

БІЗНЕС ПЛАН

Сервис здорового питания «Gantelka»



СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ	2
РЕЗЮМЕ	3
1. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА	6
1.1. АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА	6
1.2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА	7
1.3. МЕСТО РАСПОЛОЖЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА	7
1.4. КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА	8
2. РЫНОК	10
2.1. АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И ТЕНДЕНЦИЙ РЫНКА ЗАКАЗОВ ПИЩИ	10
2.2. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ	11
2.5. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА	15
3. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН	16
3.1. ЦЕЛИ МАРКЕТИНГА	16
3.2. МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ	16
3.3. ПРОГНОЗНЫЙ ПЛАН ПРОДАЖ ПО ПРОЕКТУ	17
3.4. SWOT – АНАЛИЗ	22
4. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН	24
5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН	27
5.1. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ХОЗЯЙСТВА	27
5.2. ПОТРЕБНОСТЬ В ТРУДОВЫХ РЕСУРСАХ, ИХ СТОИМОСТЬ	27
6. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА	29
6.1. СТРУКТУРА ИНВЕСТИЦИОННЫХ РАСХОДОВ	29
6.2. ГРАФИК ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА	29
7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	30
7.1. ПРОГНОЗ ПОСТОЯННЫХ РАСХОДОВ	30
7.2. ПРОГНОЗ ПЕРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ	30
7.3. НАЛОГИ	30
7.4. ПРОГНОЗ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ	31
7.6. ПРОГНОЗ ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ	32
7.7. ПРОГНОЗНЫЙ БАЛАНС ПРЕДПРИЯТИЯ	38
8. АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА	39
8.1. ОЦЕНКА ПРОЕКТА, ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТЬ И НАПРАВЛЕННОСТЬ	39
8.2. ПЕРИОД ОКУПАЕМОСТИ ПРОЕКТА (РВР)	42
8.3. ЧИСТАЯ ТЕКУЩАЯ СТОИМОСТЬ (NPV)	42
8.4. ДИСКОНТИРОВАННЫЙ ПЕРИОД ОКУПАЕМОСТИ (DPB)	43
8.5. ВНУТРЕННЯЯ НОРМА РЕНТАБЕЛЬНОСТИ (IRR)	43
8.6. СРЕДНЯЯ НОРМА РЕНТАБЕЛЬНОСТИ (ARR)	44
8.7 ИНДЕКС ДОХОДНОСТИ (PI)	44
8.8. ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ	44
9. АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ	46

РЕЗЮМЕ

КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

Проект предусматривает создание предприятия, которое предложит жителям Киева сервис доставки здорового питания. Уже создан сайт компании (<http://gantelka.in.ua>), есть определенная наработанная группа потребителей.

Ассортимент товаров компании включает рационы круглосуточного здорового питания (4-6 разовое питание, рассчитанное на целый день) и бизнес-ланчи (программы 3-х разового питания для офисных работников). Приготовление пищи будет производиться на арендованной кухне, поэтому покупка основных средств не предусмотрена.

Рационы здорового питания будут производиться исключительно под индивидуальный заказ, согласно предложенным программам питания – специалисты Компании определяют необходимое количество калорий и просчитают рацион, согласно поставленной потребителем цели. В стоимость заказа будет включаться доставка еды по Киеву и набор одноразовых приборов.

АКТУАЛЬНОСТЬ

Здоровое питание приобретает популярность в мире уже последние несколько лет. Создается все больше специализированных заведений питания, где в приоритете уже не фаст-фуд. Растет и количество сторонников этого вида пищи - потребители видят много положительных сторон для того, чтобы составить свой рацион питания только из тех продуктов, которые смогут принести организму максимальную пользу.

Здоровое питание позволяет насыщать все клетки организма необходимыми компонентами, каждая из которых играет свою функцию в жизнедеятельности человеческого организма. Конечно, правильно питаться достаточно сложно в современном мире, ведь на полках в магазинах в основном лежат продукты, в состав которых входит множество загустителей, красителей и добавок. Особую сложность вызывает и необходимость постоянного просчета количества употребляемых калорий. Да и готовить большое количество блюд каждый день – утомительное занятие, особенно в условиях постоянной нехватки времени.

Все вышеперечисленное и обуславливает актуальность создания Сервиса здорового питания, разработанного для людей, заботящихся о своем здоровье.

СРОК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Горизонт планирования – 3 года с ежемесячной детализацией (36 месяцев).

ОБЩАЯ СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА, ПОТРЕБНОСТЬ В ИНВЕСТИЦИЯХ

Общая сумма, необходимая для реализации проекта, составляет 601 940 грн.

В первоначальные инвестиции включены затраты на разработку сайта и меню, обустройство рабочих мест менеджера и администратора, аренду кухни, покупку инвентаря повара, рекламную кампанию и продвижение сайта, а также покрытие затрат на выход в точку безубыточности. Распределение инвестиций отражено в таблице 1.

Таблица 1. Использование инвестиций

Инвестиции	Цена за ед, грн	Количество	Общая стоимость, грн
Разработка сайта и бренда (уже израсходовано)	135 900	1	135 900
Нейминг	1 600	1	1 600
Разработка логотипа	2 000	1	2 000
Разработка меню	8 000	1	8 000
Первый и последний месяц аренды помещения	18 000	2	36 000
Закупка инвентаря повара (комплект)	5 000	1	5 000
Оснащение рабочего места менеджера продаж и администратора	10 000	2	20 000
Начальная закупка наклеек для судков и пакетов	600	1	600
Фото для рекламы	700	1	700
Разработка маркетинговой стратегии, нового сайта и его оптимизация	135 500	1	135 500
Предстартовая рекламная компания (расходы на контекстную рекламу, печать рекламных брошюр)	10 000	1	10 000
Разработка видеороликов	8 943	1	8 943
Всего прямых инвестиций			364 243
Покрытие расхода к выходу в точку безубыточности (оборотные средства)			237 697
Всего инвестиций			601 940

ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА

Прогнозная сумма инвестиций – 601940 грн.

Срок окупаемости составляет 15 месяцев.

Дисконтируемый срок окупаемости составляет 16 месяцев.

Чистая приведенная стоимость – NPV – 1 463 710 грн.

Проведенный ниже финансово-экономический анализ проекта свидетельствует о его достаточной эффективности, а также о наличии среднего запаса прочности.

Таблица 2. характеристики эффективности проекта

Показатели проекта	Единица измерения	Значение
Период окупаемости (Discount payback period)-PP	месяцев	16
Дисконтированный период окупаемости (Discount payback period)-DPP	месяцев	16
Проектный период (Project period)	месяцев	36
Настоящая стоимость денежных потоков (Present Value) – PV	грн	1 827 953

Показатели проекта	Единица измерения	Значение
Чистая нынешняя стоимость (Net Present Value) – NPV	грн	1 463 710
Внутренняя ставка доходности (Internal rate of return) – IRR	%	100,29%
Средняя норма рентабельности (Average rate of return) – ARR	%	218%
Индекс доходности вложений (Profitability index) – PI	ед.	5,02
EBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization)	грн	3 600 581
EBIT (Earnings Before Interest and Taxes) – Операционная прибыль	грн	3 600 581

ИССЛЕДОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Проект генерирует необходимый уровень доходов, имеет средний запас прочности, вложения в него обоснованы и экономически выгодны. Проект можно классифицировать как прибыльный и эффективный со средним уровнем рисков, перспективный для развития.

1. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

1.1. Актуальность проекта

Вести здоровый образ жизни и демонстрировать его окружающим стало очень престижно. По данным количественного исследования Trendwatching Ukraine, такого мнения придерживаются 60% респондентов – жителей украинских мегаполисов в возрасте 18-35 лет. Для них здоровое питание – часть положительного имиджа. Дополнительный бонус – улучшение самочувствия.

Здоровый тренд стал частью жизни современного потребителя, готового менять свой рацион и привычки питания, потому что знает, как лишний вес влияет на здоровье. Как следствие, потребительские повадки влияют на рынок продовольственных товаров. Доля продаж здоровых категорий (вода, фрукты, чай, овощи, йогурты и молочные продукты) в Украине и всей Восточной Европе растет быстрее по сравнению с долей продаж нездоровых категорий (сладкие газированные напитки, чипсы, шоколад, печенье): + 15% для здоровых и +11%.

Этот тренд обуславливает рост привязанности ко всему, что предлагает здоровую пищу – заведений и сервисов здорового питания.

Рост популярности сервисов по доставке здорового питания обуславливается и готовностью потребителей периодически отказываться от хлопот самостоятельного приготовления в пользу готовой пищи. Основными преимуществами заказов пищи являются:

1. Экономия времени: не придется долго размышлять над приготовлением того или иного блюда, ходить по магазинам в поисках нужных товаров, тратить время на приготовление целого меню разнообразных блюд.
2. Очень часто из-за дефицита свободного времени людям приходится есть вчерашние блюда или питаться нездоровой пищей. Доставка здоровой пищи позволяет выбрать наиболее оптимальную программу питания и не беспокоиться о качестве употребленного.
3. Самый важный плюс – это экономия денег, по сравнению с походом в ресторан или кафе. В любом заведении человек платит не только за одну еду, но и за обслуживание, в т.ч. стоимость аренды стола. Важно, что при заказе рациона или программы питания, человек платит уже за несколько (3-6) приемов пищи, что позволяет значительно сэкономить по сравнению с таким же количеством походов в заведения питания.

На сегодняшний день доставка программ здорового питания, для потребителей – это очень удобно и выгодно. Самое главное, что такой сервис значительно облегчает жизнь современного озабоченного человека и делает его здоровее.

1.2. Цели и задачи проекта

Идея проекта заключается в создании предприятия, основной специализацией которого является подготовка и доставка рационов здорового питания.

Целями проекта являются:

- ✚ частичное удовлетворение спроса на здоровую пищу на рынке г.Киева;
- ✚ создание новых рабочих мест при реализации проекта;
- ✚ получение прибыли от деятельности;
- ✚ создание новых потоков поступлений в государственный и местные бюджеты.

Основными задачами проекта являются:

1. разработка и описание путей расширения предприятия, занимающегося приготовлением и доставкой здоровой пищи;
2. определение предполагаемого местоположения организации на рынке (рыночной ниши);
3. Описание товара, которое организация будет реализовывать потребителям;
4. Анализ целесообразности создания предприятия с точки зрения рентабельности и прибыльности;
5. Проведение анализа рисков и возможных угроз, стоящих перед проектом как в данный момент времени, так и в будущем.

1.3. Место расположения производства

География работы Сервиса здорового питания – г.Киев.

Киев – самый большой и многочисленный город Украины, это город с самым высоким уровнем жизни в стране. Согласно расчету Индекса доходов среднего класса, проведенного международной компанией Ernst & Young совместно с изданием Forbes, доля среднего класса в общей численности населения Киева составляет 37,4% - что является наибольшим показателем среди городов Украины.



Рис 2. География работы предприятия

Приготовление пищи будет осуществляться на арендованной кухне, местоположение которой не будет играть значительную роль в организации деятельности предприятия, поскольку доставка готовых обедов будет осуществляться логистической компанией – посредником. При достижении ежедневного количества доставок более 20 имеет смысл рассмотреть вариант создания собственной службы доставки.

1.4. Ключевые факторы успеха

Ключевые факторы успеха – это ограниченное количество областей деятельности, достижение положительных результатов в которых гарантирует успех в конкурентной борьбе компании или подразделения. То есть это те области или факторы, на которых следует сосредоточить внимание, чтобы добиться успеха.

Ключевые факторы успеха данной бизнес-модели приведены в таблице 3:

Таблица 3. Ключевые факторы успеха (КФУ)

<p><i>Оперативность работы</i></p>	<p>Соблюдение оговоренных сроков приготовления и доставки пищи является важнейшим фактором в работе компании, поскольку отклонение от норм</p>
---	--

	чревато испорченной репутацией и утратой клиентов.
Качество товара	Изготавливаемая и поставляемая на потребительский рынок пища должна соответствовать концепции «здорового питания» и стандартам качества, при этом находиться в пределах среднерыночного уровня цен.
Показательность высокого уровня работы компании	Профессионализм менеджеров, которые будут рекомендовать и подбирать потребителям программы питания, оперативность доставки и вкусно приготовленную еду – все это позволит заявить о себе как о компании высокого уровня.

Таким образом, ключевых факторов успеха не так уж много, а комплексное взаимодействие этих факторов между собой обеспечивает успех предприятия в конкурентной борьбе.

2. РЫНОК РЫНКА

2.1. Анализ динамики и тенденций рынка заказов еды

Ранее Украина была второй страной в мире по количеству времени, проведенного "за плитой". Нас опережала только Индия. Но сейчас люди меньше времени тратят на бытовые заботы и больше на карьеру и развлечения.

Среди последних трендов рынка – рост объемов заказов еды посредством интернета. Объем украинского рынка доставки еды в 2016 году достиг \$230 млн. в год.

Еще 10-15 лет назад сайт ресторана или кафе был скорее модной фишкой, чем инструментом маркетинга. Максимум, что можно было сделать на сайте – это посмотреть меню, узнать точный адрес ресторана и, возможно, уровень цен. Нередко рестораторы годами не обновляли меню на своих сайтах. Позже, с бумом на доставку еды домой, где первопроходцами были пицца, а позже суши, даже рестораны достаточно высокой ценовой категории задумались о дополнительных сервисах: возможно, не столько для получения дополнительной прибыли, сколько для поддержания лояльности существующих клиентов.

Сегодня популярность заказа готовой пищи растет с каждым годом, и уже сейчас эта категория входит в топ-15 покупаемых в интернете товаров. В Украине же, около 60% населения пользуются интернетом – это более 25 млн человек. Около 15-16% из них заказывают еду в Интернете. Соответственно, покупателей готовой пищи около 4 млн украинцев. Рынок заказов еды через интернет из ресторанов и служб доставки можно оценить в \$230 млн в год.

Происходит также эволюция способа заказа пищи на дом. Да, два-три года назад, украинцы, заказывая еду домой, чаще звонили в ресторан по телефону, чем пользовались сайтом или мобильным приложением. Сегодня, выбирая способ заказа еды (через сайт, колл-центр или мобильное приложение), 65% украинцев пользуются сайтом. Интерес и удобство явно смещается в пользу сайтов, а в будущем – мобильных приложений.

По подсчетам экспертов рынка, за последние 12 месяцев спрос на заказ еды на дом вырос более чем на 35%. Подтверждает эти данные и аналитика "Яндекс.Украина". Так, согласно данным 1 квартала 2017 более 16 тыс. ежедневно ищут в интернете "доставку пищи". Для сравнения в 2016 году частота этого запроса была на уровне 10 тыс. – 11 тыс., в 2015 году – всего лишь около 6 500 запросов.

Всплеск популярности доставки эксперты объясняют просто – во время кризиса украинцам приходится больше работать и посещать кафе или готовить еду дома становится некогда. Да и в сети можно найти блюда дешевле, чем в ресторане. При этом около 13 процентов украинцев хотели бы заказывать еду домой, но не имеют такой возможности. В большинстве своем это жители регионов, где сервис доставки еще недостаточно развит и зарплаты меньше, чем в городах-миллионниках.

Вместе с количеством заказов, в 2017 году вырос и средний чек – на 25% по сравнению с 2016. Если в сентябре 2016 года он составлял 222 грн, то в сентябре 2017 – 296 грн. Связано это с повышением цен в ресторанах и кафе, а также ростом зарплат украинцев.

Что же касается пристрастий украинцев - тренд на пиццу и суши прошел, теперь для жителей городов-миллионников это повседневная и здоровая пища. В моде - китайская и паназийская еда в коробочках и разнообразная еда, которую можно отнести к «здоровому питанию». Стабильный спрос наблюдается и на домашнюю кухню, особенно среди сотрудников офисов.

2.2. Конкурентный анализ

Развитие любого бизнеса сопровождается активной деятельностью ближайших конкурентов. Решением этой проблемы является систематический анализ рынка и понимание действий конкурентов, то есть создание определенной системы критериев оценки аналогичных участников рынка с тем, чтобы выявить их основные преимущества и недостатки. Подобного рода анализ нужно проводить на неизменной базе. Это позволит предприятию оперативно реагировать на изменения рынка.

Основными конкурентами сервиса здорового питания «Gantelka» являются другие услуги, предлагающие рационы здорового питания и офисные ланчи, аналогичной ценовой категории. Их список приведен в таблице 4.

В отдельную группу были выделены компании, занимающиеся организацией офисного питания. Их список приведен в таблице 5.

В целом конкуренция на рынке оценивается как средняя. В дальнейшем, с ростом уровня покупательной способности населения, спрос на еду здорового питания будет только увеличиваться.

Таблица 4. Прямые конкуренты

Название конкурента, ссылка на сайт	Краткое описание	Наличие нескольких программ питания в зависимости от желаемого количества калорий	Возможность индивидуальной разработки меню	Возможность учета медицинских предписаний	Программа лояльности для постоянных клиентов	Положительные отзывы на сайте и в социальных сетях	Специальные программы офисного питания
"DietaGid" http://dietagid.com	Предлагают несколько видов меню в зависимости от желаемого количества калорий	+	+	+	+	+	-
"iFood" https://svkus.com/dostavka-edy/ifood/	Доставка здоровой пищи от группы ресторанов "Синдикат Смака". Среди предложений меню для похудения, удержания и набора веса, а также для вегетарианцев.	+	-	Следует предоставить информацию по поводу возможных аллергий	+	+	-
"FoodEx" https://foodexhub.com.ua/kyiv	Отличается множеством разнообразных меню: от разного типа похудения до лечебного и безглютенового. Есть варианты офисного питания	+	+	В готовых решениях есть лечебные диеты	+	+	+
"СытоЛюто" https://sytoliuto.com/	Предоставляется всего 3 варианта по выбору. Меню меняется один раз в 4-5 недель.	+	+	-	+	+	-
"ServiceDiet" https://servicediet.com	Большинство программ	+	+	-	-	+	+

Название конкурента, ссылка на сайт	Краткое описание	Наличие нескольких программ питания в зависимости от желаемого количества калорий	Возможность индивидуальной разработки меню	Возможность учета медицинских предписаний	Программа лояльности для постоянных клиентов	Положительные отзывы на сайте и в социальных сетях	Специальные программы офисного питания
	направлены на похудение и уменьшение употребления калорий.						
"Body Balance" http://bodybalance.com.ua/	Все варианты меню четко распределены на три группы – снижение и набел веса и сбалансированное питание.	+	-	+	+	+	-
"Fity Club" http://fity.club/	Есть несколько программ питания по выбору. Возможно также и собрать собственное, из представленного ассортимента блюд. Заказы принимаются постоянно, доставка производится в любое время суток.	+	+	-	-	-	-
"Eat easy" http://www.eateasy.ua	Представлено большое количество программ питания.	+	+	+	-	-	+

Таблица 5. Компании, занимающиеся организацией офисного питания

Название	Стоимость 1 комплексного обеда, грн	Условия доставки	Ссылки
"Кулинарные мечты"	40	Минимальная сумма заказа должна составлять не менее 200 грн. Доставка при этом в любую точку Киева будет бесплатной.	http://cd-catering.ub.ua/ru/goods/view/290576/all/domashni-obidi-na-ofis/
"Дом обедов"	45	Минимальное количество заказов – 15. Доставка оплачивает заказчик.	http://domobedov.com.ua/dostavka_obedov.html
"ЕвроЛанч"	49	Доставка осуществляется только при заказе от 10 обедов	http://www.evrohata.com.ua/ru/set_meals/
"Вкусненько"	48	Минимальная сумма заказа – от 200 грн.	http://smachnenko.com.ua/menu_complex
"Живи вкусно"	55	При заказе от 100 грн – доставка бесплатная	http://www.eda-kiev.com.ua/menus/view/menyu#1

2.3 . Анал по потребителям

Основными потребителями компании являются:

- Население, которое ценит собственное время, заботится о своем здоровье и стремится соблюдать правила здорового питания;

- Люди, активно занимающиеся спортом, стремятся похудеть или набрать вес.

Согласно данным социологических опросов, заказывают готовую еду в интернете преимущественно молодые люди в возрасте до 35 лет со средним уровнем доходов - более 10 тыс. человек. грн. Это связано с тем, что люди более старшего поколения и имеющие семьи привыкли готовить еду дома.

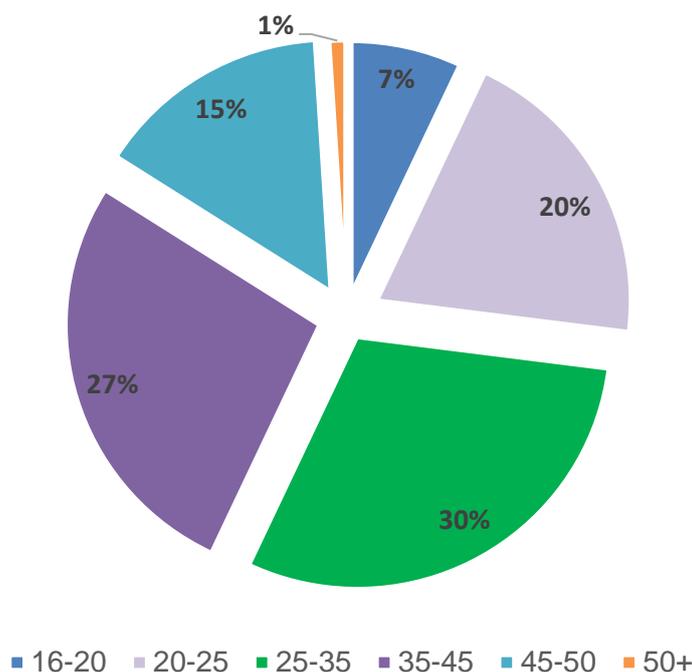


Рис.2. Целевой рынок по возрасту потребителей, %

2.4. Перспектив и развития рынка

Эксперты рынка прогнозируют увеличение объемов заказов еды, ежегодно на 10-15%. Этот показатель будет расти пропорционально увеличению уровня доходов потребителей. Среди трендов рынка заказов будут национальные блюда (как украинские, так и восточные кухни), здоровое питание и разнообразные десерты.

Еще налицо сейчас, неготовность украинцев покупать в интернете продукты и готовую пищу может быть связана с разными факторами:

- менталитет и привычка выбирать самостоятельно в магазинах, а не полагаться на службу доставки;
- несовершенство сервисов доставки и заказов;
- отсутствие ценового мониторинга;
- неуверенность в качестве товаров.

3. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

3.1. Цели маркетинга

Цели маркетинга – это желаемое положение компании, марки товара, которое можно достичь скоординированными усилиями всех сотрудников компании в определенный промежуток времени.

Достижение целей маркетинга состоит в усовершенствовании товаров в интересах покупателей и стимулировании его сбыта с целью получения высокой прибыли в долгосрочном периоде.

Долгосрочной целью маркетинга является продвижение компании и оптимизация прибыли. Вся маркетинговая деятельность компании должна быть направлена на достижение этой цели и в этом плане долгосрочная цель маркетинга совпадает с общими рыночными целями фирмы.

Целевой комплекс маркетинга:

- ✚ получение прибыли – как главная цель бизнеса;
- ✚ захватить долю рынка здорового питания г.Киева;
- ✚ развитие торговой марки.

Ценовая политика данного проекта формируется на основе метода полных затрат. Основой определения цены являются реальные затраты компании на единицу продукции, к которым добавляется необходимая фирме прибыль. Кроме того, он позволяет установить предел цены, ниже которого он может опускаться только в исключительных случаях.

Для привлечения клиентов, а также для формирования и увеличения прибыли компании необходимо разработать и принять меры по эффективному продвижению.

3.2. Маркетинговая стратегия

Поскольку одним из основных каналов продаж является сайт компании (<http://gantelka.in.ua>), то особое внимание следует уделить его продвижению. Наиболее эффективным средством продвижения интернет-ресурсов является Google Adwords - сервис контекстной, в основном, поисковой рекламы, предоставляющей удобный интерфейс и множество инструментов для создания эффективных рекламных сообщений.

Определив, на кого будет направлена реклама и выбрав соответствующие ключевые слова, веб-издатель создает текстовые объявления, информирующие его потенциальных клиентов (целевую аудиторию) о предлагаемых им товарах.

Эффективным для товаров данного вида является проведение рекламной кампании в социальных сетях. Facebook и Instagram – приоритетные социальные медиа для рекламных кампаний подобного товара. Рекомендуется создать и продвигать страницы в этих социальных сетях. Согласно данным интернет-маркетологов, наиболее удачными днями для публикации в социальных сетях являются вторник и четверг.

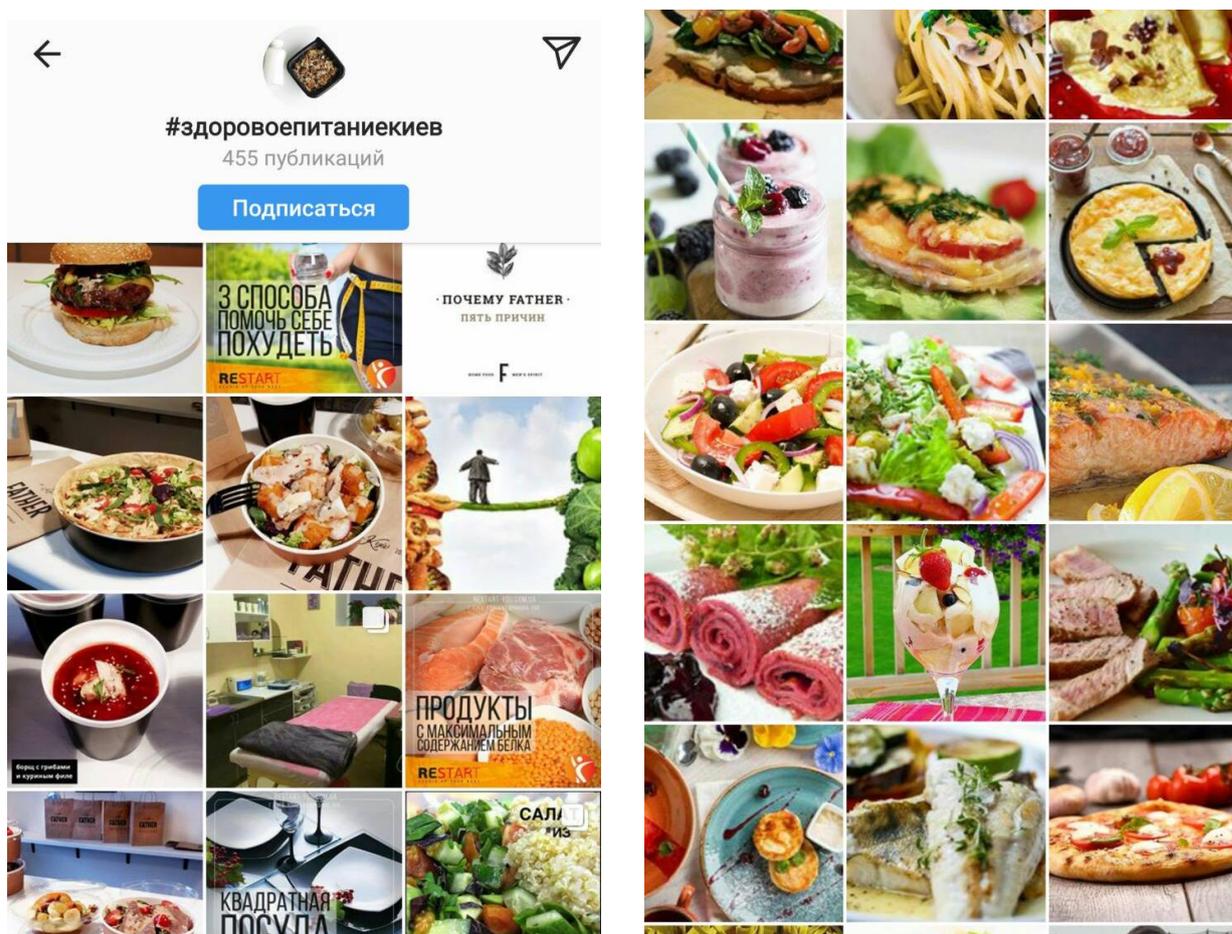


Рис 3. Записи конкурентов по хештегему «#здоровое_питание_киев»

Эффективным маркетинговым шагом, в данном случае, станет также сотрудничество с известными фитнес-тренерами, блоггерами, спортсменами.

Для повышения дополнительной лояльности постоянных клиентов следует не забывать о системах бонусов и скидках. Необходимо также помнить, что главным фактором продвижения на данном рынке вкусно приготовленная и качественная еда, которая сможет обеспечить положительные отзывы постоянных клиентов.

3.3. Прогнозный план продаж по проекту

Проектом предусмотрено производство 2 категорий продукции:

1) Рационы здорового питания – суточное меню (4-6 приемов пищи), рассчитанное на определенное количество калорий, в зависимости от целей потребителя:

2) Офисные программы здорового питания, рассчитанные на 3 приема пищи.

Средние чеки одного заказа по каждой из категорий отражены в таблице 5.

Таблица 5. Расчетные средние чеки заказов

Название	Стоимость, грн
Стоимость программы питания "Slim", грн.	450

Название	Стоимость, грн
Стоимость программы питания "Tonus", грн.	550
Стоимость программы питания "Sport", грн	600
Стоимость офисного пакета питания "mini"	199
Стоимость офисного пакета питания "standart"	249
Стоимость офисного пакета питания "full"	299

Планом производства и продаж предполагается постепенное увеличение количества заказов, начиная от 3 в день (в первый месяц работы) до 81 в день (в 36 месяц работы).

При разработке бизнес-модели было учтено следующее распределение заказов по категориям программ питания

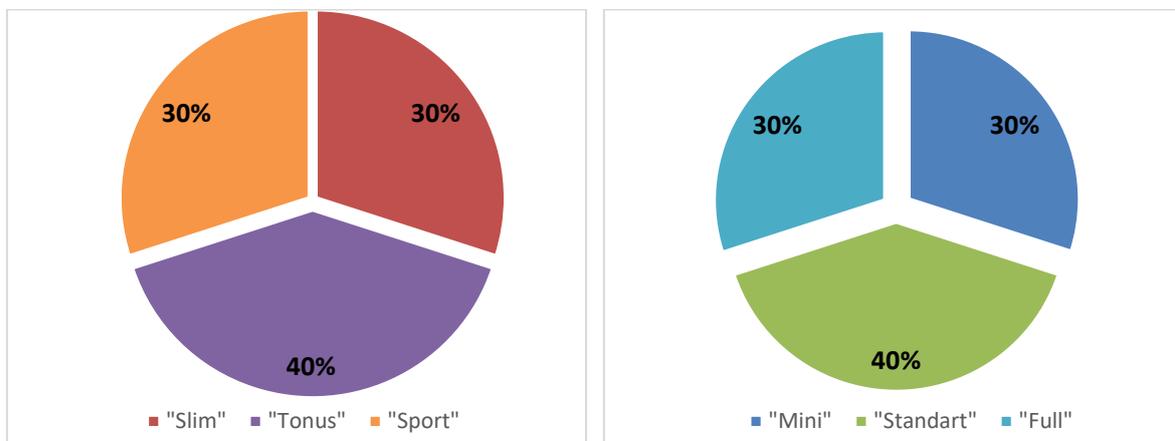


Рис 4. Распределение заказов по видам рационов и программ офисного питания.

Таблица 6. Прогнозный план производства и реализации товаров в 1-й год деятельности (1-12 месяца проекта)

Луне	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Программа «Слим»	18	36	72	108	144	162	180	198	216	234	252	270
Программа "Тонус"	24	48	96	144	192	216	240	264	288	312	336	360
Программа "Sport"	18	36	72	108	144	162	180	198	216	234	252	270
Реализованы пакеты здорового питания, ед/месяц	60	120	240	360	480	540	600	660	720	780	840	900
Заказов в день, ед.	2	4	8	12	16	18	20	22	24	26	28	30
Программа офисного питания "mini"	9	18	36	54	72	81	90	99	108	117	126	135
Программа офисного питания "Standard"	12	24	48	72	96	108	120	132	144	156	168	180
Программа офисного питания "full"	9	18	36	54	72	81	90	99	108	117	126	135
Реализованы пакеты здорового питания, ед/месяц	30	60	120	180	240	270	300	330	360	390	420	450
Заказов в день, ед.	1	2	4	6	8	9	10	11	12	13	14	15

Таблица 7 . Прогнозный план производства и реализации товаров во 2-й год деятельности (13-24 месяца проекта)

Луне	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Программа «Слим»	279	288	297	306	315	324	333	342	351	360	369	378
Программа "Тонус"	372	384	396	408	420	432	444	456	468	480	492	504
Программа "Sport"	279	288	297	306	315	324	333	342	351	360	369	378
Реализованы пакеты здорового питания, ед/месяц	930	960	990	1020	1050	1080	1110	1140	1170	1200	1230	1260
Заказов в день, ед.	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42
Программа офисного питания "mini"	140	144	149	153	158	162	167	171	176	180	185	189
Программа офисного питания "Standard"	186	192	198	204	210	216	222	228	234	240	246	252
Программа офисного питания "full"	140	144	149	153	158	162	167	171	176	180	185	189
Реализованы пакеты здорового питания, ед/месяц	465	480	495	510	525	540	555	570	585	600	615	630
Заказов в день, ед.	16	16	17	17	17,5	18	18,5	19	19,5	20	20,5	21

Таблица 7 . Прогнозный план производства и реализации товаров в 3-й год деятельности (25-36 месяцев проекта)

Луне	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	Общий
Программа «Слим»	387	396	405	414	423	432	441	450	459	468	477	486	11 070
Программа "Тонус"	516	528	540	552	564	576	588	600	612	624	636	648	14 760
Программа "Sport"	387	396	405	414	423	432	441	450	459	468	477	486	11 070
Реализованы пакеты здорового питания, ед/месяц	1290	1320	1350	1380	1410	1440	1470	1500	1530	1560	1590	1620	36 900
Заказов в день, ед.	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	
Программа офисного питания "mini"	194	198	203	207	212	216	221	225	230	234	239	243	5 535
Программа офисного питания "Standard"	258	264	270	276	282	288	294	300	306	312	318	324	7 380
Программа офисного питания "full"	194	198	203	207	212	216	221	225	230	234	239	243	5 535
Реализованы пакеты здорового питания, ед/месяц	645	660	675	690	705	720	735	750	765	780	795	810	18 450
Заказов в день, ед.	21,5	22	22,5	23	23,5	24	24,5	25	25,5	26	26,5	27	

3.4. SWOT – анализ

Анализ внешней и внутренней среды (SWOT-анализ)

SWOT-анализ:

- ✚ S – strength – сила,
- ✚ W – weakness – слабость,
- ✚ - opportunity - возможность,
- ✚ T – threat – угроза.

Применяемый для анализа метод SWOT является достаточно широко признанным подходом, позволяющим провести совместное изучение внешней и внутренней среды. Применяя метод SWOT, удастся установить линии связи между силой и слабостью, которые присущи организации и внешним угрозам и возможностям.

Сила компании – это то, в чем предприятие добилось успехов или какая-то особенность, предоставляющая ей дополнительные возможности. Сила может заключаться в навыках, значительном опыте, организационных ресурсах или конкурентных возможностях, достижениях, которые дают предприятию преимущества на рынке (например, лучший товар, совершенная технология, лучшее обслуживание клиентов, большая узнаваемость товарной марки). Сила может также являться результатом создания альянса или объединения с партнером, имеющим опыт или потенциальные возможности для усиления конкурентоспособности предприятия.

Слабость – это отсутствие чего-то важного для функционирования предприятия или то, что ему не удастся (по сравнению с другими), или что-то, что ставит его в неблагоприятные условия. Слабая сторона, в зависимости от того, насколько она важна в конкурентной борьбе, может сделать предприятие уязвимым, а может и не сделать.

Возможности – это те события или факторы внешней среды, существование которых очень положительно сказалось на состоянии предприятия, его финансовом и конкурентном положении. Наступление этих событий необходимо всячески способствовать.

Угрозы - это события или факторы внешней среды, наступление которых было бы нежелательно для предприятия. Эти события самым негативным образом могут повлиять на состояние предприятия, поэтому необходимо принять все возможные меры для предотвращения этих событий или, по крайней мере, смягчить результат их наступления.

Внутренние факторы

		Внутренние факторы			
Положительные	S – сила		W – слабость		Отрицательные
	S1 . Наличие значительного спроса на продукцию здорового питания в Киеве		W1 . Низкий уровень осведомленности потенциальных потребителей о Сервисе		
	S2 . Позиционирование в качестве сервиса, занимающегося приготовлением исключительно здоровой пищи		W2. Сравнительно узкий сегмент потребителей – с доходом уровня «средний +»		
	S3. Оптимальное соотношение цена/качество товара				
	S4. Знание отрасли инициаторами проекта, уже имеющийся опыт				
	O – возможности		T – угрозы		
	O1. Расширение компании – поиск новых рынков (открытие филиалов в других городах), франчайзинговая программа		T1. Отрицательные изменения в экономике и вследствие снижения платежеспособности потребителей		
	O2. Расширение ассортимента продукции		T2. Значительный рост конкуренции		
		Внешние факторы			

4. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Сервис «Gantelka» разработан для людей, которые заботятся о своем здоровье и хотят приобрести навыки правильного питания. Компания имеет разработанный сайт, где отображены программы питания, меню, этапы работы доставки. В дальнейшем сайт будет дорабатываться.



Среди основных услуг компании:

1) Разработка и приготовление рационов здорового питания

- ✚ Разработка индивидуальной программы питания с учетом вкусовых предпочтений и особенностей организма клиента.

- ✚ Приготовление разнообразной, здоровой и вкусной еды на основе рецептов более 20 кухонь народов мира

- ✚ Поставка свежего 4-6 разового рациона на дом или в офис клиента;

2) Приготовление и доставка различных бизнес-ланчей в офис заказчика. Заказ будет рассчитан на трехразовое употребление пищи.



Сервис предлагает потребителям 3 вида программ питания:

✚ «Slim»

SLIM 1500 ККАЛ

- Позволяет сбросить до 8% от исходного веса за месяц.
- Направлена на последующее закрепление и стабилизацию результатов.
- Используется в качестве выхода из жестких диет.
- Подходит для всех (даже для людей с сахарным диабетом).
- Содержит 1500 Ккал в сутки.



уходят стрессы и поднимает настроение



комфорт снижения веса



подходит для родивших женщин после периода лактации



улучшается мозговая деятельность



повышается работоспособность



нормализуется сон



улучшается пищеварение



легче управлять массой тела

✚ «Tonus»

TONUS 2000 ККАЛ

- Разработана для поддержания организма в тонусе и сохранения физической формы.
- Подходит для кормящих мам.
- Поможет незначительно скорректировать фигуру — сбросить не более 5% от исходного веса.
- Питание 6-ти разовое, разнообразное и сбалансированное.
- Содержит 2000 Ккал в сутки.



минус 5% от исходного веса в месяц



подходит большинству



безопасно для кормящих мам



комфорт снижения веса



поддержание массы тела



подходит беременным



при умеренных физических нагрузках



при средних физических нагрузках

SPORT 2500 ККАЛ

- Рекомендована для спортсменов (при высоких физических нагрузках).
- Повышает выносливость в 2 раза.
- Помогает увеличить мышечную массу.
- 7-ми разовый рацион.
- Содержит 2500 Ккал в сутки.



При высоких физических нагрузках



подходит спортсменам



повышает выносливость



прилив энергии



увеличение мышечной массы



укрепляет здоровье



шестиразовое питание

Разработанные рационы здорового питания удовлетворят любую потребность заказчика и помогут достичь выбранных целей, среди которых:

- Эффективное и комфортное снижение лишнего веса;
- Поддержание тонуса организма;
- набор мышечной массы;
- Очищение организма.

Приготовленная пища упаковывается в одноразовые контейнеры, отвечающие нормам и требованиям, предъявляемым к упаковке и хранению продуктов, не содержащих вредных фенолов, а также рассчитанных на безопасное использование.

В каждый заказ включена стоимость набора одноразовых приборов для питания и доставки. Доставка будет производиться логистической компанией – посредником, на условиях аутсорсинга.

5. ОРГАН ИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

5.1. Организационная структура хозяйства

Организация деятельности данного предприятия построена на линейной организационной структуре, где основную деятельность по организации работы предприятия выполняет директор.

В линейной организационной структуре каждый работник подчиняется только одному руководителю. Основанием для этого принцип единства распределения поручений. Такой тип структуры еще называют однолинейным.

Организационная структура компании приведена на рис 8.



Рис 8. Организационная структура предприятия

5.2. Потребность в трудовых ресурсах, их стоимость

Для обеспечения реализации проекта предприятию необходимо иметь 4 работника (с 8 месяца – 5).

Директор будет контролировать работу персонала предприятия, следить за выполнением плана продаж, заниматься закупкой продуктов, контейнеров для упаковки и одноразовых приборов.

Менеджер по продажам будет заниматься поиском клиентов, сопровождением и подбором оптимальных программ питания заинтересованным посетителям сайта. Администратор будет заниматься контролем за приготовлением и доставкой заказов, поиском новых клиентов, ведением рекламной деятельности.

Повар будет отвечать за приготовление блюд. Повара в расчет основного фонда заработных плат не включены, поскольку оплата их работы будет производиться по-сменно, из расчета: 500 грн – дневная смена, 600 грн – ночная смена.

Расходы на фонд заработной платы предприятия отражены в таблице 8.

Таблица 8. Фонд заработной платы предприятия в месяц

с 1-го месяца работы

Должность	Количество чел. в смене	Количество изменений	Всего сотрудников	Оклад на 1 человека, грн	НДФЛ	Военный сбор	ЕСВ – 22%	Общая ЗП	Общая сумма налоговых платежей	ЗП + налоговые платежи
Директор	1	1	1	8 000	1 789	149	2 186	8 000	4 124	12 124
Менеджер по продажам	1	1	1	4 500	1 006	84	1 230	4 500	2 320	6 820
Администратор	1	1	1	7 000	1 565	130	1 913	7 000	3 609	10 609
Всего, грн	-	-	3	-	4 360	363	5 329	19 500	10 053	29 553

с 8-го месяца работы

Должность	Количество чел. в смене	Количество изменений	Всего сотрудников	Оклад на 1 человека, грн	НДФЛ	Военный сбор	ЕСВ – 22%	Общая ЗП	Общая сумма налоговых платежей	ЗП + налоговые платежи
Директор	1	1	1	8 000	1 789	149	2 186	8 000	4 124	12 124
Менеджер по продажам	2	1	2	4 500	1 006	84	1 230	9 000	4 640	13 640
Администратор	1	1	1	7 000	1 565	130	1 913	7 000	3 609	10 609
Всего, грн	-	-	4	-	4 360	363	5 329	24 000	12 373	36 373

6. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА

6.1. Структура инвестиционных расходов

Проект предполагается реализовать за счет средств инвестора.

Распределение инвестиций представлено в таблице 9.

Таблица 9 . Использование инвестиций

Инвестиции	Цена за ед, грн	Количество	Общая стоимость, грн
Разработка сайта и бренда (уже израсходовано)	135 900	1	135 900
Нейминг	1 600	1	1 600
Разработка логотипа	2 000	1	2 000
Разработка меню	8 000	1	8 000
Первый и последний месяц аренды помещения	18 000	2	36 000
Закупка инвентаря повара (комплект)	5 000	1	5 000
Оснащение рабочего места менеджера продаж и администратора	10 000	2	20 000
Начальная закупка наклеек для судков и пакетов	600	1	600
Фото для рекламы	700	1	700
Разработка маркетинговой стратегии, нового сайта и его оптимизация	135 500	1	135 500
Предстартовая рекламная компания (расходы на контекстную рекламу, печать рекламных брошюр)	10 000	1	10 000
Разработка видеороликов	8 943	1	8 943
Всего прямых инвестиций			364 243
Покрытие расхода к выходу в точку безубыточности (оборотные средства)			237 697
Всего инвестиций			601 940

6.2. График финансирования проекта

Реализация проекта осуществляется в последовательности:

1. Разработка маркетинговой стратегии, нового сайта и его оптимизация, фото для рекламы, нейминг, разработка логотипа и меню, разработка видеороликов и предстартовая рекламная кампания;

2. Поиск и аренда производственного помещения;

3. Поиск и найм персонала;

Стоимость этапов реализации проекта представлена в таблице 10.

7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

7.1. Прогноз постоянных затрат

В данной бизнес-модели предусмотрены следующие ежемесячные постоянные расходы:

1. Фонд заработной платы:
 - с 1-го месяца работы – 19500 грн;
 - с 8-го месяца работы – 24 000 грн
2. Уплата налогов на ЗП:
 - с 1-го месяца работы – 10053 грн;
 - с 8-го месяца работы – 12 373 грн
3. Аренда помещения кухни – 18000 грн;
4. Коммунальные платежи – 6300 грн;
5. Бухгалтерское сопровождение – 4 000 грн;
6. Непредвиденные издержки – 5% от общего размера остальных неизменных издержек.

7.2. Прогноз переменных затрат

Прогнозируемые ежемесячные переменные расходы рассчитаны исходя из:

1. Расходы на закупку продуктов для приготовления программы питания – 30% от стоимости (в разрезе каждой);
2. Расходов на оплату труда повара – из расчета 500 грн – дневная смена, 600 грн – ночная. Число поваров будет увеличиваться пропорционально росту объемов заказа.
3. Расходы на оплату процентов менеджеров по продажам – 5% от дохода;
4. Расходы на оплату процентов администратора – 2% от дохода;
4. Расходов на закупку раздаточных материалов (приборов) – 10 грн/заказ.
5. Расход на упаковку пищи – 10 грн/заказ;
6. Расход на доставку заказа – 60 грн/заказ
7. Расходы на маркетинг – 10% от планируемого уровня годового дохода, распределяемого ежемесячно, равными частями.

7.3. Налоги

Организационно-правовой формой собственности предприятия будет – физическое лицо – предприниматель (ФЛП), на упрощенной системе налогообложения.

При упрощенной системе налогообложения, ФЛП уплачивает единый налог (налогом облагается доход предприятия). В 2017 году ставка единого налога составляет 5%.

ФЛП, как работодатель, обязуется уплачивать Единый социальный взнос на общеобязательное государственное социальное страхование (ЕСВ) за сотрудников. Ставка ЕСВ в 2017 году составляет 22% от заработной платы.

7. 4. Прогноз прибылей и убытков

Прибыль в данной бизнес-модели планируется получать начиная с 5-го месяца работы проекта.

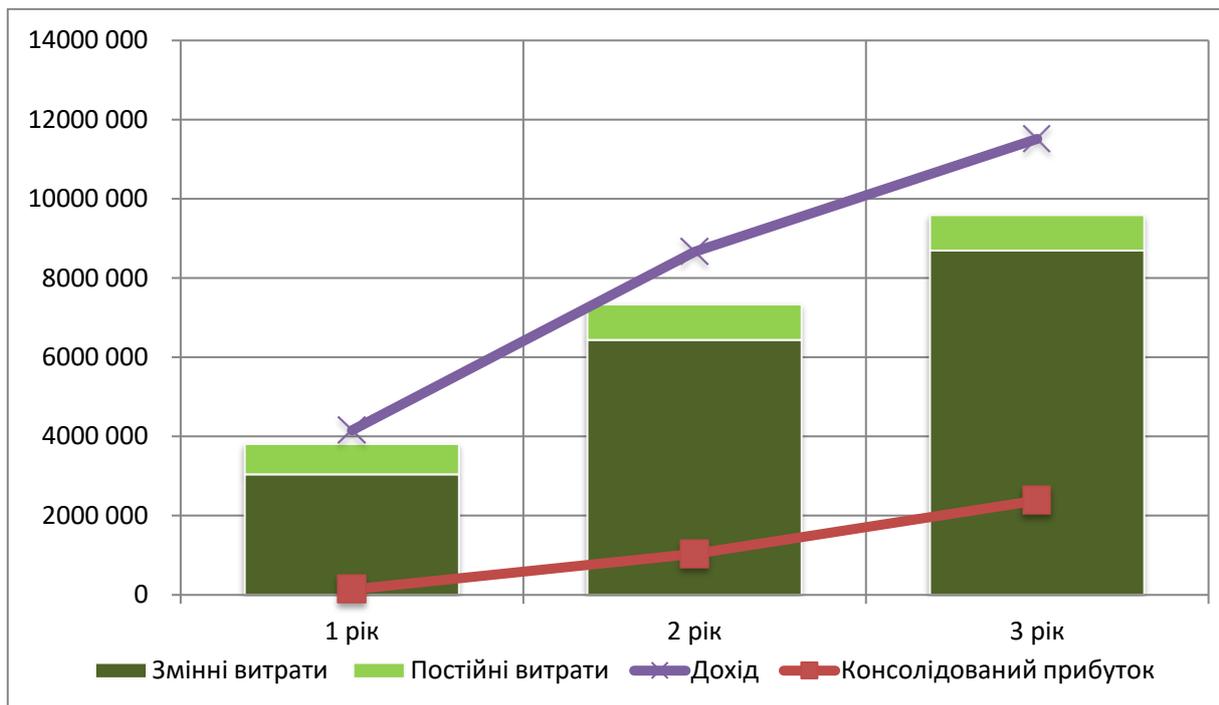


Рис 9. Формирование прибыли по проекту

7.5 . Прогноз движения денежных средств

Таблица 12. Поступление и издержки 1-го года работы

Категория	1 год проекта												Всего, грн
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Постоянные расходы													
Фонд заработной платы	19 500	19 500	19 500	19 500	19 500	19 500	19 500	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	256 500
Уплата налогов на ЗП	10 053	10 053	10 053	10 053	10 053	10 053	10 053	12 373	12 373	12 373	12 373	12 373	132 233
Аренда производственного помещения	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	216 000
Коммунальные платежи	6 300	6 300	6 300	6 300	6 300	6 300	6 300	6 300	6 300	6 300	6 300	6 300	75 600
Бухгалтерское сопровождение	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	48 000
Непредвиденные расходы	2 893	2 893	2 893	2 893	2 893	2 893	2 893	3 234	3 234	3 234	3 234	3 234	36 417
Всего постоянных расходов, грн	60 745	60 745	60 745	60 745	60 745	60 745	60 745	67 906	67 906	67 906	67 906	67 906	764 750
Переменные расходы													
Закупка продуктов для программ "Slim"	2 430	4 860	9 720	14 580	19 440	21 870	24 300	26 730	29 160	31 590	34 020	36 450	255 150
Закупка продуктов для программ Tonus	3 960	7 920	15 840	23 760	31 680	35 640	39 600	43 560	47 520	51 480	55 440	59 400	415 800
Закупка продуктов для программ "Sport"	3 240	6 480	12 960	19 440	25 920	29 160	32 400	35 640	38 880	42 120	45 360	48 600	340 200
Закупка продуктов для офисных программ "mini"	537	1 075	2 149	3 224	4 298	4 836	5 373	5 910	6 448	6 985	7 522	8 060	56 417
Закупка продуктов для офисных программ standart	896	1 793	3 586	5 378	7 171	8 068	8 964	9 860	10 757	11 653	12 550	13 446	94 122
Закупка продуктов для офисных приложений "full"	807	1 615	3 229	4 844	6 458	7 266	8 073	8 880	9 688	10 495	11 302	12 110	84 767
Оплата труда повара	18 000	18 000	18 000	18 000	33 000	33 000	33 000	33 000	33 000	33 000	33 000	33 000	336 000
Процент менеджера по продажам	1 979	3 957	7 914	11 871	15 828	17 807	19 785	21 764	23 742	25 721	27 699	29 678	207 743
Процент администратора	791	1 583	3 166	4 748	6 331	7 123	7 914	8 705	9 497	10 288	11 080	11 871	83 097
Расходы на раздаточный материал (приборы для еды)	900	1 800	3 600	5 400	7 200	8 100	9 000	9 900	10 800	11 700	12 600	13 500	94 500
Расходы на упаковку заказов	900	1 800	3 600	5 400	7 200	8 100	9 000	9 900	10 800	11 700	12 600	13 500	94 500
Расходы на доставку заказов	5 400	10 800	21 600	32 400	43 200	48 600	54 000	59 400	64 800	70 200	75 600	81 000	567 000
Маркетинговые расходы	34 624	34 624	34 624	34 624	34 624	34 624	34 624	34 624	34 624	34 624	34 624	34 624	415 485
Всего переменных затрат, грн	74 465	96 306	139 987	183 669	242 351	264 192	286 033	307 874	329 715	351 555	373 396	395 237	3 044 780
Всего расходов, грн	135 210	157 051	200 733	244 415	303 096	324 937	346 778	375 780	397 621	419 462	441 303	463 144	3 809 529
Доход													
Доход от продаж программ "Slim"	8 100	16 200	32 400	48 600	64 800	72 900	81 000	89 100	97 200	105 300	113 400	121 500	850 500
Доход от продаж программ "Tonus"	13 200	26 400	52 800	79 200	105 600	118 800	132 000	145 200	158 400	171 600	184 800	198 000	1 386 000
Доход от продаж программ "Sport"	10 800	21 600	43 200	64 800	86 400	97 200	108 000	118 800	129 600	140 400	151 200	162 000	1 134 000
Доход от продаж офисных программ "mini"	1 791	3 582	7 164	10 746	14 328	16 119	17 910	19 701	21 492	23 283	25 074	26 865	188 055
Доход от продаж офисных программ "standart"	2 988	5 976	11 952	17 928	23 904	26 892	29 880	32 868	35 856	38 844	41 832	44 820	313 740
Доход от продаж офисных программ "full"	2 691	5 382	10 764	16 146	21 528	24 219	26 910	29 601	32 292	34 983	37 674	40 365	282 555
Всего доход, грн	39 570	79 140	158 280	237 420	316 560	356 130	395 700	435 270	474 840	514 410	553 980	593 550	4 154 850
Прибыль													
Амортизация	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Прибыль до налогообложения, грн.	-95 640	-77 911	-42 453	-6 995	13 464	31 193	48 922	59 490	77 219	94 948	112 677	130 406	345 321
Единый налог			13 850			45 506			65 291			83 097	207 743
Чистая прибыль (прибыль после налогообложения)	-95 640	-77 911	-56 302	-6 995	13 464	-14 313	48 922	59 490	11 929	94 948	112 677	47 309	137 578
Чистый денежный поток, грн	-95 640	-77 911	-56 302	-6 995	13 464	-14 313	48 922	59 490	11 929	94 948	112 677	47 309	137 578
ЕВИТДА	-95,640	-77,911	-42,453	-6,995	13,464	31,193	48,922	59,490	77,219	94,948	112,677	130,406	345 321
ЕВИТ	-95 640	-77 911	-42 453	-6 995	13 464	31 193	48 922	59 490	77 219	94 948	112 677	130 406	345 321
Консолидированная чистая прибыль, грн	-95 640	-173 551	-229 853	-236 848	-223 384	-237 697	-188 775	-129 285	-117 357	-22 408	90 269	137 578	
Консолидированный чистый денежный поток, грн	-95 640	-173 551	-229 853	-236 848	-223 384	-237 697	-188 775	-129 285	-117 357	-22 408	90 269	137 578	

Таблица 13. Поступление и расходы 2-го года работы

Категория	2 год проекта												Всего, грн
	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
Постоянные расходы													
Фонд заработной платы	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	288 000
Уплата налогов на ЗП	12 373	12 373	12 373	12 373	12 373	12 373	12 373	12 373	12 373	12 373	12 373	12 373	148 472
Аренда производственного помещения	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	216 000
Коммунальные платежи	12 600	12 600	12 600	12 600	12 600	12 600	12 600	12 600	12 600	12 600	12 600	12 600	151 200
Бухгалтерское сопровождение	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	48 000
Непредвиденные расходы	3 549	3 549	3 549	3 549	3 549	3 549	3 549	3 549	3 549	3 549	3 549	3 549	42 584
Всего постоянных расходов, грн	74 521	894 256											
Переменные расходы													
Закупка продуктов для программ "Slim"	37 665	38 880	40 095	41 310	42 525	43 740	44 955	46 170	47 385	48 600	49 815	51 030	532 170
Закупка продуктов для программ Tonus	61 380	63 360	65 340	67 320	69 300	71 280	73 260	75 240	77 220	79 200	81 180	83 160	867 240
Закупка продуктов для программ "Sport"	50 220	51 840	53 460	55 080	56 700	58 320	59 940	61 560	63 180	64 800	66 420	68 040	709 560
Закупка продуктов для офисных программ "mini"	8 328	8 597	8 865	9 134	9 403	9 671	9 940	10 209	10 477	10 746	11 015	11 283	117 669
Закупка продуктов для офисных программ standart	13 894	14 342	14 791	15 239	15 687	16 135	16 583	17 032	17 480	17 928	18 376	18 824	196 312
Закупка продуктов для офисных приложений "full"	12 513	12 917	13 320	13 724	14 128	14 531	14 935	15 339	15 742	16 146	16 550	16 953	176 799
Оплата труда повара	66 000	66 000	66 000	66 000	66 000	66 000	66 000	66 000	66 000	66 000	66 000	66 000	792 000
Процент менеджера по продажам	30 667	31 656	32 645	33 635	34 624	35 613	36 602	37 592	38 581	39 570	40 559	41 549	433 292
Процент администратора	12 267	12 662	13 058	13 454	13 850	14 245	14 641	15 037	15 432	15 828	16 224	16 619	173 317
Расходы на раздаточный материал (приборы для еды)	13 950	14 400	14 850	15 300	15 750	16 200	16 650	17 100	17 550	18 000	18 450	18 900	197 100
Расходы на упаковку заказов	13 950	14 400	14 850	15 300	15 750	16 200	16 650	17 100	17 550	18 000	18 450	18 900	197 100
Расходы на доставку заказов	83 700	86 400	89 100	91 800	94 500	97 200	99 900	102 600	105 300	108 000	110 700	113 400	1 182 600
Маркетинговые расходы	72 215	72 215	72 215	72 215	72 215	72 215	72 215	72 215	72 215	72 215	72 215	72 215	866 583
Всего переменных затрат, грн	476	487	498	509	520	531	542	553	564	575	585	596	6 441
	749	670	590	511	431	351	272	192	113	033	954	596 874	740
Всего расходов, грн	551	562	573	584	594	605	616	627	638	649	660	671	7 335 996
	271	191	111	032	952	873	793	714	634	555	475	671 395	996
Доход													
Доход от продаж программ "Slim"	125	129	133	137	141	145	149	153	157	162	166	170	1 773 900
Доход от продаж программ "Tonus"	204	211	217	224	231	237	244	250	257	264	270	277	2 890 800
Доход от продаж программ "Sport"	167	172	178	183	189	194	199	205	210	216	221	226	2 365 200
Доход от продаж офисных программ "mini"	27 761	28 656	29 552	30 447	31 343	32 238	33 134	34 029	34 925	35 820	36 716	37 611	392 229
Доход от продаж офисных программ "standart"	46 314	47 808	49 302	50 796	52 290	53 784	55 278	56 772	58 266	59 760	61 254	62 748	654 372
Доход от продаж офисных программ "full"	41 711	43 056	44 402	45 747	47 093	48 438	49 784	51 129	52 475	53 820	55 166	56 511	589 329
Всего доход, грн	613	633	652	672	692	712	732	751	771	791	811	830	8 665 830
	335	120	905	690	475	260	045	830	615	400	185	830 970	830
Прибыль													
Амортизация	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Прибыль до налогообложения, грн.	62 064	70 929	79 794	88 658	97 523	106 387	115 252	124 116	132 981	141 845	150 710	159 575	1 329 834
Единый налог			94 968			103 871			112 775			121 678	433 292

Чистая прибыль (прибыль после налогообложения)	62 064	70 929	-15 174	88 658	97 523	2 516	115 252	124 116	20 206	141 845	150 710	37 897	896 543
Чистый денежный поток, грн	62 064	70 929	-15 174	88 658	97 523	2 516	115 252	124 116	20 206	141 845	150 710	37 897	896 543
ЕВІТDA	62,064	70,929	79,794	88,658	97,523	106,387	115,252	124 116	132,981	141,845	150,710	159,575	1,329,834
ЕВІТ	62 064	70 929	79 794	88 658	97 523	106 387	115 252	124 116	132 981	141 845	150 710	159 575	1 329 834
Консолидированная чистая прибыль, грн	199 643	270 572	255 398	344 056	441 578	444 094	559 346	683 463	703 669	845 514	996 224	1 034 121	
Консолидированный чистый денежный поток, грн	199 643	270 572	255 398	344 056	441 578	444 094	559 346	683 463	703 669	845 514	996 224	1 034 121	

Таблица 14. Поступление и расходы 3-го года работы

Категория	3 год проекта												Всего, грн
	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
Постоянные расходы													
Фонд заработной платы	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	288 000
Уплата налогов на ЗП	12 373	12 373	12 373	12 373	12 373	12 373	12 373	12 373	12 373	12 373	12 373	12 373	148 472
Аренда производственного помещения	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000	216 000
Коммунальные платежи	12 600	12 600	12 600	12 600	12 600	12 600	12 600	12 600	12 600	12 600	12 600	12 600	151 200
Бухгалтерское сопровождение	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	48 000
Непредвиденные расходы	3 549	3 549	3 549	3 549	3 549	3 549	3 549	3 549	3 549	3 549	3 549	3 549	42 584
Всего постоянных расходов, грн	74 521	894 256											
Переменные расходы													
Закупка продуктов для программ "Slim"	52 245	53 460	54 675	55 890	57 105	58 320	59 535	60 750	61 965	63 180	64 395	65 610	707 130
Закупка продуктов для программ Tonus	85 140	87 120	89 100	91 080	93 060	95 040	97 020	99 000	100 980	102 960	104 940	106 920	1 152 360
Закупка продуктов для программ "Sport"	69 660	71 280	72 900	74 520	76 140	77 760	79 380	81 000	82 620	84 240	85 860	87 480	942 840
Закупка продуктов для офисных программ "mini"	11 552	11 821	12 089	12 358	12 627	12 895	13 164	13 433	13 701	13 970	14 238	14 507	156 354
Закупка продуктов для офисных программ standart	19 273	19 721	20 169	20 617	21 065	21 514	21 962	22 410	22 858	23 306	23 755	24 203	260 852
Закупка продуктов для офисных приложений "full"	17 357	17 761	18 164	18 568	18 972	19 375	19 779	20 183	20 586	20 990	21 393	21 797	234 924
Оплата труда повара	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	1 188 000
Процент менеджера по продажам	42 538	43 527	44 516	45 506	46 495	47 484	48 473	49 463	50 452	51 441	52 430	53 420	575 744
Процент администратора	17 015	17 411	17 807	18 202	18 598	18 994	19 389	19 785	20 181	20 576	20 972	21 368	230 297
Расходы на раздаточный материал (приборы для еды)	19 350	19 800	20 250	20 700	21 150	21 600	22 050	22 500	22 950	23 400	23 850	24 300	261 900
Расходы на упаковку заказов	19 350	19 800	20 250	20 700	21 150	21 600	22 050	22 500	22 950	23 400	23 850	24 300	261 900
Расходы на доставку заказов	116 100	118 800	121 500	124 200	126 900	129 600	132 300	135 000	137 700	140 400	143 100	145 800	1 571 400
Маркетинговые расходы	95 957	95 957	95 957	95 957	95 957	95 957	95 957	95 957	95 957	95 957	95 957	95 957	1 151 487
Всего переменных затрат, грн	664 537	675 457	686 378	697 298	708 218	719 139	730 059	740 980	751 900	762 821	773 741	784 662	8 695 189
Всего расходов, грн	739 058	749 978	760 899	771 819	782 740	793 660	804 581	815 501	826 422	837 342	848 262	859 183	9 589 445
Доход													
Доход от продаж программ "Slim"	174 150	178 200	182 250	186 300	190 350	194 400	198 450	202 500	206 550	210 600	214 650	218 700	2 357 100
Доход от продаж программ "Tonus"	283 800	290 400	297 000	303 600	310 200	316 800	323 400	330 000	336 600	343 200	349 800	356 400	3 841 200
Доход от продаж программ "Sport"	232 200	237 600	243 000	248 400	253 800	259 200	264 600	270 000	275 400	280 800	286 200	291 600	3 142 800
Доход от продаж офисных программ "mini"	38 507	39 402	40 298	41 193	42 089	42 984	43 880	44 775	45 671	46 566	47 462	48 357	521 181
Доход от продаж офисных программ "standart"	64 242	65 736	67 230	68 724	70 218	71 712	73 206	74 700	76 194	77 688	79 182	80 676	869 508
Доход от продаж офисных программ "full"	57 857	59 202	60 548	61 893	63 239	64 584	65 930	67 275	68 621	69 966	71 312	72 657	783 081
Всего доход, грн	850 755	870 540	890 325	910 110	929 895	949 680	969 465	989 250	1 009 035	1 028 820	1 048 605	1 068 390	11 514 870
Прибыль													
Амортизация	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Прибыль до налогообложения, грн.	111 697	120 562	129 426	138 291	147 155	156 020	164 884	173 749	182 613	191 478	200 343	209 207	1 925 425
Единый налог			130 581			139 484			148 388			157 291	575 744
Чистая прибыль (прибыль после налогообложения)	111 697	120 562	-1 155	138 291	147 155	16 536	164 884	173 749	34 226	191 478	200 343	51 916	1 349 682
Чистый денежный поток, грн	111 697	120 562	-1 155	138 291	147 155	16 536	164 884	173 749	34 226	191 478	200 343	51 916	1 349 682
ЕВИТДА	111,697	120,562	129,426	138,291	147 155	156,020	164,884	173,749	182,613	191,478	200,343	209 207	1,925,425
ЕВИТ	111 697	120 562	129 426	138 291	147 155	156 020	164 884	173 749	182 613	191 478	200 343	209 207	1 925 425
Консолидированная чистая прибыль, грн	1 145 818	1 266 380	1 265 225	1 403 516	1 550 671	1 567 207	1 732 091	1 905 840	1 940 066	2 131 544	2 331 887	2 383 803	
Консолидированный чистый денежный поток, грн	1 145 818	1 266 380	1 265 225	1 403 516	1 550 671	1 567 207	1 732 091	1 905 840	1 940 066	2 131 544	2 331 887	2 383 803	

Таблица 22. Консолидированный прогноз деятельности на первые 3 года работы

	Прогноз			Всего
	1 год	2 год	3 год	
Постоянные расходы				
Фонд заработной платы	256 500	288 000	288 000	832 500
Уплата налогов на ЗП	132 233	148 472	148 472	429 177
Аренда производственного помещения	216 000	216 000	216 000	648 000
Коммунальные платежи	75 600	151 200	151 200	378 000
Бухгалтерское сопровождение	48 000	48 000	48 000	144 000
Непредвиденные расходы	36 417	42 584	42 584	121 584
Всего постоянных расходов, грн	764 750	894 256	894 256	2 553 261
Переменные расходы				
Закупка продуктов для программ "Slim"	255 150	532 170	707 130	1 494 450
Закупка продуктов для программ Tonus	415 800	867 240	1 152 360	2 435 400
Закупка продуктов для программ "Sport"	340 200	709 560	942 840	1 992 600
Закупка продуктов для офисных программ "mini"	56 417	117 669	156 354	330 440
Закупка продуктов для офисных программ standart	94 122	196 312	260 852	551 286
Закупка продуктов для офисных приложений "full"	84 767	176 799	234 924	496 490
Оплата труда повара	336 000	792 000	1 188 000	2 316 000
Процент менеджера по продажам	207 743	433 292	575 744	1 216 778
Процент администратора	83 097	173 317	230 297	486 711
Расходы на раздаточный материал (приборы для еды)	94 500	197 100	261 900	553 500
Расходы на упаковку заказов	94 500	197 100	261 900	553 500
Расходы на доставку заказов	567 000	1 182 600	1 571 400	3 321 000
Маркетинговые расходы	415 485	866 583	1 151 487	2 433 555
Всего переменных затрат, грн	3 044 780	6 441 740	8 695 189	18 181 709
Всего расходов, грн	3 809 529	7 335 996	9 589 445	20 734 969
Доход				
Доход от продаж программ "Slim"	850 500	1 773 900	2 357 100	4 981 500
Доход от продаж программ "Tonus"	1 386 000	2 890 800	3 841 200	8 118 000
Доход от продаж программ "Sport"	1 134 000	2 365 200	3 142 800	6 642 000
Доход от продаж офисных программ "mini"	188 055	392 229	521 181	1 101 465
Доход от продаж офисных программ "standart"	313 740	654 372	869 508	1 837 620
Доход от продаж офисных программ "full"	282 555	589 329	783 081	1 654 965
Всего доход, грн	4 154 850	8 665 830	11 514 870	24 335 550
<i>Амортизация</i>	0	0	0	0
Прибыль до налогообложения, грн.	345 321	1 329 834	1 925 425	3 600 581
<i>Единый налог</i>	207 743	433 292	575 744	1 216 778
Прибыль после налогообложения	137 578	896 543	1 349 682	2 383 803
Консолидированная прибыль	137 578	1 034 121	2 383 803	2 383 803
Чистый денежный поток	137 578	896 543	1 349 682	2 383 803
ЕБИТДА	345 321	1 329 834	1 925 425	3 600 581
ЕБИТ	345 321	1 329 834	1 925 425	3 600 581

7.6 . Прогнозный баланс предприятия

Баланс – это документ, отражающий активы и пассивы, сформированные на предприятии. Баланс – это один из индикаторов эффективности ведения бизнеса и развития хозяйственной деятельности на предприятии.

Прогнозный баланс составлен на 3 года работы.

Таблица 23. Прогнозный баланс на 3 года

№ строки	Поступления и расходы	Год		
		1	2	3
1	Остаток средств на начало месяца	0	137 578	1 034 121
2	Поступление:			
2.1	Привлеченные инвестиции	601 940		
2.3.	Доход от продаж программ "Slim"	850 500	1 773 900	2 357 100
2.4.	Доход от продаж программ "Tonus"	1 386 000	2 890 800	3 841 200
2.5.	Доход от продаж программ "Sport"	1 134 000	2 365 200	3 142 800
2.6.	Доход от продаж офисных программ "mini"	188 055	392 229	521 181
2.7.	Доход от продаж офисных программ "standart"	313 740	654 372	869 508
2.8.	Доход от продаж офисных программ "full"	282 555	589 329	783 081
3	Всего поступлений	4 756 790	8 665 830	11 514 870
4	Расходы:			
4.1.	Потраченные инвестиции	601 940		
4.2.	Фонд заработной платы	256 500	288 000	288 000
4.3.	Уплата налогов на ЗП	132 233	148 472	148 472
4.4.	Аренда производственного помещения	216 000	216 000	216 000
4.5.	Коммунальные платежи	75 600	151 200	151 200
4.6.	Бухгалтерское сопровождение	48 000	48 000	48 000
4.7.	Непредвиденные расходы	36 417	42 584	42 584
4.8.	Закупка продуктов для программ "Slim"	255 150	532 170	707 130
4.9.	Закупка продуктов для программ Tonus	415 800	867 240	1 152 360
4.10.	Закупка продуктов для программ "Sport"	340 200	709 560	942 840
4.11.	Закупка продуктов для офисных программ "mini"	56 417	117 669	156 354
4.12.	Закупка продуктов для офисных программ standart	94 122	196 312	260 852
4.13.	Закупка продуктов для офисных приложений "full"	84 767	176 799	234 924
4.14.	Оплата труда повара	336 000	792 000	1 188 000
4.15.	Процент менеджера по продажам	207 743	433 292	575 744
4.16.	Процент администратора	83 097	173 317	230 297
4.17.	Расходы на раздаточный материал (приборы для еды)	94 500	197 100	261 900
4.18.	Расходы на упаковку заказов	94 500	197 100	261 900
4.19.	Расходы на доставку заказов	567 000	1 182 600	1 571 400
4.20.	Маркетинговые расходы	415 485	866 583	1 151 487
4.21.	Амортизация	0	0	0
4.22.	Единый налог	207 743	433 292	575 744
5	Всего расходов	4 619 212	7 769 287	10 165 188
6	БАЛАНС (строка 1 + строка 3) – строка 5)	137 578	1 034 121	2 383 803

8. АНАЛ И ПО ПОКАЗАТЕЛЯМ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

8.1. Оценка проекта, его эффективность и направленность

Оценка эффективности создания предприятия, являющегося предметом этого бизнес-плана, а также способности бизнеса генерировать прибыль оценена в соответствии с международной практикой по группе показателей, среди которых основными являются чистая текущая стоимость проекта (NPV), внутренняя норма прибыльности (рентабельности) проекта (IRR) и дисконтированный период окупаемости проекта (DPP). По данным показателям можно заключить об эффективности проекта.

В данном бизнес-плане оценивается общая эффективность инвестирования в проект (коммерческая эффективность) с учетом того, что источник финансирования – привлеченные средства. Учет фактора времени производится посредством дисконтирования итоговых денежных потоков по ставке дисконта 11,26%.

Выполненный расчет финансового плана показывает, что при своевременном получении необходимых средств и организации работ по проекту в соответствии с расчетными сроками капиталовложения окупятся в течение срока проекта.

Предлагаемый проект обеспечивает достижение высоких экономических показателей деятельности. Реализация этого проекта позволит создать прибыльный бизнес.

Таблица 24. Основные показатели проекта

Период	ставка дисконта 11,26%		PV
	Денежный поток	Коэффициент дисконтирования	
Первоначальные инвестиции	364 243	1,000	-364 243
1 год	137 578	0,90	123 657
2 год	896 543	0,81	724 279
3 год	1 349 682	0,73	980 017
NPV			1 463 710

Показатели проекта	Единица измерения	Значение
Период окупаемости (Discount payback period)-PP	<i>месяцев</i>	16
Дисконтированный период окупаемости (Discount payback period)-DPP	<i>месяцев</i>	16
Проектный период (Project period)	<i>месяцев</i>	60
Настоящая стоимость денежных потоков (Present Value) – PV	грн	1 827 953

Показатели проекта	Единица измерения	Значение
Чистая нынешняя стоимость (Net Present Value) – NPV	грн	1 463 710
Внутренняя ставка доходности (Internal rate of return) – IRR	%	100,29%
Средняя норма рентабельности (Average rate of return) – ARR	%	218%
Индекс доходности вложений (Profitability index) – PI	ед.	5,02
EBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization)	грн	3 600 581
EBIT (Earnings Before Interest and Taxes) – Операционная прибыль	грн	3 600 581

Период расчета интегральных показателей – 36 месяцев (3 года).

Ставка дисконтирования

Определение ставки дисконтирования производилось с учетом следующих факторов:

По доллару США = безрисковая ставка или ставка краткосрочного депонирования в долларах США (годовых) (≈2,96%) + другие риски.

Таблица 25. Расчет безрисковой ставки

Период	%
декабрь 2016	5,00
январь 2017	3,00
февраль 2017	5,50
март 2017	2,00
апрель 2017	4,50
май 2017	2,00
июнь 2017	5,00
июль 2017	5,00
август 2017	2,00
сентябрь 2017	0,50
октябрь 2017	0,50
ноябрь 2017	0,50
Среднее значение	2,96

Таблица 26. Расчет других рисков

Вид риска	Уровень риска					Определение максимального риска (уровень риска 5)
	1	2	3	4	5	
Риск инвестирования						
Государственная гарантия возврата инвестиций				1,00		нет
Объемы инвестиций		1,00				Средний объем финансовых вложений

Вид риска	Уровень риска					Определение максимального риска (уровень риска 5)
	1	2	3	4	5	
Темпы инфляции			1,00			Средние темпы инфляции
Кредитная политика банков	1,00					Предприятие не зависит от кредитных средств
Количество наблюдений	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	
Взвешенная сумма	1,00	2,00	3,00	4,00	0,00	
Сумма взвешенных	10,00					
Количество факторов	4,00					
Средневзвешенная величина	2,50					
Размер компании						
Монополии		1,00				Конкуренция значительна
Доля рынка	1,00					Небольшая доля рынка
Количество наблюдений	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	
Взвешенная сумма	1,00	2,00	0,00	0,00	0,00	
Сумма взвешенных	3,00					
Количество факторов	2,00					
Средневзвешенная величина	1,50					
Территориальная и производственная диверсификация						
Филиалы, представительства			1,00			Отсутствие
Гибкие технологические линии	1,00					Гибкость проекта
Работа на разных сегментах рынка	1,00					Единый сегмент
Ассортимент товаров	1,00					
Количество наблюдений	3,00	0,00	1,00	0,00	0,00	
Взвешенная сумма	3,00	0,00	3,00	0,00	0,00	
Сумма взвешенных	6,00					
Количество факторов	4,00					
Средневзвешенная величина	1,50					
Диверсификация клиентуры						
Число потребителей продукции	1,00					Широкий круг потребителей
Удельный вес продаж разным потребителям	1,00					Без разницы
Количество наблюдений	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Взвешенная сумма	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Сумма взвешенных	2,00					
Количество факторов	2,00					
Средневзвешенная величина	1,00					
Качество управления						
Ключевая фигура			1,00			Частный предприниматель
Стратегия маркетинга		1,00				
Финансовая структура		1,00				Удовлетворительная
Ретроспективная прогнозируемость	1,00					
Мотивация	1,00					Высокая
Количество наблюдений	2,00	2,00	1,00	0,00	0,00	
Взвешенная сумма	2,00	4,00	3,00	0,00	0,00	

Вид риска	Уровень риска					Определение максимального риска (уровень риска 5)
	1	2	3	4	5	
Сумма взвешенных	9,00					
Количество факторов	5,00					
Средневзвешенная величина	1,80					
Итого риск	8,30					

Ставка дисконта составляет $8,30 + 2,96 = 11,26$

8. 2. Период окупаемости проекта (PBP)

PBP – срок (период) окупаемости. PBP показывает, через какой срок полностью вернутся (окупятся) денежные средства, за счет которых финансируется проект. Доход от использования средств по проекту может быть получен только после завершения периода окупаемости. Номинальный период окупаемости говорит предприятию о том, что полностью рассчитаться по привлеченным средствам раньше, чем через PBP, не удастся.

Значение PBP по проекту – 16 месяцев.

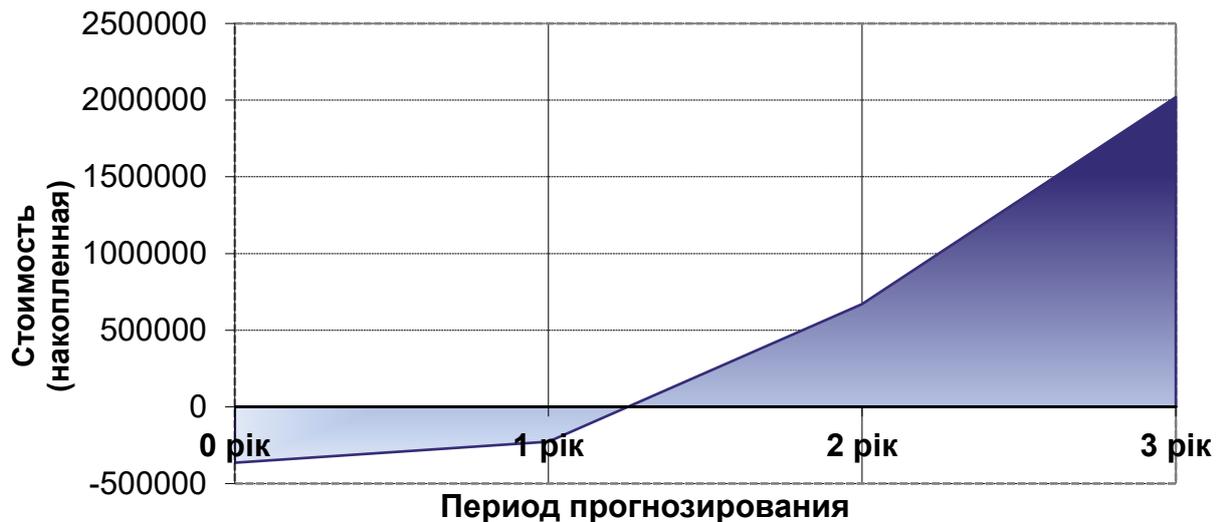


Рис 10. График окупаемости проекта

8.3. Чистая текущая стоимость (NPV)

Показатель чистого приведенного дохода (NPV) представляет собой абсолютную величину дохода от реализации проекта с учетом ожидаемого изменения стоимости денег. Обязательным условием реализации проекта является не отрицательное значение NPV.

Расчет показателя:

$$NPV = \sum \frac{CF_t}{(1+r)^{t-1}} - Investments$$

где Investments – начальные инвестиции;

CF_t – чистый денежный поток луны t;

r – месячная ставка дисконтирования; при годовой ставке – 11,26%.

NPV – чистая нынешняя стоимость.

В рассчитанном проекте чистая нынешняя стоимость (NPV) по основной валюте (грн) составляет 1463710. Показатель является положительным, чем подтверждает эффективность инвестиционного проекта.

8.4. Дисконтированный период окупаемости (DPB)

DPB – срок окупаемости с учетом дисконтирования. Он показывает, какое время потребуется для того, чтобы доходность от использования денежных средств в проекте оказалась равной доходности при альтернативном вложении средств.

Дисконтированный период окупаемости проекта составляет 16 месяцев.

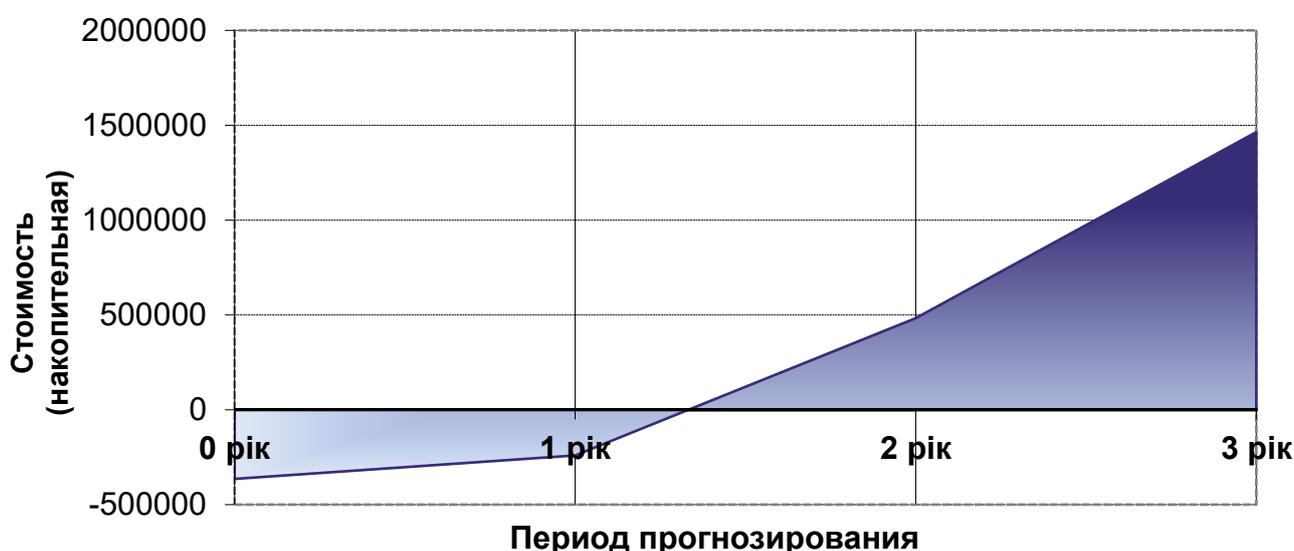


Рис 11. График дисконтированной стоимости проекта

8.5. Внутренняя норма рентабельности (IRR)

Проект считается приемлемым, если рассчитанное значение IRR не ниже требуемой нормы рентабельности, определяемой инвестиционной политикой компании.

Расчет показателя:

$$\sum \frac{CF_t}{(1 + IRR)^{t-1}} - Investments = 0$$

где Investments – начальные инвестиций;

CF_t – чистый денежный поток месяца t;

IRR – внутренняя норма рентабельности.

В разработанном проекте рассчитанное значение IRR по основной валюте составляет 100,29%. Показатель подтверждает необходимую норму рентабельности, которая определяется инвестиционной политикой компании и подтверждает эффективность инвестиционного проекта.

8.6. Средняя норма рентабельности (ARR)

Средняя норма рентабельности (ARR – Average rate of return) представляет прибыльность проекта как отношение между среднегодовыми поступлениями от его реализации и величиной начальных инвестиций.

Расчет показателя:

$$ARR = \frac{\sum_{i=1}^n ЧП_i / n}{IB}$$

где Investments – начальные инвестиции;

ПДП t – чистый денежный поток периода,

t; - продолжительность проекта,

ИС – использованы инвестиции.

Показатель ARR интерпретируется как средний годовой доход, который можно получить от реализации проекта.

В рассчитанном проекте средняя норма рентабельности (ARR) по основной валюте (грн) составляет 218%.

8.7 Индекс доходности (PI)

Показатель индекса доходности (PI) показывает относительную величину доходности проекта. Он описывает сумму прибыли на единицу инвестиционных средств. Обязательные условия реализации проекта – индекс доходности должен быть больше 1.

Расчет показателя

$$PI = \frac{\sum \frac{CF_t}{(1+r)^{t-1}}}{Investments}$$

где Investments – начальные инвестиций;

CFt – чистый денежный поток месяца t;

r – месячная ставка дисконтирования;

PI – индекс доходности.

В рассчитанном проекте индекс доходности (PI) по основной валюте (грн) составляет 5,02. Показатель больше 1, чем подтверждает эффективность инвестиционного проекта. Интерпретировать показатель можно следующим образом: одна инвестируемая денежная единица приносит дополнительный доход, покрывая при этом инвестированную денежную единицу.

8.8. Точка без убыточности

Анализ безубыточности предприятия сводится к определению минимального объема приготовления заказов (при стабильных постоянных затратах), при котором

Сервис может, с одной стороны, обеспечить безубыточную операционную деятельность в плановом периоде, с другой – создать условия для самофинансирования.

Точка безубыточности характеризует объем продаж товара, при котором прибыль предприятия равна нулю, то есть выручка от продаж товаров соответствует затратам на их изготовление. Точку безубыточности называют также точкой «пороговой» прибыли или точкой равновесия.

Составным элементом анализа точки безубыточности является расчет суммы покрытия (маржинальной прибыли). Точка безубыточности достигается в пятом месяце работы и составляет 259 127 грн.

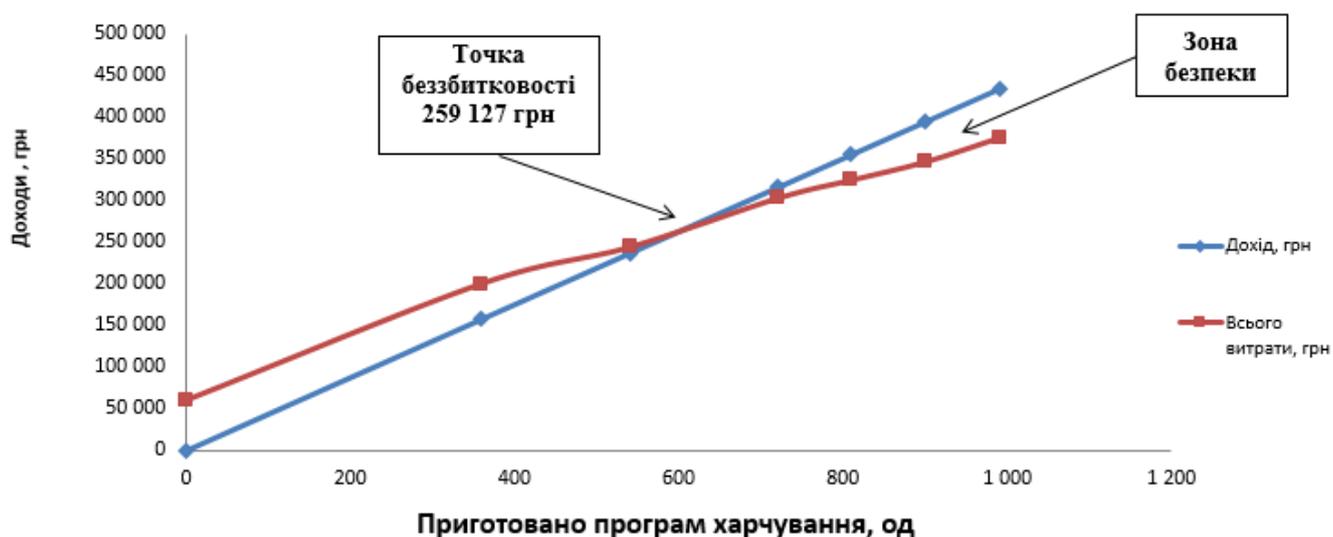


Рис 12. Расчет точки безубыточности

9. АНАЛ И ИЗ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ

9.1. Анализ возможностей минимизации рисков

Рассмотрим главные предпосылки, которые могут повлиять на степень риска данного бизнеса. Все риски условно можно разделить на 2 группы:

Таблица 27. Технологические риски:

№	Риск	Оценка вероятности	Действия для минимизации риска	Механизм страхования
1	Форс – мажорные обстоятельства	низкая	Соблюдение правил пожарной безопасности техники безопасности.	Страхование имущества
2	Массовое отравление клиентов	низкая	Контроль работы поваров. Контроль качества продуктов из которых готовятся блюда	

Таблица 28. Экономические опасности:

№	Риск	Оценка вероятности	Действия для минимизации риска	Механизм страхования
1	Длинный выход на расчетные объемы из-за низкого спроса	среднее	Поиск новых каналов сбыта продукции	Внедрение новых способов рекламы
2	Ужесточение конкуренции	среднее	Постоянный мониторинг рынка	Изменение ценовой и маркетинговой политики