

Команда «Пчелята»

Бизнес-план на частный детский  
садик  
«Пчёлка»

Выполнили:

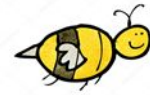
Муталибова К.А.

Голоднева Е.А.

Группа СП-51



# Целевая группа



## На сегодняшний день Вверх-Исетский район Екатеринбурга испытывает острую нехватку мест в дошкольных учреждениях.

1. Ежемесячно на обеспечение местами в детских садах встают около 300 человек.
2. Около двух тысяч стоят в очереди на перевод из одного садика в другой.



# Сложная экономическая ситуация в настоящее время, как не странно, благоприятное время для открытия частного детского сада

1. детские сады направлены на внутренний рынок



1. себестоимость их услуг не зависит от курса доллара



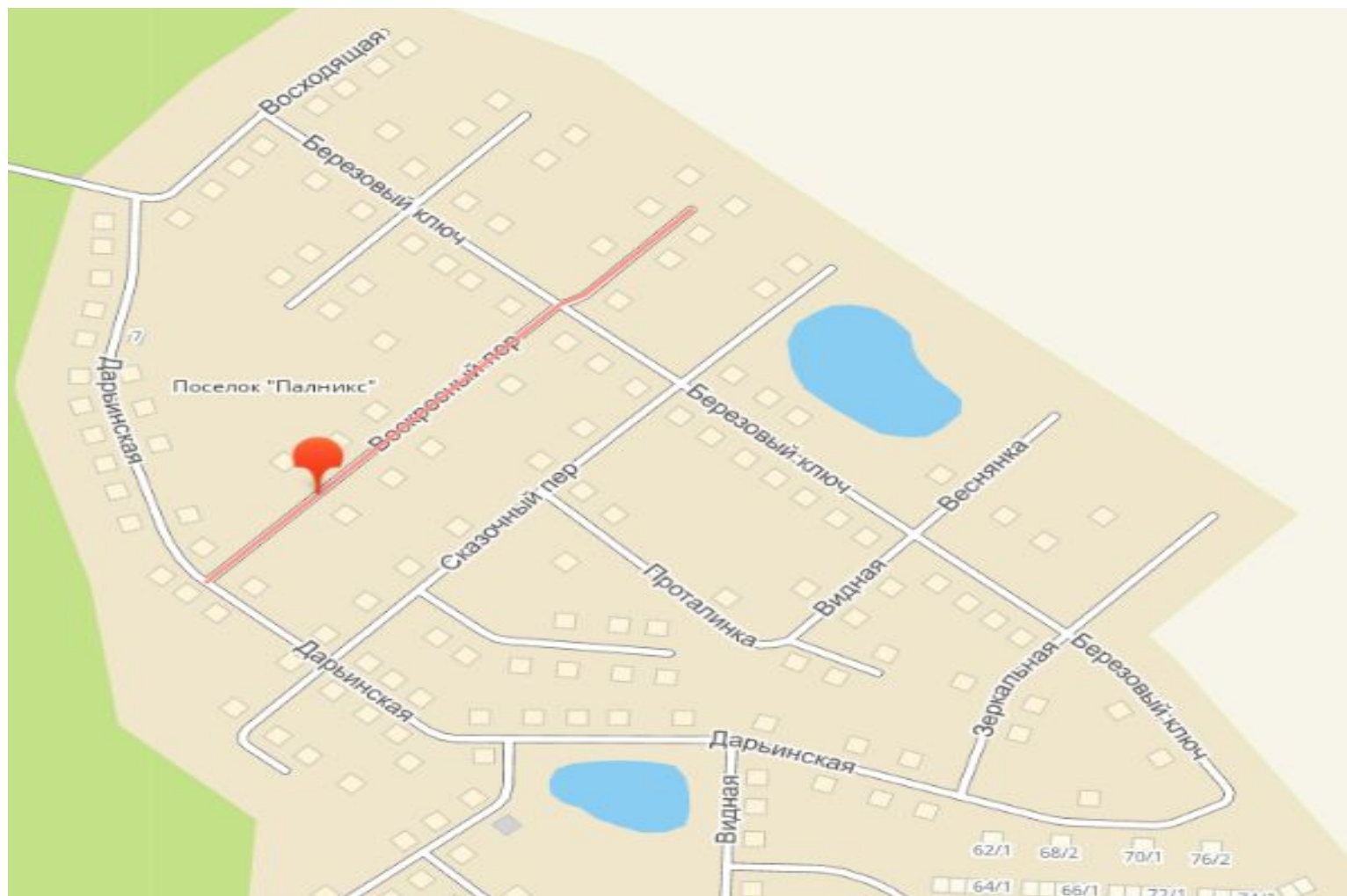
# Детские сады можно разделить на следующие типы:

- Крупные частные детские сады
- Средние частные сады
- Маленькие частные сады



Наш детский сад будет относиться ко второму типу, поэтому анализируя ценовые предложения мы будем ориентироваться именно на такие заведения.

По близости от расположения детского сада нет частных детских садов или муниципальных бюджетных дошкольных образовательных учреждений.



# Конкуренты

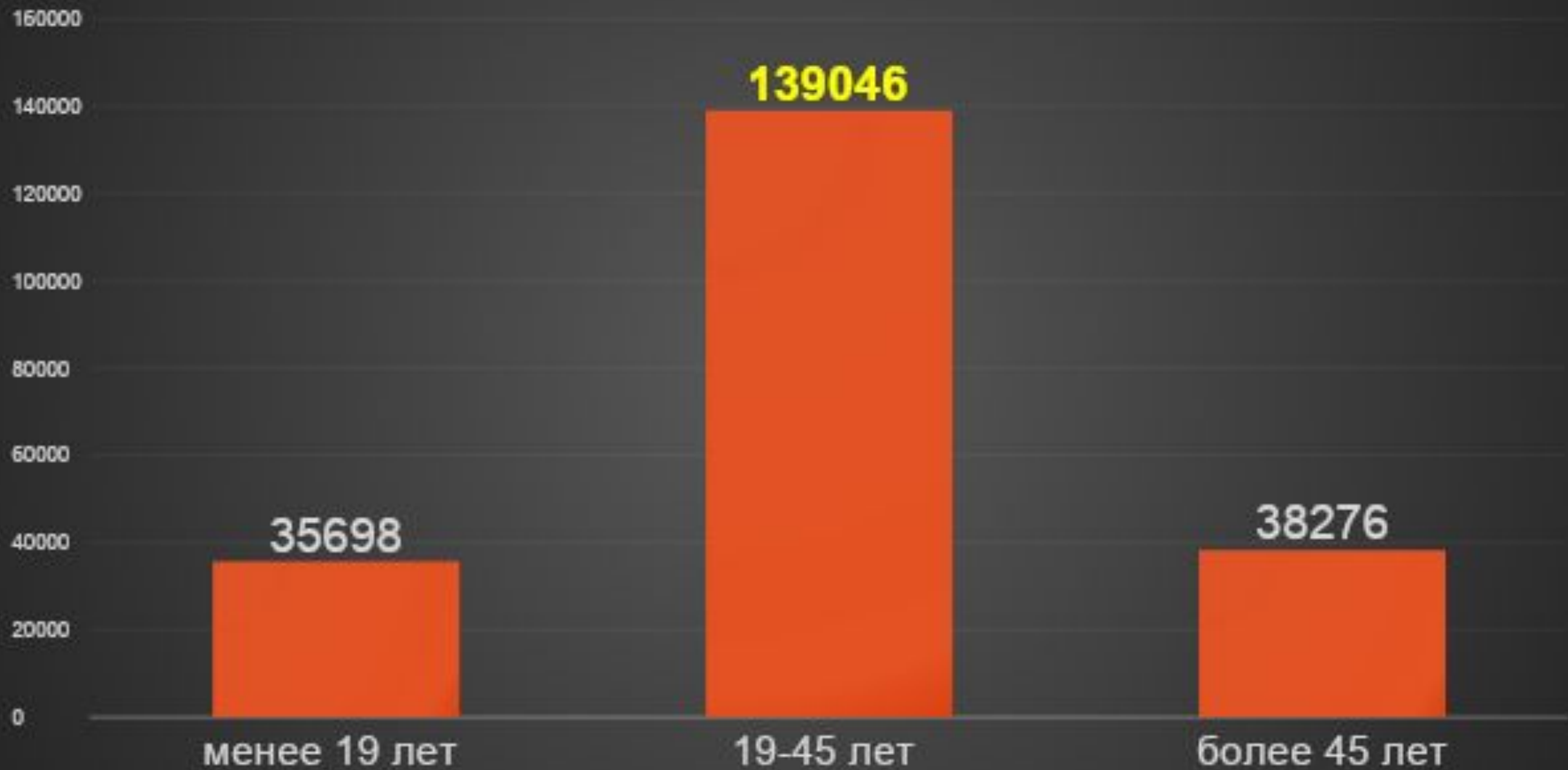
Детский сад	Адрес	График работы	Видео-наблюдение	Развивающие занятия	Тихий час	Питание	Консультации для родителей	Стоимость
Наш садик								
«Пчёлка»	пер. Воскресный д.5.	08:00-19:00	+	Более 10	+	возможно специальное	+	30 000
Конкуренты								
«Тёма»	Ул. Анатолия Мехренцова д. 34	07:30-19:00	+	только музыкальные	+	не предусмотрено специальное	-	20 000
«УМКА»	Ул. Смородиновая д. 20	8.00-18.00	-	Более 20	-	возможно специальное	+	45 000

# Численность города Екатеринбург-1 420 133 чел.

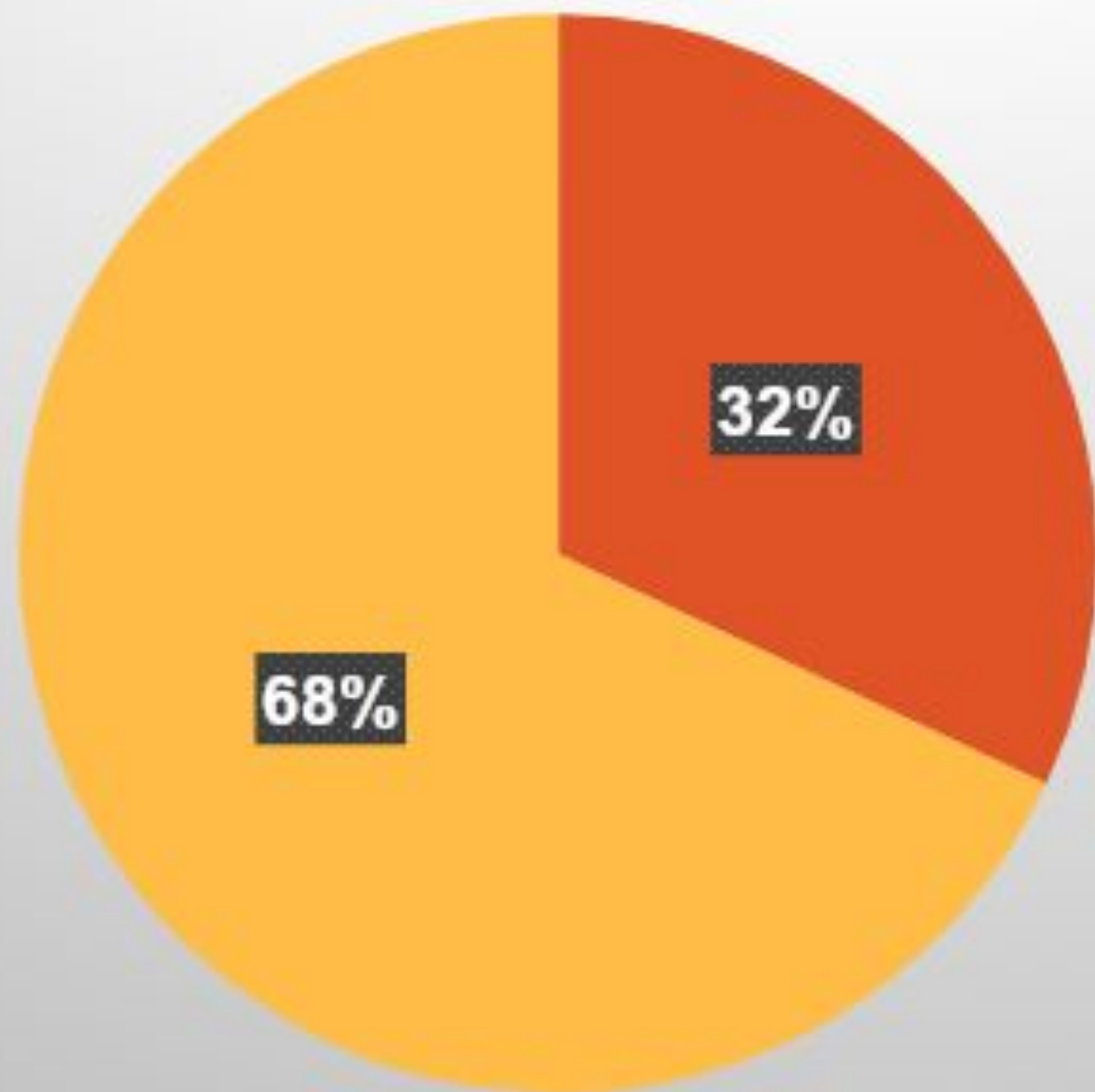


Численность Верх-Исетского района-213 020 чел.



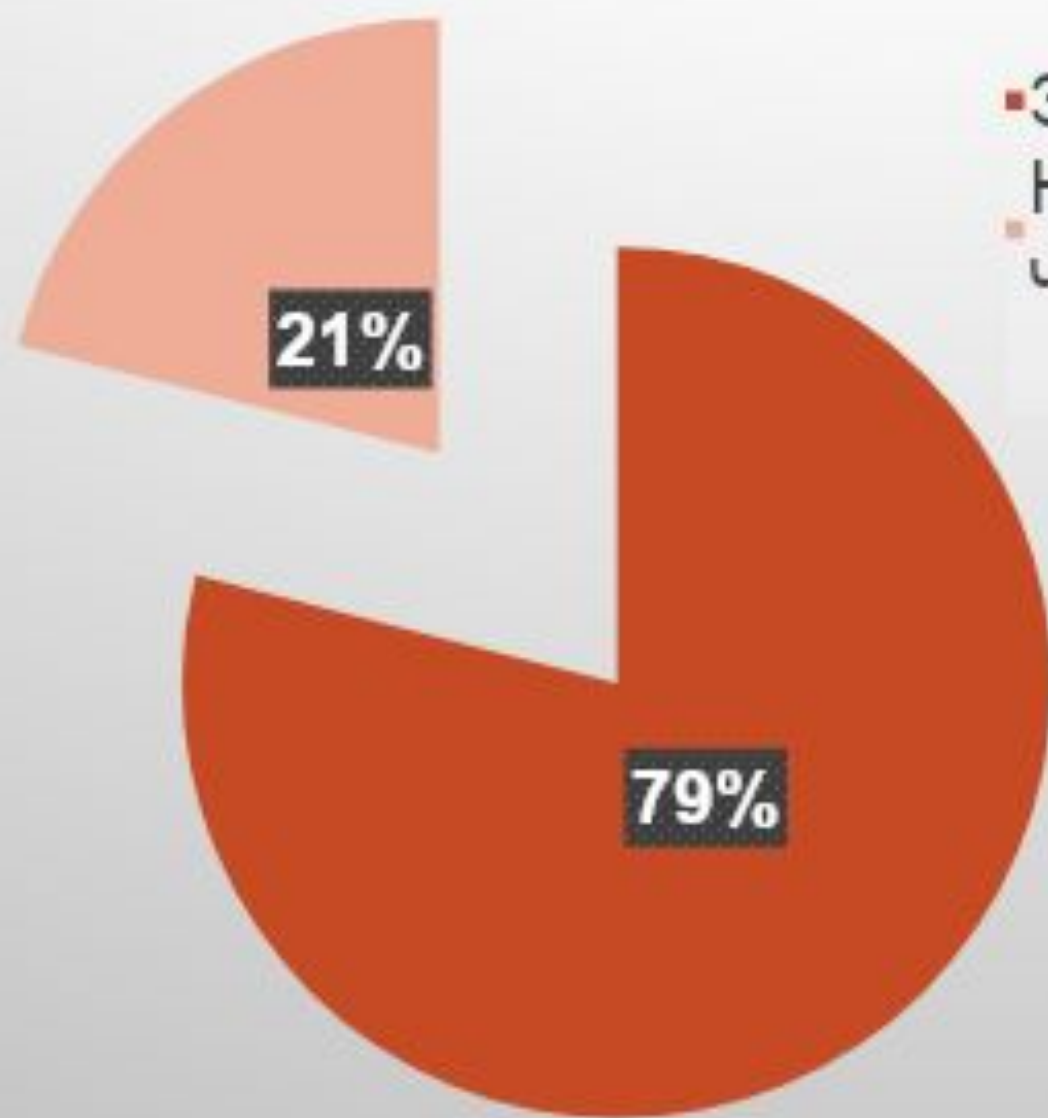


## Наличие детей в семье



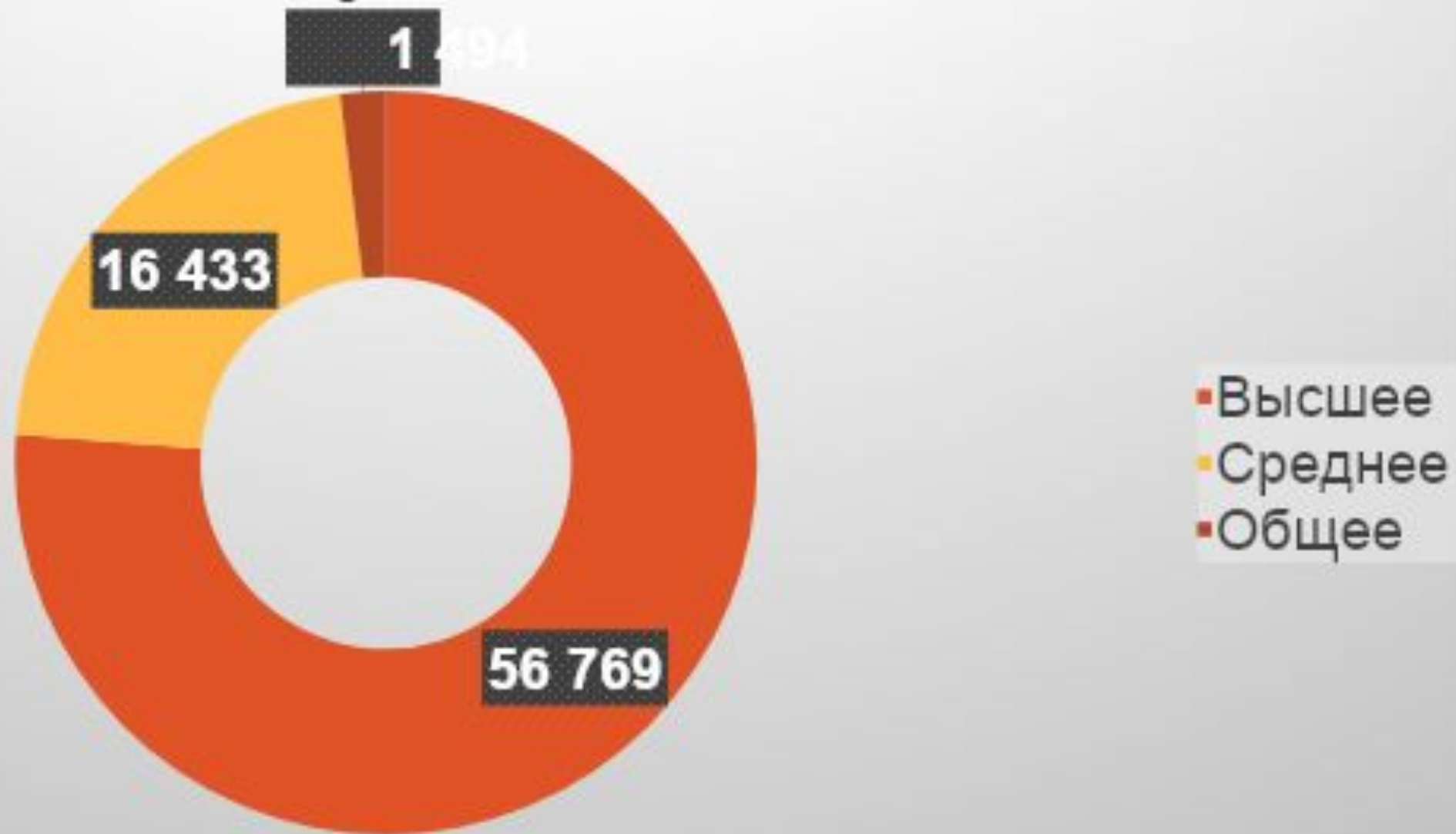
- Не имеют детей 44494 чел.
- Имеют детей 94552 чел.

## Семейное положение



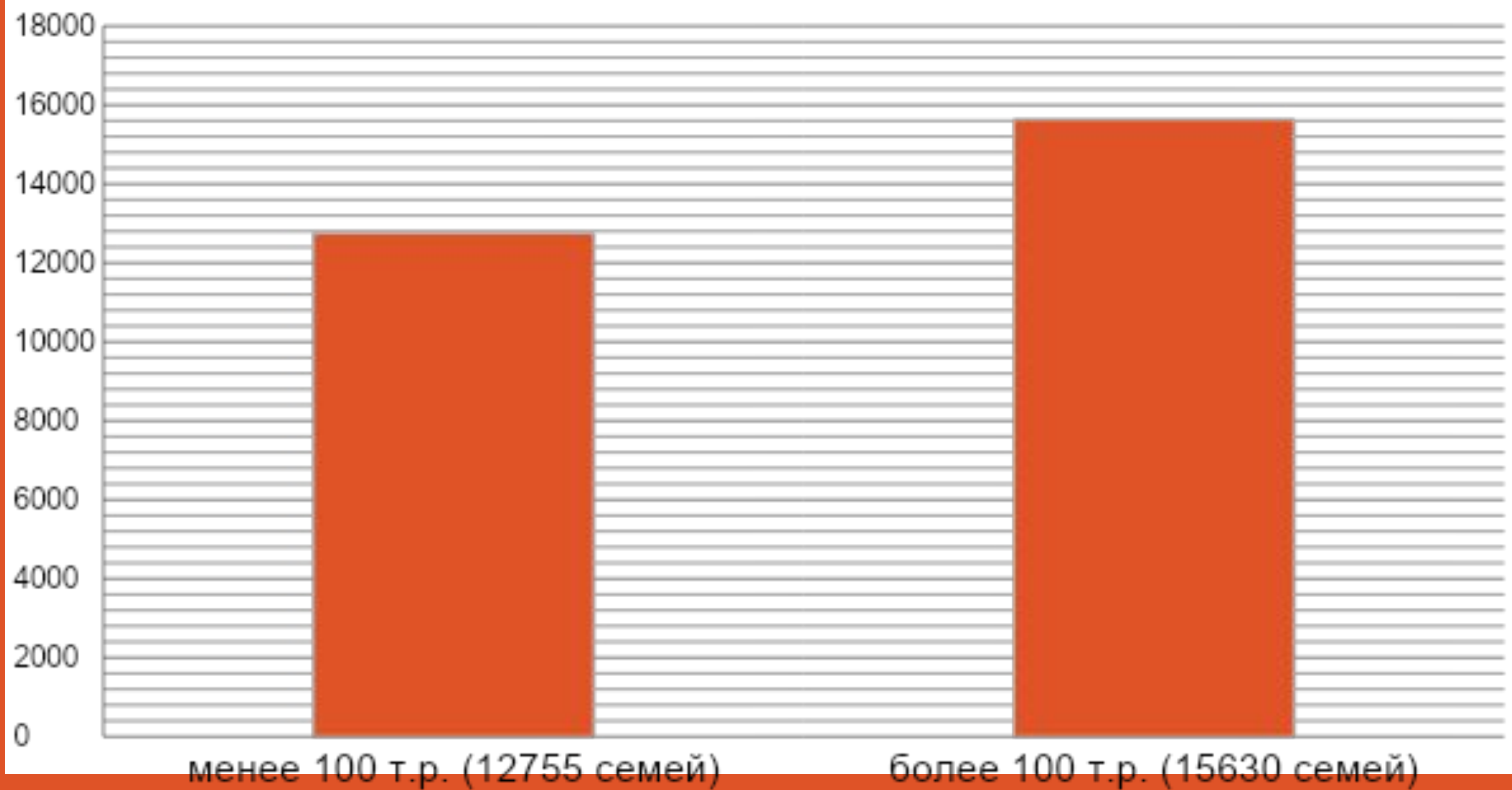
- Замужем/женат 74696 чел.
- Не замужем/не женат 19856 чел.

# Образование



Количество семей:  $56\ 769 \text{ чел}/2=28\ 385$





## Целевая аудитория:

15630-возможное количество семей заинтересованных в частном детском садике (при условии, что в каждой семье один ребенок).



# Количество детей

Большие садики  $250 \text{ (детей)} * 40 \text{ (кол-во садиков)} = 10000 \text{ детей}$

Средние садики  $60 \text{ (детей)} * 20 \text{ (кол-во садиков)} = 1200 \text{ детей}$

Маленькие садики  $100 \text{ (детей)} * 10 \text{ (кол-во садиков)} = 1000 \text{ детей}$

$10000 + 1000 + 1200 = 12200 \text{ детей}$

$15630 - 12200 = 3430 \text{ детей}$





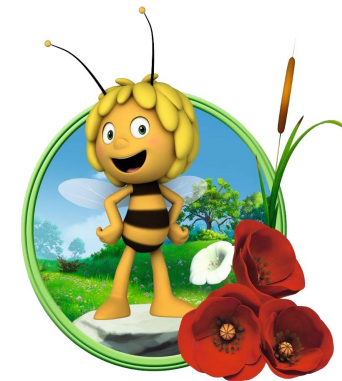
# Доля рынка

Доля рынка=размер нашего рынка/рынок Верх-Исетского района

$$\text{Доля рынка}=(3430/213020)*100\%=1,61\%$$



# Портрет клиента



ДЕТСКИЙ САД  
"ПЧЁЛКА"

# Методы определения целевой аудитории.

Разделения на сегменты является 5W, в ней все предельно просто:

1. what? Товар: услуга
2. who? Потребитель: пол, возраст, национальность и т.д.
3. why? Мотив: выгодная цена, красивая упаковка, интерес к новинкам и т.д.
4. when? Время покупки: июнь, август
5. where? Где происходит продажа: в садике

Для создания правильного и полезного портрета целевой аудитории нужно руководствоваться устойчивыми характеристиками потребителей:

1. География (страна проживания, национальность, уровень жизни, численность населения);
2. Демография (возраст, половая принадлежность, положение в обществе);
3. Экономика (профессия, уровень доходов-расходов);
4. Психология потребителей (мировоззрение, темп жизни, темперамент);
5. Прочие характеристики (привычка к бренду, принцип, мотивация покупки, её важность и прочие).

# Спасибо за внимание!

