**БІЗНЕС-ПЛАН**

**Назва проекту: купівля діючого багатофункціонального торговельно-розважального комплексу «НІКА»**

**Сфера діяльності: надання послуг у сфері громадського харчування, торгівлі, нічних розваг**

**Місцезнаходження об’єкту:**

**Керівник проекту: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Тел.: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_; факс: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Дата початку реалізації:  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Тривалість (період розрахунків):**

**Дата розрахунку проекту:**

**Зміст**

1. Резюме………………………………………………………………..………………3
2. Характеристика галузі в якій реалізується проект………………………………..4
3. Характеристика підприємницької діяльності……………………………………...5
4. Розміщення об’єкта……..………………………………………….………………12
5. Оцінка ринку збуту……….……………………………………………………...…13
6. Стратегія маркетингу………………………………………………………………15
7. Організаційний план……………………………………………………………….17
8. Планування діяльності……………………………………..………………………19
9. Забезпеченість реалізації послуг…………………………………………………..21
10. Фінансовий план……………………………………………………………………22
11. Оцінка можливих ризиків………………………….....……………………...…….26
12. **Резюме**

Суть проекту: купівля діючого багатофункціонального торговельно-розважального комплексу (розміщеного на земельній ділянці, загальною площею 0,8345 га), який включає: ресторан, дискоклуб, продуктовий магазин, промисловий магазин, гуртівню, альтанки для відпочинку, альпінарій, дитячий майданчик.

Основний вид діяльності – надання послуг у сфері ресторанного бізнесу, торгівлі, нічних розваг.

Вітчизняні ресторани пропонують не тільки смачну їжу. Вони торгують послугами, зручностями, доброзичливою атмосферою, відпочинком, обстановкою, романтикою, пригодами, мріями, адреналіном. Незважаючи на те, що ресторани не є традиційним явищем для української та й загалом східнослов’янської побутової культури, на сьогодні підприємства ресторанного господарства займають одне з провідних місць у секторі послуг вітчизняної економіки. А коли затишний ресторан поєднується з драйвовим нічним клубом та цілодобовим магазином, то такий комплекс приречений на успіх.

Однією з визначальних конкурентних переваг закладу є його місце розташування. Комплекс знаходиться на відстані 4 км від українсько-польського кордону, безпосередньо біля центральної дороги (м. Рава-Руська, вул. Є. Коновальця). Відстань до обласного центру (м. Львів) – 63 км, до районного центру (м. Жовква) – 33 км. Вулицею Є. Коновальця проходить автомобільна дорога міжнародного значення М-09 Львів – Рава-Руська, якою проходить весь потік легкового та вантажного транспорту.

Організаційно-правовою формою майбутнього підприємства буде товариство з обмеженою відповідальністю, яке працюватиме на загальній системі оподаткування.

Ефективність проекту: середня норма рентабельності інвестицій – 20,29%, плановий обсяг чистого прибутку впродовж 1-го року діяльності – 4242,0 тис. грн., термін окупності проекту – 4,93 року, точка беззбитковості – 710,0 тис. грн.

Фінансування: реалізація проекту потребує залучення інвестицій в розмірі 25600,0 тис. грн., частину яких забезпечить одержання банківського кредиту в сумі 12800,0 тис. грн.

1. **Характеристика галузі, в якій реалізується проект**

Сферою діяльності, в якій реалізується проект, є сфера послуг. Зокрема, проектом передбачається придбання торговельно-розважального комплексу, де надаватимуться послуги у сфері розваг, громадського харчування, а також торгівлі. Взагалі, розвиток сфери послуг в Україні є одним із найбільш пріоритетних. Якщо в провідних країнах світу частка валового внутрішнього продукту, виробленого у сфері послуг, становить 70-80 %, то в Україні – тільки 56 %. І саме домінування сфери послуг над іншими сферами є основною рисою постіндустріального суспільства, трансформуватися в яке прагнуть всі, без винятку, країни світу.

Організація подібного торговельно-розважального комплексу є надзвичайно перспективною з огляду на місце розташування об’єкта. Проект повинен забезпечити не тільки швидку окупність залучених фінансових ресурсів, а й сприяти розвитку суміжних галузей національного господарства. Передусім, це стосується туризму та транспортних послуг. Тому галузева спрямованість інвестицій­ного проекту повністю відповідає задачам структурної перебудови економіки України в майбутньому періоді.

Передбачається, що попит на продукцію галузі й комплексу, зокрема, буде постійно зростати. Середній рівень рентабельності ресторанного бізнесу в Україні в останні роки становив 10-12%, за виключенням кризових 2009-2010 рр., коли він був дещо нижчим. Комплекс постійно приваблюватиме туристів, місцевих жителів регіону, а також проїжджих людей, що перетинатимуть українсько-польський кордон, завдяки високому рівню обслуговування та помірним цінам.

Незважаючи на те, що в даній галузі функціонує надзвичайно велика кількість підприємств, подібних комплексів, де б поєднувалися ресторан, дискоклуб, продуктовий та промисловий магазини, місце для відпочинку на свіжому повітрі в Жовківському районі Львівської обл. (а в м. Рава-Руській тим більше) практично відсутні.

1. **Характеристика підприємницької діяльності**

Основними цілями функціонування торговельно-розважального комплексу «Ніка» мають стати:

1. надання високоякісних послуг з постійною орієнтацією на споживача;
2. розширення сфери торгівлі, громадського харчування та розважальних послуг у регіоні;
3. формування та оптимізація постійно зростаючого попиту споживачів продукції та послуг підприємства;
4. забезпечення росту обсягів збуту продукції, утримання лідерства на ринку;
5. досягнення зазначеного в бізнес-плані рівня рентабельності бізнесу та його терміну окупності.

До складу торговельно-розважального комплексу «Ніка» входитимуть:

* ресторан «Ніка»;
* дискоклуб «Давінчі»;
* продуктовий магазин;
* промисловий магазин;
* гуртівня.

**Ресторан «Ніка»** пропонуватиме для своїх гостей організацію бенкетів, фуршетів, урочистих подій, корпоративних святкувань. Ділових людей приваблюватимуть тут смачні бізнес-ланчі, а закоханих – незабутні романтичні вечері. Основний зал ресторану розрахований на 50 осіб.

Бенкетний зал ресторану «Ніка», з його ексклюзивним дизайном в класичному стилі, з вишуканою кухнею дозволить провести урочисту подію майже будь-якого формату.

Крім того, в ресторані функціонуватиме VIP-зал, що якнайкраще підходить для проведення днів народжень, фуршетів, банкетів у невеликому колі осіб. Зал розрахований на 25 чол. Цей зал використовуватиметься також для проведення бізнес-зустрічей, ланчів, переговорів, конференцій, презентацій тощо.

Запорукою успішності функціонування ресторану мають стати:

-смачна європейська та національна кухні і вибір страв на будь-який смак;

- вигідне місце розташування комплексу;

- привабливий інтер’єр приміщення;

- оригінальний підхід в декоруванні основного залу та VIP-залу, який створює атмосферу урочистості і свята, але в той же час не позбавляє відчуття затишку;

- професійна музика, яка задовольнить своїм репертуаром будь-яку вікову категорію гостей нашого ресторану;

- розуміння потреб і виконання побажань замовника (можлива навіть доставка їжі на замовлення);

- злагоджена робота офіціантів, кухарів та адміністратора, що має зробити візит до ресторану незабутнім.

**Дискоклуб «Давінчі»** вразить відвідувачів своїм декором в стилі епохи Леонардо. В дискоклубі проводитимуться тематичні вечірки, статусні корпоративні свята, бенкети, фуршети, ділові зустрічі, святкування весіль. Зал дискоклубу розрахований на 200 осіб. В період релігійних постів, коли будуть відсутні весілля, в дискоклубі у вихідні дні організовуватимуться молодіжні тематичні вечірки.

На відвідувачів дискоклубу чекатимуть:

- супер-звук і світлові ефекти;

- найбільший танцпол в  регіоні;  
- найкращі ді-джеї;

- виступи відомих артистів;

- різноманітні шоу-програми;  
- величезний вибір напоїв у барі;  
- фірмові страви від шеф-кухаря;

- комфорт і безпека.

**В продуктовому магазині** комплексу споживачі зможуть знайти найширший асортимент продукції за найнижчими в регіоні цінами, а саме:

- кондитерські вироби (понад 150 найменувань);  
- молочні продукти;  
- сири;  
- м’ясні і ковбасні вироби;  
- риба свіжоморожена та пряного посолу;  
- м’ясні та рибні консерви;  
- кетчупи, соуси, приправи;  
- напівфабрикати;  
- хлібобулочні вироби;  
- безалкогольні напої;

До того ж, продуктовий магазин функціонуватиме цілодобово.

**У промисловому магазині** буде продаватися спортивний одяг відомих світових виробників, таких як adidas, puma, nike, ecco по доступних цінах.  
     Також у продажі постійно будуть:

- костюми;  
- сорочки;  
- футболки;  
- взуття;  
- парфуми;  
- помади;  
- шампуні;  
- креми;  
- фарби для волосся;  
- лаки;  
- дезодоранти;  
- побутова хімія;  
- картини;   
- сувеніри;  
- сумки;  
- іграшки.

**Гуртівня** зможе запропонувати своїм клієнтам найширший асортимент алкогольних та тютюнових виробів відомих світових виробників, знову ж таки, за найнижчими в регіоні цінами.

Серед алкогольних напоїв в гуртовому магазині будуть бренді, вина, віскі, горілка, коньяки, лікери, пиво, ром, текіла, шампанське, слабоалкогольні напої, соки та води різних виробників.

На території комплексу знаходиться літня площадка, де компактно розташовані 8 дерев’яних альтанок (кожна розрахована на 9 осіб), 2 дерев’яних зали з кондиціонером та системою обігріву УФО, місткістю 16 і 24 особи. Прикрашає все це ексклюзивно оздоблений фонтан, що забезпечить гарний настрій та приємне проведення часу відвідувачам закладу.

Забезпечуватимуть ефективне функціонування торговельно-розважального комплексу наявні на території склади, бокси, холодильне приміщення, а також кондитерський цех, що знаходиться на стадії реконструкції.

Всі вищезазначені споруди розташовані на одній земельній ділянці.

1. **Розміщення об’єкта**

Торговельно-розважальний комплекс «Ніка» розташований за адресою: Львівська область, Жовківський район, м. Рава-Руська, вул. Є.Коновальця, 25.

Комплекс знаходиться на відстані 4 км від українсько-польського кордону, безпосередньо біля центральної дороги (вул. Є. Коновальця). Відстань до обласного центру (м. Львів) – 63 км, до районного центру (м. Жовква) – 33 км. Вулицею Є. Коновальця проходить автомобільна дорога міжнародного значення М-09 Львів – Рава-Руська, якою проходить весь потік легкового та вантажного транспорту.

1. **Оцінка ринку збуту**

Починаючи з 2006 року, темп росту ринку ресторанних послуг складав 20%. Вже в 2008 році, за даними компанії «Ресторанний консалтинг», ресторанний ринок зріс на 17%. Вітчизняні оператори розвивали свої проекти в регіонах, стали цікавитися українським ринком гравці з ближнього і далекого зарубіжжя. Проте галузь серйозно постраждала внаслідок фінансово-економічної кризи, що відбилося на зниженні оборотів ресторанних закладів, пов’язаної із зменшенням відвідуваності і значного скорочення суми середнього чека. За даними операторів ринку, ресторанний бізнес України на сьогодні розвинений усього на 10% і тому продовжує залишатися привабливим з точки зору інвестування.

На середину 2012 р. ресторан «Ніка», що входить до складу торговельно-розважального комплексу, залишається безумовним лідером у регіоні на ринку ресторанних послуг. Послугами даного ресторану користується переважна більшість жителів м. Рава-Руської (населення становить більше ніж 8,0 тис. чол.) та значна частина населення усього Жовківського району (понад 109,0 тис. чол.). **В м. Рава-Руська відсутні ресторанні заклади подібного рівня. Є тільки 2 невеличких кафе та 1 ресторан-готель, який значно поступається за кількістю місць у залі. Тому, якщо брати до уваги тільки ресторанний бізнес, то ринкова частка ресторану «Ніка» в м. Рава-Руська становить близько 80 %, а якщо послуги громадського харчування – то понад 55 %.**

Найближчими конкурентами ресторану «Ніка» можна вважати ресторан «Колиба» в м. Жовква (відстань від ресторану «Ніка» становить 36 км), ресторан «Старий замок» в с. Добросин (19 км), ресторан «Акварель» в м. Жовква (34 км).

Наочну оцінку конкурентної позиції ресторану «Ніка» можна побачити через матрицю конкурентного профілю (таблиця 1).

Таблиця 1

Матриця конкурентного профілю для ресторану «Ніка»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ключовий фактор  успіху | Ваговий  коефіцієнт | Ресторан «Ніка» | | Ресторан  «Колиба» | | Ресторан  «Старий замок» | | Ресторан «Акварель» | |
| рейтинг | оцінка | рейтинг | оцінка | рейтинг | оцінка | рейтинг | оцінка |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Якість послуг | 0,2 | 4 | 0,8 | 4 | 0,8 | 3 | 0,6 | 3 | 0,6 |
| Ціна послуг | 0,2 | 3 | 0,6 | 1 | 0,2 | 3 | 0,6 | 2 | 0,4 |
| Асортимент | 0,1 | 3 | 0,3 | 3 | 0,3 | 2 | 0,2 | 3 | 0,3 |
| Частка ринку | 0,1 | 3 | 0,3 | 3 | 0,3 | 2 | 0,2 | 2 | 0,2 |
| Реклама та стимулювання попиту | 0,15 | 2 | 0,3 | 4 | 0,6 | 1 | 0,15 | 2 | 0,3 |
| Репутація | 0,1 | 3 | 0,3 | 3 | 0,3 | 1 | 0,1 | 2 | 0,2 |
| Рівень менеджменту | 0,15 | 2 | 0,3 | 3 | 0,45 | 1 | 0,15 | 1 | 0,15 |
| Загальна оцінка | 1 |  | 2,9 |  | 2,95 |  | 2,0 |  | 2,15 |

Як видно з таблиці 1, найбільшим конкурентом ресторану «Ніка» є, наразі, ресторан «Колиба». Хоч і загальна оцінка ресторану «Ніка» є нижчою на 0,05 пункту, що є несуттєвим, потрібно враховувати досить значну відстань до конкуруючого ресторану, а також те, що ринок ресторанних послуг в Жовківському районі є незаповненим. Крім того, в майбутньому передбачається удосконалити систему менеджменту, що підвищить ефективність прийняття управлінських рішень, а також збільшити витрати на маркетингові комунікації з метою ще більшої популяризації даного закладу. Це, в свою чергу, сприятиме захопленню ще більшої частки ринку і підвищенню загальної оцінки на 0,5 пункту, що дозволить випередити всіх без винятку найближчих конкурентів.

**На ринку нічних клубів дискоклуб «Давінчі» є абсолютним монополістом в м. Рава-Руській.** Найближчі заклади, які проводять молодіжні вечірки, знаходяться у сусідніх селах з містом Рава-Руська. Проте назвати їх конкурентами важко, так як за рівнем організації, якістю звуку та освітлення, розміром танцполу, вони надзвичайно поступаються. Тому, під час організації тематичних вечірок, дискоклуб «Давінчі» відвідують не тільки місцеві жителі, а й люди, що проживають у найближчих, і не тільки, населених пунктах, що робить дискоклуб майже завжди заповненим. Цільовою аудиторією дискоклубу є переважно молоді люди, віком 18-25 років. В майбутньому також планується залучення людей різного віку шляхом проведення вечірок у стилі ретро.

Передбачається зростання попиту і на продукцію промислового та продуктового магазинів, а також гуртівні. Це пояснюється вдалим географічним розташуванням комплексу, що автоматично забезпечує високу відвідуваність магазинів. В м. Рава-Руська функціонує ще 5 продуктових та 2 промислових магазини. **Проте безпосередня близькість до міжнародної автомагістралі робить магазини комплексу лідерами на ринку міста.** Цільовою групою є не тільки місцеве населення, якому представлений широкий асортимент продукції за помірними цінами, а й люди, які перетинають українсько-польський кордон, зазвичай виснажені дорогою. Важливим є те, що магазини комплексу «Ніка» функціонуватимуть цілодобово.

Тому, є всі підстави розраховувати, що попит на продукцію та послуги торговельно-розважального комплексу «Ніка» в майбутньому буде постійно зростати, за відсутності негативних зовнішніх факторів.

1. **Стратегія маркетингу**

Тоорговельно-розважальний комплекс «Ніка», будучи лідером регіонального ринку, в майбутньому повинен укріпити свої позиції. Зробити це можна тільки при вдало обраній стратегії маркетингу.

За типологією підприємств, в залежності від поведінки власників, комплекс має відноситись до типу «Лев». Даний тип передбачає, що підприємство-лідер продовжує вести активну конкурентну політику, чітко контролюючи, при цьому, свою зону впливу, а власник дбає не тільки про максимізацію власної вигоди, а й про формування позитивного іміджу підприємства.

Загальна цінова політика при реалізації товарів та наданні послуг для масового споживача буде спрямована на зниження цін за рахунок закупівлі товарів безпосередньо у виробників та гуртових постачальників, відсутності транспортних затрат при реалізації власної продукції, сезонним розпродажем. Тобто, активно застосовуватиметься стратегія глибокого проникнення на ринок. Дана стратегія оптимальна для нас завдяки низькому комерційному ризику. Вона буде реалізовуватися за допомогою таких засобів, як:

* активізація рекламної діяльності;
* застосування засобів стимулювання збуту;
* підвищення рівня сервісного обслуговування товарів;
* розвиток збутової мережі.

Але, оскільки, комплекс розрахований і на елітних споживачів, то буде проводитися реалізація престижних товарів та надання послуг високої якості за високими цінами. Зручне розташування комплексу забезпечить швидкий обіг коштів та великі обсяги реалізації.

Стратегія просування на ринок буде спрямована на споживача і заснована на принципах «все для клієнта» та «клієнт завжди правий». Серед шляхів приваблювання споживачів буде використання реклами через засоби масової інформації (газети, радіо, телебачення), встановлення світлових рекламних щитів та активне розкручування веб-сайту.

Основною цільовою групою, на яку спрямовуватиметься рекламна діяльність, буде населення сусідніх до Жовківського районів. Адже в самому районі, а тим більше в м. Рава-Руській ,всі, без винятку, знають про торговельно-розважальний комплекс «Рату». Прогнозовані витрати на рекламу наведені в таблиці 2.

Таблиця 2

Витрати на рекламу (тис. грн.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 1-й рік | 2-й рік | 3-й рік |
| радіота телебачення | 1,5 | 2,0 | 2,0 |
| газети | 0,2 | 0,4 | 0,4 |
| інтернет | 0,5 | 1,0 | 1,5 |
| транспорт | 0,3 | 0,3 | 0,5 |
| зовнішня реклама | 4,0 | 3,0 | 3,0 |
| **Всього** | **6,5** | **6,7** | **7,4** |

Важливу увагу потрібно буде приділити розробці сучасного логотипу комплексу, зміні дизайну та наповненню веб-сайту з метою оновлення бренду підприємства та позиціонування його як закладу, що задовольняє найрізноманітніші потреби різних категорій населення.

Разові витрати на розробку логотипу комплексу – 1600 грн.

Витрати на оновлення та управління сайтом (впродовж 1 року) – 3500 грн.

Основною метою маркетингових заходів має стати збільшення попиту на продукцію підприємства за рахунок використання продуктового лідерства з орієнтацію на перспективний ринок.

1. **Організаційний план**

В майбутньому організаційна структура торговельно-розважального комплексу «Ніка» виглядатиме наступним чином:

Таблиця 3

Організаційна структура комплексу «Ніка» в майбутньому

Заступник директора

Адміністратор

Бухгалтер

2 бармена

4 офіціанти

1 шеф-кухар

4 помічники шеф-кухаря

1 ді-джей

3 охоронці

2 прибиральниці

3 продавці

2 вантажники

Враховуючи щоденний режим роботи комплексу та цілодобову роботу магазинів, бармени, офіціанти, помічники шеф-кухаря, охоронці, прибиральниці, продавці та вантажники будуть працювати позмінно. Місячний фонд оплати праці наведено в таблиці 4.

Таблиця 4

Місячний фонд оплати праці

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Спеціальність** | **К-стьчол.** | **Нарахована з/п, грн.** | **Загальна сума, грн** |
| **Директор** | 1 | 4000 | 4000 |
| **Заступник директора** | 1 | 3000 | 3000 |
| **Бухгалтер** | 1 | 3000 | 3000 |
| **Адміністратор** | 1 | 2500 | 2500 |
| **Бармен** | 2 | 1000 | 2000 |
| **Офіціант** | 4 | 1300 | 5200 |
| **Шеф-кухар** | 1 | 2700 | 2700 |
| **Помічники шеф-кухаря** | 4 | 1200 | 4800 |
| **Діджей** | 1 | 2000 | 2000 |
| **Охоронець** | 3 | 1100 | 3300 |
| **Прибиральниця** | 2 | 900 | 1800 |
| **Продавець** | 3 | 1200 | 3600 |
| **Вантажник** | 2 | 800 | 1600 |
| **Усього:** | 26 | - | 39500 |

Річний фонд оплати праці становитиме 39500\*12=474000 грн.

1. **Планування діяльності**

Ресторан «Ніка» працюватиме щоденно впродовж усього року. В ньому проводитимуться весілля, бенкети, фуршети, бізнес-ланчі, конференції, презентації тощо. Всі ці урочисті події можуть також відбуватися в залі дискоклубу, який вміщує понад 200 осіб. Місткість основного залу ресторану становить 50 осіб, а VIP-залу – 25 осіб. Тобто, при необхідності можна вмістити до 270 гостей одночасно.

Таблиця 5

Плановий обсяг надання послуг рестораном «Ніка»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Види послуг | Найменування показників | Показник |
| 1 | Весілля | Максимальна кількість місць | 270 |
| Середня заповнюваність, чол. | 200 |
| Кількість весіль за місяць | 10 |
| Кількість місяців | 8 |
| Мінімальна вартість послуг за 1 люд.,грн. | 200 |
| Середня вартість послуг за 1 люд.,грн. | 330 |
| 2 | Інші урочисті події (хрестини, дні народження, ювілеї, бенкети, фуршети) | Середня заповнюваність, чол. | 50 |
| Кількість подій за місяць | 8 |
| Кількість місяців | 10 |
| Середня вартість послуг за 1 люд.,грн. | 330 |
| 3 | Бізнес-ланчі, конференції, презентації | Середня заповнюваність, чол. | 20 |
| Кількість подій за місяць | 2 |
| Кількість місяців | 12 |
| Середня вартість послуг за 1 люд.,грн. | 200 |
| 4 | Харчування проїжджих людей | Середня кількість візитів за день | 15 |
| Кількість візитів за місяць | 450 |
| Кількість місяців | 12 |
| Середня вартість послуг за 1 люд.,грн. | 55 |

Як видно з таблиці 5, прогнозується, що впродовж 1 місяця в активний період ресторан відвідуватиме понад 2890 людей.

Планується, що сировина для приготування страв буде закуповуватись безпосередньо у виробників, за оптовими цінами, так ми впевнимось в якості купленої сировини і зменшимо витрати на її придбання. Обсяги купівлі ресурсів будуть залежати безпосередньо від їх використання. Ми налагодимо зв’язки з декількома постачальниками, щоб гарантувати собі стабільність на випадок виходу одного із постачальників з ринку.

Таблиця 6

Плановий обсяг надання послуг дискоклубом «Давінчі»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Види послуг | Найменування показників | Показник |
| 1 | Тематичні вечірки (дискотеки) | Максимальна кількість місць | 300 |
| Середня заповнюваність, чол. | 150 |
| Кількість вечірок за місяць в активний весільний період | 4 |
| Кількість місяців | 8 |
| Кількість вечірок за місяць в неактивний весільний період | 10 |
| Кількість місяців | 4 |
| Мінімальна вартість входу на вечірку за 1 люд., грн. | 30 |
| Вартість середнього чеку, грн. | 100 |

З метою популяризації нічного клубу «Давінчі» будуть запрошуватися відомі артисти, творчі колективи, шоумени, діджеї. Вартість подібних послуг буде оплачуватися за рахунок зростання вартості вхідного квитка до клубу, а також вартості середнього чеку.

Впродовж 2011 року вартість середнього чеку продуктового та промислового магазинів комплексу «Ніка» складала близько 61 грн. (визначити вартість середнього чеку по кожному магазину окремо досить складно, так як вони обидва обслуговувалися тільки одним касовим апаратом).

Середня добова відвідуваність продуктового та промислового магазину складала 120 чол.

Вартість середнього чеку гуртового магазину становила 520 грн., а денна кількість замовлень складала в середньому 12.

Планується, що завдяки вдало обраній маркетинговій стратегії, ціновій політиці та популяризації комплексу в майбутньому вдасться збільшити добову кількість візитів у роздрібний магазин до 150 чол., а кількість замовлень в гуртовому – до 20.

При цьому, завдяки ефективній логістиці, широкому і взаємодоповнюючому асортименту  продукції прогнозується і збільшення вартості середнього чеку роздрібних магазинів комплексу до 80 грн, а гуртового – до 650 грн.

1. **Забезпеченість реалізації послуг**

Торговельно-розважальний комплекс «Ніка» розміщений на земельній ділянці, площею 0,8345 га за адресою: Львівська область, Жовківський район, м. Рава-Руська, вул. Є. Коновальця, № 25

Територія комплексу рівнинна, забезпечена мережами електропостачання, газу, водопроводу та каналізації, розташована в інвестиційно-привабливій та економічно - перспективній частині населеного пункту і примикає до траси міжнародного значення.

На земельній ділянці розміщені:

* Будівля диско-бару, загальною площею 972,4 кв. м. (площа танцювального залу становить 247,4 кв. м.; міні-бару – 43,4 кв. м.; основного залу ресторану – 91,5 кв. м.; VIP-залу – 24,2 кв. м.; кімнати для відпочинку – 49,6 кв. м.);
* Будівля торгового павільйону, загальною площею 118,3 кв. м. (площа продуктового та промислового магазину – 53,1 кв. м.; гуртівні – 46,7 кв. м.);
* Будівля столярного цеху, де ведеться реконструкція під виробничі приміщення для виготовлення кондитерських виробів, загальною площею 228,6 кв. м.
* 8 альтанок для відпочинку;
* Альпінарій;
* Дитячий майданчик.

Всі приміщення комплексу забезпечені необхідним обладнанням, сучасними технічними засобами, меблями, столовими предметами та ін.

Екстер’єр та інтер’єр приміщення оздоблені сучасними оздоблювальними матеріалами з елементами авторського дизайну.

Поруч із в’їздом на територію комплексу, узбіч автомагістралі, розміщені численні вивіски та 2 великих білборди з рекламою закладу.

Функціонує веб-сайт торговельно-розважального комплексу «Ніка», де всі охочі можуть ознайомитися із переліком послуг, що надає заклад, цінами, а також увійти до фотогалереї комплексу.

1. **Фінансовий план**

**Потенційний валовий дохід ресторану «Ніка»** впродовж першого року діяльності становитиме:

Від весіль:

Річний дохід: Сер. заповн.\*К-сть весіль за міс.\*К-сть міс.\*Сер.в-сть послуг за 1 люд.=200\*10\*8\*330=5280000 грн.

Середньомісячний дохід: Річн.дохід/К-сть міс.=5280000/12=440000 грн.

Від інших урочистих подій:

Річний дохід: Сер. заповн.\*К-сть подій за міс.\*К-сть міс.\*В-сть послуг за 1 люд.=50\*8\*10\*330=1320000 грн.

Середньомісячний дохід: Річн.дохід/К-сть міс.=1320000/12=110000 грн.

Від бізнес-ланчів:

Річний дохід: Сер. заповн.\*К-сть подій за міс.\*К-сть міс.\*В-сть послуг за 1 люд.=20\*2\*12\*200=96000 грн.

Середньомісячний дохід: Річн.дохід/К-сть міс.=96000/12=8000 грн.

Від харчування проїжджих:

Річний дохід: К-сть візитів за міс.\*К-сть міс.\*В-сть послуг за 1 люд.=450\*12\*55=297000 грн.

Середньомісячний дохід:Річн.дохід/К-сть міс.= 297000/12=24750 грн.

**Потенційний річний валовий дохід ресторану = =5280000+1320000+96000+297000=6993000 грн.**

**Потенційний валовий дохід дискоклубу «Давінчі»**:

Від входу на дискотеку:

Річний дохід: Сер. заповн.\*К-сть вечірок за міс.\*К-сть міс.\*В-сть входу за 1 люд.=150\*4\*8\*30+150\*10\*4\*30=324000 грн.

Середньомісячний дохід:Річн.дохід/К-сть міс.=324000/12=27000 грн.

Річний дохід на основі середнього чеку: Сер. заповн.\*К-сть вечірок за міс.\*К-сть міс.\*В-сть сер. чеку=150\*4\*8\*100+150\*10\*4\*100=1080000 грн.

Середньомісячний дохід: Річн.дохід/К-сть міс.=1080000/12=90000 грн.

**Потенційний річний валовий дохід дискоклубу: 324000+1080000=1404000грн.**

**Потенційний валовий дохід продуктового та промислового магазину**:

Річний дохід: Сер.доб.відвід-сть\*К-сть діб\*В-сть сер. чеку=150\*360\*80=4320000 грн.

Середньомісячний дохід: Річн.дохід/К-сть міс.=4320000/12=360000 грн.

**Потенційний валовий дохід гуртівні**:

Річний дохід: Сер.доб.відвід-сть\*К-сть діб\*В-сть сер. чеку=20\*360\*650=4680000 грн.

Середньомісячний дохід: Річн.дохід/К-сть міс.=4680000/12=390000 грн.

**Потенційний валовий дохід торговельно-розважального комплексу «Ніка»: 6993000+1404000+4320000+4680000 = 17397000 грн.**

**Потенційний середньомісячний валовий дохід: 17397000/12=1449750 грн.**

Частка матеріальних витрат в ресторанному бізнесі у структурі вартості послуг, за статистичними даними головного управління статистики у Львівській області за 2011 рік склала в середньому 41,7 %.

**Річний обсяг матеріальних витрат ресторану = 6993000\*0,417=2916081 грн. Річний обсяг матеріальних витрат дискоклубу = 1080000\*0,417=450360 грн.**

Частка витрат на закупівлю товарів у структурі вартості 1 одиниці становить 55% (45 % торгова націнка+ПДВ+акциз).

**Річний обсяг витрат на закупівлю товарів у роздрібний та гуртовий магазини =4320000\*0,55+4680000\*0,55=2376000+2574000=4950000 грн.**

Розрахунок основних фінансових показників на майбутні періоди проводиться з урахуванням середнього темпу інфляції в Україні впродовж останніх 5-ти років (таблиця 7).

Таблиця 7

Індекс споживчих цін у 2007-2011 рр., %

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2007 р. | 2008 р. | 2009 р. | 2010 р. | 2011 р. |
| 116,6 | 122,3 | 112,3 | [109,1](http://www.kapitalizator.com/yndeks-ynflyatsyy-dekabrya-2010-hoda-100-8-prots-yndeks-ynflyatsyy-za-2010-hod-109-1-prots-analytyka) | [104,6](http://www.kapitalizator.com/indeks-inflyatsiyi-za-hruden-2011-roku-100-2-vids) |

Середнє значення індексу споживчих цін у 2007-2011 рр. було на рівні 112,98 % (≈113,0%).

Таблиця 8

Елементи операційних витрат, грн.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Найменування показника | **1-й рік** | **2-й рік** | **3-й рік** |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| **Матеріальні затрати** | **8316441** | **9397579** | **10619264** |
| У т. ч. матеріальні затрати ресторану | 2916081 | 3295172 | 3723544 |
| матеріальні затрати дискоклубу | 450360 | 508907 | 575065 |
| матеріальні затрати роздрібного магазину | 2376000 | 2684880 | 3033914 |
| матеріальні затрати гуртівні | 2574000 | 2908620 | 3286741 |
| **Витрати на оплату праці** | **474000** | **535620** | **605251** |
| **Відрахування на соціальні заходи** | **177276** | **200322** | **226364** |
| **Витрати на рекламу** | **6500** | **6700** | **7400** |
| **Витрати на інші маркетингові заходи** | **5100** | **5763** | **6513** |
| **Інші операційні витрати** | **23700** | **26781** | **30263** |
| **Разом** | **9003017** | **10172765** | **11495055** |

Таблиця 9

Планові фінансові результати, грн.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Стаття** | **1-й рік** | **2-й рік** | **3-й рік** |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| **Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)** | **17397000** | **19658610** | **22214229** |
| Податок на додану вартість | 2899500 | 2856379 | 3227708 |
| Акцизний збір | 257400 | 290862 | 328674 |
| **Чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)** | **14240100** | **16511369** | **18657847** |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 8967717 | 10133520 | 11450878 |
| **Валовий прибуток** | **5272383** | **6377849** | **7206969** |
| Витрати на збут | 11600 | 13108 | 14812 |
| Інші операційні витрати | 23700 | 26781 | 30263 |
| **Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування:** | **5237083** | **6337960** | **7161894** |
| Податок на прибуток від звичайної діяльності | 995046 | 1014074 | 1145903 |
| **Чистий прибуток:** | **4242037** | **5323886** | **6015991** |

При визначенні чистого прибутку на майбутні періоди враховувалися діючі податкові ставки згідно чинного Податкового кодексу України, а саме:

1. ставка податку на прибуток підприємств:

* з 1 січня 2013 року по 31 грудня 2013 року включно - 19 відсотків (1-й період);
* з 1 січня 2014 року - 16 відсотків (2-й та 3-й періоди).

1. ставка податку на додану вартість:

* з 1 січня 2011 року до 31 грудня 2013 року включно ставка податку становить 20 відсотків;
* з 1 січня 2014 року - 17 відсотків.

**Середньомісячний розмір чистого прибутку у 1-му році = 4242037 грн./12 = =353503 грн.**

**Середньомісячний розмір чистого прибутку у 2-му році = 5323886 грн./12 = =443657 грн.**

**Середньомісячний розмір чистого прибутку у 3-му році = 6015991 грн./12 =**

**=501333 грн.**

Як видно з розрахунків, зниження ставок за податками, починаючи з 2014 р., сприятиме збільшенню середньомісячного розміру чистого прибутку більше, ніж на 90000 грн.

**Реалізація проекту потребує залучення інвестицій в розмірі 25600,0 тис. грн.**

**Інтегральні показники ефективності реалізації проекту:**

**Рентабельність залучених інвестицій за 1-й рік діяльності: Чистий прибуток/Обсяг інвестицій\*100% = 4242037 грн./ 25600000 грн.\* 100 % = 16,57%;**

**Рентабельність залучених інвестицій за 2-й рік діяльності: 5323886грн./25600000 грн.\*100%=20,80%;**

**Рентабельність залучених інвестицій за 3-й рік діяльності: 6015991грн./25600000 грн.\*100%=23,50%.**

**Середня рентабельність залучених інвестицій за перші 3 роки діяльності=(16,57%+20,80%+23,50%)/3=20,29%**

**Термін окупності проекту: Обсяг інвестицій/Сер. чистий прибуток=25600000/((4242037+5323886+6015991)/3) = 4,93 року**

**Точка беззбитковості = 355000/0,50 = 710000 грн.**

Розрахунок точки беззбитковості проводився за формулою:

Q = FC/Km

Km = GM/TR

GM = TR-VС

де Q — точка беззбитковості (обсяг продажів); FC- сума постійних видатків; Km - коефіцієнт валової маржі; GM - валова маржа; VС - змінні видатки на загальний обсяг виробництва; TR – виручка.

Q = (FC\*TR)/(TR-VC) = 705903 грн.

Таблиця 10

Планові показники для розрахунку точки беззбитковості

|  |  |
| --- | --- |
| Сума постійних видатків, грн. | 355000 |
| Коефіцієнт валової маржі | 0,50 |
| Валова маржа, грн. | 8748983 |
| Змінні видатки на загальний обсяг виробництва, грн. | 8648017 |
| Виручка, грн. | 17397000 |

1. **Оцінка можливих ризиків**

Реалізація даного проекту, як і будь-якого іншого, повязана з певними ризиками. Основними з них можуть бути:

1. Невиконання обов’язків постачальниками. Проте в регіоні є досить велика кількість підприємств з якими можна домовитися про постачання необхідної сировини.
2. Зміна цін на сировину та паливно-енергетичні ресурси. Зміна цін на сировину спровокує зміни цін на товари та послуги комплексу, але, враховуючи монопольне становище на ринку та специфіку контингенту споживачів, це не повинно відбитися на зниженні рівня рентабельності комплексу.
3. Вплив конкуренції. Проте аналіз конкурентоспроможності торговельно-розважального комплексу дає змогу сподіватися, що найближчим часом жоден із подібних закладів регіону не зможе скласти серйозної конкуренції.
4. Погіршення соціально-економічного становища регіону та країни в цілому.

Загалом можливості та загрози нашого майбутнього підприємства можна проаналізувати через побудову SWOT-матриці (таблиця 11).

Таблиця 11

SWOT-матриця комплексу «Ніка»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Позитивний вплив** | **Негативний вплив** |
| **Внутрішнє середовище** | Висока якість послуг;  Помірні ціни;  Сформований позитивний імідж в регіоні;  Висока компетенція персоналу;  Гнучкість відносно споживчого попиту;  Концентрація на швидко зростаючих сегментах ринку;  Висока рентабельність;  Швидка обробка замовлень;  Творчий, підприємницький менеджмент. | Брак деяких ключових навичок на випадок виникнення конкуренції;  Кондитерський цех ще тільки на стадії реконструкції;  Недостатньо ефективна рекламна стратегія;  Низька мотивація співробітників. |
| **Зовнішнє середовище** | Вдале географічне положення комплексу;  Відсутність поблизу конкурентів;  Швидке зростання ринку. | Соціально-політична нестабільність в країні;  Високі темпи інфляції;  Нова хвиля економічної кризи;  Зниження платоспроможності населення;  Ймовірність виникнення конкурентів;  Негативні демографічні зміни. |