

Бизнес-план
Створення кафе "Victoria"

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП | 3 |
| 1. РЕЗЮМЕ..... | 4 |
| 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ГАЛУЗІ | 5 |
| 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОДУКТА | 6 |
| 4. МІСЦЕЗНАХОДЖЕННЯ КАФЕ "VICTORIA" | 7 |
| 5. АНАЛІЗ РИНКУ | 7 |
| 6. ПЛАНОВИЙ ОБСЯГ І СТРУКТУРА ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ..... | 9 |
| 7. ЗАБЕЗПЕЧЕНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ОСНОВНИМИ ФАКТОРАМИ | 10 |
| 8. СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГА | 12 |
| 9. УПРАВЛЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЕЙ ІНВЕСТИЦІОННОГО ПРОЕКТУ..... | 13 |
| 10. ОЦІНКА РИЗИКІВ І ФОРМИ ЇХ СТРАХУВАННЯ | 14 |
| 11. ФІНАНСОВИЙ ПЛАН | 15 |
| 12. СТРАТЕГІЯ ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ | 3 |
| ВИСНОВОК..... | 5 |

ВСТУП

Планування інвестиційної діяльності будь-якого комерційного підприємства направлене на рішення питання про те, чи варто вкладати гроші в даний проект, і чи принесе він очікуваний дохід, що окупає всі витрати.

Для того, щоб визначити кінцеві результати справи, що починається, будь-якому підприємцю, інвестору, банкіру, керівнику підприємства необхідно мати грамотно складений бізнес-план. Без цього не можна братися за комерційний або виробничий бізнес.

Бізнес-план є документом, що включає всі основні аспекти створюваного комерційного підприємства. У ньому повинні бити відображені питання вивчення місткості і перспективи майбутнього ринку збуту; оцінені всі витрати, які порівняні з доходами від планованого продажу продукції з метою визначення потенційної прибутковості справи, що починається.

Бізнес-план - документ, що розробляється на перспективу 3-5 років з розбиттям по роках, причому перший рік розбивається по кварталах і місяцях.

Представлене в бізнес-плані рішення виробничих, комерційних і соціальних проблем виключає можливість помилкових дій в процесі реалізації задуманої справи. Бізнес-план, що складається, повинен бути не тільки переконливим для інвестора, банкіра, підприємця, але і достатньо привабливим, щоб одержати фінансову підтримку.

Добре аргументований, складений на достовірній інформації, з глибоко продуманою перспективою бізнес-план - запорука успіху підприємця, що починає справу і готового йти на розумний ризик.

1. РЕЗЮМЕ

На теперішній час даний вид бізнесу розвивається достатньо високими темпами т. к. це не тільки заклад суспільного харчування, але й місце для відпочинку з сім'єю, друзями і т.д.

Головною метою створення закладу є проникнення на ринок і подальше розширення ринкової долі. Головною стратегією закладу повинна стати комплексна стратегія з надання продукції більш високого рівня якості, а також розширення асортименту послуг. Виходячи з цього стратегією маркетингу обирається стратегія розширення попиту за рахунок стимулювання обсягу продажів, цінової політики і нецінових факторів конкуренції, створення позитивного іміджу кафе.

Обраний вид діяльності пояснюється перш за все наявністю досвіду у керівників закладу. Значну роль грає ситуація у галузі, яка забезпечує стійку норму прибутку за рахунок вірної орієнтації на потенційного споживача з середнім рівнем доходів.

Керівництво закладу у своїй діяльності орієнтується на вивчення потреб і запитів споживачів і у якості однієї з головних задач підвищення якості продукції, що пропонується.

Для створення кафе планується придбання спеціального обладнання, меблів, а виробничу будівлю взяти в оренду. Для виробництва продукції необхідно найняти 8 робітників.

Кафе за своїм стилем буде поєднувати елементи кухні європейських країн і буде розташоване у центрі міста. Акцент робиться на інтер'єрі та кухні, а також на використанні сучасних будівних технологіях. Переваги перед іншими закладами суспільного харчування полягають у зацікавленості споживачів до національних особливостей кухонь європейських країн.

Перевагою даною бізнес-ідеї є розташування бізнесу: Україна, Донецька область, м. Краматорськ вул. . Паркова 45

Кафе "VICTORIA" - підприємство засноване на приватній власності індивідуальної особи (генерального директора), яке має одного власника і розпорядника основних засобів, капіталу підприємства.

Необхідний початковий капітал планується отримати у якості кредиту у установі, яка займається фінансуванням проектів і кредитуванням під 10% річних, але більша частина проекту буде фінансуватися за рахунок власних коштів.

Запланований строк реалізації проекту 25 років. Розрахований період окупності інвестицій склав 3,85 року. Залучення інвестицій планується на 5 років. Обсяг необхідних інвестицій наведений у розділі 12.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ГАЛУЗІ

Даний вид бізнесу сьогодні користується у інвесторів великою популярністю. Галузь, в котрій буде працювати підприємство – продуктова у галузі суспільного харчування. Місцем реалізації даного бізнес-плану є місто Краматорськ на території якого спостерігається широка мережа об'єктів суспільного харчування. Галузь є достатньо прибутковою, так як рівень рентабельності складає 25%, що дозволяє отримувати великі доходи, а відповідно і прибутки. А у разі успіху рівень рентабельності може досягати 50–60%.

В традиційній класифікації кафе поділяються на 3 класи: "люкс", вищий та перший, кожному з яких відповідає певний перелік вимог. Сучасні спеціалісти використовують дещо іншу градацію: елітні, кафе для середнього класу або як їх ще називають "середньої руки" та кофейні.

Елітні кафе відрізняються вишуканістю інтер'єру, високим рівнем комфорту, широким асортиментом оригінальних блюд та напоїв і, звичайно, високими цінами. Кафе середньої руки, як у нашому випадку за більш помірну плату пропонують відвідувачам достатньо різноманітне меню. Найбільш вигідними з точки зору фінансової віддачі є десерти.

Щодо українських кафе, то головною їх особливістю є неперевершена кухня. Деякі відрізняються бездоганним обслуговуванням та інтер'єрами. І лише для одиниць характерна наявність і першого, і другого, і третього.

Необхідно відмітити, що основними конкурентами у галузі є кафе "Соната", а також кафе "Сяйво".

3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОДУКТА

Сферою діяльності даного підприємства є суспільне харчування, мета проекту – відкриття кафе у стилі поєднання елементів європейських кухонь. Основний наголос робиться на інтер'єр та кухню, а також на використання сучасних будівельних технологій для створення атмосфери комфорту та затишку. Продукцією, що пропонує кафе "VICTORIA" є блюда країн Європи. Переваги перед іншими закладами суспільного харчування полягають у зацікавленості споживачів до національних особливостей кухонь європейських країн.

Основою продукції, що пропонується є блюда країн Європи, традиційні напої цих країн, а також комплексні обіди, які складаються з різних блюд.

Необхідні для приготування блюд та напоїв продуктів будуть поставлятися сільським господарством "Донбас" в пос. Андріївка з яким попередньо досягнуто домовленість, що дозволить мінімізувати витрати на транспортування.

Кількість місць – на 30 персон, кількість столиків 9 шт., також тут розташована маленька сцена для проведення різноманітних заходів. Внутрішній дизайн залу та його інтер'єр планується оформити якомога затишніше, що робить незабутнім відвідування даного закладу. Просторе приміщення кафе планується виконати в етнічному стилі. Тут будуть білі дивани, білі скатертини і вишукані меблі.

Площа у 110 кв. м., на території якого розташоване кафе, взята в аренду, 100 кв. м. займає безпосередньо.

4. МІСЦЕЗНАХОДЖЕННЯ КАФЕ "VICTORIA"

Юридична адреса Україна, Донецька область, м. Краматорськ вул. Паркова 45.

Розташування кафе дуже вигідне, з географічної точки зору:

Знаходиться у центрі міста;

Знаходиться в густо населеному районі;

Розташування транспортних вузлів достатньо близько, що дозволяє з мінімальними витратами поставляти сировину.

В даному районі відсутнє такого високого рівня заклад суспільного харчування, що є великою перевагою для реалізації даного проекту.

Місцем відпочинку від суєти і буде слугувати наше кафе.

Кафе "VICTORIA" розташоване по вул. Паркова. Переваги цього місцезнаходження беззаперечні: у центрі міста проходять всі свята, тут розташовано більшість адміністративних установ, розташовані великі підприємства. Саме сюди направляються люди ввечері зі своїми родинами, з друзями для того, щоб повечеряти і приємно провести час.

5. АНАЛІЗ РИНКУ

Для визначення можливостей збуту продукції проведемо дослідження ринку. Аналіз попиту за попередні 3 роки представлена в таблиці 5.1.

Виходячи з отриманих даних, можна зробити висновок, що на ринку кожен рік існує потреба у додатковому обсягу продажів. Отримані дані дають можливість скласти прогноз виробництва продукції на наступні 5 років. Даний прогноз представлений у таблиці 5.

Виробнича потужність розраховується на основі кількості посадочних місць (30) і кількості основних блюд, які виробляються за день двома поварами (91).

Розрахунок показує, що протягом всього робочого дня, який складає 14 годин, на одне посадочне місце приходить 2,7 основних блюда, що дає можливість за рахунок збільшення кількості поварів збільшити у середньому виробничу потужність у 2 рази. Кількість безалкогольних і алкогольних напоїв, які замовляються у день 2шт. на 1 столик і має тенденцію до збільшення.

Запропонована продукція умовно поділена на два види: це основні блюда (як національної кухні, так и комплексні обіди) і салати і напої (безалкогольні і алкогольні).

Таблиця 5.1. – Прогноз можливого обсягу продажу, шт.

| Виробнича потужність | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|--------|-------|-------|-------|-------|
| Кількість поданих основних блюд за рік роботи | 755552 | 77143 | 76430 | 77592 | 78869 |
| Безалкогольні і алкогольні напої | 8762 | 8804 | 8850 | 8912 | 8954 |
| Всього | 84314 | 85947 | 85280 | 86504 | 87823 |

Для визначення можливого рівня цін на продукцію, що випускається визначимо середній рівень цін на ринку України (таблиця 5.3).

Таблиця 5.2. – Характеристика сучасного і прогнозного рівня цін на продукцію, що реалізується на внутрішньому ринку.

| ВИД РИНКУ | Сучасний рівень цін | | Прогнозний рівень цін в доларах США | | | | |
|---|---------------------|-----------|-------------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| | в грн. | в дол США | 2009 р. | 2010 р. | 2011 р. | 2012 р. | 2013 р. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Внутрішній (середній рівень цін на ринку України) | 35 | 6,93 | 7,05 | 7,15 | 7,23 | 7,5 | 7,8 |

Можлива ціна на кожну в розрізі кожної асортиментної групи представлена в таблиці 6.2.

6. ПЛАНОВИЙ ОБСЯГ І СТРУКТУРА ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ

Можлива кількість продукції, що реалізується в таблиці 5.2. Розподіл продукції, що виробляється за асортиментними групами розглянемо в таблиці 6.1.

Таблиця 6.1 – Плановий обсяг і структура виробництва

| Продажі | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|--|-------------|-------------|-----------|-----------|-----------|
| Блюда національної кухні і комплексні обіди, грн | 2 606 561,5 | 2 707 720,3 | 2 751 508 | 2 824 368 | 2 997 014 |
| Безалкогольні і алкогольні напої, грн | 219 050 | 222 741,2 | 230 100 | 235 276,8 | 242 653,4 |
| Всього І | 2825610 | 3430434.5 | 3481608 | 3559644,8 | 3739667,4 |

Можлива ціна на кожну в розрізі кожної асортиментної групи представлена в таблиці 6.2.

Таблиця 6.2 – Прогнозний рівень цін (середній), виходячи із усіх блюде меню у розрізі асортиментних груп

| Асортиментні групи продукції | Одиниці виміру | Прогнозний рівень цін | | | | |
|---|----------------|-----------------------|------|------|------|------|
| | | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Блюда національної кухні і комплексні обіди | грн. | 34,5 | 35,1 | 36 | 36,4 | 38 |
| Безалкогольні і алкогольні напої | грн. | 25 | 25,3 | 26 | 26,4 | 27,1 |

7. ЗАБЕЗПЕЧЕНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ОСНОВНИМИ ФАКТОРАМИ

Найбільший інтерес представляє забезпеченість виробництва сировиною і енергоносіями. Проаналізуємо середньорічні потреби і обсяги надходжень. (таблиця 7.1).

Таблиця 7.1 – Забезпеченість виробництва сировиною і матеріалами на рік

| Ресурси | Одиниці виміру | Середньорічні потреби | Обсяг надходжень |
|------------------------------|----------------|-----------------------|------------------|
| | | | 3 регіону |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Сировинні ресурси, матеріали | грн | 699 235 | 699 235 |
| Енергетичні ресурси | грн | 5535 | 5535 |

Основні фонди, необхідні для виробництва представимо в таблиці 7.2.

Таблиця 7.2 – Кошторис витрат на придбання основних фондів, необхідних для виробництва.

Необхідне обладнання:

| Найменування обладнання | Кількість, шт. | Всього, грн |
|-------------------------|----------------|-------------|
| Приміщення | 1 | 468 000 |
| Електроплита | 1 | 6 500 |
| Електром'ясорубка | 1 | 700 |
| Кухонний комбайн | 1 | 1500 |
| Посуд | 1 | 10 000 |
| Холодильне обладнання | 2 | 7 500 |
| Мікроволнова піч | 2 | 1350 |
| Дизайн приміщення | - | 8 000 |
| Меблі | - | 10 000 |
| Освітлювальні пристрої | - | 2 000 |
| Касовий апарат | 1 | 700 |
| Телефон | 2 | 300 |
| Музичне обладнання | 1 | 5000 |
| Інші витрати | - | 650 |

| | | |
|--------|---------|--|
| Всього | 534 200 | |
|--------|---------|--|

Вибір персоналу для даного бізнесу дуже важливий, тому що від кваліфікованої роботи офіціантів і поварів залежить успіх всього підприємства. Керівник має 6 річний досвід роботи у сфері суспільного харчування, має вищу економічну (бухгалтер) освіту, що дозволить вести бухгалтерію кафе.

Виробничий персонал складається з 2 поварів, 3 офіціантів, кухонного робітника і прибиральниці. У зв'язку зі специфікою підприємства, до персоналу пред'являються високі вимоги.

На посаду повара обрано чоловіка з 10 річним досвідом роботи. Помічник повара досконало знає кухню країн Європи і має досвід роботи. вимоги до офіціанта будуть полягати у приємній зовнішності, знанню культурних традицій і мати досвід роботи не менше 3 років.

У зв'язку зі зростанням продажів на четвертий рік роботи планується найняти ще 1 помічника повара.

Забезпеченість трудовими ресурсами представимо у таблиці 7.3.

Таблиця 7.3 – Забезпеченість виробництва трудовими ресурсами

| | | | | | |
|-----------|------|------|------|------|------|
| Персонал | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
| Кількість | 8 | 8 | 8 | 9 | 9 |

Заробітна плата за місяць обслуговуючого персонала і керівника представлена в таблиці 7.4

| Посада | Оклад в місяць | Оклад в рік |
|-------------------|----------------|-------------|
| Директор | 2100 | 25200 |
| Менеджер | 1300 | 15600 |
| Повар | 1000 | 12000 |
| Кухонний робітник | 750 | 9000 |
| Офіціант | 800 | 9600 |
| Прибиральниця | 650 | 7800 |
| Всього | 5300 | 63600 |

Виходячи з розглянутого, можна зробити висновок, що для реалізації проекту необхідна закупівля сировини і матеріалів, основних фондів, залучення трудових ресурсів.

8. СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГА

Перш за все при відкритті кафе необхідно приділити увагу його географічному місцезнаходженню. При виборі місця для кафе "VICTORIA" вивчалися такі параметри, як потік людей у безпосередній близькості від приміщення, конкурентне оточення, основні будівлі і споруди поблизу майбутнього кафе, зручність під'їзду, наявність парковки, можливості зовнішнього оформлення.

Основними клієнтами кафе є молодь і люди середнього віку. Цільовий сегмент населення м. Краматорська швидко зростає порівняно з іншою частиною населення. Привабливим фактором є розумний ціновий діапазон, який задовольнить клієнта з середнім доходом – 600-800 гривень. Режим роботи кафе також є оптимальним для відвідувачів – с 10: 00 до 24: 00. куріння в приміщенні буде заборонене.

Продукція кафе "VICTORIA" призначена для будь-якого клієнта, тим не менш, вона спеціально орієнтована на людей, які вживають тільки натуральні продукти і для яких практично відповідних блюд за доступною ціною в меню інших кафе та ресторанів.

В подальшому планується розширення охоплення цільового населення, кафе пропонує додаткову продукцію – комплексні обіди у межах 20-30 гривень. Планується, що ця послуга буде користуватися попитом у обідній час у співробітників установ і підприємств, які знаходяться у безпосередній близькості.

Важливим моментом є рівень сервісу. Офіціант повинен бути люб'язним, акуратним і розбиратися в тому, що замовляє клієнт. Перед відкриттям кафе планується провести рекламну компанію протягом місяця, а після відкриття продовжити в залежності від відвідування.

Так як великою популярністю користується сувенірна продукція, то протягом першого місяцю відвідувачам на пам'ять будуть подаровані різні

сувеніри. У майбутньому планується оформити фірмовим знаком кафе серветки, бокали, попільнички, серветниці.

9. УПРАВЛЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИЕЙ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

Кафе "VICTORIA" створено на основі приватної власності (генерального директора), який має одного власника – розпорядника основних засобів, капіталу підприємства – Ліскової Вікторії Володимирівни. У кафе виконує функції директора, адміністратора, бухгалтера. Основними помічниками буде менеджер та шеф-повар.

Слід відмітити, що організація даного виробництва може бути реалізована самостійно, у випадку відповідної підтримки інвестора. Менеджер – Переверзєва Оксана Петрівна. Має справу з цим видом бізнесу більше 7 років, пройшовши шлях від офіціантки до управляючої залом, тому ніхто точніше ніж вона не може знати всі тонкощі цієї справи. Увесь тягар відповідальності на її плечах, під контролем директора.

Схема 9.1 - Структура управління



Саме менеджер та повар допоможуть генеральному директору у вирішенні таких питань як складання меню, вибір та придбання обладнання, розробка технологічного плану, а також у наймі персоналу.

10. ОЦІНКА РИЗИКІВ І ФОРМИ ЇХ СТРАХУВАННЯ

Вихід на ринок даного виду бізнес достатньо обмежений і пов'язаний з високими ризиками. По-перше, тому що цей сегмент достатньо насичений. По-друге, у даній сфері успішно працюють професіонали, конкурувати з якими достатньо важко. Можливі комерційні ризики (пов'язані з реалізацією товару, доставкою продуктів і т.д.), політичні (пов'язані з політичною ситуацією у країні). Джерелами виникнення цих ризиків може бути: недостатнє вивчення ринку збуту, недооцінка конкурентів, зниження відвідування кафе та інші.

Директор і менеджер кафе мають великий досвід у цьому бізнесі, а у разі виникнення проблем вони завжди можуть звернутися до консалтингових фірм. Також для того, щоб реалізація проекту була успішна існує багато способів (прийомів та секретів). Основними з них є:

1. Стандартна націнка на продукти у кафе повинна складати 300%. При правильному підході до організації бізнесу і управлінні фінансовими потоками, оборотними засобами і прибутком, який вони приносять, повинно вистачити на постійний розвиток кафе.

2. Необхідно регулярно оновлювати меню, вносити зміни у оформленні залу, постійно вдосконалювати систему обслуговування.

3. Ресторан, повинен мати привабливу вивіску. Непоганою є реклама в Інтернеті – може стати ефективним інструментом залучення нових клієнтів.

4. У залі можна розкласти буклети і листівки. Рекламно-поліграфічну продукцію можна розповсюджувати з допомогою адресної розсилки чи розкласти по поштовим скринькам.

| | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|-------------|-------------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 6. Чистий прибуток (гр.4 - гр.5) | -88.79 | -82.36 | 74.891 | 74.40 | 74.89 | 74.89 | 74.89 | 74.89 | 74.89 | 74.89 | 74.89 | 74.89 |
| 7. Грошовий потік | - 92.821 | - 86.391 | 70.86 | 70.369 | 70.86 | 70.86 | 70.86 | 70.86 | 70.86 | 70.86 | 70.86 | 70.86 |

Продолжение таблицы 11.2

| Показники | Другий рік за кварталами | | | | | | Всього | 3-й год | 4-й год | 5-й год |
|--|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|------------|----------|-----------|-----------|
| | 12-й | Всього | I | II | III | IV | | | | |
| 1 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 1. Валовий дохід від реалізації продукту (послуг) – всього | 235,467 | 2825,61 | 857,61 | 857,61 | 857,61 | 857,61 | 3430,4345 | 3481,608 | 3559,6448 | 3739,6674 |
| 2. Сума поточних витрат при експлуатації (повна собівартість, витрати) – всього | 78.6 | 979.1 | 240.56 | 239.95 | 240.359 | 240.36 | 961.229 | 959.04 | 952.37444 | 946.169 |
| 2.1. Сировина й матеріали | 58.73 | 704.77 | 176.44 | 176.44 | 176.44 | 176.44 | 705.77 | 702.6 | 703.5 | 705 |
| 2.2. Транспортні витрати | 0,4 | 5,7 | 0,3 | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 1,2 | 1,5 | 2,1 | 2,5 |
| 2.3. Витрати по оренді й утриманню основних фондів | 0,5 | 6,1 | 1,6 | 1,6 | 1,6 | 1,6 | 6,4 | 7,0 | 6,5 | 6,4 |
| 2.4. Амортизація основних фондів | 4,031 | 48,372 | 10,689 | 10,689 | 10,689 | 10,689 | 42,756 | 40,761 | 38,484 | 35,949 |
| 2.5. Витрати з оплати відсотків за короткостроковий кредит | 3 | 49 | 10 | 10 | 10 | 10 | 40 | 39,2 | 29,2 | 20 |
| 2.6. Витрати на рекламу й упаковку | 0,4 | 5,7 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,4 | 5,9 | 6,0 | 6,1 | 7,1 |
| 2.7. Витрати на гару | 5,0 | 60,7 | 15 | 14,5 | 14 | 15 | 58,5 | 59 | 58 | 59,5 |
| 2.8. Витрати на оплату праці | 5,3 | 63,6 | 16 | 16 | 16 | 16 | 64 | 66 | 70 | 71 |
| 2.9. Інші прямі витрати | 1,2 | 14,4 | 3,8 | 3,8 | 3,8 | 3,8 | 15,2 | 15,4 | 15,5 | 15,5 |
| 2.10. Податкові платежі, що відносяться на собівартість (відрахування на соцстрах, фонд зайнятості тощо) | 1,73 | 20,76 | 5,23 | 5,23 | 5,23 | 5,23 | 20,9221,58 | 21,58 | 22,89 | 23,22 |
| 3. Податкові платежі, що включаються в ціну – всього | 47,09 | 470,9 | 171,522 | 171,522 | 171,522 | 171,522 | 686.088 | 696,32 | 711,93 | 747,93 |
| 3.1. Податок на додану вартість | 47,09 | 470,9 | 171,522 | 171,522 | 171,522 | 171,522 | 686.088 | 696,32 | 711,93 | 747,93 |
| 3.2. Акцизний збір | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 4. Валовий прибуток | 109.78 | 695.401 | 445.528 | 446.138 | 445.729 | 445.728 | 1783.18 | 1826.248 | 1895.34 | 2045.568 |

| | | | | | | | | | | |
|---|-------|---------|---------|--------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|
| (гр.1 - гр.2 - гр.3) | | | | | | | | | | |
| 5. Податкові та інші обов'язкові платежі, що сплачуються з прибутку | 32.93 | 208.62 | 133.66 | 133.84 | 133.72 | 133.72 | 534.94 | 547.87 | 568.6 | 613.67 |
| 6. Чистий прибуток (гр.4 - гр.5) | 76.85 | 534.921 | 311.87 | 312.3 | 312 | 312 | 1248.24 | 1278.37 | 1326.74 | 1431.897 |
| 7. Грошовий потік | 72.82 | 530.89 | 301.181 | 301.61 | 301.311 | 301.311 | 1205.49 | 1237.61 | 1288.253 | 1395.949 |

Визначимо показник чистої поточної вартості за формулою:

$$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{CF_t}{(1+k)^t} - \sum_{t=1}^T \frac{I_t}{(1+k)^t} \quad (11.1)$$

де CF_t – грошовий потік у році t ;

I_t – інвестиційні витрати у році t ;

k – коефіцієнт дисконтування, візьмемо $k = 10\%$.

$$NPV_1 = \frac{530,89}{(1+0,1)^1} + \frac{1205,49}{(1+0,1)^2} + \frac{1237,61}{(1+0,1)^3} + \frac{1288,253}{(1+0,1)^4} + \frac{1395,949}{(1+0,1)^5} - \left[\frac{892,46}{(1+0,1)^0} + \frac{865,2}{(1+0,1)^1} + \frac{867,05}{(1+0,1)^2} + \frac{865,4}{(1+0,1)^3} + \frac{867,47}{(1+0,1)^4} \right] = 517,37(\text{тис.грн.})$$

Показник $NPV > 0$, значить, проект слід реалізувати.

Визначимо показник рентабельності інвестицій за формулою:

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^T \frac{CF_t}{(1+k)^t}}{\sum_{t=1}^T \frac{I_t}{(1+k)^t}} \quad (11.2) \quad PI = \frac{4156,16}{3638,78} = 1,142$$

Показник рентабельності інвестицій більше 1, відповідно, проект ефективний.

Визначимо період окупності інвестиційного проекту за формулою:

$$PP = \frac{\sum_{t=1}^T I_t}{\sum_{t=1}^T \frac{CF_t}{T}} \quad (11.3)$$

$$PP = \frac{892,46 + 865,2 + 867,05 + 865,4 + 867,47}{530,89 + 1205,49 + 1237,61 + 1288,253 + 1395,949} = 3,85 \text{ років}$$

Період окупності складає 3,85 років. Він менше, за період реалізації інвестиційного проекту, тому ми зможемо достатньо швидко відшкодувати здійснені витрати.

Визначимо внутрішню норму дохідності за формулою.

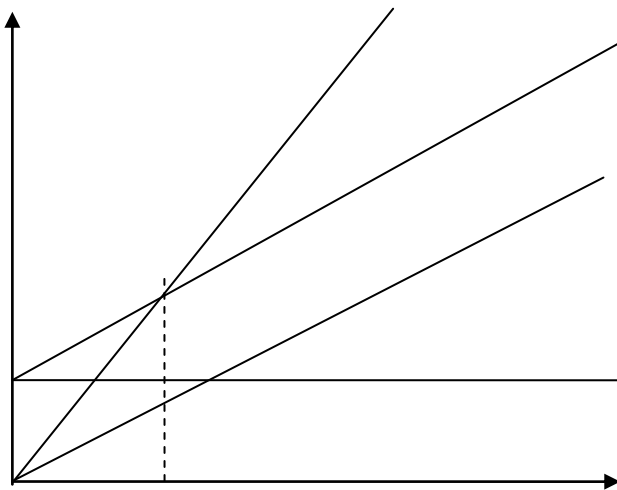
$$IRR = k_1 + \frac{k_2 - k_1}{NPV_1 - NPV_2} \cdot NPV_1 \quad (11.4)$$

Для визначення IRR знайдемо NPV2:

$$NPV_1 = \frac{530,89}{(1+0,2)^1} + \frac{1205,49}{(1+0,2)^2} + \frac{1237,61}{(1+0,2)^3} + \frac{1288,253}{(1+0,2)^4} + \frac{1395,949}{(1+0,2)^5} -$$

$$- \left[\frac{892,46}{(1+0,2)^0} + \frac{865,2}{(1+0,2)^1} + \frac{867,05}{(1+0,2)^2} + \frac{865,4}{(1+0,2)^3} + \frac{867,47}{(1+0,2)^4} \right] = 565,8(\text{тис.грн.})$$

$$IRR = 10\% + \frac{20\% - 10\%}{517,37 + 565,8} \cdot 517,37 = 14,78\%$$



Графік для визначення точки беззбитковості буде мати вид:

Рисунок 2 - Визначення точки беззбитковості

Сумарні постійні витрати складають 163920 грн.

Сумарні змінні витрати складають 913360 грн.

Змінні витрати на одиницю продукції складають 10.83 грн.

Виручка від реалізації обсягу продаж 33.5. грн.

Визначимо точку беззбитковості виходячи з формули:

$$ОП_p = \frac{\sum Z_{\text{пост}}}{ВР_{\text{о.пр.}} - Z_{\text{пер.ед}}},$$

де $\sum Z_{\text{пост}}$ – сумарні постійні витрати;

$ВР_{\text{о. пр.}}$ – виручка від реалізації до обсягу продажу;

$Z_{\text{пер. ед.}}$ – змінні витрати до обсягу продажу;

$$ОП_p = \frac{163920}{33,5 - 10,83} \approx 7230$$

Рівноважний обсяг продажу складає 7230 одиниці продукції. Це означає, що при такому обсязі реалізації підприємство почне отримувати прибуток.

12. СТРАТЕГІЯ ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ

Для реалізації даного інвестиційного проекту необхідні кошти у обсязі, указаному у таблиці 11.1. Джерела фінансування інвестиційного проекту представимо у таблиці 12.1

Таблиця 12.1. – Джерела фінансування інвестиційного проекту, тис грн.

| Показники | Перший рік за місяцями | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|------------------------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 1-й | 2-й | 3-й | 4-й | 5-й | 6-й | 7-й | 8-й | 9-й | 10-й |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| 1. Собственные инвестресурсы - всего | 49,22 | 40 | | 40,138 | 47,241 | 47,447 | 46,108 | 67,653 | 66,932 | 57,859 |
| 2. Кредиты банков | 100 | 46,73 | 47,04 | 47 | 40 | 40 | 40 | 20 | 20 | 30 |

| | | | | | | | | | | | |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 131,4 | 68,86 | 68,86 | 68,86 | 68,86 | 68,86 | 68,86 | 68,86 | 68,86 | 68,86 | 68,86 |
| Всього | | | | | | | | | | | |

Продолжение таблицы 12.1.

| Показники | | | | Другий рік за кварталами | | | | Всього | 3-й рік | 4-й рік | 5-й рік |
|---|-------|-------|---------|--------------------------|-------|-------|-------|---------|---------|---------|---------|
| | 11-й | 12-й | Всього | I | II | III | IV | | | | |
| 1 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 1. Власні інвестиційні ресурси – всього | 40.66 | 40.66 | 618,833 | 116.3 | 116.3 | 116.3 | 116.3 | 691,552 | 475.05 | 573.4 | 667.47 |
| 2. Кредити банків | 30 | 30 | 490,770 | 100 | 100 | 100 | 100 | 400 | 392 | 292 | 200 |
| Всього | 70.66 | 70.66 | 892.46 | 216.3 | 216.3 | 216.3 | 216.3 | 865.2 | 867.05 | 865.4 | 867.47 |

ВИСНОВОК

Сучасна практика підприємництва свідчить про те, що підприємець для здійснення реального інвестування у формі капітальних вкладень повинен мати чіткі уявлення про передбачуваний бізнес, його масштаби і форми; найважливіші показники маркетингу, виробничу і фінансову діяльності; сировинне, технічне і кадрове забезпечення проекту; обсяги необхідних інвестицій і терміни їх повернення; ризики пов'язані з реалізацією проекту і інші його характеристики. Навіть в нашій країні солідні інвестори або партнери не почнуть переговори з підприємцем, поки детально не ознайомляться з бізнес-планом його інвестиційного проекту.

Розробивши даний бізнес-план я хочу показати, що заняття цим бізнесом є достатньо прибутковою справою, і реалізація проекту по відкриттю кафе "VICTORIA" є економічно обґрунтованою.