

# **БИЗНЕС-ПЛАН**

## **Реализация горячих обедов через вендинговые автоматы**

**Москва 2019**

## АННОТАЦИЯ

Цель создания данного бизнес-плана - ознакомление потенциальных инвесторов с примерными вложениями, в создание и развитие компании, осуществляющей торговлю через автоматы.

Предприятие	Общество с ограниченной ответственностью «Горячая еда» (ООО «Горячая еда»)
Адрес	РФ, Москва
Руководитель предприятия	
Суть проекта	Открытие компании, специализированной на реализации продуктов питания через вендинговые автоматы, установленные в бизнес-центрах. Приоритет – горячее и натуральное питание
Необходимые инвестиции с учётом реинвестирования	1 000 000 руб.

### **ЗАЯВЛЕНИЕ О КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ**

Данные и информация, используемые в настоящем бизнес-плане, являются конфиденциальными. Информация, предоставленная в настоящем бизнес-плане, не должна копироваться или передаваться третьим лицам без предварительного письменного разрешения **Общества с ограниченной ответственностью «Горячая еда»** (далее по тексту **ООО «Горячая еда»**).

Авторские права на бизнес-план принадлежат составителю данного бизнес-плана и защищены законами и международными соглашениями об авторских правах.

### **ЗАЯВЛЕНИЕ ОБ ОГРАНИЧЕНИИ ОТВЕТСТВЕННОСТИ**

Предоставленная информация определяет только основные положения реализации проекта и не является договором, либо его частью. Все решения должны быть основаны только на информации, содержащейся в настоящем бизнес-плане. Ни одно из лиц не уполномочено предоставлять пояснения или данные, не упомянутые в бизнес-плане.

Если такие пояснения или данные предоставляются, они не должны рассматриваться в качестве официальной позиции заявителя. Потенциальные инвесторы не должны расценивать какую-либо часть настоящего бизнес-плана в качестве юридического, делового, финансового, инвестиционного или другого предложения.

Данный бизнес - план составлен в ознакомительных целях.

### **ПРЕДПОЛОЖЕНИЯ О РЕАЛИЗАЦИИ И РАЗВИТИИ ПРОЕКТА**

Настоящий бизнес-план отражает текущее представление о возможном направлении реализации проекта. Данное представление базируется на принятых предположениях о наиболее вероятных факторах, которые, тем не менее, не гарантируют их совпадения с будущими событиями. Ни **ООО «Горячая еда»**, ни его сотрудники никоим образом не гарантируют того, что в будущем должны произойти события, о наступлении которых предполагается в настоящем бизнес-плане.

Это относится, в том числе, к утверждениям, содержащим информацию о будущих финансовых результатах, планах, ожидаемых экономических условиях, условиях государственного регулирования и других факторах, способных оказывать влияние на реализацию инвестиционного проекта.

### **ПРИМЕЧАНИЕ**

Бизнес-план инвестиционного проекта выполнен на основе информации, содержащейся в средствах массовой информации, литературных источниках. За достоверность используемой информации Исполнитель не несет ответственности.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕЗЮМЕ .....	5
1. ОПИСАНИЕ ПРЕДЛАГАЕМОГО ПРОЕКТА .....	8
2. ОРГАНИЗАЦИОННО РЕГИСТРАЦИОННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ПРОЕКТА .....	9
2.1. Регистрация предприятия .....	9
2.2. Получение разрешений и лицензий для осуществления предпринимательской деятельности.....	9
3. КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА .....	10
4. ОБЗОР РЫНКА .....	11
4.1. Анализ рынка автоматов по продаже горячей еды. ....	11
4.2. Потенциал рынка: российский вендинг в цифрах.....	12
4.3. Текущие и перспективные рыночные ниши.....	13
5. ПРОДУКЦИЯ (УСЛУГИ) ПРОЕКТА .....	14
5.1. Реализуемая продукция.....	14
5.2. План реализации продукции (услуг) .....	17
6. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН.....	18
6.1. Структурная схема предприятия .....	18
6.2. Площадь для размещения торговых автоматов.....	18
6.3. Оборудование проекта .....	20
6.4. Текущие расходы проекта.....	22
7. ПЕРСОНАЛ ПРОЕКТА .....	23
8. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА (РЕКЛАМНЫЙ ПЛАН) .....	24
9. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН .....	26
9.1. Планируемые затраты на оказание услуг .....	27
9.2. Финансовые результаты.....	29
9.3. Денежные потоки .....	30
9.4. Оценка экономической эффективности проекта .....	32
10. ОЦЕНКА РИСКОВ .....	33
10.1. Оценка проектных рисков.....	33
10.2. Методы снижения рисков. ....	33
10.3. Анализ чувствительности .....	33
10.4. Уровень безубыточности .....	35
11. ИСТОЧНИКИ, ФОРМЫ И УСЛОВИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ .....	36
12. ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....	37
ПРИЛОЖЕНИЯ .....	38

## РЕЗЮМЕ

**Наименование проекта:** Реализация горячих обедов через вендинговые автоматы.

**Место реализации проекта:** РФ, Москва.

**Цель проекта:** Создание предприятия, специализированного на реализации продуктов питания через вендинговые автоматы, установленные в бизнес-центрах.

Приоритет среди продуктов питания отдан полноценному натуральному питанию включающему в себя: первые и вторые блюда.

Организация стабильной и прибыльной деятельности предприятия, занятие на рынке стабильных позиций.

**Организация инициатор проекта:**

ООО «Горячая еда»

Руководитель организации:

тел. 8 (495) 123 -- --

**Организационно-правовая форма предприятия:**

Общество с ограниченной ответственностью (ООО)

**Описание предприятия:** Предприятие будет иметь минимальную локализацию.

В связи с минимальными инвестициями компания будет ориентирована на использование б.у. автоматов, использовать которые предусматривается на правах аренды. Так же основной объём работ компании будет передан на аутсорсинг.

При успешной реализации проекта в перспективе предусматривается приобретение вендинговых автоматов в собственность с привлечением лизинга.

При увеличении численности автоматов более чем 20 ед. проектом предусматривается организовать собственную систему обслуживания автоматов и складирования продукции.

**Местонахождение предприятия:** г.Москва: \_\_\_\_\_.

**Актуальность и привлекательность проекта:**

Рынок торговли через автоматы в России активно развивается, и в некоторых его сегментах конкуренция по-прежнему низкая. Например, торговля полноценным питанием через автомат — достаточно рентабельный и имеющий большой потенциал развития бизнес.

**Продукция проекта:**

Проектом предусматривается организовать реализацию через вендинговые автоматы натурального питания, блюда под торговой маркой «НатурБуфет»

НатурБуфет – это новый формат готовой еды в индивидуальной упаковке. Привычные домашние блюда, приготовленные из натуральных ингредиентов, без консервантов по

инновационной технологии БЕРЕЖНОЕ ТОМЛЕНИЕ. Ассортимент состоит из актуальных ежедневных блюд, которыми можно подкрепиться на бегу, в офисе или дома в течение всего дня. Все блюда полностью готовы, нужно только разогреть.

**Этапы реализации проекта:**

Организацию предприятия предусматривается осуществить по следующей схеме:

Этап 1. Создание ООО «Горячая еда».

Этап 2. Заключение договоров аренды и оказания услуг необходимых для успешной реализации проекта в частности:

- договор аренды площади под размещение вендинговых автоматов;
- договор аренды вендинговых автоматов;
- договор на обслуживание вендинговых автоматов (техническое обслуживание, наполнение продуктами);
- договор на бухгалтерское и юридическое сопровождение;
- договор на отгрузку готовых блюд.

Этап 3. Начало функционирования компании. Постепенный выход на плановые показатели деятельности.

**Анализируемый период деятельности:** составляет 3 мес.

**Сроки и этапы реализации проекта:** Период организации предприятия до момента открытия при благоприятных условиях составит около 1 месяца.

**Финансовые ресурсы, необходимые для реализации проекта с учётом реинвестирования:** Проектом определены на уровне 1000 000 руб.

**Финансирование проекта:** Финансирование за счёт собственных средств.

**Плановый объём выручки:**

После выхода проекта на плановый объём реализации продукции, объём ежемесячной выручки ожидается на уровне 1 056 000 руб./мес.

**Среднесписочная численность персонала проекта:**

Проектом предусматривается на начальном этапе наличие в штате компании 1 сотрудника, объединяющего в себе должность Генерального директора, Главного бухгалтера, Администратора проекта.

**Налоговое окружение проекта:**

УСН – 15%

База налогооблагаемая = доходы – расходы, но не менее 1% от доходов

**Оценка экономической эффективности:**

Показатели	Значение
Годовая ставка дисконтирования, %	<b>10%</b>
Чистый дисконтированный доход (NPV)	Для коротких проектов не целесообразен
Дисконтированный срок окупаемости (DPP)	Для коротких проектов не целесообразен
Срок окупаемости проекта (PP)	3 мес.
Срок возврата инвестиций (PP)	6 мес.
Индекс доходности затрат (PI) текущий	1,223
Рентабельность от обычной деятельности текущая	21,5 %
Чистая рентабельность текущая	15,0 %
Денежный поток за анализируемый период	2 592 000 руб.
Денежный отток за анализируемый период	2 122 460 руб.
Чистый денежный поток	469 540 руб.

*Перечень показателей эффективности для каждого проекта определяются исходя из требований кредитора, заказчика или исходя из целесообразности отображения тех или иных показателей*

**Примечание:**

*В примечаниях как правила уточняю переменные или независимые от проекта переменные: (курс валют, ставка рефинансирования, ограничения и т.д.)*

## 1. ОПИСАНИЕ ПРЕДЛАГАЕМОГО ПРОЕКТА

Идея создания компании, ориентированной на реализацию обедов через вендинговые автоматы основана на анализе рынка реализуемой продукции по средствам торговых автоматов.

Рынок торговли через автоматы в России активно развивается, и в некоторых его сегментах конкуренция по-прежнему низкая. Например, торговля полноценным питанием через автомат — достаточно рентабельный и имеющий большой потенциал развития бизнес.

В следствии развития данной идеи проектом предусматривается подобрать производителя питания, уделяющего значительное внимание натуральности своей продукции, качеству ингредиентов, узнаваемому на рынке и организовать реализацию его продукции через собственную сеть вендинговых автоматов.

Проектом предусматривается в качестве такого производителя осуществить сотрудничество с НатурБуфет – это новый формат готовой еды в индивидуальной упаковке. Привычные домашние блюда, приготовленные из натуральных ингредиентов, без консервантов по инновационной технологии БЕРЕЖНОЕ ТОМЛЕНИЕ. Ассортимент состоит из актуальных ежедневных блюд, которыми можно подкрепиться на бегу, в офисе или дома в течение всего дня. Все блюда полностью готовы, нужно только разогреть.

На начальном этапе реализации проекта, чтобы снизить объём необходимых инвестиций, а также снизить риск не реализации проекта, проектом предусматривается создание организации слабо локализованной и максимально использующей в своей деятельности услуги сторонних организаций.

После успешного выхода на рынок и закрепления своих позиций предусматривается дальнейшее расширение проекта путем:

- организации склада продукции для создания торгового запаса;
- увеличение численности используемых вендинговых автоматов;
- создание собственной службы обслуживания вендинговых автоматов компании.

### Основные инвестиции в проект:

Наименование основных статей расходов	Тыс. руб. с НДС 18%
Регистрация компании	50,0
Заключение договора на поставку готовых блюд	65,0
Приобретение первой партии продукции для заполнения автоматов	
Аренда площади под размещение торговых автоматов	80,0
Аренда торговых автоматов (4 мес.) – 4 шт.	240,0
Залог за арендованные автоматы	490,0
Аренда дополнительного оборудования	20,0
Приобретение оборудования для администрации предприятия (ноутбук)	40,0
Резерв средств на непредвиденные расходы	15,0
<b>ИТОГО</b>	<b>1 000,0</b>

### Конкурентоспособность

Проект открытия предприятия по реализации готовых обедов через вендинговые автоматы является конкурентоспособным предприятием за счёт востребованности на рынке качественного доступного питания по конкурентным ценам.

## 2. ОРГАНИЗАЦИОННО РЕГИСТРАЦИОННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ПРОЕКТА

### 2.1. Регистрация предприятия

Для реализации проекта по открытию торговой компании, осуществляющей продажу готового питания через автоматы необходимо выполнить регистрационные мероприятия, включающие создание юридического лица.

Все регистрационные мероприятия предусматривается провести с привлечением юридических компаний.

Для регистрации компании «Горячая еда» предусматривается осуществить расходы на общую сумму 50 000 руб., детализация расходов приведена в таблице. Срок выполнения всех регистрационных мероприятий составит 15 рабочих дней (3 недели).

Наименование расходов	Стоимость, руб.
Услуги по регистрации ООО	
Предоставление адреса для регистрации ООО	
Государственная пошлина за регистрацию ООО + дубликат устава	
Получение извещений о постановке на учёт во внебюджетных Фондах (ПФРФ, ФОМС, ФСС)	
Регистрация ОКВЭД 99.2 – торговля через автоматы	
Открытие расчётного счёта	
Уведомление территориальной налоговой об открытии расчетного счета	
Разработка индивидуального Устава	
Разработка проектов договоров	
Прочие расходы	
Уставной капитал	
<b>ИТОГО</b>	<b>50 000</b>

*Примечание: Для реального Бизнес-плана необходимо провести предварительные консультации по срокам и стоимости выполнения регистрационных мероприятий.*

### 2.2. Получение разрешений и лицензий для осуществления предпринимательской деятельности

Для выполнения компанией своей основной деятельности предусматривается:

- получить разрешение на установку автомата по продаже еды, так как аппарат относится к точкам мелкорозничной торговли;
- оформить разрешение на торговлю в СЭС и пожарной службе.

*Примечание: Для реального Бизнес-плана необходимо провести предварительные консультации по срокам и стоимости выполнения регистрационных мероприятий и получения необходимых разрешений.*

### 3. КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА

Период проведения основных мероприятий (условный отрезок времени).

Наименование мероприятия	Период реализации проекта, мес.															
	0 мес.				1 мес.				2 мес.				3 мес.			
	1н.	2н.	3н.	4н.	1н.	2н.	3н.	4н.	1н.	2н.	3н.	4н.	1н.	2н.	3н.	4н.
Регистрация юридического лица																
Получение разрешительных документов																
Заключение договора аренды площади под размещение торговых автоматов																
Приобретение техники																
Заключение договора аренды																
Заключение договора на обслуживание автоматов																
Заключение договора на поставку продукции для автоматов																
Доставка и установка оборудования																
Запуск функционирования проекта (тестовый период)																
Обслуживание торговых автоматов																
Приобретение продукции для реализации																
Услуги бухгалтерского сопровождения																
Энергообеспечение оборудования																

*Примечание: Календарный план для рабочего бизнес-плана детализируется в некоторых случаях до дней  
Дополнительно снабжается логической схемой или бизнес-схемой проекта  
Справочно привязывается к суммам финансирования по каждому пункту календарного плана*

## 4. ОБЗОР РЫНКА

### 4.1. Анализ рынка автоматов по продаже горячей еды.

Развитие вендинга в России сегодня весьма стремительно. С каждым годом участников на различных вендинговых выставках становится все больше и больше. Требования операторов и владельцев к торговым автоматам растут, и производители следуют запросам покупателей: торговые автоматы развиваются, становятся не просто более привлекательными и надежными, но и более узкопрофильными.

Пожалуй, активнее всего на данный момент развивается направление автоматов с функцией разогрева еды. Это автоматы оснащенные холодильными или морозильными устройствами, где диспенсер выдачи товара сначала помещает продукт из зоны охлаждения в зону разогрева, а уже после готовности выдает его покупателю. Для разогрева продукта в таких автоматах используются печи СВЧ, которые обеспечивают наивысшую скорость разогрева продукта. Если раньше в этом сегменте единолично правили автоматы Gourmet испанского производителя Jofemar, то на сегодняшний день конкуренцию им уже составляют такие автоматы, как Fastbox, Fas JustNow, Evend SFC 200, Svend ST-1 и автоматы по продаже пиццы.

Fastbox – это автоматы российского производства, которые появились на нашем рынке относительно недавно. Из явных преимуществ можно выделить: возможность удаленного мониторинга, которая достаточно многофункциональна и реально работает, а также возможность совершать покупки с помощью пластиковых карт (Visa, MasterCard), такой опции нет ни у одного из конкурентов.

Автомат хорошо известного в вендинговых кругах итальянского производителя Fas — Just Now тоже один из новичков в этом сегменте, но еще пока никак себя не зарекомендовал на нашем рынке. Причем несмотря на то, что производитель FAS выпускает достаточно неплохую вендинговую технику, компания продающая автомат Just Now в России продает только его, а могла бы продавать полную линейку вендинговых автоматов FAS.

Evend SFC 200 — это автомат российского (израильского) производства, которого мы хорошо знаем, как производителя кофейных автоматов Evend.

Svend ST-1 — это тоже автомат российского производства, а именно Савеловского машиностроительного завода.

Jofemar Gourmet – это классика этого сегмента на российском рынке. Самый распространенный автомат, самый надёжный, но и один из самых дорогих. Из недостатков можно выделить, наверное, только два — проблематичный и очень дорогой дистанционный контроль, и отсутствие блока для приема пластиковых карт. Но последний недочет (невозможность принятия пластиковых карт) – это стандарт вендинга в целом, он скорее является недостатком в сравнении с самым инновационным российским автоматом Fastbox.

Теперь о стоимости.

Если выстроить автоматы согласно нашему условному рейтингу, то картина получается следующая: 1) Jofemar Gourmet, 2) Fastbox, 3) Fas Just Now, 4) Svend ST-1, 5) Evend SFC 200. Автомат Svend ST-1 стоит около 250т.р., Evend SFC 200 и Fas Just Now – около 350т.р., Fastbox и Jofemar Gourmet – около 450т.р.

Если Вы планируете свой бизнес в пределах 20 автоматов, то на наш взгляд лучше остановиться на модели Jofemar Gourmet, так как, несмотря на ее недостатки, это уже годами проверенная техника, которая себя неплохо зарекомендовала на этом рынке. Если же Вы планируете выходить на рынок более масштабно, 20-30 автоматов, то на наш взгляд наиболее

оптимальным, нацеленным на долгосрочную перспективу вариантом будет FASTBOX, так как при таком количестве удаленный мониторинг и возможность оплаты пластиковыми картами будут играть значительно большую роль. Fas Just now досталось третье место в нашем рейтинге, тк это новый автомат на российском рынке, который еще не успел себя зарекомендовать. Svend st-1, Evend SFC 200 – эти модели мы не рекомендуем, так как они уже успели показать себя в работе.

Обязательно стоит обратить внимание на то, что все автоматы этого сегмента — это низко ликвидная техника, которую сложно реализовать в случае смены деятельности, и которая быстро теряет в цене. Поэтому, если Вы приняли решение начать свой вендинговый бизнес с этого сегмента, рекомендуем обратить внимание на б.у. автоматы и в качестве пробного варианта начать именно с них, т.к. при утрате своего ресурса на 5-10%, в цене они падают на 40-60%. Так Gourmet 2012 года выпуска можно приобрести за 240 т.р., когда такой же новый стоит 450р. Ну, а если дело пойдет, то можно смело покупать новую технику.

#### **4.2. Потенциал рынка: российский вендинг в цифрах**

Вендинговый бизнес - это бизнес, построенный на использовании автоматизированных аппаратов для розничной торговли, через которые продается широкий спектр продуктов группы FMCG. Как правило, это чай и кофе, вода и напитки, свежевыжатые соки и снеки, шоколадные батончики, жвачка и горячая еда, а также целый ряд предметов непродовольственной группы.

Прежде чем входить в бизнес, необходимо произвести оценку его перспективности и ответить на ряд вопросов: насколько насыщен рынок вендинга на данном этапе, и какова его емкость в перспективе? В каких нишах идет основное развитие сейчас, а какие сегменты могут открыться в перспективе? Наконец, в какой мере сам потребитель заинтересован в вендинге и что именно его привлекает в торговых аппаратах?

Рынок вендинга в России – сейчас это: 55-65 тысяч автоматов и 3-4 млрд. рублей ежегодного оборота. От 100 тысяч до 1 млн. рублей стартовых инвестиций, при 1,5- 2,5 годичной окупаемости. Потенциальное увеличение емкости - 10 раз в 5-ти летней перспективе.

По данным Национальной ассоциации автоматизированной торговли, на сегодняшний день в России работают 55-65 тысяч вендинговых аппаратов, из которых порядка 15 тысяч стоят в Москве. Годовой оборот операторов на этом рынке оценивается в 3-4 млрд. рублей по всей России. Много это или мало?

Для сравнения, в странах ЕС сейчас работает чуть менее четырех миллионов вендинговых установок. Степень проникновения вендинга можно оценивать по количеству автоматов в расчете на число жителей. Лидируют здесь Япония и США – один автомат на 23 и 35 человек, соответственно (по данным 2013 года). В Европе этот показатель составляет 1/110 человек, в России – 1/2500 человек, т.е. практически в 100 раз меньше, чем в Японии или США.

Впрочем, спешить с выводами о более чем 100 кратном потенциале вендингового бизнеса в России не стоит. При оценке потенциала правильнее отталкиваться от такого показателя как доля вендинговой торговли в структуре розницы. При этом корректней ориентироваться не на рынки Японии или США, а на рынки более близких к России европейских стран. Так, на данный момент в РФ доля вендинга составляет не более 1% от ритейла, тогда как в Европе – в среднем 5%. В этой связи уместно говорить о 5-ти кратном

росте потенциала вендингового бизнеса, который при ежегодном 1% изменении в структуре рынка реализуется за 5 лет.

Беря во внимание, что в 5-ти летней перспективе сам российский рынок розничной торговли вырастет минимум вдвое, до 2020 года можно прогнозировать рост емкости рынка вендинга в 10 раз, до 30-40 млрд. рублей оборота ежегодно.

### 4.3. Текущие и перспективные рыночные ниши

Объективно говоря, российский рынок вендинга пребывает еще в зачаточном состоянии развития: более  $\frac{3}{4}$  рынка сосредоточено в городах - миллионниках, а его продуктовая структура не отличается разнообразием. На сегодняшний день рынок на 60-65% представлен кофейными аппаратами, еще на 20-25% - аппаратами для продажи снеков. Оставшиеся 10% вендингового бизнеса приходится на прочие автоматы, среди которых выделяются аппараты для продажи предметов гигиены, газет, напитков, соков, газированной воды, горячего питания.

Безусловно, наиболее высокая активность, в том числе и самая жесткая конкуренция, сейчас наблюдается в кофейном сегменте рынка. С одной стороны, это связано с маркетинговыми особенностями продукта - кофе как нельзя лучше подходит для продажи через торговые автоматы, т. к. потребляется на ходу. И прямых конкурентов у него поменьше – далеко не у каждого выхода из метро, супермаркета, рынка, проходной, офиса и т.д. есть кофейня. Плюс ко всему, кофе из автоматов выигрывает ценовую конкуренцию у продуктов-заменителей – напитков из кофейных заведений.

Сейчас практически все наиболее перспективные точки для установки кофейных автоматов в крупных городах уже охвачены – будет крайне сложно найти супермаркет, гипермаркет, ТРЦ, вокзал, аэропорт и т.д., где вообще нет кофематов. Тем не менее, считать эту нишу уже занятой, поспешно. Даже в тех местах, где кофематы уже представлены (и далеко не в единичном экземпляре), есть возможности для расширения и установки новых машин: за счет ставки на необычные сорта кофе и оригинальные рецепты приготовления, за счет кофе и напитков с различными добавками и т.д. О том, почему не стоит бояться конкуренции, расскажет отзыв одного из владельцев автомата:

«Итак, аппарат, установленный в галерее цветов, проработал 3 дня. Согласно нашему бизнес-плану, приемлемые продажи - это 50 стаканов в день. При наличии конкурента автомат дал 110/день. Дело в том, что стоит только попробовать наш напиток, а затем напиток конкурентов - все вопросы отпадают сами...»

Среди потенциально интересных проектов в пока еще слабо освоенных нишах вендингового бизнеса можно назвать автоматы для приготовления горячей еды (потенциально привлекательные места - вокзалы, офисные центры, учебные заведения, производственные компании) или же автоматы по приготовлению свежавыжатых соков (подойдут практически все места массового скопления людей).

*Примечание: Рабочий бизнес-план обязательно снабжается обзором потенциального места размещения оборудования на предмет наличия конкурентов. Проводится анализ потока потенциальных клиентов. При возможности проводится опрос потенциальных клиентов на предмет спроса на предполагаемые к реализации продукты.*

## 5. ПРОДУКЦИЯ (УСЛУГИ) ПРОЕКТА

### 5.1. Реализуемая продукция

Компания по продаже готовых обедов через вендинговые автоматы будет реализовывать через свои точки реализации блюда под торговой маркой «НатурБуфет»

НатурБуфет – это новый формат готовой еды в индивидуальной упаковке. Привычные домашние блюда, приготовленные из натуральных ингредиентов, без консервантов по инновационной технологии БЕРЕЖНОЕ ТОМЛЕНИЕ. Ассортимент состоит из актуальных ежедневных блюд, которыми можно подкрепиться на бегу, в офисе или дома в течение всего дня. Все блюда полностью готовы, нужно только разогреть.

#### Завтраки



Овсяная каша на молоке



Рисовая каша на молоке



Сырники классические

#### Первые блюда



Грибной крем-суп



Солянка Домашняя



Суп гороховый с копченостями



Борщ с мясом



Куриный суп лапша



Уха по-рыбацки с красной рыбой



Харчо с говядиной и ткемали

## Вторые блюда



Говядина ВОК с рисом и сладким перцем



Курица под сливочным соусом с грибами и фузилли



Паста Болоньезе



Паста Карбонара



Тефтели из курицы и индейки с картофельным пюре



Говядина в пряном соусе с пенне



Индейка с рисом и овощами



Картофель томленный с мясом и овощами



Котлета под сливочным соусом с картофельным пюре



Курица с рисом и овощами по-тайски



Макароны по-флотски



Мясо томленное с гречневой кашей



Плов с курицей



Фрикадельки в грибном соусе с картофельным пюре



Котлеты куриные



Котлеты мясные



Оладьи печеночные

Активация Window  
Чтобы активировать Wi

## Салаты



## Закуски



Ассортимент для каждого автомата будет подбираться индивидуально в зависимости от предпочтений местного контингента потребителей.

*Примечание: Для включения продукта в проект, в рабочем бизнес-плане предполагается предварительные консультации и поиск поставщика продукции с целью определения минимальных поставок, сроков поставок, стоимости и условий отгрузки. Конкретизации условий сотрудничества.*

## 5.2. План реализации продукции (услуг)

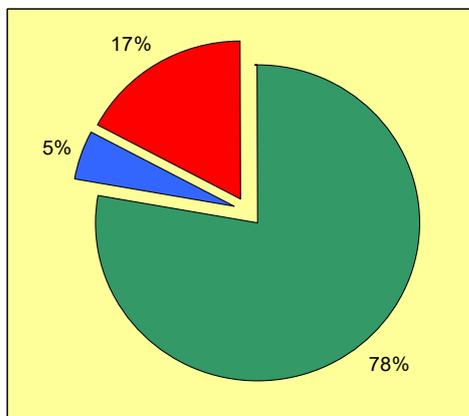
После начала продажи продукции предусматривается постепенный выход на плановые показатели реализации блюд. Что связано с постепенным переключением потребителей с одних схем питания на новые.

	1 месяц				2 месяц				3 месяц			
	1н.	2н.	3н.	4н.	1н.	2н.	3н.	4н.	1н.	2н.	3н.	4н.
Объём реализации порций в день, 1 автомат												
Рабочий день	30	35	40	45	50	50	55	55	60	60	60	60
Выходной день	5	5	5	5	10	10	10	10	15	15	15	15
Количество работающих автоматов	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Общий объём реализованной продукции в день, на все автоаты												
Рабочий день	120	140	160	180	200	200	220	220	240	240	240	240
Выходной день	20	20	20	20	40	40	40	40	60	60	60	60
Объём реализации в неделю	640	740	840	940	1080	1080	1180	1180	1320	1320	1320	1320

### Планируемые показатели выручки компании

	1 месяц				2 месяц				3 месяц			
	1н.	2н.	3н.	4н.	1н.	2н.	3н.	4н.	1н.	2н.	3н.	4н.
Объём реализации в неделю, шт. блюд	640	740	840	940	1080	1080	1180	1180	1320	1320	1320	1320
Средняя стоимость блюда, руб.	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Выручка Тыс. руб.	128,0	148,0	168,0	188,0	216,0	216,0	236,0	236,0	264,0	264,0	264,0	264,0
	632,0				904,0				1056,0			

Рис. Структура выручки компании



*Примечание: Структура выручки графически отображается в случае наличия нескольких групп товаров*

*В случае с горячей едой возможно деление:*

- первые блюда
- вторые блюда
- завтраки

## 6. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

### 6.1. Структурная схема предприятия

Для успешного функционирования компании «Горячая еда» по реализации готовых обедов через вендинговые автоматы необходимо организовать эффективную структуру организации.

Проектом предусматривается организовать следующую схему взаимодействия и функционирования компании:

Наименование участков (зон ответственности)	Примечание
Адрес регистрации компании (юридический адрес)	Договор на аренду рабочего места и адреса для регистрации юр. лица
Документооборот со сторонними организациями	Договор на приём и хранение корреспонденции
Оборудование	Аренда
Обслуживание оборудования	Договор на обслуживание оборудования т.ч. загрузка питания
Торговые зоны (площадь для размещения оборудования)	Договор аренды
Энергообеспечение оборудования	Договор на обеспечение оборудования электроэнергией
Приобретение готовых обедов	Договор на поставку (отгрузку) готовых обедов
Бухгалтерское обслуживание	Договор на бухгалтерское обслуживание

За всеми зонами ответственности проектом предусматривается создание единого центра контроля и мониторинга за работой предприятия.

Данная обязанность будет закреплена за Генеральным директором компании.

### 6.2. Площадь для размещения торговых автоматов

Для размещения торговых автоматов предусматривается арендовать площадь в бизнес центре.

Для размещения 1 автомата необходимо 1 м<sup>2</sup> площади. Дополнительно необходимо предусмотреть доступ к автомату для его обслуживания и удобства покупателей.

Имеющиеся автоматы предусматривается устанавливать по два на одну точку обслуживания. Под точкой обслуживания подразумевается расположение автоматов в одном бизнес центре при фактическом удалении один от другого не более 50 метров.

Для размещения 4-х вендинговые автоматов предусматривается арендовать 4 м<sup>2</sup> площади.

Стоимость аренды помещения под автоматы определена на уровне 10 000 руб./ мес.

Первый платёж составит 20 000 руб. (10 000 руб. за первый месяц + депозит за последний месяц).

Первоначальный платёж за аренду площади по автоматы составит:

$$(10\,000 + 10\,000) * 4 = 80\,000 \text{ руб.}$$

Стоимость аренды определена как среднее значение стоимости на основании имеющихся предложений на рынке.

**Таблица. Стоимость аренды некоторых помещений в бизнес центрах**

Местонахождение	Площадь помещений под сдачу, м2	Ставка Руб./м2/мес.	Стоимость 1 м2, руб.
БЦ РТС Земляной Вал М. Чкаловская	7	71 190	10 170
БЦ Аркадия М. Новокузнецкая	8	92 800	11 600
Бизнес парк Румянцево М. Румянцево	6	60 000	10 000
Торгово-офисный центр МЦ М. Беляево	2	25 000	12 500
Офисно-складской комплекс «в Переведеновском переулке 17»	4	30 000	7 500
<b>ИТОГО среднее значение</b>			<b>10 354</b>
<b>Стоимость 1 м2 площади для проекта</b>			<b>10 000</b>



#### Торговое помещение 7 м<sup>2</sup>

Цена: 71 190 руб. в месяц

Общая площадь: 7 м<sup>2</sup>

Чкаловская - 5 мин. пешком

Москва, ЦАО, улица Земляной Вал, 50А

[БЦ РТС Земляной Вал, класс В](#)

В аренду предлагается торговое помещение площадью 7 кв. м. Располагается на первом этаже. Для автовладельцев в здании предусмотрен

79296 Показать телефон



#### Торговое помещение 8 м<sup>2</sup>

Цена: 92 800 руб. в месяц

Общая площадь: 8 м<sup>2</sup>

Новокузнецкая - 3 мин. пешком

Москва, ЦАО, Большой Овчинниковский переулок, 16

[БЦ Аркадия, класс А](#)

Предлагается в аренду киоск в островной площади от 8 кв.м. Торговый центр отличается удобным расположением: в шаговой доступности

79296 Показать телефон



#### Бизнес-парк «Румянцево» КЛАСС В+

486 500 м<sup>2</sup> · 2008 год постройки · 7 000 парковочных мест

● Румянцево

3 минуты пешком

Москва, Московский поселение, район Московский, Киевское шоссе, 22-й км, д/4с1кА

6 м<sup>2</sup>

60 000 Р/мес.

36 м<sup>2</sup>

198 000 Р/мес.

145 м<sup>2</sup>

369 750 Р/мес.

Бизнес-парк класса «В+» в Новомосковском АО. Въезд в бизнес-800 метрах от МКАД по Киевскому шоссе. На территории комп из метро «Румянцево», сразу за корпусами начинается лесной м

Всего 4 предложения



**Торгово-офисный комплекс «МЦ»** КЛАСС В+  
 24 285 м<sup>2</sup> · 2014 год постройки · 472 парковочных места

**М** **Беляево**

3 минуты на транспорте

Москва, район Коньково,  
 Миклухо-Маклая улица, 36А

2 м<sup>2</sup>

25 000 Р/мес.

Торговый Центр МЦ находится по адресу Москва, Миклухо-Ма  
 Здание площадью 24 285 м<sup>2</sup>, 2014 года постройки, имеет 6 эта  
 наземная на 236 мест, подземная на 236 мест, 10 лифтов, 8 эск

Всего 1 предложение



**Офисно-складской комплекс «в Переведеновском переулке, 17»** КЛАСС В  
 12 423 м<sup>2</sup> · 1923 год постройки

**М** **Электrozаводская**

14 минут пешком

Москва, район Басманный,  
 Переведеновский переулок, 17к1

4 м<sup>2</sup>

30 000 Р/мес.

Бизнес Центр в Переведеновском переулке, 17 находится по ад  
 недалеко от метро «Электrozаводская». Здание площадью 12  
 классу В. На территории есть парковка - спонтанная, доступ в :

Всего 1 предложение

### 6.3. Оборудование проекта

Для реализации проекта необходимо приобрести следующее оборудование:

- ноутбук – 1 шт.
- вендинговые автоматы – 4 шт.



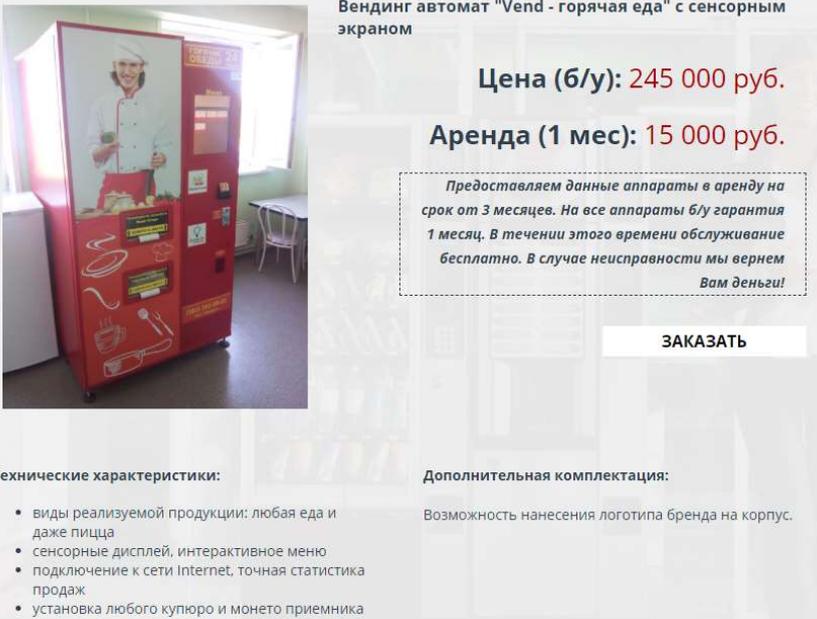
Расходы на приобретение оборудования проектом определены на уровне

- Приобретение ноутбука – 40 000 руб.
- Приобретение вендинговых автоматов (4 шт.) – 750 000 руб.
  - В т.ч. залог – 490 000 руб. (возвратная сумма)
  - арендная плата – 240 000 руб. (за 4 мес.)
  - аренда доп. Оборудования – 20 000 руб. (за 4 мес.)

В связи с ограниченностью финансирования и снижения риска потери средств проектом предусматривается приобретение вендинговых автоматов по продаже горячей еды на следующих условиях:

- Автоматы приобретаются бывшие в употреблении из-за более низкой стоимости оборудования
- Приобретение автоматов осуществляется по средствам аренды оборудования
- Условия аренды оборудования представлены компанией арендатором

Информация о стоимости приобретения оборудования получена с сайта <http://in-vend.ru>



Вендинг автомат "Vend - горячая еда" с сенсорным экраном

**Цена (б/у): 245 000 руб.**

**Аренда (1 мес): 15 000 руб.**

*Предоставляем данные аппараты в аренду на срок от 3 месяцев. На все аппараты б/у гарантия 1 месяц. В течении этого времени обслуживание бесплатно. В случае неисправности мы вернем Вам деньги!*

**ЗАКАЗАТЬ**

**Технические характеристики:**

- виды реализуемой продукции: любая еда и даже пицца
- сенсорные дисплей, интерактивное меню
- подключение к сети Internet, точная статистика продаж
- установка любого купюро и монето приемника

**Дополнительная комплектация:**

Возможность нанесения логотипа бренда на корпус.

### Условия аренды оборудования.

Залог за арендуемое оборудование:	50% от стоимости оборудования
Стоимость аренды	15 000 руб. мес.
Минимальный первоначальный размер арендной платы (срок аренды)	60 000 руб. 4 мес.
Аренда дополнительного оборудования	5 000 руб. за 4 мес.

#### 6.4. Текущие расходы проекта

Для осуществления деятельности предприятию необходимо осуществление текущих затрат.

К таким затратам будут отнесены:

- заработная плата персонала;
- приобретение расходных материалов (готовы блюд) в соответствии с потребностью;
- расходы обслуживание автоматов;
- арендная плата за аренду адреса регистрации;
- арендная плата за аренду площади под размещение торговых автоматов;
- арендная плата за аренду оборудования (торговые автоматы и дополнительное оборудование);
- плата за обеспечение оборудования электроэнергией;
- плата за бухгалтерское сопровождение проекта
- оплата связи;
- прочие затраты.

Текущие затраты предприятия определялись исходя из следующих условий, см. таблицу

**Таблица. Исходные данные для определения части текущих затрат.**

Показатель	Условие определение затрат
Аренда помещение (рабочего места) с адресом для регистрации юридического лица	10 000 руб./мес.
Аренда площади для размещения торговых автоматов	10 000 руб./м2
Аренда вендинговых автоматов	15 000 руб./шт.
Аренда дополнительного оборудования	1250 руб./шт.
Обслуживание автоматов, включая восполнение запасов продукции (из расчёта на одну точку)	2500 руб./ 1 одно обслуживание
Бухгалтерское обслуживание	25 000 руб./мес.
Закупка блюд готовой еды (средняя цена)	100 руб. / шт.
Оплата электроэнергии потребляемой оборудованием (из расчёта на 1 автомат)	4000 руб./мес.

*Примечание: Производственный план бизнес-плана при наличии информации включает в себя:*

- *описания помещений*
- *описание оборудования*
- *описание производственных схем*
- *описание технологических и логистических цепочек*
- *другую информацию описывающую производственные циклы и процессы предприятия.*

## 7. ПЕРСОНАЛ ПРОЕКТА

Для успешного и эффективного функционирования компании по продаже горячей еды через вендинговые автоматы проектом на начальной стадии предусматривается привлечение одного сотрудника.

Данный сотрудник будет находиться в должности Генерального директора и будет осуществлять администрирование проекта. Будет осуществлять функции контроля и коммуникации между исполнителями (сторонними организациями).

Заработная плата для данного сотрудника проектом определена на уровне:  
50 000 руб. /мес.

*Примечание: При описании проекта с более многочисленным персоналом в данном разделе имеется:*

- таблица с перечнем специалистов и их окладами*
- схема подчинения персонала*
- диаграмма, структура персонала компании*

## 8. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА (РЕКЛАМНЫЙ ПЛАН)

Основой успешного развития бизнеса является эффективная рекламная компания для бизнеса.

В тоже время, с учётом того, что вендинговые автоматы устанавливаются в местах трафика потенциальных потребителей и ориентированы на сотрудников конкретного бизнес-центра существенной рекламы проектом не предусматривается.

Автомат, правильно оформленный внешне сам собой является рекламой и привлекает потребителей.

По условиям аренды, компанией, предоставляющей вендинговые автоматы в аренду, фирменное внешнее оформление торговых автоматов производится за счёт собственника оборудования.

*Примечание. Для других проектов, как правило описывается План продвижения продукции на рынок.*

*Пример оформления данного раздела ниже*

*Для привлечения потребителя, предусматривается организовать рекламную кампанию, ориентированную на потенциальных клиентов.*

*Этапы рекламной кампании:*

- разработка и изготовление вывески и информационных изделий;*
- разработка и печать буклетов, визиток, брошюр;*
- размещение рекламы в СМИ, Интернете;*
- получения контракта на выполнение работ путём заключения долгосрочного контракта.*

### ***Внешнее и внутренне оформление компании***

*Затраты на внутренне и внешнее оформление будет разделено на 2 статьи расходов:*

*- Внешнее оформление.*

*Предусматривается внешнюю отделку здания осуществить в классическом цветовом исполнении спокойных тонов. На крыше здания над входом предусматривается установить вывеску, информирующую о нахождении в здании компании.*

*Вывеска - это средство наружной рекламы по месту оказания услуг. Представляет собой сооружение, щит, газосветную конструкцию и т.д. с указанием названия предприятия. Может содержать элементы фирменного стиля (товарный знак, логотип) и пиктограммы, указывающие на сферу деятельности.*

*Если рассмотреть это понятие в рамках анализатора внешнего облика современных фирм, то вывеска является одной из тех составляющих, которые делают имидж (внешнюю оболочку) фирмы.*

*Качественная и оригинальная корпоративная вывеска создаёт первое и самое важное впечатление о компании и является одной из составляемых её финансового успеха.*

*- Внутреннее оформление.*

*Внутреннюю отделку помещений предусматривается осуществить в спокойных лёгких тонах без значительного нагромождения мебели и предметов интерьера.*

*Затраты на создание и установку вывески оцениваются проектом в размере 150 000 руб.*

### ***Разработка и печать печатно-рекламной продукции***

*Одновременно с созданием внешнего оформления, необходимо разработать и изготовить буклеты, визитки и прочие аналогичные изделия для распространения среди клиентов.*

*Буклеты визитки, будут распространяться среди потенциальных клиентов в рекламных целях. Распространение будет осуществляться путём непосредственной раздачи или распространения через предприятия партнёров.*

*Стоимость изготовления составит:*

*Буклеты формата А-4 за 100 шт. – 1000 руб.;*

*Визитки 4-х цветные 2-х сторонни за 250 шт. – 1000 руб.;*

*Разработка макета рекламной продукции составит: 10 000 руб.*

*Разработка и изготовление печатной продукции на первом этапе реализации проекта оценивается на уровне 100 000 руб.*

### **Реклама в СМИ**

*Реклама в средствах массовой информации (телевидении, радио, прессе, Интернет) представляет собой один из эффективных способов донести нужную информацию до целевой аудитории.*

*Для рекламы предприятия будут использоваться реклама в журналах, газетах и на радио и Интернет ресурсах.*

*На данный вид рекламы проектом предусматривается выделить 250 000 рублей в месяц.*

### **Наружная реклама**

#### **Рекламный щит**

*Пожалуй, самый распространенный вид наружных конструкций - с одним статичным изображением формата 3х6 м. Щиты располагаются практически повсеместно: как в черте города, так и за его пределами – вдоль транспортных магистралей. Билборды для щитов печатаются на баннере или на бумаге. Можно арендовать как один щит и использовать его, например, в качестве указателя, так и размещать рекламу на множестве конструкций согласно выбранной адресной программе. Минимальный срок аренды щита составляет месяц, в ряде случаев существует возможность проведения двухнедельных кампаний.*

*Преимущества:*

- *эффективное воздействие на транспортные и пешеходные потоки;*
- *гарантированная освещенность в ночное время 95% поверхностей;*
- *расположение на основных магистралях и улицах городов;*
- *возможность проведения национальных кампаний с охватом более 60 млн. человек.*

*Изготовление изображения для рекламного щита - 5 000 руб.*

*Стоимость аренды рекламного щита - в среднем 50 000 руб./мес.*

*Один из вариантов щитовой рекламы, это аренда двух рекламных щитов в месте наибольшего скопления населения, которые будут также нести информативно указательную функцию.*

*Затраты на изготовление 2 щитов составят 10 000 руб.*

*Стоимость аренды в месяц составит 100 000 руб.*

*Затраты на данный вид рекламы в проекте не предусмотрены по причине необходимости более детального изучения эффекта от её проведения.*

#### **Размещение рекламы на информационных и рекламных стендах**

*Мало затратным и достаточно действенным способом донести информацию о новом товаре или торговой марке и ассортименте предлагаемой продукции является размещение рекламных плакатов/афиш. Местом размещения в данном случае является рекламная доска в парадной жилого дома, у остановочного пункта и т.д.*

*Затраты на данный вид рекламы не значителен. Основной статьёй затрат становится лишь изготовление афиши.*

*Стоимость изготовления афиши размером 90х60 см при тираже 1000 шт. составит 5 000 руб.*

## 9. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Финансовый план рассчитан на срок 3 месяца в ценах на второй квартал 2019 года:

1. НДС - 20%;
2. Ставка УСН – 15%;
3. Налог на имущество – 2,2 %;
4. ЕСН (заменяющие их платежи) – 34,4%;
5. Подоходный налог – 13%.

При расчете показателей уровень инфляции не учитывался.

Основные показатели эффективности проекта представлены в таблице.

**Таблица. Основные показатели эффективности проекта.**

Показатели	Значение
Годовая ставка дисконтирования, %	<b>10%</b>
Чистый дисконтированный доход (NPV)	Для коротких проектов не целесообразен
Дисконтированный срок окупаемости (DPP)	Для коротких проектов не целесообразен
Срок окупаемости проекта (PP)	3 мес.
Срок возврата инвестиций (PP)	6 мес.
Индекс доходности затрат (PI) текущий	1,223
Рентабельность от обычной деятельности текущая	21,5 %
Чистая рентабельность текущая	15,0 %
Денежный поток за анализируемый период	2 592 000 руб.
Денежный отток за анализируемый период	2 122 460 руб.
Чистый денежный поток	469 540 руб.

Чистый дисконтированный доход - это сумма дисконтированных значений потока платежей, приведённых к сегодняшнему дню.

Внутренняя норма доходности - это процентная ставка, при которой чистый дисконтированный доход (NPV) равен 0, если NPV рассчитывается на основании потока платежей, дисконтированного к сегодняшнему дню.

Индекс доходности инвестиций представляет собой отношение суммы приведенных эффектов к величине инвестиционных вложений.

Срок окупаемости - период времени, необходимый для того, чтобы доходы, генерируемые инвестициями, с учетом дисконтирования покрыли затраты на инвестиции. Этот показатель определяют последовательным расчетом чистого дисконтированного дохода для каждого периода проекта. Точка, в которой NPV примет положительное значение, будет являться точкой окупаемости.

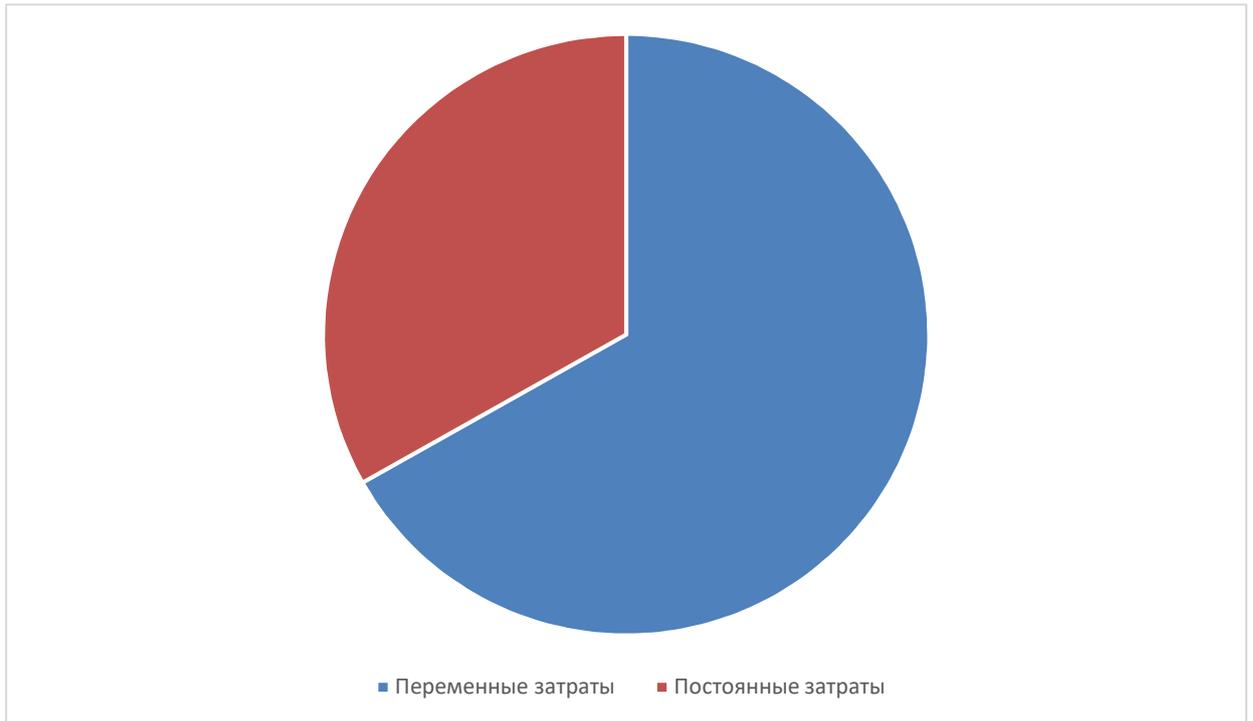
*Перечень показателей эффективности для каждого проекта определяются исходя из требований кредитора, заказчика или исходя из целесообразности отображения тех или иных показателей*

## 9.1. Планируемые затраты на оказание услуг

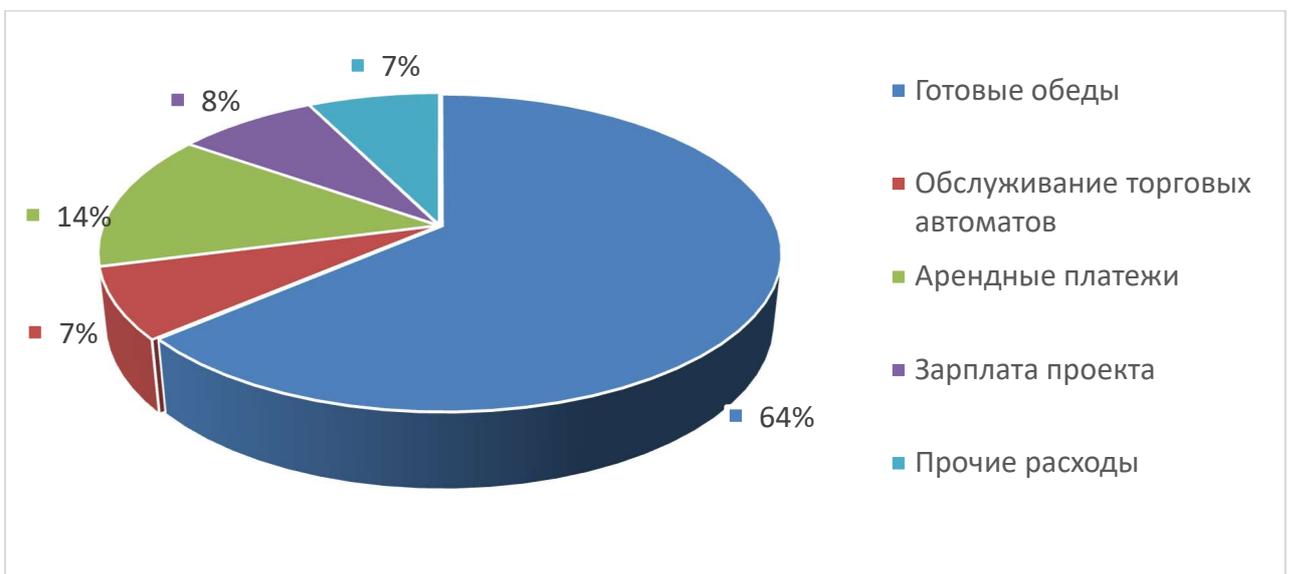
Таблица. Текущая себестоимость проекта

Виды затрат	руб./мес.
Себестоимость оказанных услуг	829 200
Переменные затраты	554 000
Материальные затраты	544 000
<i>Приобретение товаров для продажи (обеда)</i>	528 000
<i>Энергозатраты</i>	16 000
Затраты на оплату труда основного персонала	0
Начисления на ФОТ основного персонала	0
Прочие переменные затраты	10 000
Постоянные затраты	275 200
Затраты на оплату труда ВП и АУП	50 000
Начисления на ФОТ ВП и АУП	15 200
Арендная плата	115 000
<i>аренда офиса и юр адреса</i>	10 000
<i>аренда площади под автоматы</i>	40 000
<i>аренда автоматов</i>	60 000
<i>аренда доп оборудования</i>	5 000
<i>прочие арендные платежи</i>	0
Услуги сторонних организаций	85 000
<i>Обслуживание торговых автоматов</i>	60 000
<i>Бухгалтерское сопровождение</i>	25 000
<i>Прчие услуги сторонних организаций</i>	0
Представительские расходы	
Затраты на обучение персонала	
Затраты на аудит, консультации	
Командировочные расходы	
Амортизационные отчисления	
Налоги в составе себестоимости	
Транспортный налог	
НДС, относимый на себестоимость	
Коммерческие расходы	
Транспортные расходы	
Затраты на упаковку и тару	
Затраты на хранение	
Затраты на маркетинг и логистику	
Затраты на рекламу	
Прочие затраты	10 000

**Диаграмма. Структура затрат производимой продукции**



**Диаграмма. Структура затрат производимой продукции**



## 9.2. Финансовые результаты

Таблица. Прогноз финансовых результатов, руб.

помесячно	1 месяц	2 месяц	3 месяц
Наименование показателей			
<b>I. Основная деятельность</b>			
Чистая выручка	632 000	904 000	1 056 000
Полная себестоимость оказанных услуг	527 200	683 200	829 200
Результат от основной деятельности	104 800	220 800	226 800
<b>II. Операционная деятельность</b>			
Операционные доходы			
Операционные расходы			
Результат от операционной деятельности			
<b>III. Внеоперационная деятельность</b>			
Внеоперационные доходы			
Внеоперационные расходы			
Результат от внеоперационной деятельности			
<b>Прибыль (убыток) до налогообложения</b>			
Налоги, выплачиваемые из прибыли, и другие платежи	15 720	33 120	34 020
<b>Чистая прибыль (убыток)</b>			
Чистая прибыль (убыток) нарастающим итогом	89 080	187 680	192 780
Амортизационные отчисления за период			
Амортизационные отчисления нарастающим итогом			

### 9.3. Денежные потоки

Таблица. Прогноз денежных потоков, тыс. руб.

Наименование показателей	0 месяц				1 месяц				2 месяц				3 месяц			
	1 нед.	2 нед.	3 нед.	4 нед.	1 нед.	2 нед.	3 нед.	4 нед.	1 нед.	2 нед.	3 нед.	4 нед.	1 нед.	2 нед.	3 нед.	4 нед.
Остаток денежных средств на начало	1 000,0	935,0	917,5	900,0	0,0	19,0	12,8	81,8	89,1	147,1	169,9	267,9	276,8	353,8	400,6	512,6
Приток денежных средств, всего	0,0	0,0	0,0	0,0	128,0	148,0	168,0	188,0	216,0	216,0	236,0	236,0	264,0	264,0	264,0	264,0
Поступления от продажи продукции, товаров, работ и услуг					128,0	148,0	168,0	188,0	216,0	216,0	236,0	236,0	264,0	264,0	264,0	264,0
Прочие поступления																
Отток денежных средств, всего	65,0	17,5	17,5	900,0	109,0	154,2	99,0	180,7	158,0	193,2	138,0	227,1	187,0	217,2	152,0	307,0
Оплата приобретенных сырья, материалов, товаров и других аналогичных ценностей				65,0	64,0	74,0	84,0	94,0	108,0	108,0	118,0	118,0	132,0	132,0	132,0	132,0
Авансы, выданные поставщикам за товары, услуги, сырье и др.																
Оплата работ, услуг																
регистрация компании	25,0	12,5	12,5													
аренда помещения под юр. Адрес					10,0				10,0				10,0			
аренда площади под автоматы				80,0				40,0				40,0				40,0
залог за торговые автоматы				490,0												
аренда торговых автоматов				240,0												60,0
аренда дополнительного оборудования				20,0												5,0
приобретение ноутбука	40,0															
обслуживание автоматов					5,0	10,0	10,0	10,0	10,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0
бухгалтерское обслуживание					25,0				25,0				25,0			
потребление электроэнергии								16,0				16,0				16,0
Оплата труда						50,0				50,0				50,0		
Отчисления в Гос ВФ						15,2				15,2				15,2		
Погашение обязательств по фин.аренде																
Оплата полученных основных средств и нематериальных активов																
Финансовые вложения																
Выплата дивидендов																
Расчеты с бюджетом по налогам и сборам								15,7				33,1				34,0
Погашение кредитов и займов																
Прочие расходы		5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
Поток денежных средств за период	-65,0	-17,5	-17,5	-900,0	19,0	-6,2	69,0	7,3	58,0	22,8	98,0	8,9	77,0	46,8	112,0	-43,0
Денежные средства, всего	935,0	917,5	900,0	0,0	19,0	12,8	81,8	89,1	147,1	169,9	267,9	276,8	353,8	400,6	512,6	469,5



#### 9.4. Оценка экономической эффективности проекта

Показатель	Усл. обознач.	Значение
Анализируемый период деятельности	мес.	3
Инвестиционные расходы проекта	руб.	1 000 000
в т.ч. Возвратный депозит	руб.	490 000
Текущие доходы за период	руб.	2 592 000
Текущие расходы проекта за период	руб.	2 122 460
<i>в т.ч. Налоги и отчисления в фонды</i>	<i>руб.</i>	<i>128 460</i>
<i>в т.ч. налог на прибыль</i>		<i>82 860</i>
Чистый денежный поток текущей деятельности проекта	руб.	469 540
Общий отток средств по проекту	руб.	3 122 460
Общий приток средств по проекту	руб.	2 592 000
Денежные средства проекта в случае выхода из проекта	руб.	959 540
Текущие доходы плановые (после 3-го месяца)	руб.	1 056 000
Текущие расходы плановые (после 3-го месяца)	руб.	863 220
<i>в т.ч. Налоги и отчисления в фонды</i>	<i>руб.</i>	<i>49 220</i>
<i>в т.ч. Налог на прибыль</i>		<i>34 020</i>
Чистая прибыль плановая (после 3-го месяца)	руб.	192 780

Показатель	Усл. обознач.	Значение
Срок окупаемости проекта (PP)	мес.	3
Срок возврата инвестиций (PP)	мес.	6
Индекс доходности затрат (PI) общий		0,830
Индекс доходности затрат (PI) текущий		1,223
Рентабельность от обычной деятельности общая	%	21,3
Рентабельность от обычной деятельности текущая	%	21,5
Чистая рентабельность текущая	%	15,0

## 10. ОЦЕНКА РИСКОВ

### 10.1. Оценка проектных рисков

Ожидается возникновение следующих рисков на этапе осуществления капитальных вложений:

- невыполнение обязательств поставщиков (низкое качество, дефекты в оборудовании, технологии, продукции);
- несвоевременная поставка и монтаж оборудования, продукции;
- превышение расчётной стоимости проекта;
- форс-мажор, материальный ущерб.

После открытия компании возможно возникновение рисков, связанных с эксплуатацией оборудования (предприятия):

- невыход на проектную мощность;
- несвоевременная поставка продукции (готовых обедов);
- возникновение необходимости в дополнительных (сверх бизнес-плана) расходов;
- инфляция затрат;
- удорожание финансирования;
- форс-мажор, материальный ущерб.

### 10.2. Методы снижения рисков.

Наличие гарантий (в том числе банковских) от поставщиков технологии и оборудования, а также от подрядчиков:

- возврат аванса (залога);
- своевременных поставок и оказания услуг.

Контракты на базе твёрдых цен, наличие валютных оговорок, штрафных санкций, применение национального законодательства при разрешении споров и т.п.

Наличие долгосрочных контрактов с поставщиками материалов и оборудования.

Наличие альтернативных поставщиков продукции и оборудования.

Приемлемое соотношение собственных и заёмных средств в составе источников финансирования проекта.

Единообразие валют источников финансирования, закупки сырья и сбыта продукции.

Открытие депонированных счетов в банке-кредиторе

Наличие достаточного обеспечения.

Создание резервных фондов.

### 10.3. Анализ чувствительности

Анализ чувствительности проекта проводился на основании NPV (чистого дисконтированного дохода), являющегося одним из основных показателей проекта. Были проанализированы изменения следующих показателей на величину до +25% по затратным показателям (увеличение затрат):

- Анализ чувствительности проекта к изменению показателя "Постоянные затраты";
- Анализ чувствительности проекта к изменению показателя "Переменные затраты";
- Анализ чувствительности проекта к изменению показателя "Расходы на оплату труда";
- Анализ чувствительности проекта к изменению показателя "Приобретение основных средств".

и на величину до - 25 % по доходным показателям:

- Анализ чувствительности проекта к изменению показателя "Чистая выручка".

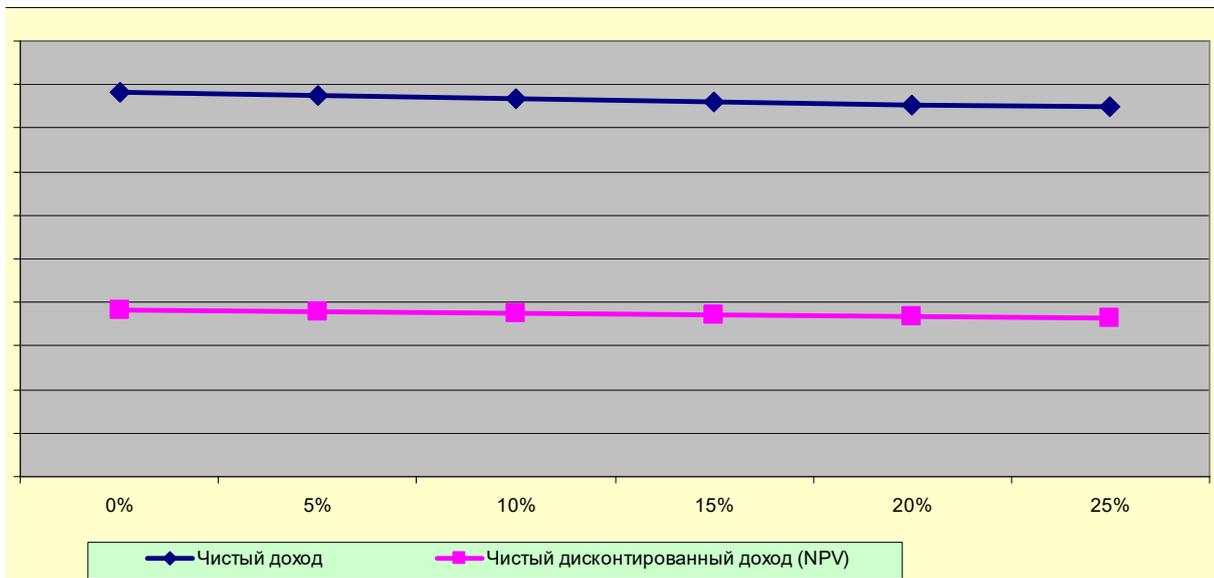
*Примечание Данный анализ проводится при анализе долгосрочного проекта с существенными значениями каждого из анализируемых показателей в общем объёма расходов*

*Пример отображения анализа приведён ниже*

**Таблица. Анализ чувствительности проекта к изменению показателя "Постоянные затраты".**

Показатели	0%	5%	10%	15%	20%	25%
Годовая ставка дисконтирования, %						
Чистый доход						
Чистый дисконтированный доход (NPV)						
Внутренняя норма доходности (IRR)						
Модифицированная внутренняя норма доходности						
Индекс доходности затрат (PI)						
Дисконтированный индекс доходности затрат						
Срок окупаемости (PP)						
Дисконтированный срок окупаемости (DPP)						

**Диаграмма. Зависимость Чистого дисконтированного дохода от изменения показателя "Постоянные затраты".**

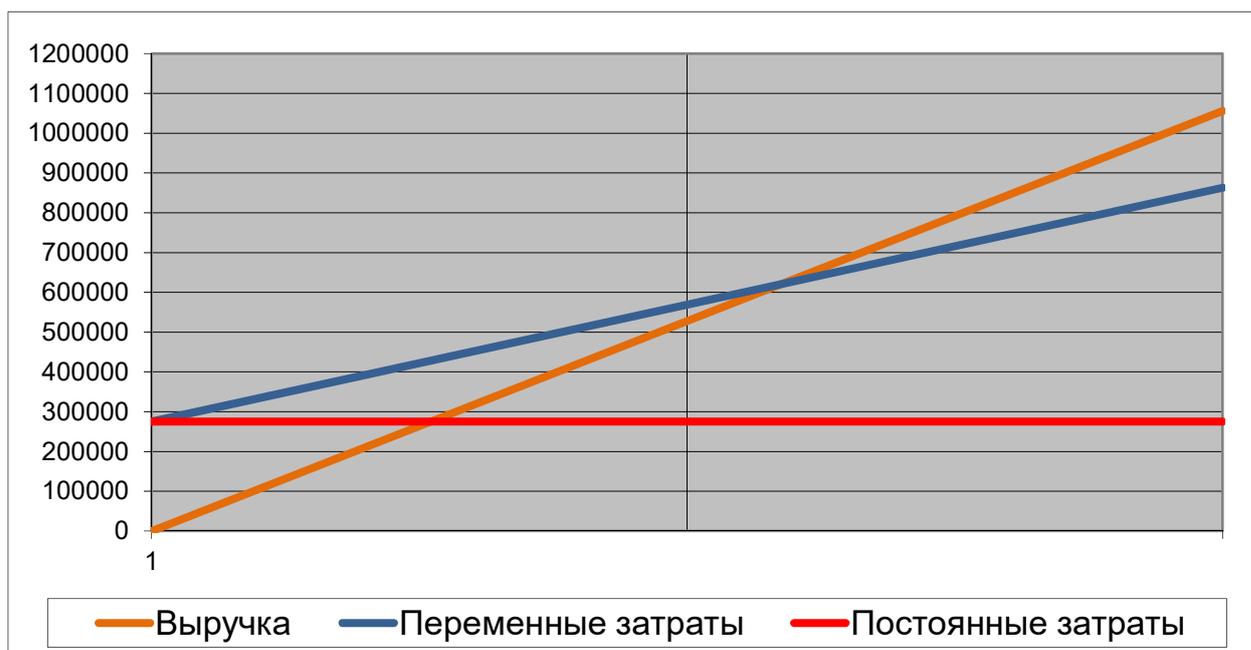


#### 10.4. Уровень безубыточности

График основан на утверждении, что в точке безубыточности достигается равенство значений валовой маржи (то есть выручки от реализации продукции после возмещения переменных затрат) и постоянных затрат.

Величина точки безубыточности соответствует значению на оси координат "Выручка от реализации", в точке пересечения прямой "Валовая маржа" с прямой "Постоянные затраты".

**Диаграмма. Точка безубыточности по результатам 3 его месяца функционирования проекта.**



**Таблица. Плановый уровень безубыточности.**

Наименование показателей		
<b>Чистая выручка</b>		
а) тыс. руб.		1 056 000
б) в % к предыдущему периоду		
<b>Переменные затраты</b>		
а) тыс. руб.		588 000
б) в % к предыдущему периоду		
<b>Постоянные затраты</b>		
а) тыс. руб.		275 220
б) в % к предыдущему периоду		
<b>Прибыль от реализации</b>		
а) тыс. руб.		192 780
б) в % к предыдущему периоду		
<b>Точка безубыточности</b>		<b>602 736</b>
<b>Запас финансовой прочности</b>		
а) тыс. руб.		<b>453 264</b>
б) в % к выручке		<b>42.9</b>

## 11. ИСТОЧНИКИ, ФОРМЫ И УСЛОВИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ

*Примечание.*

*В данном разделе в случае привлечения финансирования указываются условия привлечения кредитования (финансирования)*

*Приводится схема поступления средств и график возврата вложенных средств и процентов за их пользование*

**Таблица. Схема финансирования проекта**

		сумма полученных кредитных средств	сумма возвращённых кредитных средств	остаток непогашенных кредитов	% уплаченные
	<b>на начало проекта</b>				
1	январь				
2	февраль				
3	март				
4	апрель				
5	май				
6	июнь				
7	июль				
8	август				
9	сентябрь				
10	октябрь				
11	ноябрь				
12	декабрь				
	<b>ИТОГО</b>				

## 12. ОБЕСПЕЧЕНИЕ

*Примечание Данный раздел рассчитывается в случае привлечения кредитования под залог активов. При наличии предыдущего раздела.*

Для привлечения кредитных средств, одним из основных условий является наличие обеспечения, под которое и будут привлекаться денежные средства.

Для определения требуемого объёма обеспечения применяется следующая формула:

$$O = (C + C \times (P / 12 \times (D + (T - D) / 2))) \times K$$

где, O - обеспечение;

C - сумма кредита (в рублях);

P - процентная ставка (% годовых / 100);

T - период кредитования (количество месяцев);

D - отсрочка погашения основного долга (количество месяцев);

K - Коэффициент увеличения суммы обязательств, обеспечивающий покрытие штрафных санкций, судебных издержек, затрат на реализацию и других возможных издержек, связанных с реализацией залоговых прав. Значение коэффициента находится в пределах 1,3 - 2,0 в зависимости от вида (ликвидности) обеспечения, рисков проекта и определяется банком.

Расчёт требуемого объёма обеспечения производится исходя из параметров кредита.

Для инвестиционного проекта расчёт данного показателя, при условии полного финансирования за счёт кредитных средств, приведён в таблице.

**Таблица. Определения нормы обеспечения кредита**

Показатели	Значения
Сумма кредита, руб.	<b>1 000 000</b>
Процентная ставка, годовых	0,15
Период кредитования, мес.	36
Отсрочка погашения основного долга, мес.	3
Коэффициент увеличения суммы обязательств	1,3
Минимальная стоимость обеспечения, руб.	<b>1 592 500</b>

Стоимость имущества, предоставляемого в залог должно составлять 1 592 500 руб.

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**