

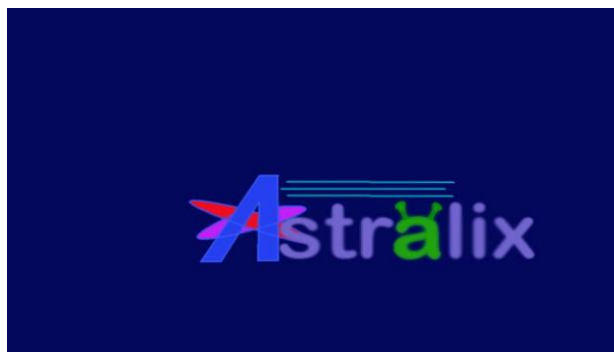
Biznes plan

dla parku rozrywki „Astralix”

I. Streszczenie planu

Park rozrywki „Astralix” jest przedsięwzięciem które wypełni lukę w branży rozrywkowej we wschodniej części naszego kraju. Głównym celem naszego przedsiębiorstwa jest dostarczenie rozrywki mieszkańcom Tarnowa oraz okolic za pomocą nowoczesnych atrakcji oraz wydarzeń kulturowych. Na terenie naszego parku będą znajdować się karuzele, diabelskie młyny, kolejki górskie oraz inne stopniowo wprowadzane obiekty pompujące adrenalinę starszym odwiedzającym oraz inne wspaniałe bawiące ich dzieci. Sercem naszego kompleksu będzie scena na której w godzinach późniejszych będą odbywać się koncerty inne wydarzenia kulturalne umilające czas naszym klientom. Na deptakach pomiędzy kolejnymi atrakcjami znajdować się będą budki oraz małe sklepiki z żywnością, napojami oraz pamiątkami. Całym przedsiębiorstwem będzie zarządzała doświadczona kadra kierownicza złożona z weteranów branży którzy po wieloletniej pracy w podobnej firmie postanowili założyć własną. Cały park zlokalizowany zostanie w pobliżu miasta Tarnów na działce o obszarze 7 ha z możliwym rozwojem obiektu na inne pobliskie obszary. Najwięcej potencjalnych klientów oczekujemy z miasta i okolic. W najbliższym otoczeniu jesteśmy bez konkurencyjni dlatego też planujemy kampanię marketingową nagłaśniającą nasz obiekt. Najbliżsi konkurencji znajdują się dopiero w województwie śląskim. Analizy finansowe na najbliższe lata wyglądają bardzo optymistycznie, a inwestycja najprawdopodobniej szybko się zwróci dzięki dużemu zainteresowaniu. Nasz kapitał inwestycyjny zapewni zakup działki na budowę parku oraz podstawowe działania takie jak ogrodzenie kompleksu czy zakup pomniejszych atrakcji. Ponad to możemy liczyć na dofinansowanie z Unii Europejskiej na rzecz rozwoju regionu na podstawie obiektów które prawdopodobnie powstaną w okolicy naszego parku. Zapewniony mamy również kredyt bankowy na kwotę 1 mln zł. Nasze przedsiębiorstwo ma dużą szansę rozwinąć się na macierzystym obszarze i wytworzyć nowe marki w postaci zabawek czy też filii w innych regionach Polski. Projekt Parku rodzinnej rozrywki „Astralix” wzbogaci wschodnią część Polski, zapewni miejsca pracy oraz spełni ambicje kadry zarządzającej.

II. Charakterystyka przedsiębiorstwa



1. Nazwa

Rodzinny park rozrywki „Astralix”

2. Uzasadnienie

Nazwa jest krótka, dość łatwa do zapamiętania, co jest szczególnie istotne w procesie tworzenia marki, która ma w przyszłości na trwałe wejść w świadomość klientów. Dodatkowo pierwszy człon

nazwy może budzić skojarzenia z przestrzenią kosmiczną.

3. Forma organizacyjno prawna

Przedsiębiorstwo „Astralix” jest spółką akcyjną S.A

1. Dane dotyczące właścicieli

Pan Paweł Zawiszowski – Założyciel/Dyrektor

- Absolwent wydziału prawa
- Wkład: 5 000 000 zł
- Doświadczenie w branży rozrywkowej

Pan Michał Firlejczyk

- Absolwent wydziału prawa
- Wkład: 3 000 000 zł
- Doświadczenie w branży rozrywkowej

Pan Patryk Szczot

- Absolwent wydziału zarządzania
- Wkład: 1 000 000 zł
- Doświadczenie w branży rozrywkowej

Pan Jakub Rajca

- Absolwent wydziału matematyki i logistyki
- Wkład: 1 000 000 zł
- Doświadczenie w branży rozrywkowej

Wszyscy właściciele po wieloletniej pracy w dużej firmie branży rozrywkowej postanowili dzięki nabytemu doświadczeniu i kapitałowi założyć własne przedsiębiorstwo.

2. Przedmiot działalności przedsiębiorstwa:

Rodzinny park rozrywki „Astralix” będzie prowadzić komercyjną działalność polegającą na budowie wszelakich urządzeń zapewniających pozytywne doznania odpowiednie dla docelowych grup wiekowych. Na terenie obiektu znajdować się będą również punkty sprzedaży żywności, napojów oraz pamiątek tak aby zadowolić naszych klientów

3. Lokalizacja

Rozległa działka w pobliżu Tarnowa o całkowitej powierzchni 71 287 m² bez hipoteki czy służebności.

4. Obszar działalności

Potencjalnych klientów widzimy w mieszkańcach najbliższej okolicy oraz w nieco dalszej odległości od naszego obiektu. Oferta naszego parku jest skierowana głównie do rodzin z dziećmi oraz nastolatków na terenie Tarnowa.

III. Analiza strategiczna

1. Analiza SWOT

Mocne strony przedsiębiorstwa	Słabe strony przedsiębiorstwa
<ul style="list-style-type: none">• Brak konkurencji w najbliższym otoczeniu• Nowoczesne atrakcje• Bliskość miasta• Unikalna nazwa	<ul style="list-style-type: none">• Duże koszty wykupu działki• Konserwacja atrakcji
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none">• Popularność parków rozrywki• Spora ilość potencjalnych klientów• Potencjał na kampanię marketingową• Możliwość uzyskania dotacji z Unii Europejskiej	<ul style="list-style-type: none">• Sezonowość przedsiębiorstwa• Możliwe pojawienie się konkurencji w pobliżu• Emigracja zarobkowa potencjalnych klientów• Duża konkurencja ogólnokrajowa

5. Warianty rozwoju

Branża rozrywkowa jest bardzo elastyczna w sprawach rozwoju przedsiębiorstwa. Nasz park rozrywki w przyszłości może zostać powiększony o nowe atrakcje i filie. Sama marka „Astralix” może stać się czymś więcej niż wyłącznie parkami rozrywki. Wszelkie zabawki, koszulki i inne gadżety sprzedawane na terenie parku mogą stać się osobną marką.

6. Pozyskanie inwestorów

Nasza firma ma duży potencjał rozwoju i jest bezkonkurencyjna na swoim obszarze. Potencjalni inwestorzy z pewnością zauważą nasze nowoczesne atrakcje i odpowiedzialną kadrę zarządzającą.

IV. Strategia działania

Jako że głównym przedmiotem działalności spółki będzie prowadzenie szeroko pojętego centrum rozrywki, podstawowym działaniem podjętym na początku jej istnienia jest zakup urządzeń, pozwalających tę że rozrywkę klientom udostępnić. Urządzenia charakterystyczne dla tego typu parków rozrywki (patrz: koszty) mamy zamiar pozyskać, kupując "po kosztach" wysłużone i najczęściej już niepotrzebne atrakcje z podobnych nam ośrodków na zachodzie Europy (głównie z parków w Niemczech), przemaslowywanie ich i sprzedawanie tłumom, jako najnowszych hitów prosto z zachodu. Pomóc ma w tym również lokalizacja naszego parku, gdyż wschodnia Polska, a w szczególności województwo Podkarpackie charakteryzuje się niską zamożnością mieszkańców, a co za tym idzie: niewielkim doświadczeniem odnośnie standardów europejskich. Dodatkowo w regionie będziemy w tej materii pionierem.

Atrakcje mają być dostępne na jeden, czasowy bilet wstępu (stosunkowo tani, przystępny dla miejscowych, a jednocześnie konkurencyjny dla innych parków rozrywki w Polsce). Dodatkowo, znajdujące się na miejscu budki handlowe oraz foodtrucky powinny zarabiać same na siebie, a nam, jako właścicielom terenu odprowadzać odpowiedni czynsz. Chcemy wystartować wraz z kampanią reklamową, która obejmie swoim zasięgiem media (gazety, radio) regionalne, a także ogólnopolskie (radio).

V. Analiza otoczenia

1. Główni konkurenci

Energylandia

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none">• Dobra kampania promocyjna• Różnorodność atrakcji• Atrakcje dla wszystkich grup wiekowych• Dobra lokalizacja• Cieszy się dużą popularnością• Częste eventy• Obecność restauracji w pobliżu parku	<ul style="list-style-type: none">• Krótki czas pobytu na rynku-od 2014 roku• Niekorzystny dojazd dla mieszkańców wschodniej polski• Wysokie ceny

2. Śląskie Wesołe Miasteczko

Mocne trony	Słabe Strony
<ul style="list-style-type: none">• Bardzo duża powierzchnia• Długi czas pobytu na runku-aż od 1959 roku• Duża liczba atrakcji• Spora popularność• Atrakcje dla każdej z grup wiekowych• Dobra lokalizacja• Niedawna renowacja atrakcji	<ul style="list-style-type: none">• Średnia kampanie promocyjna• Mała liczba eventów• Niedawne problemy techniczne niektórych obiektów

2. Potencjalni wchodzący

Dinopark Krasiejów- Należy do odrębnych parków rozrywki skupiających się głównie na młodszych odbiorcach. Cieszy się dużą popularnością ze względu na dużo liczbę figur dinozaurów oraz specjalnymi atrakcjami takimi jak np.: "Kapsuła Czasu"(jedyny taki obiekt w Europie). W celu uzyskania większych dochodów oraz przewagi nad swoją konkurencją mogliby poszerzyć swoją działalność o dodatkowe atrakcje typowe dla lunaparków, stając się jednocześnie silną konkurencją.

Dinopark Zator- Praktycznie tak jak powyżej.

Klienci:

- Praktycznie osoby w każdym wieku jeżeli zdrowie im dopisuje.

Dostawcy:

- **Energa-** energia elektryczna
- **Tarnowskie wodociągi Sp. Z oo-** woda oraz odprowadzanie ścieków
- **S.B.F. SRL-** karuzele
- **Sela Group S.R.L.-** reszta atrakcji lunaparku
- **YAMO-** sprzęt komputerowy
- **Lody VITO-** lody gałkowe
- **BanFood-** fast food-y oraz jednorazowe opakowania

- **ABAR Hurtownia Piwa-** napoje bezalkoholowe

Są to głównie spore przedsiębiorstwa jednak działające na dość konkurencyjnym rynku za wyjątkiem "Energa" oraz ABAR które z kolei jest lokalnym przedsiębiorstwem z małą konkurencją.

Substytuty:

- **Prasa ogólnopolska-** Gazeta Wyborcza
- **Lokalna prasa-** Gazeta Krakowska
- **Radio-** Radio Z
- **Nasza strona internetowa**

VI. Koszty

1. Koszty uruchomienia przedsiębiorstwa

W celu uruchomienia działalności parku rozrywki zostaną poniesione następujące koszty inwestycyjne, obejmujące:

- Zakup działki budowlanej
- Ogrodzenie i wyrównanie terenu parku
- Ustawienie atrakcji dla klientów
- Wybudowanie lokalu dla kadry zarządzającej
- Postawienie budek z jedzeniem i pamiątkami
- Wybudowanie toalet oraz kas.
- Stworzenie dróg oraz instalacja koszy

L.p	Nazwa środka trwałego	Ilość	Wartość łączn.
1	Działka budowlana	1	7 000 000,00 zł
2	Diabelski Młyn	2	1 000 000,00 zł
3	Karuzela	2	750 000,00 zł
4	Bungee	2	600 000,00 zł
5	Scena	1	1 200 000,00 zł
6	Ranger	2	1 200 000,00 zł
7	Kolejka górska	1	1 000 000,00 zł
8	Karuzela "Młot"	1	750 000,00 zł
9	Labirynt	1	400 000,00 zł
10	Budki z jedzeniem	5	250 000,00 zł
11	Budynek kadry	1	300 000,00 zł
12	Strzelnica	1	200 000,00 zł
13	Kosze	20	800,00 zł
14	Toalety	8	4 000,00 zł
	Razem:		14 654 800,00 zł

L.p	Nazwa usługi	Cena
1	Ogrodzenie Parku	15 000,00 zł
2	Budowa dróg	100 000,00 zł
3	Zamontowanie oświetlenia	300 000,00 zł
	Razem:	415 000,00 zł

Inwestycje w środki trwałe wyniosą więc **15 069 800,00 zł**.

Do powyższych wydatków należy wliczyć koszty poniesione, związane z założeniem przedsiębiorstwa (rejestracja/wpis do rejestru przedsiębiorców w Urzędzie Miasta w Tarnowie – około 500 zł, znaczki skarbowe i inne opłat związane z rejestracją w Urzędzie Skarbowym, ZUS (zgłoszenie jako płatnika) i Urzędzie Statystycznym (nr REGON), a także prowadzenie kampanii marketingowej – **10 000 zł**.

Łączne koszty uruchomienia przedsiębiorstwa uwzględniające inwestycje w środki trwałe i pozostałe opłaty wyniosą więc: **15 081 300 zł**. Źródłem finansowania będą środki pieniężne na rachunku bankowym należącym do firmy, kredyt uzyskany w banku na wysokość **1 000 000 zł** oraz dotacja unijna na rzecz rozwoju regionu w wysokości **1 000 000 €**.

L.p	Kapitał	w zł
1	Własny	10 000 000,00 zł
2	Obcy	5 430 000,00 zł
	Razem	15 430 000,00 zł

VII. Analiza kadrowa

1. Struktura zarządzająca:

Prezes zarządu: Paweł Zawiszowski

Członkowie zarządu: Jakub Rajca, Patryk Szczot, Michał Firlejczyk

2. Plan kadrowy:

Pracowników rekrutujemy wśród miejscowej ludności, najlepiej wiejskiej. Szczególnie zainteresowani jesteśmy młodymi kobietami (18-25 lat) o wzroście powyżej 1.75 oraz niskich wymaganiach finansowych. Wyjątek stanowią tzw. Kierownicy oddziałów. W tej roli zarząd widzi doświadczonych w branży pracowników, najlepiej rekrutowanych z kadr innych, konkurencyjnych ośrodków.

3. Płace i zatrudnienie:

Pracownik obsługi - 1800 zł/miesiąc, umowa tymczasowa

Kierownik oddziału - 4500 zł/miesiąc, umowa bezterminowa

Pracownik działu serwisowego – umowa zlecenie, około 2500 zł/miesiąc

Zyski członków zarządu - zależne od przychodów, szacowane: 12000 zł/miesiąc (prezes zarządu - 16000 zł/miesiąc)

VIII. Spis treści

Zawartość

I.	Streszczenie planu.....	2
II.	Charakterystyka przedsiębiorstwa	3
1.	Nazwa.....	3
2.	Uzasadnienie	3
3.	Forma organizacyjno prawna.....	3
1.	Dane dotyczące właścicieli	3
2.	Przedmiot działalności przedsiębiorstwa:	4
3.	Lokalizacja	4
4.	Obszar działalności.....	4
III.	Analiza strategiczna.....	4
1.	Analiza SWOT	4
5.	Warianty rozwoju	4
6.	Pozyskanie inwestorów.....	4
IV.	STRATEGIA DZIAŁANIA.....	5
V.	Analiza otoczenia	5
1.	Główni konkurenci	5
2.	Potencjalni wchodzący	6
VI.	Koszty.....	7
1.	Koszty uruchomienia przedsiębiorstwa.....	7
VII.	ANALIZA KADROWA	8
1.	Struktura zarządzająca:	8
2.	Plan kadrowy:	8
3.	Płace i zatrudnienie:	9
VIII.	Spis treści	10