**Бизнес план**

**«Открытие продуктового магазина»**



**СОДЕРЖАНИЕ**

Оглавление

[**Резюме** 3](#_Toc443055866)

[**I. Описание проекта** 4](#_Toc443055867)

[1.1 Цели и задачи проекта 4](#_Toc443055868)

[1.2 Место реализации проекта 5](#_Toc443055869)

[1.3 Стоимость проекта, источники финансирования 5](#_Toc443055870)

[**II. Описание предприятия** 6](#_Toc443055871)

[2.1 Инициатор проекта 6](#_Toc443055872)

[**III. Маркетинговый раздел** 7](#_Toc443055873)

[3.1. Анализ рынка 7](#_Toc443055874)

[3.2. Ситуационный анализ (SWOT) 8](#_Toc443055875)

[3.3. Стратегия маркетинга 8](#_Toc443055876)

[3.4. Конкуренция 9](#_Toc443055877)

[3.5. Стратегия ценообразования. 10](#_Toc443055878)

[3.6. План реализации 10](#_Toc443055879)

[**IV. Организационный план** 11](#_Toc443055880)

[4.1. План по персоналу 11](#_Toc443055881)

[**V. Производственный раздел** 12](#_Toc443055882)

[5.1 Описание услуги 12](#_Toc443055883)

[5.2 Производственная программа 13](#_Toc443055884)

[**VI. Финансовый план** 13](#_Toc443055885)

[6.1. Расчет себестоимости единицы продукции и плана затрат 13](#_Toc443055886)

[6.2 Расшифровка статей доходов от продаж 14](#_Toc443055887)

[6.3 Прогноз отчета о прибылях и убытках 14](#_Toc443055888)

[6.4 Прогноз движения денежных средств 15](#_Toc443055889)

[6.5 Анализ проекта с помощью простых методов финансовой оценки 16](#_Toc443055890)

[6.6 Анализ с помощью методов дисконтирования 16](#_Toc443055891)

[6.7 Анализ безубыточности 16](#_Toc443055892)

[**VII. Риски и факторы, снижающие риск.** 17](#_Toc443055893)

[**VIII. Социальный раздел** 19](#_Toc443055894)

[**IX. Экологический раздел** 20](#_Toc443055895)

## **Резюме**

Реализация данного проекта подразумевает привлечение финансовых ресурсов для приобретения продуктового магазина, в целях получения выгоды инвесторами и проектоустроителем.

В настоящее время, ввиду наличия на рынке жёсткой конкуренции, магазинам следует заботиться не только о расширении ассортимента, ценовой политике и логистике, но и не забывать об удобстве рядового покупателя. С каждым годом увеличивается площадь среднего продуктового магазина, в связи с чем покупателю не так-то просто найти то, что ему необходимо среди заполненных товарами стеллажей, витрин и прилавков. Таким образом, планировка магазина может стать одним из основных инструментов в конкурентной борьбе за симпатии покупателей.

*Достоинства создаваемого нами предприятия несомненны*:

* Оснащение современным оборудованием для реализации продовольственными товарами.
* Широкий ассортимент продуктов питания, а также хозяйственных товаров, высокое качество предоставления услуги.
* Экономное потребление энергии и небольшой объем работ по ремонту и обслуживанию техники.
* Значительная экономия производственных площадей. Небольшая потребность в персонале.
* Быстрая окупаемость проекта.
* Создание новых рабочих мест.

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

* Организации деятельности продуктового магазина - увеличению валового регионального продукта
* Поступлению в бюджет ВКО налогов и других отчислений.

*Финансовая эффективность проекта*

Источником окупаемости инвестиций является чистый доход от реализации товаров.

|  |  |
| --- | --- |
| **Финансово-экономи­ческие показатели проекта** | **Значения** |
| Чистый приведенный доход **NPV**, тыс.тнг | **12 743** |
| Коэффициент внутренней нормы доходности, **IRR** | **1,92** |
| Индекс рентабельности инвестиций, **PI %** | **40** |
| Простой срок окупаемости инвестиций, **PP**, лет | **2,5** |
| Дисконтированный срок окупаемости, **DPP**, лет | **2,6** |

Таким образом, представленный проект, является социально значимым, имеет высокий уровень доходности и способен в кратчайшие сроки развиваться за счет инвестиционных средств.

Расчет по проекту произведен на 5 лет. Ставка дисконтирования, рассчитана по средневзвешенной стоимости капитала(WACC) и составляет 6%.

## **I. Описание проекта**

## 1.1 Цели и задачи проекта

Реализация данного проекта подразумевает привлечение финансовых ресурсов для приобретение продуктового магазина.

*Основной целью данного проекта является:*

* Создание предприятия по реализации продовольственных товаров.

*В соответствии с данной целью в работе были поставлены и решены следующие задачи:*

* Получить финансирование через БВУ;
* Приобретение продуктового магазина
* Приобретение оборудования
* Пополнение оборотного капитала
* Определение ассортимента реализуемой продукции
* Анализ рынка продовольственных магазинов
* Обоснование рентабельности выбранного вида деятельности
* Оценка ожидаемых финансовых результатов бизнеса и построение финансовой стратегии предприятия
* Определение доли рынка и ее увеличение.

*Перечень ассортимента реализуемой продукции:*

* Хлебобулочные изделия
* Молочная продукция
* Макаронные изделия
* Чайная продукция
* Колбасные и сырные изделия
* Кондитерские изделия
* Табачные изделия
* Алкогольная продукция
* Хозяйственные товары

*Целевая группа:*

* Население \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

## 1.2 Место реализации проекта

* Местом реализации проекта предполагается \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Для осуществления предпринимательской деятельность инициатор проекта планирует приобрести действующий продуктовый магазин в г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, по адресу: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

## 1.3 Стоимость проекта, источники финансирования

Общая стоимость проекта по открытию магазина составит 13 870 тыс. тенге.

*Инвестиционный план тыс. тенге.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Сумма, тыс.тенге** | **Доля, %** |
| **Инвестиции всего** | **13 870** | **100%** |
| **Собственный капитал** | **0** | **0%** |
| **Заемный капитал:** | **13 870** | **100%** |
| Приобретение магазина | 13 870 |  |

В качестве заемных средств, планируется привлечение кредитных ресурсов БВУ.

Финансирование данного проекта предполагается за счет заемных средств. Получение кредита планируется через банк второго уровня по ставке вознаграждения в размере 6%.

Инициатор проекта планирует воспользоваться государственной программой развития продуктивной занятости и массового предпринимательства «Еңбек».

*Условия кредитования*

|  |  |
| --- | --- |
| Валюта кредита | тенге |
| Ставка вознаграждения, в год (%) | 6 |
| Срок погашения, лет | 5 |
| Выплата процентов и основного долга | ежемесячно |
| Льготный период погашения процентов, мес. | 0 |
| Льготный период погашения основного долга, мес. | 6 |
| Тип погашения основного долга | равными долями/аннуитет |

Источником погашения кредита будут являться доходы от реализации товара. В качестве обеспечения займа будет предложена приобретаемая недвижимость.

## **II. Описание предприятия**

## 2.1 Инициатор проекта

Инициатором представленного проекта является ИП «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_», в рамках существующих законов Республики Казахстан и принятых на себя обязательств, несет ответственность за ус­пешную реализацию настоящего проекта.

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование предприятия | ИП «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_» |
| Адрес |  |
| Дата выдачи |  |
| БИН/ИИН |  |
| Контактное лицо |  |

## **III. Маркетинговый раздел**

## 3.1. Анализ рынка

Анализируя рынок продуктов питания в Казахстане, можно отметить, что потребление в частном секторе останется стабильным в течение 2017-2018 г.г. Это дает возможность предполагать, что рост потребления в пищевой отрасли в 2019 году составит 6.6%.

Маркетинговые исследования указывают на то, что в Казахстане возник устойчивый рост валового внешнего продукта на долгие годы вперед. В 2018 году рост ВВП составил 4,3 процента. Увеличение потребления в частном секторе является определяющим фактором развития пищевой индустрии.

С этой точки зрения можно утверждать, что рынок производства пищевых продуктов и напитков в Казахстане остается довольно привлекательным для иностранных компаний, желающих разместить здесь инвестиции. Исследования рынка указывают на постоянное улучшение бизнес-среды в Казахстане. Нужно отметить, что немаловажным фактором остается и то, что Казахстан обладает огромными природными ресурсами и выгодным географическим положением с точки зрения его расположения и экспортных возможностей относительно растущих рынков в Восточной и Юго-Восточной Азии.

Исчисляя в местной валюте Казахстана (тенге), получается, что в 2016 году прирост потребления продуктов питания в Казахстане составил 12,9 процента. В перспективе до 2019 года можно сказать, что совокупные среднегодовые темпы роста составят 15,3 процента.

В 2018 году в Казахстане наблюдался рост продаж в сфере алкогольных напитков и безалкогольных напитков, который составляет 5,4 процента. В перспективе до 2019 года можно предположить, что рост на рынке алкогольных напитков составит 11 - 11,5%.

На рынке безалкогольных напитков в 2017 году наблюдается рост около 7,5 процентов. В прогнозах можно предполагать, что до 2019 года темп роста будет оставаться на метке 6-8%.

## 3.2. Ситуационный анализ (SWOT)

SWOT-анализ позволяет нам определить причины эффективной или неэффективной работы предприятия на рынке, это сжатый анализ маркетинговой информации, на основании которого можно сделать вывод о том, в каком направлении предприятие должна развивать свою деятельность и в конечном итоге определить полученные ресурсы по сегментам.

Результатом анализа является разработка маркетинговой стратегии. Для стратегической перспективы, созданных в ходе реализации проекта, особенно значимы сильные стороны, так как они являются основой стратегии для достижения конкурентных преимуществ. В то же время хорошая стратегия требует анализа слабых сторон, для разработки мероприятий по их укреплению или устранению.

При анализе ситуации рынка и потенциала создаваемого предприятия были определены следующие сильные и слабые стороны проекта.

*Таблица 5*

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны товара** | **Благоприятные факторы ситуации** |
| -высокое качество товаров;  -большой ассортимент предоставляемых продуктовых товаров;  - оснащенье современным, оборудованием;  -эффективность ценообразования;  -наличие хороших кадров. | - выгодное расположение;  - свободный рыночный сегмент;  - быстрая окупаемость проекта |
| **Слабые стороны товара** | **Неблагоприятные факторы ситуации и риски** |
| - проект требует привлечения пристального внимания клиента;  -наличие скоропортящихся продуктов;  -недобросовестные поставщики. | - высокая чувствительность потребителей  к ценам;  - конкуренция на рынке;  - форс-мажор;  - возможное увеличения тарифов на энергоносители. |

## 3.3. Стратегия маркетинга

Общую стратегию маркетинга создаваемого предприятия можно сформулировать как внедрение на рынок с целью удовлетворения потребностей населения в продовольственном магазине в непосредственной близости от мест их проживания.

Маркетинговая стратегия на данном этапе заключается в долгосрочном согласовании возможностей продуктового магазина, с ситуацией на рынке.

*В основе стратегии маркетинга лежат пять стратегических концепций:*

* выбор целевых рынков;
* сегментация рынка, т. е. выделение конкурентных целевых рынков в

рамках совокупного;

* выбор методов выхода на них;
* выбор методов и средств маркетинга;
* определение времени выхода на рынок.

*Инструментами реализации маркетинговых мероприятий выступают:*

* совершенствование организационной структуры предприятия;
* разработка и введение на рынок новой услуги;
* изучение рынков с целью формирования спроса и стимулирования сбыта;
* увеличение и обучение персонала;
* создание сервиса и повышение эффективности предприятия;
* рекламные мероприятия;
* управление ценами.

В ходе анализа маркетинговых исследований конъюнктуры рынка, была определена степень его сбалансированности, прежде всего спроса и предложений, привычек и пожелания клиента по качеству и цене предлагаемого товара.

Особенностью спроса на данную услугу является его эластичность, т.е. при повышении цен на товары объемы его предоставления практически не снижаются, так как продуктовый магазин, являются неотъемлемой частью жизни человека.

## 3.4. Конкуренция

Конкурентами в данном виде деятельности будут уже существующие магазины.

Зачастую у конкурентов невозможно заменить некачественный товар или товар с истекшим сроком реализации. В продовольственном магазине такие случаи бывают исключительно редко и расцениваются как чрезвычайное происшествие. Администрация в данном случае расценивает такую ситуацию с точки зрения: "Покупатель всегда прав". По его просьбе ему заменят товар или вернут деньги.

Все сводится к тому, чтобы претензий по уровню реализуемых товаров не возникало. По каждому такому случаю проводится детальное расследования и принимаются меры по пресечению таких случаев впредь.

Ассортимент рассматриваемого нами предприятия можно оценить с точки зрения запросов сегментов рынка.

Делая сравнительный анализ ассортиментной политики предприятия и его конкурентов, можно сделать вывод, что у магазина она высокая.

## 3.5. Стратегия ценообразования.

При формировании ценовой политики, предприятие учитывает все основные факторы, влияющие на цену своей услуги. Исходным фактором цены являются собственные издержки плюс прибыль, учитывая при этом текущее соотношение спроса, предложения и темпы инфляции.

Кроме того, при определении цены учитываются цены конкурентов на аналогичную услугу, принимая во внимание и то, что в основном потребитель рассматривает цену как показатель качества.

## 3.6. План реализации

Главная задача, стоящая перед предприятием - расширение продовольственного магазина, укрепление завоеванных позиций посредством расширения ассортимента предоставляемых товаров.

В целях следования стратегии развития предприятия тактический план необходимых мероприятий выглядит следующим образом:

* Использование внутренних потенциальных возможностей для повышения качества продукции.
* В сегодняшних экономических условиях сохранение цен на продукцию при стабильной рентабельности.
* Формирование клиентурных предпочтений в сторону предприятия.
* Расширение клиентурной базы в пределах села.
* Организация четкой обратной связи с клиентами.
* Продвижение товара предприятия всеми доступными рекламными средствами.
* Обеспечение динамики развития конкурентных преимуществ - цены, качества, стабильности на рынке.

Для завоевания рынка, предполагается постоянное изменение и расширение ассортимента предоставляемой продукции в продуктовом магазине, за счет разработки и внедрения новых видов услуг, основанного на маркетинговых исследованиях потребительского спроса и предпочтения населения. Освоение и применение новых технологий для качественной услуги. А также усиленное продвижение услуги с помощью рекламной компании предоставляемой продукции.

Сохранение стабильного, высокого качества предоставления продукции позволит рассматривать возможность корректировки ценовой политики для сохранения высокой рентабельности продовольственного магазина.

**План реализации товаров, тыс. тенге.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование** | **Средняя выручка в день** | **Процент накрутки** | **Годы реализации проекта** | | | | | **Итого** |
| **I** | **II** | **III** | **IV** | **V** |
|  |  |  |  |  | **10%** | **15%** | **20%** | **25%** |  |
| 1 | Реализация товаров | 148,0 | 20% | 54 020 | 59 422 | 62123 | 64824 | 67525 | 113442 |
|  | **Итого** | **148,0** |  | **54 020** | **59 422** | **62123** | **64824** | **67525** | **113442** |

## **IV. Организационный план**

## 4.1. План по персоналу

Одним из важнейших факторов успешной реализации проекта, считается формирование сплоченной и опытной команды профессионалов, которая обеспечит решение намеченных задач, по осуществлению планов организации и стабильного развития, создаваемого предприятия.

Для реализации данного проекта в качестве работников будут привлекаться жители города. Согласно штатному расписанию количество работников составит 2 человека, с годовым фондом оплаты труда 2 160 тыс. тенге.

## **V. Производственный раздел**

## 5.1 Описание услуги

Торговля продуктами питания один из самых стабильных и надёжных видов предпринимательской деятельности в Казахстане, которым с каждым годом занимается всё большее количеств наших соотечественников. Потребность в еде возникает у человека всегда, следовательно, продажа продуктов — это довольно прибыльный бизнес. В настоящее время невозможно себе представить магазин, который мог бы работать без современного торгового оборудования. Любой магазин, торгующий чем угодно. А в особенности магазин, торгующий продуктами питания.

Специальное торговое оборудование для продуктового магазина делает возможным одновременно и продукт выгодно покупателю показать, и сохранить его от потери товарного вида. Качественное торговое оборудование для магазина – непременный атрибут современного продуктового магазина, будь то небольшой павильон рядом с домом или же супермаркет. Безусловно, мало кто отважится посетить торговую точку, которая не имеет в наличии специализированного надежного торгового оборудования. По меньшей мере было бы довольно странно покупать продукты, заведомо зная, что они хранятся в ненадлежащих условиях. Кондитерские торговые витрины, кассовые терминалы, холодильные и морозильные шкафы, стеллажи для овощей и фруктов со специальной системой орошения, витрины холодильные и морозильные – это далеко не полный список торгового оборудования для любого современного продуктового магазина, хозяин которого заботится о клиентах и думает о собственной репутации и, конечно же, прибыли.

Итак, важная составляющая процветания и популярности любого, даже самого небольшого, продуктового магазина – выбор правильного торгового оборудования. При этом не менее важно профессионально продумать наилучший вариант размещения каждого элемента торгового оборудования, чтобы помещение торговой точки было комфортным и для покупателя, и для продавца. Всякое торговое оборудование для магазинов сейчас выполняет не только лишь практические функции, но и представляет собой неотъемлемый элемент единого дизайна торговой площади продуктового магазина или отдела в супермаркете. Оборудование для любой торговой точки должно отвечать современным требованиям и эталонам, выдвигаемым к аналогичному оборудованию для магазина как по функциональным характеристикам, так и по внешнему виду. Надежные и вместительные холодильные и морозильные шкафы для хранения замороженных продуктов и продуктов с особыми условиями хранения, сияющие торговые витрины с россыпью кондитерских изделий, стеллажи, изобилующие аппетитными фруктами и овощами, – залог посещаемости магазина, его прибыльности и покупательской активности.

## 5.2 Производственная программа

В соответствие с расчетами в первый год работы продовольственного магазина будет реализовано товаров на сумму 43 216 тыс. тенге. В последующие годы в период реализации услуги ежегодный объем реализованной продукции будет увеличиваться на 10%.

*План объема продаж товаров, тыс. тенге*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование** | **Расходы на покупку товаров в день** | **Годы реализации проекта** | | | | | **Итого** |
| **I** | **II** | **III** | **IV** | **V** |
|  | **Расходы в тыс. тенге** |  |  |  |  |  |  |  |
| 1 | Реализация товаров | 118,4 | 43216 | 47538 | 49698 | 51859 | 54020 | 90754 |
|  | **Итого** | **118,4** | **43216** | **47538** | **49698** | **51859** | **54020** | **90754** |

В дальнейшем планируется увеличить объем реализации продукции в продовольственном магазине, а также расширить его ассортимент.

## **VI. Финансовый план**

## 6.1. Расчет себестоимости единицы продукции и плана затрат

Расчет калькуляции себестоимости единицы продукции, произведен по основным расходам, сгруппированным по экономическим элементам и статьям затрат:

- материальные затраты (сырье и материалы, товары, энергозатраты)

- затраты на оплату труда

- соц. отчисления

- амортизация

- накладные расходы (административно-хозяйственные расходы, расходы по реализации, расходы по уплате процентов по кредитам банка и т.д.).

## 6.2 Расшифровка статей доходов от продаж

В соответствие с перспективным планом производственной программы разработан прогноз объемов реализации товаров по годам в пределах периода реализации проекта. Доходами от предоставления указанной продукции является выручка от продуктового павильона.

## 6.3 Прогноз отчета о прибылях и убытках

В данном разделе в сводном виде приведены прогнозы объемов реализации продукции, состав и структура затрат, включая выплаты процентов по кредитам банка.

Величина дохода от реализации данной услуги и как финансовый результат величина прибыли.

Таблица составлена с разбивкой на каждый год за весь период реализации проекта.

*Прогноз доходов и расходов, тыс. тенге.*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **Годы реализации проекта** | | | | | **Итого** |
| **I** | **II** | **III** | **IV** | **V** |
| **ДОХОДЫ** |  |  |  |  |  |  |
| Выручка от реализации товаров | 54020 | 59422 | 62123 | 64824 | 67525 | **307914** |
| Субсидироваине от АО ФРП Даму | 0 | 0 | 0 |  |  | **0** |
| Прочие доходы | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **0** |
| **Итого Выручка без НДС** | **54020** | **59422** | **62123** | **64824** | **67525** | **307914** |
| **Производственные затраты** |  |  |  |  |  |  |
| Покупка товаров | 43216 | 47538 | 49698 | 51859 | 54020 | **246331** |
| Зарплата ППП | 2160 | 2160 | 2160 | 2160 | 2160 | **10800** |
| Отчисления | 238 | 238 | 238 | 238 | 238 | **1188** |
| Прочие расходы | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | **1500** |
| Комунальные платежи | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 | **3000** |
| **Итого прямых производственных затрат** | **46514** | **50835** | **52996** | **55157** | **57318** | **262819** |
| **Валова прибыль** | **7506** | **8587** | **9127** | **9667** | **10207** | **45095** |
| **Операционные издержки** |  |  |  |  |  |  |
| Административнохозяйственные расходы | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **0** |
| **Итого операционных затрат, без НДС** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| **Операционная прибыль** | **7506** | **8587** | **9127** | **9667** | **10207** | **45095** |
| Погашение по кредиту банка | 3530 | 3363 | 3197 | 3031 | 2864 | 15985 |
| **Прибыль до уплаты налогов** | **3976** | **5223** | **5930** | **6637** | **7343** | **29110** |
| Налог от дохода (3%) | 225 | 258 | 274 | 290 | 306 | 1353 |
| **Чистая прибыль** | **3751** | **4966** | **5656** | **6347** | **7037** | **27757** |
| **Уровень рентабельности %** | **7,9** | **9,6** | **10,6** | **11,4** | **12,2** | **10,4** |

## 6.4 Прогноз движения денежных средств

Основной задачей прогнозирования движения денежных средств, является поддержание ликвидности проекта, т.е. возможность вовремя рассчитаться с кредиторами и другими займами.

*Прогноз движения денежных средств*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Статьи** | **Годы реализации проекта** | | | | |
| **I** | **II** | **III** | **IV** | **V** |
| **I. Наличность на начало отчетного периода** | **0** | **1577** | **4369** | **7851** | **12024** |
| **II. Движение ДС от операционной деятельности** |  |  |  |  |  |
| ***Поступление денег*** |  |  |  |  |  |
| Доход(выручка)от реализации продукции,работ,услуг | 54020 | 59422 | 62123 | 64824 | 67525 |
| Авансы полученные | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Погашение дебиторской задолженности | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Прочие поступления | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Всего приток от операционной деятельности** | **54020** | **59422** | **62123** | **64824** | **67525** |
| ***Выбытие денежных средств*** |  |  |  |  |  |
| Расчеты с поставщиками и подрядчиками | 43516 | 47838 | 49998 | 52159 | 54320 |
| Погашение кредиторской задолженности | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Авансы выданные | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Расчеты по заработной плате | 2160 | 2160 | 2160 | 2160 | 2160 |
| Выплаты по налогам и обязательным платежам | 463 | 495 | 511 | 528 | 544 |
| Оплата вознаграждения по привлеченным кредитам | 3530 | 3363 | 3197 | 3031 | 2864 |
| Прочие выплаты | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Всего отток по операционной деятельности** | **49669** | **53856** | **55867** | **57877** | **59888** |
| **Чистый поток от операционной деятельности** | **4351** | **5566** | **6256** | **6947** | **7637** |
| **III.Движение ДС от инвестиционной деятельности** |  |  |  |  |  |
| ***Поступление денег*** |  |  |  |  |  |
| Реализация нематериальных активов | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Реализация основных средств | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Всего приток от инвестиционной деятельности** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| ***Выбытие денежных средств*** |  |  |  |  |  |
| Приобретение финансовых инвестиций | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Приобретение основных средств |  | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Приобретение оборудования | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Приобретение оборотных средств | 13 870 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Прочие выплаты | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Всего отток от инвестиционной деятельности** | **13870** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| **Чистый поток от инвестиционной деятельности** | **-13870** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| **IV.Движение ДС от финансовой деятельности** |  |  |  |  |  |
| ***Поступление денежных средств*** |  |  |  |  |  |
| Выпуск акций и других ценных бумаг | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Получение банковских кредитов | 13870 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Прочие поступления |  | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Всего приток от финансовой деятельности** | 13870 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ***Выбытие денежных средств*** |  |  |  |  |  |
| Погашение банковских кредитов | 2774 | 2774 | 2774 | 2774 | 2774 |
| Приобретение акций | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Выплата дивидендов | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Прочие выплаты | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Всего отток от финансовой деятельности** | **2774** | **2774** | **2774** | **2774** | **2774** |
| **Чистый поток от финансовой деятельности** | **11096** | **-2774** | **-2774** | **-2774** | **-2774** |
| **V.Конечная наличность** | **1577** | **4369** | **7851** | **12024** | **16887** |
| Чистые потоки | 1577 | 2792 | 3482 | 4173 | 4863 |

Таблица демонстрирует обеспеченность денежными ресурсами данного проекта по каждому периоду. Исходные данные в этой таблице корреспондируются с прогнозом отчета о прибылях и убытках. Расчет потока наличности производен в годах, в последующем на каждый год за весь период реализации проекта.

## 6.5 Анализ проекта с помощью простых методов финансовой оценки

Простая окупаемость проекта 2,5 года.

Прибыль по проекту 26 756,8 тыс. тенге

Текущая стоимость проекта 26 613,7 тыс. тенге

## 6.6 Анализ с помощью методов дисконтирования

Чистая текущая стоимость проекта 12 743,7 тыс. тенге

Внутренняя норма рентабельности 1,92 при сопоставлении IRR с нормой дисконта(Е) имеем положительный результат, т.е. IRR> Е.

Дисконтированный срок окупаемости составляет 2,6 года.

Индекс рентабельности вложенного капитала 40%

## 6.7 Анализ безубыточности

Анализ безубыточности демонстрирует предельно допустимый объем продаж, который позволит работать предприятию без прибыли и убытка, то есть покрывать постоянные расходы.

Точка безубыточности - это стадия, на которой предприятие может начать получать прибыль. Разница между безубыточным и прогнозируемым объемом предоставления услуг, называется зоной финансовой безопасности, чем выше этот показатель, тем прочнее финансовое состояние предприятия. На протяжении всего проекта прогнозируемые объемы предоставления услуг значительно выше величины в критической точке. Это служит подтверждением о наличии необходимого запаса финансовой прочности. И служит подтверждением того, что предприятие в состоянии погасить кредит, даже в неблагоприятных для него экономических условиях.

## **VII. Риски и факторы, снижающие риск.**

Предпринимательская деятельность, особенно на первоначальном этапе, во всех формах и видах сопряжена с риском. Перед начинанием любого дела следуют тщательно провести анализ всех возможных рисков, которые могут возникнуть при реализации бизнес-идеи.

По структурному признаку коммерческие риски делятся на:

* Имущественный;
* Производственный;
* Маркетинговый;
* Деловой;
* Отраслевой.

Имущественные риски – это риски, связанные с вероятностью потерь имущества предпринимателя по причине кражи, диверсии, халатности, перенапряжения технической и технологической систем и т.п.

*Мероприятия по снижению рисков:*

Заключение договоров со страховыми компаниями по страхованию риска потери имущества:

* Страхование транспортных средств и имущества.
* Прогнозирование циклических колебаний конъюнктуры рынка, их учет в производственных планах.
* Принятие других антикризисных мер на уровне предприятия: повышения уровня ликвидности за счет ускоренной реализации готовой продукции, закупа материалов, запасных частей и т.п.
* Контроль обеспечения предприятия соответствующим противопожарным оборудованием и охранной системой.

Производственные риски – риски, связанные с вероятностью (возможностью) невыполнения предприятием своих обязательств по контракту или договору с заказчиком, риски реализации товаров и услуг, ошибки в ценовой политике, риск банкротства.

*Мероприятия по снижению рисков:*

* Постоянный контроль ситуации по объемам поставок и качеству товаров, материалов и т.д.
* Более тщательное прогнозирование цен в краткосрочных и среднесрочных планах.
* Заключение долгосрочных контрактов «с условным требованием».
* Высокое качество продукции, строгий контроль экологической чистоты всех ее компонентов, систематическое изучение потребительского спроса, высокая организация производства и технологического процесса, позволит предприятию выполнить обязательства перед покупателями.

Маркетинговые риски связаны с возможностью получения убытка по причине снижения конкурентоспособности продукции фирмы в целом, ухудшения ценовой и ассортиментной политики и т.д.

*Мероприятия по снижению рисков:*

* Выявление причин риска посредством детального анализа допущенных ошибок в маркетинговой деятельности и оперативное принятие управленческих решений по результатам анализа.
* Создание комплекса маркетинговых мероприятий по оценке возможного риска и проведению коммерческой, финансово-кредитной, производственной, торгово-сбытовой и организационной деятельности, направленной на снижение уровня риска или на его страхование.
* Постоянное улучшение качества, применение прогрессивных технологий.
* Усиление рекламной кампании.
* Прогнозирование возможной реакции конкурентов на деловую активность предприятия.
* Планирование контрмер в программе маркетинга.
* Оценка положения на рынке овощей, исследование факторов конкурентоспособности, изучение тенденций развития товарной структуры рынков и выработка основных направлений товарной стратегии.
* Другие маркетинговые мероприятия, обеспечивающие снижение степени риска, увеличение рынков сбыта.

Деловой риск определяется такими факторами, как организационно-технический потенциал предприятия, эффективность производственной и инновационной деятельности, устойчивость финансового положения, эффективность системы управления, сложность выпускаемой продукции.

*Мероприятия по снижению рисков:*

* Тщательная аналитическая работа при определении приоритетных направлений деятельности предприятия.
* Более глубокая предварительная оценка рентабельности реализации продовольственных товаров.
* Проведение оперативных мероприятий и внесение изменений в планы производства и реализации продукции.
* Тщательный подбор специалистов, стимулирование их деятельности.
* Совершенствование процесса выращивания овощей, организация контроля качества.

Отраслевой риск, связан со спецификой отдельных отраслей. Развитие негативных событий в отдельной отрасли.

*Мероприятия по снижению рисков:*

* Разработка направлений деятельности в условиях кризиса или существенных экономических изменений.
* Сочетание деятельности в своей отрасли с деятельностью в смежной и более устойчивой отрасли.

## **VIII. Социальный раздел**

Данный регион располагает достаточными трудовыми ресурсами для реализации данного проекта, в связи с чем деятельность продуктового магазина будет обеспечена кадрами из местных рабочих.

Помимо этого, реализация данного проекта позволит освоить перспективные системы практического управления сбытом и продвижением товаров на рынке.

Обоснованием проекта с точки зрения социальных и демографических характеристик населения является то, что в магазине будет в широком ассортименте товары первой необходимости, для удовлетворения потребности населения в качественных продовольственных товарах по низким ценам.

*Достоинствами проекта являются:*

* Предлагаемый ассортимент и гибкая система ценообразования, которые делают продукт доступным продовольственные товары для потребителей с любым уровнем дохода;
* Качество и свежесть;
* Сбалансирование состава и экологическая чистота продукта.

Данный проект будет способствовать:

* Увеличению товарооборота в регионе;
* Создание здоровой конкуренции;
* Создание новых рабочих мест;
* Пополнение казны Восточно-Казахстанской области за счет поступления налогов.

## 

## **IX. Экологический раздел**

Проект не требует дополнительной экологической экспертизы, т.к. применяемая технология обеспечивает соблюдение всех необходимых экологических норм. Данная деятельность безопасна для окружающей среды и будет проходить в строгом соответствии с правилами и законами Республики Казахстан.

Экологические риски, связанные с данной деятельностью минимальны.