге</b>	<b>44 898 000</b>	<b>64 674 000</b>

При расчете программы продаж инфляция во внимание не принималась, поскольку связанное с инфляцией повышение цен пропорционально отразится на увеличении цен на продукцию предприятия.

## 4. Маркетинговый план

Первой ласточкой этого бизнеса стал патент Ричарда Холлингхеда, полученный в Америке в 1933-ем году.

Оплачивался просмотр исходя из того, что зрители платили 25 центов за парковку, а также 25 центов за вход. Неудобство составляло то, что задние ряды в силу того, что колонки были маломощные и ставились возле экрана, плохо слышали происходящее.

Начало сороковых годов ознаменовалось удивительным всплеском кинотеатров на колесах, однако Вторая Мировая Война негативно отразилась на этом предприятии.

Впрочем, после войны предприниматели Нового Света продолжили данное направление бизнеса, и к 1948 году в Америке насчитывалось уже более 800 открытых киноплощадок, в том числе и с дополнительными развлечениями для детей, ведь многие приезжали целыми семьями.

Наибольшего расцвета бизнес приобрел в конце пятидесятых, к этому времени автокинотеатров стало более пяти тысяч. При этом существовали свои рекорды. К примеру, самый большой кинотеатр за всю историю американских drive-ins вмещал 2 500 машин и еще 1 200 зрителей на сидячих местах.

### 4.1. Описание рынка автокинотеатров в России

#### ***Кино на «Стрелке»***

На «Красном Октябре» фильмы показывают во внутреннем дворе Института медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка». Сеансы начинаются поздно вечером (21.30–22.00). Зрители успевают добраться с работы к началу кинопоказа, а затем могут продолжить вечер в одном из баров «Красного Октября». Программу здесь формируют фестивали: весенний музыкальный Beat Film Festival; летний Summer Times с новинками европейских кинофестивалей; Summer Shorts (идут в рамках Summer Times) и Future Shorts — с короткометражками.

Смотреть кино можно, сидя прямо на ступенях деревянного амфитеатра или же на стульях, которые расставляют перед показом. Мерзнущим и уставшим выдают подушки и пледы, в дождь — зонтики и плащи. На некоторые сеансы вход бесплатный, за другие надо будет заплатить около 300 рублей (цену и расписание можно уточнить на сайте [strelkainstitute.com](http://strelkainstitute.com)). Перекусить можно в баре Strelka или в киоске с органическим мороженым, печеньем и сидром.

#### ***Киноклуб на «Винзаводе»***

На территории ЦСИ «Винзавод» «киноклуб» открылся летом 2010 года. В Зеленом ангаре, где когда-то хранили бочки с пивом, сегодня показывают артхаус. У ангара есть крыша, кроме того, он оснащен пленочным проектором и звуком DolbyDigitalPlus и откидными сиденьями. Тут же работает кафе, где можно выпить кофе и съесть сэндвич.

Сеансы начинаются около полудня и заканчиваются примерно в час ночи. По субботам здесь проводят «КиноСновидения» — тематические ночные показы культовых режиссеров с DJ-сетями и концертами в антрактах. В программе — не только чистый артхаус, с 2011 года тут крутят и арт-мейнстрим: картины, балансирующие на грани кассового кино для широкой аудитории и экспериментальных проектов.

Расписание показов доступно на [www.kknw.ru](http://www.kknw.ru). Стоимость билетов на утренние сеансы — 100 р., на вечерние — 300, на киноночи — от 600 до 1000 р. (в зависимости от программы).

#### **Silent Cinema на «Флаконе»**

Агентство бесшумных мероприятий Silent Media специализируется на кинопоказах и музыкальных мероприятиях, совершенно «безвредных» для жителей окрестных домов: звук идет в беспроводные наушники, которые выдаются каждому гостю. На счету Silent Media в том числе и кинопоказы на территории дизайн-завода «Флакон». Программа подбирается так, чтобы удивлять. Демонстрируют самые странные и необычные фильмы: трэш, документальное кино, анимацию, видеоклипы и аудиовизуальные перформансы (расписание можно уточнить на [flacon.su](http://flacon.su)).

Кинопоказы устраивают на открытом воздухе во внутреннем дворе «Флакона», хотя, если пойдет дождь, всегда есть возможность переместиться под крышу. Показы идут с 21.00 до 1.00 по четвергам, пятницам и субботам. Вход на них бесплатный, но в качестве залога за обязательные беспроводные наушники посетители оставляют паспорт или 1000 р. Перекусить можно в двух кафе, работающих рядом, Cafe Brocard и Flacon Wok Cafe.

#### **Передвижной кинотеатр «Кинопаркинг»**

Основная идея этого проекта — переносной надувной экран, размеры которого варьируются от четырех до десяти метров. Поэтому у «Кинопаркинга» нет стационарной площадки — показы проводятся каждый раз в новом месте, чаще всего на парковках торговых центров. Зрители смотрят фильмы прямо из машин, настроив радиоприемник на нужную частоту. За раз показывают три ленты, плату берут за парковочное место (300–500 р. за ночь).

В репертуаре «Кинопаркинга» преимущественно американские хиты: комедии, ужастики, боевики, иногда показывают мультфильмы или подборки короткометражек. С расписанием показов можно ознакомиться на сайте [www.kinoparking.ru](http://www.kinoparking.ru) и там же подписаться на новостную рассылку о предстоящих показах.

Дополнительной услугой «Кинопаркинга» является возможность аренды надувного экрана, предварительно созвонившись с владельцами и договорившись о времени, месте, стоимости и репертуаре.

#### **Автомобильный кинотеатр «Бородино»**

В Мытищах на автомобильной парковке установили экран, и заработал кинотеатр «Бородино». В отличие от других открытых площадок он работает круглый год и в любую погоду, а звуковой ряд к фильмам транслируется прямо в автомагнитолы. Показы начинаются поздно вечером — в 23.00 или в час ночи. В репертуаре — боевики, комедии и блокбастеры прошедших лет. Расписание вывешивается на [www.kino-borodino.ru](http://www.kino-borodino.ru) под надписью со стрелкой «Расписание ниже». За одну машину платится 400 р. вне зависимости от количества зрителей-пассажиров.

## **4.2. Описание рынка автокинотеатров в Казахстане**

### **Уличный кинотеатр в городе Алматы**

Проект "уличный кинотеатр" создан при содействии Казахфильма и Акимата Алматы.

Данный проект отличается не только своей эксклюзивностью, но и мобильным экраном. Мобильный экран - крупногабаритная конструкция, которая помещается в небольшой рюкзак.

Характеристики мобильного экрана:

- Выдерживает силу ветра до 38 км/ч;
- Черная поверхность экрана задней стороны предотвращает проекцию рассеянного света;
- Профессиональные передние или тыловые поверхности экрана;
- Включен ремонтный комплект;
- 3-летняя гарантия;
- Компактный и удобный в использовании.

В рамках кинопоказа алматинцам и гостям города демонстрируются отечественные картины, которые войдут или уже вошли в историю современного Казахстана, такие как:

1. Келин
2. Кочевники
3. Подарок Сталину
4. Ирония Любви
5. Обратная сторона и другие картины, в том числе отечественная классика.

На кинопоказы приглашаются специальные гости: актеры снявшиеся в этих фильмах, режиссеры, продюсеры и т.д.

Показ фильмов проходит в выходные дни (пятница, суббота, воскресенье) в 21:00 за зданием КБТУ на старой площади.

Организатором этого масштабного мероприятия является компания Beeline.

### **Кинотеатр под открытым небом «KinoMan» в г.Актау**

В день открытия кинотеатра под открытым небом под названием «KinoMan» в г.Актау, организаторы подготовили праздничную программу, розыгрыш призов (в числе которых

пригласительные билеты в кино, талоны на бензин, талоны на мойку, и т.д.). Звук в данном кинотеатре транслируется на FM частоте, для приема с автомагнитолы.

Вместительность: 50 машин

Стоимость: 500 тенге с человека

Расписание: 22:00 начало первого сеанса

00:00 начало второго сеанса

Продажа билетов производится на месте с 18:00 - на день сеанса.

Официанты на территории данного автокинотеатра передвигаются на роликовых коньках, что ускоряет сервис.

#### **Автокинотеатр в Атырау**

В Атырау на площадке перед стадионом «Мунайши» открылся автокинотеатр под открытым небом.

Расписание: 22:00 начало первого сеанса, обычно демонстрируется комедия;

00:00 начало второго сеанса, романтические фильмы, специально для влюбленных.

Репертуар обновляется каждую неделю.

Размер экранного полотна – 12х6 метров. Перед въездом на парковку зрителям сообщают FM волну, на которой транслируется звук.

#### **4.3. Ценообразование**

Цена планируемой к предоставлению услуги будет сформирована на основании себестоимости и маржи, представляющую собой прибыль предприятия. В себестоимость услуги включены прямые затраты, необходимые для предоставления услуг. Прибыль предприятия будет определена как разница между себестоимостью и рыночной стоимостью на предоставляемые услуги.

Таким образом, планируется определение цены на услуги на уровне рыночной стоимости, сформированной в городе Шымкент.

#### **4.4. Стратегия маркетинга**

Реклама - двигатель прогресса. Немаловажное значение инициаторами проекта будет уделено именно этому аспекту. Организаторы проекта будут размещать рекламные вывески на кузове собственных автомобилей с указанием даты и времени предстоящего сеанса, а также оповещать горожан с помощью рупора рядом с территорией автокинотеатра. Также будут использованы традиционные в наше время методы распространения информации, такие, как Интернет, расклейка афиш, объявления в газетах, журналах и прочих средствах массовой информации.

Дата и время предстоящего сеанса будет оповещаться за несколько дней, для того, чтобы услышавшие рекламу горожане успели заинтересовать своих знакомых, и отметить

это мероприятие в своих планах. В то же время, при указании даты и времени будет оговариваться, что сеанс может не состояться или быть отложенным в связи с плохой погодой.

Особое внимание также будет уделено подбору видеотеки. Список фильмов будет разнообразным, подбираться будут фильмы разных жанров, чтобы удовлетворить потребности и пристрастия разнообразной аудитории.

Цена билета не должна быть высокой. С целью привлечения аудитории, в рамках программы могут устраиваться дополнительные акции для привлечения клиентов: каждый десятый билет содержит бонус. В качестве бонуса могут выдаваться небольшие, но приятные сюрпризы, к примеру, пачка попкорна или бутылочка газированной воды. Продажа попкорна, сладкой ваты, прохладительных напитков поможет инициаторам проекта быстрее окупить данный бизнес и поспособствует привлечению клиентов.

**Таблица 2 – SWOT-анализ проекта**

Внешняя среда	Возможности	Возможное увеличение цен на билеты в кинотеатрах. Сдача площадки автокинотеатра в субаренду в дневное время почасово автошколам для проведения занятий. Дальнейшее развитие инфраструктуры.
	Угрозы	Появление новых конкурентоспособных автокинотеатров на территории г.Шымкент.
Внутренняя среда	Преимущества	Отсутствие огромных расходов по аренде или строительству зрительного зала. Минимальные коммунальные платежи. Низкий расход на ремонт и закуп мебели и оборудования. Ограниченное количество обслуживающего персонала, который может работать почасово.
	Недостатки	Неузнаваемость предприятия (новый проект). Зависимость от погодных условий, особенно в зимний сезон. Трансляция фильмов только в темное время суток, летом световой день достаточно длинный, что ограничивает возможности кинотеатра. Требует круглосуточной усиленной охраны территории.

## 5. Техническое планирование

Автокинотеатр спроектирован с веерным расположением рампы и разверткой по отношению к проекционной оси 400 (рисунок 1).

Если в плане автокинотеатр получается длинным и узким, размер экрана должен быть увеличен из-за удаленности последних рампы, но зато первый ряд рампы еще дальше удаляется от экрана.

Материалы каркаса и экрана могут быть самыми различными, например, экран из перфорированного алюминиевого листа или бетона покрывают латексными светоотражающими красками. Применяют как сплошные полотна, так и изготовленные из отдельных полос (для снятия ветровой нагрузки).

Таблица 3 – Примерные размеры экрана в зависимости от количества автомобилей.

Тип	Число автомобилей	Высота экрана, м	Ширина экрана, м
1	200-350	10	23,5
2	350-500	11	25,85
3	500-650	12	28,2
4	650-900	14	32,9
5	900-1200	16	37,6
6	Свыше 1200	18	42,3

Примерные размеры экрана в зависимости от количества автомобилей, приведены в таблице. Основанные на стандартах, они могут быть использованы для справки.

Соотношение сторон ветрового стекла автомобиля близко к 1:2, поэтому наиболее комфортны форматы изображения «широкий» (1:1,85). Последний обеспечивает оптимальное соотношение длины экрана к ширине, так как при меньшем соотношении кадр не заполняет экранное пространство.

Каркас экрана требуется наклонить к зрителям, а угол наклона определяется оптимальным соотношением углов падения и отражения луча проектора. Раз проектор физически не может располагаться на уровне центра экрана, опору наклоняют под таким углом, чтобы свести к минимуму искажения изображения (параллакс). Обычно проектор наклонен относительно горизонтальной оси в пределах 70 по вертикали, угол наклона экрана также составляет 5 – 70, а максимально приближенное к нормали соотношение угла падения и угла отражения должно находиться в зоне наибольшей комфортности просмотра (центральная часть и 2/3 рампы автокинотеатра). У специалистов нет единого мнения относительно кривизны экрана. Обычно кривизна рамы экрана очень невелика, в противном случае значительно ухудшается качество восприятия изображения с боковых мест. Так же изготовление криволинейного экрана, например, из бетона размером 11 x 26 м, значительно удорожает процесс. Плоский экран,

развернутый в сторону от магистрали, является прекрасным рекламным щитом и может быть использован в коммерческих целях.

Поставщиков, как и производителей мобильных экранов для кинотеатров в Казахстане отсутствует. Так, инициаторы проекта, в ходе анализа рынка производителей данной продукции по некоторым странам, таких как США, Германия и Китай, планируют произвести покупку мобильного экранного полотна у китайского производителя компании "Shenzhen Telon Audio And Visual Equipment Co." Ltd. В данном случае выбор компаний по поставке оборудования был определен исходя из меньшей стоимости, чем у других компаний, лучшим качеством оборудования, характеристикой оборудования, гарантийными обязательствами, и условиями доставки.

Цена экранного полотна: US \$20 или 3000 тенге за кв.м. По данному бизнес-проекту запланировано закупить 144 кв.м. экранного полотна (16x9 метров), что в общей сложности составит 432 000 тенге. Стоимость оборудования с учетом расходов по доставке и отправке за исключением сборки и установки 487 000 (четыреста восемьдесят семь тысяч) тенге.

Срок поставки: 7 дней с момента отправления покупателем предоплаты на расчетный счет поставщика.

Гарантийный срок: 1 год.

### **5.1. Кинопроекционное оборудование**

Положение проекционного оборудования относительно экрана определяется размером экрана и фокусным расстоянием линз. Диапазон переменного фокусного расстояния кинопроекторных линз достаточно широк, он позволяет расположить проекционный аппарат на любой рампе автокинотеатра и при этом проецировать изображение на весь экран. Это означает, что при 30-метровой ширине экрана проекционный аппарат можно размещать по оси проекции на расстоянии от 50 – 60 и до 100 – 120 м до экрана при оптимальном размере изображения. Единственное, что ограничивает удаление кинопроектора от экрана, – это мощность проекционной лампы, обеспечивающей необходимый световой поток (около 400 лм на 1 м<sup>2</sup> поверхности экрана), и возможная пыль и/или туман в воздухе (чем больше проекционное расстояние, тем заметнее влияние этого фактора).

Инициаторами проекта предполагается приобрести профессиональный проектор для кинотеатров EIP-SXG20 в городе Астана у компании поставщика «MediTec-NS» по 100% единовременной оплате. Стоимость данного оборудования составляет 3 868 571 тг/шт (три миллиона восемьсот шестьдесят восемь тысяч пятьсот семьдесят один) тенге с учетом доставки.

## 5.2. Создание искусственного ландшафта и ограждение

Искусственный ландшафт и ограждение автокинотеатра могут служить нескольким целям: позволяют обособить автокинотеатр от магистрали, чтобы водители движущихся по магистрали автомобилей не видели изображения на экране; содействуют удобному въезду/выезду автомобилей и мешают ослеплять фарами присутствующих на сеансе зрителей; ограждают кафе; придают автокинотеатру оригинальный декоративный вид.

Наиболее выгодно разместить автокинотеатр таким образом, чтобы экран был параллелен магистрали, но развернут в сторону от нее. Создание ограждения и искусственного ландшафта по данному проекту составит в пределах 800 000 (восемьсот тысяч) тенге.

Ограждение обычно служит для отделения автокинотеатра от магистрали и ограничения въезда и выезда. Особо ограждается зона вокруг кинопроекционной и в направлении проекционного луча. Комбинация из металлического ограждения и живой изгороди и функциональна, и декоративна.

## 5.3. Рекламный щит

Правильная конструкция и организация рекламы – весьма важный маркетинговый фактор. Если тыльная сторона экрана видна с автомагистрали, она может служить рекламным щитом самого автокинотеатра с анонсом фильмов или использоваться под коммерческую рекламу. Рекламный щит автомобилисты должны видеть с максимального расстояния. Неоновые вывеска автокинотеатра и фон, на котором отображается анонс фильмов, должны быть исполнены в защищенном от атмосферных воздействий варианте. Если тыльная поверхность экрана не используется для рекламы, рекламные щиты устанавливаются вдоль автомагистрали, но их свет не должен мешать зрителям во время сеансов.

## 5.4. Касса

В обычном театре в кассу зритель попадает при входе в кинотеатр. Кассы и въезд в автокинотеатр должны быть отнесены от основной магистрали. В автокинотеатре кассы должны быть расположены так, чтобы автомобили при съезде с автомагистрали не создавали очередей и пробок, а к кассе подъезжали два автомобиля с двух сторон. Организация кассового обслуживания может быть различная: от продажи разовых

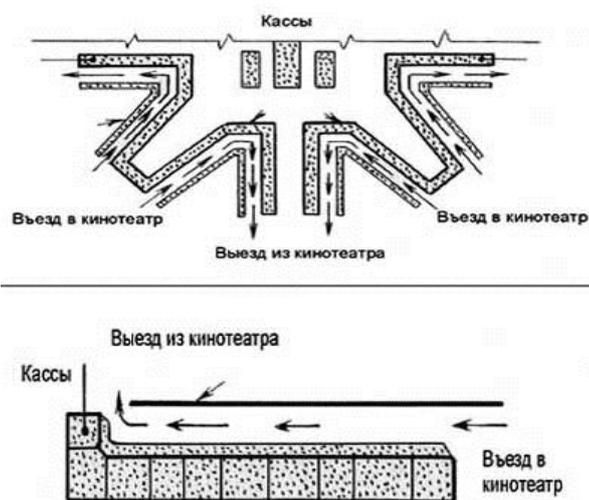


Рисунок 2. План застройки кассовых помещений

билетов до установки автоматического шлагбаума с электронным считывателем магнитных карт и выдачей билета с местом на рампе. При проектировании кассового модуля автокинотеатра можно воспользоваться опытом организации въездов в аэропорты, паркинги или частные автодороги. Основная задача – обеспечить въезд автомобилей и их размещение за время перерыва между сеансами.

### **5.5. Дополнительный сервис**

Статистика показывает, что валовый доход дополнительных платных услуг в автокинотеатре может составлять от 60 до 300% к стоимости входного билета. Зрители (а их может быть в автомобиле до четырех человек) охотно тратят деньги на воздушную кукурузу, леденцы, прохладительные напитки, кофе, горячие бутерброды, сигареты и т.д. Планирование сервиса заслуживает внимательного отношения. Нельзя устанавливать киоски по продаже продуктов и напитков непосредственно на въезде в автокинотеатр, это предпосылки заторов и пробок, снижающих оборот по продаже билетов. Да и память об очередях и пробках заставит зрителей приезжать в автокинотеатр со своими продуктами, а часть дохода окажется упущенной.

Можно организовать одну-две площадки (на въезде) по принципу "Мак'Авто" для автомобилистов, но место под это выделяют на расстоянии от основного въезда перед автокинотеатром. Как вариант – франчайзинг с одной из сетей фаст-фуд (fast-food): Бургер Кинг, BigМамаи т.д.

В данном бизнес-плане предусмотрена организация кафетерия или ресторана за последней рампой. Он разместится на высоте 4-5 м над поверхностью, с его стеклянной террасы откроется вид на гигантский экран автокинотеатра, а звук будет передаваться через громкоговорители, установленные в помещении кафетерия. Можно также организовать своеобразное кинокафе на 300 – 500 человек, куда можно будет продавать билеты или клубные карты, и оформить его декорациями на автомобильную тематику, обеспечив тем самым рождение клуба автокинолюбителей.

На территории автокинотеатра зрители, находясь в своих автомобилях, могут вызывать официантов (обычно это делается включением сигналов "аварийной остановки" в своих автомобилях) и заказывать питание и напитки. Официанты могут перемещаться по территории на велосипедах с прикрепленными на переднем колесе корзинами, в которых находится наиболее популярный набор продуктов, напитков и сигарет, или на роликовых коньках, держа в руках коробки или подносы. Для заказанных горячих сосисок, хот-догов или картошки официанты прикрепят к дверцам автомобилей пластиковые подносы, которые позднее соберут.

При планировании дополнительного сервиса было учтено следующее:

- Практика показывает, что площадь для дополнительного сервиса должна быть эквивалентной 2 – 2,5 м<sup>2</sup> на один автомобиль. Данным бизнес-планом

запланировано организовать автокинотеатр на 150 автомобилей, то есть по данному расчету общая площадь, занимаемая зоной дополнительного сервиса и торговли, должна составлять не менее 300 м<sup>2</sup>;

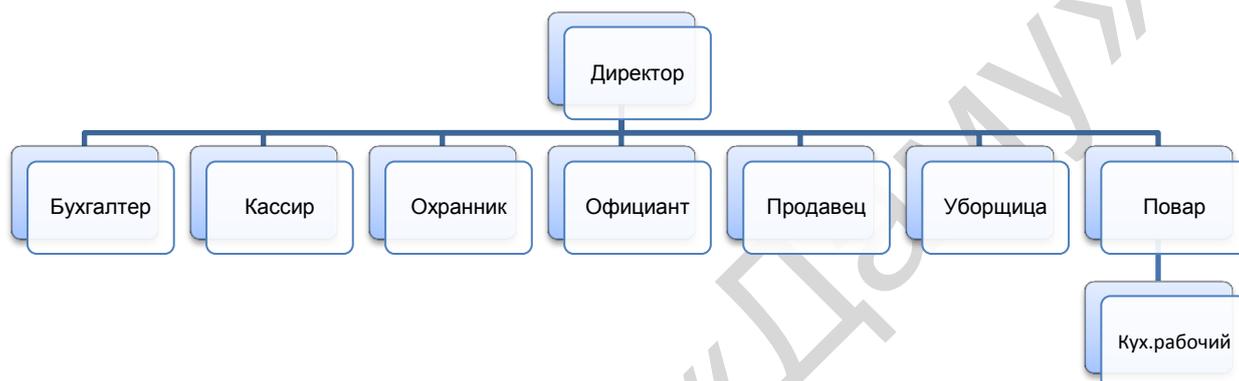
- Площадь под склады для продуктов и напитков должна быть не менее 0,1 м<sup>2</sup> на один автомобиль. Принимая за базу расчета автокинотеатр на 150 автомобилей, площадь складов составит около 15 м<sup>2</sup>;
- Все полосы разметки дорожного покрытия на территории автокинотеатра будут прямые. Если необходим поворот, то его радиус будет не менее радиуса разворота самого большого из планируемых автомобилей;
- По территории будет обеспечено движение автомобилей в несколько рядов. На практике обычно автокинотеатры на 150 и более автомобилей имеют не менее двух рядов, от 500 до 750 – не менее четырех, от 750 до 1000 – не менее шести, свыше 1000 – восемь;
- По возможности въезд в автокинотеатр будет упорядочен таким образом, чтобы один кассир мог обслуживать два потока автомобилей одновременно при небольшом наплыве посетителей, и один кассир на один поток – при большом количестве зрителей;
- Пункт охраны правопорядка будет расположен на средней (осевой) линии автокинотеатра ближе к входной группе. При этом будут предусмотрены один-два дополнительных въезда на территорию для пожарных машин и милиции;
- Также будет учтено дальнейшее развитие инфраструктуры, в том числе сети услуг и соответственно подсобных помещений;
- По проекту вход в туалеты не подразумевает размещения в сторону зрителей. Группа кабин будет закрыта от зрителей и размещаться за последней линией автомобилей;
- Медпункт, торговые помещения, кафе и пункты пожарной охраны будут расположены максимально близко к зоне с наибольшим количеством автомобилей. Это может быть зона физического центра зрительской площади автокинотеатра;
- Будет обеспечен свободный доступ к точкам питания и кафе по средней (осевой) линии автокинотеатра. По возможности будут сделаны два подхода в форме буквы "V", которые сходятся сзади зоны торгового обслуживания и расходятся в сторону последней рампы. По сути, таким образом, автомобильная зона кинотеатра будет делиться на пять частей для удобства передвижения;
- Организаторы проекта будут работать над обеспечением высокого качества и скорости обслуживания торговой зоны и кафе, что в свою очередь должно приносить до 80% оборота автокинотеатра.

## 6. Организация, управление и персонал

Общее руководство предприятием осуществляет директор.

Организационная структура предприятия имеет следующий вид, представленный ниже (рисунок 3).

Рисунок 3 – Организационная структура предприятия



Приведенную структуру управления персоналом можно отнести к линейной. Она позволяет директору оперативно управлять работой предприятия и находиться в курсе событий.

## 7. Реализация проекта

Согласно опыту предпринимателей в России уже успешно реализовавших эту возможность, средняя полоса допускает работу подобного автокинотеатра около 100 – 120 дней в году, в свою очередь в ЮКО РК данной сферой деятельности можно заниматься 230-250 дней в году, чему способствуют более благоприятные климатические условия, по сравнению с климатом России.

Доход складывается из различных составляющих, в которые входят: место расположения, стоимость билета, количество сеансов. Если предполагается «двойное» использование площадей и различные дополнительные сервисы, прибыль можно существенно увеличить.

Документы, требуемые на этот бизнес, в основном предполагают лицензию на прокат кино, что является специальной документацией. Развитие индустрии развлечений в Казахстане требует открытия подобных автокинотеатров по всей стране.

### 7.1. План реализации

Предполагается, что реализация настоящего проекта займет период с февраль 2013 по апрель 2013 г.

Таблица 4 – Календарный план реализации проекта

Мероприятия/Месяц	2013 год		
	Февраль	Март	Апрель
Решение вопроса финансирования			
Получение инвестиций			
Выбор территории			
Поиск персонала			
Поставка оборудования, монтаж			
Размещение рекламы			
Начало работы			

### 7.2. Затраты на реализацию проекта

Оценка инвестиционных затрат представлена в следующей таблице.

Таблица 5 – Инвестиционные затраты в 2013 году

№ п/п	Цели финансирования	За счет собственных средств	
		Планируется	
		в тенге	в долларах США
1	Приобретение мебели и оборудования для кинокафе	1 000 000	6 667
2	Строительство кассовых помещений (2 кассовых помещения)	300 000	2 000
3	Строительство пунктов для дополнительного сервиса	900 000	6 000
4	Ограждение территории земельного участка по всему периметру	800 000	5 333

5	Приобретение экранного полотна и комплектующих (проектор, транслятор)	4 355 571	29 037
6	Приобретение прочего оборудования для точек дополнительного сервиса	500 000	3 333
7	Инвестиции в оборотный капитал на 2013 год (затраты на сырье, комплектующие, электроэнергия, зарплата, налоги и др)	40 780 758	271 872
	<b>Итого</b>	<b>48 636 329</b>	<b>324 242</b>

Расходы по доставке оборудования включены в стоимость самого оборудования.

АО «ФОНД «Даму»

## 8. Эксплуатационные расходы

Эксплуатационные расходы состоят из переменных расходов. Переменные расходы состоят из затрат на сырье для изготовления закусок, таких как бургеры, бутерброды, салаты и т.п. Цены на сырье указаны на основе результат анализа цен на центральном рынке г. Шымкент.

АО «ФОНД «Даму»

## 9. Общие и административные расходы

Проектом предусмотрена аренда помещения стоимостью 750 тыс. тенге в месяц. В эту стоимость будут включены все коммунальные платежи, за исключением расходов по электроэнергии и телефонной связи.

Таблица 6 – Общие и административные расходы предприятия в месяц, тыс. тг

	Тыс.тенге в месяц	1-й год	2-й год	3-й год	4-й год	5-й год
		тенге	тенге	тенге	тенге	тенге
<b>Административные и общехозяйственные расходы, в том числе</b>						
Заработная плата	790	9 480	9 669	9 862	10 060	10 261
Соц.налог+Соц.отчисления	32	387	395	402	410	419
Арендные платежи	750	9 000	9 180	9 363	9 550	9 741
Коммунальные расходы	95	1 140	1 162	1 186	1 209	1 233
Канцтовары	15	180	183	187	191	194
Услуги связи (телефон, интернет, почта)	18	216	220	224	229	233
Расходы на рекламу и продвижение	80	960	979	998	1 018	1 039
Прочие непредвиденные	100	1 200	1 224	1 248	1 273	1 298
Хозрасходы	20	240	244	249	254	259
<b>ИТОГО</b>	<b>1 900</b>	<b>22 803</b>	<b>23 259</b>	<b>23 724</b>	<b>24 199</b>	<b>24 682</b>

Аренда помещения рассчитывалась исходя из средней арендной ставки на рынке г. Шымкент и принята на уровне 1500 тенге за 1 кв. метр или 10 долларов США. Расходы на электроэнергию были рассчитаны исходя из мощности оборудования 0,4 кВт, среднего времени работы оборудования 6 часов в день, расходов на освещение, 22 рабочих дня и стоимостью 1 кВт - 11,05 тг.

Таблица 7 – Расчет расходов на оплату труда, тг

№ п/п	Должность	Кол-во ед.	Должностной оклад, тенге	Месячный ФОТ, тенге
1	Директор	1	140 000	140 000
2	Бухгалтер	1	90 000	90 000
3	Кассир	1	70 000	70 000
4	Продавец	3	50 000	150 000
5	Официант	2	30 000	60 000
6	Повар в кинокафе	1	80 000	80 000
7	Кухонный рабочий	2	60 000	120 000
8	Охранник	2	40 000	80 000
	<b>Итого</b>	<b>13</b>		<b>790 000</b>

Сумма расходов на оплату труда составляет 790 тыс. тенге в месяц. Социальный налог и социальные отчисления составляют 32 тыс.тг. в месяц (последний из расчета 5%

от фонда оплаты труда (далее – ФОТ) без учета обязательных пенсионных взносов (далее - ОПВ)). Кроме того, исчисленная сумма налогов подлежит корректировке в сторону уменьшения на сумму в размере 1,5 % от суммы налога за каждого работника, если среднемесячная заработная плата работника составила не менее 2-кратного минимального размера заработной платы, установленного на соответствующий финансовый год Законом о республиканском бюджете (ст.436 НК РК).

АО «ФОНД «Даму»

## 10. Потребность в капитале и финансирование

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Таблица 8 – Инвестиции проекта, тг.

Расходы, тыс.тг.	2013 год
Инвестиции в основной капитал	7 855 571
Оборотный капитал	40 780 758
<b>Всего</b>	<b>48 636 329</b>

Финансирование проекта планируется осуществить за счет собственных средств.

Таблица 9 – Программа финансирования на 2013 г., тг.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Период	Доля
Собственные средства	48 636 329	02.2013	100%
<b>Всего</b>	<b>48 636 329</b>		<b>100%</b>

## 11. Эффективность проекта

### 11.1. Проекция Cash-flow

Проекция Cash-flow (Отчет движения денежных средств) показывает потоки реальных денег, т.е. притоки наличности (притоки реальных денег) и платежи (оттоки реальных денег). Отчет состоит из 3 частей:

1. операционная деятельность - основной вид деятельности, а также прочая деятельность, создающая поступление и расходование денежных средств компании;
2. инвестиционная деятельность — вид деятельности, связанной с приобретением, созданием и продажей внеоборотных активов (основных средств, нематериальных активов) и прочих инвестиций;
3. финансовая деятельность — вид деятельности, который приводит к изменениям в размере и составе капитала и заёмных средств компании. Как правило, такая деятельность связана с привлечением и возвратом кредитов и займов, необходимых для финансирования операционной и инвестиционной деятельности.

Анализ денежного потока показывает его положительную динамику по годам проекта.

### 11.2. Финансовые индикаторы

Чистый дисконтированный доход инвестированного капитала за 5 лет при ставке дисконтирования 12% составил 9 493 969 тг.

Таблица 10 – Финансовые показатели проекта

Внутренняя норма доходности (IRR)	25%
Чистая текущая стоимость (NPV), тыс. тг.	9 494
Окупаемость проекта (дисконтированная), мес.	9
Окупаемость проекта (простая), мес.	11

## **12. Социально-экономическое и экологическое воздействие**

### **12.1. Социально-экономическое значение проекта**

При реализации проекта предусмотрено решение следующих задач:

- создание новых рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- создание нового места для цивилизованного и доступного досуга;
- поступление в бюджет г. Шымкент налогов и других отчислений.

В результате реализации проекта создадутся 13 новых рабочих мест.

### **12.2. Воздействие на окружающую среду**

В целом предприятие не наносит вреда окружающей среде, т.к. данная сфера предпринимательства не связана с созданием вредных отходов, в технологическом процессе не применяются вредные компоненты и вещества.

АО «ФОНД «ДЭМУ»