

**Общество с ограниченной ответственностью
«КАРМАЛИЯ»**

УТВЕРЖДАЮ

Генеральный директор ООО «КАРМАЛИЯ»



А.В.Родичев

«01» сентября 2024 г.

БИЗНЕС-ПЛАН

**Разработка и производство настольных
трансформационных игр. Обучение игропрактике и
геймификации.**

Вологодская область, г. Череповец
2024 год

РЕЗЮМЕ

В данном проекте представлена модель разработки и производства тиража настольной трансформационной игры «КАРМАЛИЯ» в количестве **30.000** экземпляров, продажи которого запланированы на **2025** год.

Инициатор проекта: ООО «КАРМАЛИЯ» в лице генерального директора Родичева Алексея Викторовича, действующего на основании Устава.

Источники финансирования проекта: 100% частного инвестиционного капитала.

Объем инвестиций, необходимый для реализации проекта: 35.000.000 рублей.

Показатели экономической эффективности проекта

Показатели	Значение
Горизонт планирования, лет	2
Сумма инвестиций, млн.руб.	35
Выручка, млн. руб.	354
Чистая прибыль, млн. руб.	67
Прибыль инвесторов, млн. руб.	88
Расходы, млн. руб.	199
Срок окупаемости, лет	1,5
Рентабельность продаж, %	25
ROI, %	153,5

1. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

1.1. Идея проекта

Цель проекта: популяризация трансформационных игр среди целевой аудитории. В данный момент трансформационные игры являются трендовым и быстрорастущим направлением. Профессии **ИГРОРАКТИК** и **ИГРОМАСТЕР** внесены в список профессий будущего в рейтинге Сколково. В данной нише зафиксированы рекордные чеки, одним из которых является скандально известная игра **МАРАФОН ЖЕЛАНИЙ**.

Минусом данной ниши является отсутствие предложений, доступных широкой аудитории. Большинство игр, представленных на рынке, продаются исключительно профессионалам – ведущим трансформационных игр – это **B2B** формат. Тем не менее, начинается тенденция популяризации трансформационных игр на широкую аудиторию. Игра **КАРМАЛИЯ**, представленная в данном проекте, является претендентом на право называться первой трансформационной игрой, доступной широкой аудитории.

Игра **КАРМАЛИЯ** создана по мотивам древней ведической игры **ЛИЛА**, которая стала настолько популярной среди целевой аудитории, что уже продаётся в сети книжных магазинов **БУКВОЕД**. К сожалению, оригинальной игры **ЛИЛА** на российском рынке нет, поскольку она не защищена авторскими правами. Мы можем приобрести только реплики или пиратские копии. Но, несмотря на это и на то, что **ЛИЛА** достаточно сложна для интерпретации, она продаётся и пользуется популярностью среди людей, увлечённых саморазвитием, психологией и эзотерическими знаниями.

Зарегистрировав торговую марку **КАРМАЛИЯ**, выпустив первый тираж и проверив на практике доступность игры, мы пришли к выводу, что она имеет большое преимущество по сравнению с другими сложными психологическими трансформационными играми. В **КАРМАЛИЮ** наши друзья, клиенты, партнёры и коллеги играют дома также, как в **МОНОПОЛИЮ**.

МОНОПОЛИЯ является самой популярной трансформационной игрой в мире. Это игра про деньги, в которую играют даже дети. Мы уверены, что если игра про деньги стала такой популярной, то игра про карму должна стать не менее востребованной, особенно в наше время, когда рост социального кризиса дошёл до пиковых показателей.

Наша цель – вывести игру **КАРМАЛИЯ** на международный рынок, а молодое направление **КАРМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ** или **КАРМАТЕРАПИЯ** сделать трендовым в нише посредством продажи образовательных программ через **on-line** академию.

1.2. Выгоды и риски проекта

Привлекательность рынка:

- Высокий спрос на трансформационные игры и обучение профессии.
- Высокая маржинальность.
- Эффективность геймификации и игровых методик.
- Ориентир на корпоративную среду.
- Курс Правительства РФ на поддержку отечественных брендов.
- Выход на международный уровень.

Риски проекта:

- Быстрорастущая конкуренция.
- Копирование методик конкурентами.

1.3. Местоположение проекта

Мы планируем формирование команды и открытие офиса, цеха и шоу-рума в г. Череповец Вологодской области. Общая площадь помещения – 100-150 кв.м. Помещение разделено на три локации – офис, цех и шоу-рум. В офисе располагаются менеджер по продажам и экономист. В цехе работают дизайнер, художник, копирайтер и IT-специалист. В шоу-руме пишется видео-контент, работает интервьюер, оператор и режиссёр. Поскольку большая часть процессов отдана на аутсорсинг, небольшой команды вполне достаточно для закрытия всех основных задач по проекту.

В дальнейшем возможно открытие игровых клубов и образовательных центров по франшизе в городах-миллионниках. Сейчас становятся популярными коворкинги в различных специализированных нишах, например, фитнес-коворкинги, бьюти-коворкинги, коворкинги для риэлторов и т.д. Мы задумываемся о подобном эксперименте в направлении консалтинговых профессий – психологов, астрологов, тарологов, рунологов, игропрактиков и т.д. Быстрый рост ниши создал благоприятные условия для открытия подобных центров в крупных городах.

Также возможен формат пригородных ретритных центров. Это мини-санатории для людей, ведущих активный образ жизни, которым просто необходимо периодически выделять время для отдыха и перезагрузки. В таких местах обычно проходят презентации различных оздоровительных программ, тренинги, семинары и прочие обучающие курсы, а также предоставляются услуги вышеописанных специалистов в комплексе с различными оздоровительными процедурами. Такие центры также становятся популярными и востребованными. Так или иначе, мы планируем взаимодействовать с уже работающими ретритными центрами, студиями йоги и образовательными центрами.

1.4. Описание производимой продукции

Основной продукт, представленный в данном проекте – настольная трансформационная игра **КАРМАЛИЯ** версии 2.0 – 2024 года. Эта версия игры ориентирована на продажу целевой аудитории через маркет-плейсы.

Также мы представим лимитированное специализированное издание игры версии 2.1 PRO – для специалистов, работающих с людьми. Эта версия сделана из более дорогостоящих материалов, выпускается под заказ и продаётся в комплексе с обучающей программой по игропрактике и геймификации.

Наши обучающие программы также можно вынести в отдельное направление on-line академии. Эти программы могут продаваться как в комплексе с основным продуктом, так и отдельно. Особое внимание мы планируем уделить эффективному методу работы с людьми под названием **КАРМАТЕРАПИЯ**, который является полностью самостоятельным продуктом, проверенным и готовым к продажам. **КАРМАТЕРАПИЯ** - практически ориентированная методика для людей, желающих быстро восстановить физическое, эмоциональное и ментальное здоровье. Эта методика является прекрасным дополнением к игре **КАРМАЛИЯ** и даёт человеку инструкцию по применению полученных во время игры инсайтов.

Кроме основных продуктов, мы планируем выпускать дополнительную продукцию под брендом **КАРМАЛИЯ** для выбранной целевой аудитории. В наших планах выпустить такие продукты, как парфюм и линейку украшений ручной работы из натуральных камней. Также мы планируем брендировать стильный мерч – коврики для йоги, маски и подушки для медитации, ежедневники и т.п.

1.5. Этапы развития проекта

Мероприятие	Срок реализации
1 этап	
Привлечение инвестиций	Октябрь 2024 г.
2 этап	
Формирование команды, открытие офиса.	Ноябрь 2024 г.
3 этап	
Доработка макетов, выбор актуальных подрядчиков	Ноябрь 2024 г.
4 этап	
Выпуск первой партии игр	Декабрь 2024 г.
5 этап	
Рекламная кампания, старт продаж, выпуск мерча	Декабрь 2024 г.
6 этап	
Презентация обучающей программы «КАРМАТЕРАПИЯ»	Январь 2025 г.
7 этап	
Выпуск второй партии игр и дополнительной продукции	Апрель 2025 г.
8 этап	
Апгрейд игры и выпуск третьей партии игр	Декабрь 2025 г.

2. ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

В рамках данного проекта мы планируем открыть офис и разместить в нём отдел разработки, а также шоу-рум для записи цифрового контента. Для этого необходимо подобрать подходящее помещение, сделать ремонт и оборудовать рабочие места. Ниже приведена смета затрат на организацию офиса.

Смета затрат на организацию офиса

Наименование	Количество	Цена, руб.	Сумма, руб.
Ремонт помещения	100 кв.м.	3.000	300.000
Ноутбук 15.6" Ноутбук Maibenben M547	5 шт.	50.000	250.000
Комплект оборудования для записи цифрового контента: Зеркальная камера Canon EOS 2000D Kit 18-55mm DC, Экшн-камера SJCAM SJ360 (4 шт.), Стабилизатор SJCAM Gimbal-2, Штатив Rekam MOBIPOD E-120 (4 шт.), Штатив GreenBean VideoMaster 306, Стабилизатор Zhiyun Crane-M2 S Combo, Микрофон Saramonic LavMicro-S (4 шт.), Радиосистема BOYA BY-WM4 Pro-K2, Кольцевая лампа Rekam RL-36 LED Kit, Комплект постоянного света Falcon Eyes KeyLight 425LED SBU Kit, Хромакей Cactus GreenMotoExpert 200x200, Осветитель Godox LED170, Видеокамера Rekam DVC-560	1 компл	550.000	550.000
Принтер струйный Epson WorkeForce Pro WF-M5299DW	1 шт.	50.000	50.000
Канцтовары и технические расходы	5 комп.	10.000	50.000
Офисная мебель: стол, кресло, тумба, полка	5 комп.	20.000	100.000
ИТОГО:			1.300.000

Процесс производства игровых комплектов полностью перенесён на аутсорсинг, за исключением сборки компонентов и финишной упаковки. Этот процесс мы планируем реализовывать собственными силами до тех пор, пока не найдём подрядчика, который полностью закроет наши задачи по выгодной с точки зрения себестоимости договорённости.

В текущей реальности мы имеем восемь подрядчиков на изготовление различных элементов игровых наборов. Ниже в таблице представлены расходы на изготовление игровых комплектов, а также расходы на финишную упаковку. Расходы на логистику и временное хранение упакованного тиража представлен отдельно.

Расходы на производство игровых комплектов

Наименование	Количество	Цена, руб.	Сумма, руб.
Игровое поле на холсте, УФ-печать, 600х600	30.000	147	4.410.000
Колода ламинированных карт с описанием жизненных аспектов в картонной коробочке, 72 шт., 70х100	30.000	160	4.800.000
Колода ламинированных метафорических карт в картонной коробочке, 72 шт., 70х100	30.000	160	4.800.000
Правила игры, двусторонняя печать, А3	30.000	20	600.000
Белый картонный тубус-футляр для правил, 38х150	30.000	140	4.200.000
Чёрный брендированный фирменный тубус, 80х640	30.000	120	3.600.000
Две деревянные игральные кости – белая и чёрная, 16х16	30.000	67	2.010.000
Шесть разноцветных фигурок «Медитирующий Космонавт»	30.000	133	3.990.000
Брендированный бархатный мешочек чёрного цвета для аксессуаров	30.000	20	600.000
Брендированная коробка для транспортировки	30.000	13	390.000
Упаковка в термоплёнку	30.000	13	390.000
Наклейка	30.000	7	210.000
СЕБЕСТОИМОСТЬ ИГРОВОГО КОМПЛЕКТА:		1.000	-
ИТОГО:			30.000.000

В таблице видна себестоимость одного комплекта **1.000** рублей при расчёте на печать тиража в один этап и при заказе у российских подрядчиков. При разбивке заказа тиража в два и более этапов себестоимость игрового комплекта может вырасти до **30%** от текущей себестоимости, а также увеличатся расходы на логистику и хранение.

Расходы на логистику и хранение

Наименование	Вес, кг.	Стоимость, руб.
Доставка игровых полей	3.000	30.000
Доставка колод	15.000	100.000
Доставка правил и наклеек	750	10.000
Доставка тубусов	4.000	200.000
Доставка фигурок	1.800	27.000
Доставка мешочков	400	5.000
Доставка коробок	900	7.000
Доставка кубиков	1.400	25.000
Хранение тиража (расчёт на 2 года)	-	200.000
Доставка до маркетплейса	29.800	350.000
ИТОГО:		954.000

3. ФИНАНСИРОВАНИЕ ПРОЕКТА

Для реализации проекта необходимо сформировать команду, открыть офис, выпустить тиража игровых комплектов 30.000 экземпляров и реализовать его в течение двух лет.

Финансирование проекта предусматривается за счет привлечения частных инвестиций.

Общий объем финансовых ресурсов, необходимых для реализации проекта составляет 35.000.000 рублей.

Потребность в инвестициях

Статьи расходов	Сумма, тыс.руб.
Формирование команды и открытие офиса	1.300
Производство игровых комплектов	30.000
Логистика и хранение тиража	954
Разработка мобильного приложения для смартфонов	1.740
Аренда помещения (расчёт на 1 год)	600
Коммунальные расходы (расчёт на 1 год)	120
Прочие расходы, буфер безопасности (расчёт на 1 год)	286
ВСЕГО ОБЪЁМ ИНВЕСТИЦИЙ:	35.000

4. ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ ПРОЕКТА

4.1. Условия и допущения, принятые для расчетов

Выбранный горизонт планирования – 24 месяца (2 года).

Основная валюта проекта – рубль.

Чистые денежные потоки по шагам проекта формируются из операционных и инвестиционных потоков денежных средств проекта.

4.2. Исходные данные для расчета

План продаж по годам (базовый сценарий)

Наименование	2025 год, тыс.руб.	2026 год, тыс.руб.
Игра КАРМАЛИЯ – версия 2.0	50.000	187.000
Игра КАРМАЛИЯ – версия PRO + обучение	12.000	12.000
Дополнительные продукты, мерч	12.000	81.000
ИТОГО:	74.000	280.000

Численность сотрудников и фонд оплаты труда

Для реализации проекта необходимо укомплектовать штат из 9 постоянных рабочих мест.

Запланирована индексация заработной платы на 10% в год.

Численность сотрудников и фонд оплаты труда

#	Должность	Количество, чел.	2025 г., тыс.руб.	2026 г., тыс.руб.
ОФИС		3		
1	Генеральный директор	1	600	660
2	Маркетолог	1	300	330
3	Менеджер по продажам	1	300	330
ШОУ-РУМ		3		
4	Режиссёр	1	600	660
5	Интервьюер	1	300	330
6	Оператор	1	300	330
ЦЕХ		3		
7	IT-специалист	1	600	660
8	Копирайтер	1	300	330
9	Дизайнер	1	300	330
ВСЕГО		9	3.600	3.960

Постоянные и переменные расходы

Переменные расходы запланированы с учетом затрат по каждой статье пропорционально объему производимой продукции.

К постоянным затратам для целей планирования отнесены:

Арендная плата за офис и склад

Расходы на заработную плату

Отчисления от заработной платы

Административные и офисные расходы

Прочие постоянные затраты

К переменным затратам для целей планирования отнесены:

Реинвестиционный капитал на производство новых тиражей

Расходы на маркетинг

Налоги

Все вышеперечисленные расчёты представлены в ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ, прилагаемой к данному бизнес-плану.