

תכנית עסקית: "כיכר בכיכר"

תכנית עסקית: "כיכר בכיכר"

1. תקציר מנהלים
2. סקירת העסק
3. הזדמנות שוק
4. ניתוח SWOT
5. פילוח שוק יעד
6. ניתוח תחרות
7. צוות ניהול
8. תפעול
9. מבנה פיננסי ושימוש בכספים
10. תחזיות פיננסיות – תרחיש בסיס (שנה 1)
- הנחות
- מדדים
11. סיכום
- נספחים

נספח א': הנחות יסוד כלכליות

- א.1. פרמטרים כלליים
- א.2. פירוט ההשקעה
- א.3. הנחות הון חוזר
- א.4. הוצאות תפעול קבועות שנתיות (תרחיש בסיסי)
- א.5. הוצאות תפעול משתנות לשנה 1

נספח ב': תחזית תזרים מזומנים ותשואות השקעה

- ב.1. טבלת סיכום תרחישים
- ב.2. תזרים מזומנים שנתי מפורט

נספח ג': ניתוח רגישות ו-KPI

- ג.1. טבלת KPI השוואתית

נספח ד': שלבים להמשך

1. תקציר מנהלים

תקציר מנהלים

"כיכר בכיכר" הוא סופרמרקט שכונתי מודרני בשטח של 290 מ"ר, במרחק הליכה מכיכר השבת, ירושלים – צומת מרכזית בקהילה החרדית. המיקום האסטרטגי, בשילוב הבנה מעמיקה של צרכי הקהילה, ממצב את העסק למלא ביקוש לא מסופק לסופרמרקט נגיש ואיכותי בשוק המוערך בכ-90 מיליון ₪ בשנה. עם תחרות מוגבלת של 3 מתחרים בלבד וללא

כניסה צפויה של מתחרים חדשים, אנו צופים לתפוס נתח שוק של 6.8% בשנה הראשונה, המהווה הכנסות של 6,123,600 ₪.

"כיכר בכיכר" תציע חוויית קנייה משופרת עם 4 קופות מהירות (זמן המתנה ממוצע של 3 דקות), סטנדרטים גבוהים של ניקיון, ומגוון מוצרים כשרים למהדרין המותאמים לקהילה החרדית. שעות הפעילות (06:00-24:00, סגור בשבתות וחגים) מבטיחות נגישות גבוהה.

ההשקעה הראשונית בפרויקט עומדת על 1,500,000 ₪, וכוללת הוצאות הקמה ושיווק חד-פעמיות.

תחזית פיננסית:

- **השקעה ראשונית:** 1,500,000 ₪, ממומן מהון עצמי.
- **רווח נקי לאחר מס בשנה 1:** 60,787.50 ₪ (בהתבסס על תזרים תפעולי של 223,050 ₪ ורווח גולמי של 25%).
- **תזרים מזומנים חופשי לפירמה (FCFF):** 153,050 ₪ בשנה 1, לאחר ניכוי השקעות הון (CapEx) של 50,000 ₪ ושינוי בהון חוזר של 20,000 ₪.
- **NPV:** 1,015,473 ₪ (שיעור הדיסקון 10%).
- **IRR:** ~14.2%.
- **תקופת החזר:** ~9.8 שנים.
- **תשואה על ההשקעה (ROI) בשנה 1:** 4.05% ($60,787.50 \div 1,500,000$).

חשוב לציין כי תחזית זו מבוססת על סקר שוק ראשוני ועל הנחות שמרניות, כגון רווח גולמי של 25% (נמוך מהמקובל בענף מכולות באזורים חרדיים) ו-CapEx שנתי של 50,000 ₪ לתחזוקה שוטפת בשנים 1-3. להערכתנו, הרווחים בפועל יהיו גבוהים יותר לאור הביקוש הבלתי ממומש, הייחודיות של המיזם, והתאמתו המדויקת לצרכי הקהילה. התחזית משקפת פוטנציאל רווחיות משמעותי ומציאותי עבור המשקיעים.

אנו רואים ב-"כיכר בכיכר" לא רק הזדמנות עסקית, אלא גם מענה חיוני לצורך קהילתי אמיתי, אשר יבטיח הצלחה וצמיחה לאורך שנים.

2. סקירת העסק

שם: כיכר בכיכר

מיקום: רחוב ישעיהו, סמוך לכיכר השבת, ירושלים

גודל החנות: כ-290 מ"ר

שעות פעילות: 06:00–24:00, שישה ימים בשבוע (סגור בשבת ובחגים)

מודל עסקי: סופרמרקט שכונתי מודרני ומרווח, שתוכנן במיוחד כדי לענות על הצרכים של משפחות גדולות בקהילה החרדית. "כיכר בכיכר" משלב סטנדרטים מחמירים של כשרות עם יעילות תפעולית, ומציע מגוון רחב של מוצרים איכותיים במחירים תחרותיים. החנות מחויבת

לספק חווית קנייה רגישה מבחינה תרבותית, תוך שמירה על שירות מהיר, שעות פתיחה מורחבות ואווירה מסבירת פנים שבולטת לטובה לעומת סופרמרקטים כשרים אחרים וחנויות שכונתיות קטנות יותר.

3. הזדמנות שוק

השכונות החרדיות בירושלים (גאולה, מאה שערים, זיכרון משה), מונות כ-57,852 משקי בית, עם הוצאה שנתית מוערכת של כ-90 מיליון ₪ על מצרכים בסופרמרקטים. החלופות הקיימות כיום אינן מספקות את הדרישות המיוחדות של קהל היעד, בין אם מבחינת ניקיון, שעות פעילות או מגוון המוצרים.

החלופות הקיימות כיום אינן מספקות את הדרישות המיוחדות של קהל היעד, בין אם מבחינת, ניקיון, שעות פעילות או מגוון המוצרים.

"כיכר בכיכר" שואפת למלא את הפער הזה באמצעות:

- סביבה נקייה ומכבדת לקנייה: הקפדה על סטנדרטים גבוהים של ניקיון, עם דגש על סביבה נעימה ובטוחה לקניות.
- מחירים תחרותיים ומבחר מוצרים רחב: מגוון רחב של מוצרים שמתאימים לצרכים ייחודיים של המשפחות החרדיות.
- שירות מהיר ויעיל: זמני קנייה קצרים וממוקדים בתהליך התשלום, המותאמים למשפחות עסוקות ובחורי ישיבות.

4. ניתוח SWOT

חוזקות (Strengths):

החוזקות של "כיכר בכיכר" כוללות מספר גורמים חיוביים פנימיים שמבטיחים יתרון תחרותי בשוק. ראשית, המיקום האסטרטגי בלב כיכר השבת מציב את העסק בנקודת גישה מצוינת לקהל היעד. החנות מותאמת באופן ייחודי לקהילה החרדית, עם דגש על כשרות מהודרת, מגוון מוצרים מותאם ושעות פעילות נוחות. בנוסף, חווית הקנייה נבנית על בסיס סטנדרטים גבוהים של ניקיון והיגיינה, לצד שירות מהיר ויעיל, עם 4 קופות מהירות המפחיתות את זמן ההמתנה ל-3 דקות בלבד. צוות הניהול המנוסה והמקושר בתחום החרדי מבסס את יתרונה של החנות בשוק המקומי.

חולשות (Weaknesses):

למרות החוזקות הברורות, ישנם מספר אתגרים שעל "כיכר בכיכר" להתמודד איתם. כעסק חדש, יש צורך להשקיע בהגברת המודעות והאמון בקרב קהל היעד. בנוסף, עלויות ההקמה הראשוניות, כולל שיפוצים, ציוד ומלאי, הן גבוהות, ודורשות תכנון מימון מדויק. כמו כן, גיוס

צוות עובדים מיומן ומסור יכול להוות אתגר, במיוחד במגזר החרדי. עם זאת, ישנם פתרונות לתקלות אלה, כולל קמפיינים שיווקיים, מבצעי פתיחה ושיתופי פעולה קהילתיים, לצד תוכניות גיוס מסודרות והדרכות מקצועיות לעובדים.

הזדמנויות (Opportunities):

הקהילה החרדית בשכונת גאולה מצויה כיום בשוק לא מסופק, דבר שמספק הזדמנות עסקית מצוינת ל"כיכר בכיכר" למלא את הפערים הקיימים. בנוסף, הגידול הדמוגרפי המתמשך באזור מבטיח גידול בביקוש לאורך זמן. יש גם פוטנציאל להתרחבות לעתיד לאזורים חרדיים נוספים, כמו גם להציע שירותים נוספים כגון משלוחים, מעדנייה מורחבת ומוצרי בוטיק נוספים.

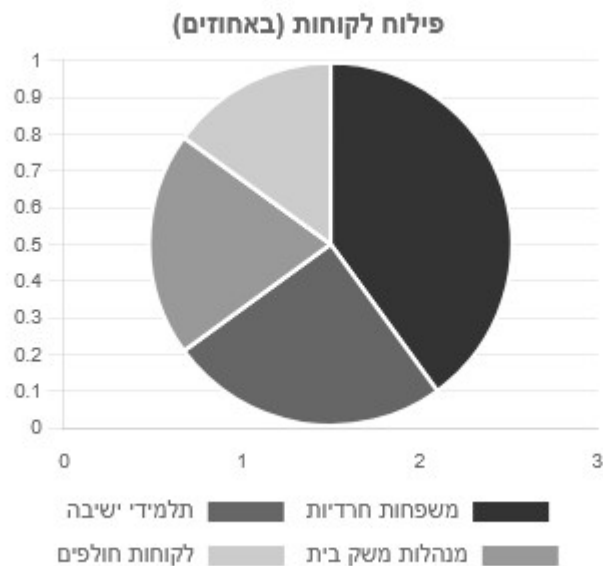
איומים (Threats):

על אף הזדמנויות רבות, ישנם איומים פוטנציאליים שעלולים להשפיע על הצלחת המיזם. תחרות מצד מכולות קטנות אחרות או כניסת רשתות גדולות לשוק החרדי עשויה להוות איום ממשי. בנוסף, שינויים רגולטוריים, כמו שינוי תקנות רישוי או דרישות כשרות, עשויים להקשות על פעילות העסק. גם עליית מחירי ספקים/חומרי גלם ושינויים בהרגלי הצריכה, עם המעבר לצריכה מקוונת, יכולים לאתגר את המיזם. עם זאת, קיימת אסטרטגיה להתמודד עם איומים אלו, באמצעות שמירה על יתרונות תחרותיים, מעקב אחרי שינויים רגולטוריים, וגמישות בהיבטים תפעוליים.

5. פילוח שוק יעד

פלח	תיאור	צרכים והעדפות עיקריות
משפחות חרדיות	משפחות גדולות	קנייה בכמויות גדולות, כשרות קפדנית, מחירים נוחים, סביבה ידידותית למשפחה
תלמידי ישיבה	צעירים באזור	ארוחות מהירות, מחירים נוחים, מגוון מותאם ונגישות גבוהה
מנהלות משק בית	נשים האחראיות על הקניות	חנות נקייה, שירות תרבותי, חוויית קנייה נוחה, מגוון רחב

שילוט ברור, כשרות מובטחת, תשלום מהיר, מחירים תחרותיים	עוברים ותיירים ושבים	לקוחות חולפים
---	----------------------	---------------



6. ניתוח תחרות

סוג מתחרים	חוזקות	חולשות
מינימרקטים מקומיים	מיקום נגיש, מוכרות עם הלקוחות	מבחר מצומצם, חוסר בניקיון או שירות מספק
רשתות סופרמרקטים כלליות	לוגיסטיקה חזקה, מחירים אטרקטיביים	חסר התאמה תרבותית לקהל החרדי, כשרות לא מדויקת לצרכים הייחודיים

יתרונות תחרותיים של "כיכר בכיכר":

מול מינימרקטים מקומיים: "כיכר בכיכר" מציעה מגוון מוצרים רחב בהרבה, כולל מוצרים ייחודיים שלא זמינים במינימרקטים המקומיים, כמו מוצרים כשרים מהדרין ומוצרים מותאמים לקהל החרדי. החנות מתאפיינת ברמת ניקיון גבוהה, בשירות ברמה גבוהה, ובסביבה מודרנית ונעימה – כל אלה תורמים לחוויית קנייה מענגת ונוחה. בנוסף, שעות הפעילות הנרחבות של הסופרמרקט (למשך כל היום ועד השעה 24:00) מאפשרות ללקוחות לבצע קניות בשעות גמישות, מה שנותן מענה לצרכים של משפחות חרדיות עסוקות. התמחור האטרקטיבי, במיוחד ברכישות בכמויות, משדרג את הערך המוסף ללקוחות, ומפנה יתרון תחרותי חזק, תוך שמירה על איכות גבוהה ללא פשרות.

מול רשתות סופרמרקטים כלליות: המיקום האסטרטגי של "כיכר בכיכר" בלב השכונות החרדיות מבדל אותנו באופן משמעותי מרשתות הסופרמרקטים הגדולות. בעוד שאלה מציעות מוצרים במחירים תחרותיים ומגוון רחב, חסר להם המגע האישי וההבנה העמיקה של הצרכים התרבותיים והדתיים של הקהל החרדי. אנו מקפידים על כשרות מהודרת, שירות רגיש תרבותי, ואווירה המותאמת להעדפות המקומיות, דבר שמבדיל אותנו במידה רבה מכל רשת סופרמרקטים כללית. יתרון זה, הממוקד בלקוחות החרדיים, מציב אותנו כחלופה מועדפת, אמינה ומקצועית, במקום הסופרמרקטים הגדולים הכלליים שלא תמיד מצליחים להציע התאמה מלאה לצרכים הדתיים של הקהל.

7. צוות ניהול

הנהלת "כיכר בכיכר" מונה צוות מסור המשלב חזון יזמי עם ניסיון תפעולי מוכח, בליווי יועצים מקצועיים חיצוניים:

מיכאל שי (יזם ובעלים): אחראי על הניהול הכללי וגיבוש האסטרטגיה הפיננסית. מביא עמו יכולות מנהיגות, יצירתיות וכישורים שיווקיים ברמה גבוהה.



נחמן לוין (מנהל תפעול): מופקד על ניהול הפעילות היומיומית. עם ניסיון של למעלה מחמש שנים בתחום הקמעונאות – כולל ניהול חנויות ובניית קשרים עם ספקים – ועם היכרות מעמיקה עם המגזר החרדי המקומי, נחמן מבטיח מצוינות תפעולית וחיזוק מערכות היחסים עם הספקים.

הנהלת "כיכר בכיכר" פועלת בליווי מקצועי של חברת "קבוצת המפתח" – חברה לייעוץ עסקי וותיקה עם ניסיון של למעלה מ-10 שנים בתחום הקמעונאות. החברה מתמחה במגוון שירותי ייעוץ אסטרטגי, פיננסי, שיווקי ותפעולי. יועצי החברה בעלי ניסיון ישיר במתן פתרונות מותאמים לעסקים בתחום הקמעונאות החרדית, ומסייעים לעסק בגיבוש אסטרטגיות צמיחה, אופטימיזציה פיננסית, והתאמה תרבותית.

צוות זה, הפועל מתוך מחויבות, מסירות, וחזקות משלימות – ובליווי מקצועי מתמשך – מהווה תשתית מוצקה להשקעה מוצלחת ולצמיחה ארוכת טווח של "כיכר בכיכר".



8. תפעול

העסקת כוח אדם: מודל ההפעלה ההתחלתי כולל צוות במתכונת חלקית, עם עלות שכר שנתית למנהלים: 120,000 ₪ (סך הכל). שכר שנתי לעובדים תפעוליים: 180,000 ₪.

ניהול החנות: החנות פתוחה 315 ימים בשנה (סגורה בשבתות וחגים). אסטרטגיית מילוי מדפים גמישה המותאמת לתנודות בביקוש.

ספקים: העדפה לסיטונאים מקומיים ודתיים, בניית מערכות יחסים ארוכות טווח, גיבוי ספקים ומוכנות למקרי כשל באספקה.

9. מבנה פיננסי ושימוש בכספים

ההשקעה ההתחלתית הנדרשת להשקת והפעלת "כיכר בכיכר" נאמדת בכ- **1,500,000 ₪**, והיא ממומנת במלואה מהון עצמי של המשקיעים ואינה כוללת הלוואות בנקאיות/חיצוניות במועד ההקמה. סכום זה מתחלק בין הקטגוריות המרכזיות הבאות:

קטגוריה	סכום משוער	תיאור
ציוד	450,000 ₪	מקררים, מדפי תצוגה, מערכות קופה וציוד אלקטרוני
מלאי התחלתי	360,000 ₪	מוצרי יסוד מותאמים

רישום עסק, אישורי כשרות, ביטוחים ורגולציה	30,000 ₪	רישיונות והיתרים
עיצוב פנים, שיפוצים ותשתיות	360,000 ₪	שיפוצים ובנייה
רזרבה לעלויות בלתי צפויות ותזרים תפעולי	300,000 ₪	עתודת מזומנים
	1,500,000 ₪	סה"כ השקעה

הערה: שיווק ההשקה בסך 75,000 ₪ כלול בהוצאות התפעול המשתנות של שנה 1 במודל הפיננסי, כהוצאה תפעולית, ולא כחלק מ-CAPEX.

10. תחזיות פיננסיות – תרחיש בסיס (שנה 1)

הנחות והוצאות (תרחיש בסיסי)

מדד	פסימי	בסיסי	אופטימי
NPV (10%)	-548,392 ₪	1,015,47 3 ₪	1,734,21 2 ₪
IRR	10%>	14.2%~	16.5%~
תקופת החזר	<10 שנים	~9.8 שנים	~7.8 שנים

27.66%	4.05%	30.3%-	ROI לשנה 1
		התחזית מבוססת על הנחות שמרניות, כולל רווח גולמי של 25% CapEx שנתי של 50,000 ₪ לתחזוקה שוטפת בשנים 1-3, ושינוי הון חוזר של 20,000 ₪. תקציב השיווק להשקה (75,000 ₪) הוכלל בהוצאות המשתנות של שנה 1. התרחיש האופטימי משקף הכנסות גבוהות ב-20% ו-CapEx של 30,000 ₪, ואילו התרחיש הפסימי מניח הכנסות נמוכות ב-20% ו-CapEx של 70,000 ₪.	הערה

11. סיכום

"כיכר בכיכר" היא הזדמנות השקעה ייחודית בשוק קמעונאי צומח (90 מיליון ₪) עם ביקוש לא מסופק, תחרות מוגבלת, ויתרון מיקום מרכזי. התחזית הפיננסית מראה כדאיות כלכלית (NPV של 1,015,473 ₪, IRR של ~14.2%, תקופת החזר של ~9.8 שנים בתרחיש הבסיסי), עם פוטנציאל התרחבות לרשת סניפים. המיזם משלב רווחיות כלכלית עם מענה לצורך קהילתי, ומתאים למשקיעים המחפשים יציבות, תנודתיות נמוכה, ונאמנות לקוחות גבוהה.

תחזית פיננסית

מדד	פסימי	בסיסי	אופטימי
NPV (10%)	548,392- ₪	1,015,473 ₪	1,734,212 ₪

IRR	10%>	14.2%~	16.5%~
תקופת החזר	10< שנים	9.8~ שנים	7.8~ שנים
ROI לשנה 1	30.8%-	4.05%	28.66%

הערה: התחזית מבוססת על הנחות שמרניות, כולל רווח גולמי של 25%, CapEx שנתי של 50,000 ₪ לתחזוקה שוטפת בשנים 1-3, ושינוי הון חוזר של 20,000 ₪. תקציב השיווק להשקעה (75,000 ₪) הוכלל בהוצאות המשתנות של שנה 1. התרחיש האופטימי משקף הכנסות גבוהות ב-20% ו-CapEx של 30,000 ₪, ואילו התרחיש הפסימי מניח הכנסות נמוכות ב-20% ו-CapEx של 70,000 ₪.

פרופיל משקיע:

- משקיעים לטווח ארוך המחפשים יציבות ותזרים מזומנים.
- מעורבות מינימלית עם ניהול מקומי מנוסה.
- התאמה לערכי כשרות וקהילה חרדית.
- כניסה לשוק נישה עם נאמנות גבוהה ותחרות מוגבלת.

תוכנית צמיחה:

- **שלב 1 (שנים 1-3):** הקמה, אופטימיזציה, הגדלת נתח שוק ל-10%.
- **שלב 2 (שנים 4-7):** שדרוג תפעולי (קופות חכמות, ניהול מלאי).
- **שלב 3 (שנים 8-10):** התרחבות לסניפים נוספים וזכיינות.

החזון לטווח ארוך הוא לבנות רשת ארצית של סופרמרקטים כשרים וממוקדי קהילה, תוך שמירה על איזון בין צמיחה, יושרה ועצמאות.

נספחים

נספח א': הנחות יסוד כלכליות

א.1. פרמטרים כלליים

פריט	ערך	הערה
השקעה ראשונית	1,500,000 ₪	
תקופת הפחתה	10 שנים	פחת שנתית: 150,000 ₪
ימי פעילות	315 ימים	סגור בשבתות וחגים
שיעור מס	25%	
שיעור היוון	10%	
קצב צמיחה תמידי	2%	
יחס הוצאות משתנות	60%	60% משתנות, 40% קבועות

א.2. פירוט ההשקעה

פריט	סכום (₪)	הערה
הון מבוקש	1,500,000	מממן עצמי מהון

עלות כוללת	1,500,000	
---------------	-----------	--

א.3. הנחות הון חוזר

פריט	ערך	הערה
ימי מלאי	30 ימים	אופייני לסופרמרקטים
ימי חייבים	20 ימים	
ימי ספקים	75 ימים	
שינוי חוזר הון	20,000 ₪	שנים 1-3, מבוסס על מחזור מלאי ותשלומים

א.4. הוצאות תפעול קבועות שנתיות (תרחיש בסיסי)

פריט	סכום (₪)	הערה
שכירות	720,000	60,000 ₪ לחודש
משכורות הנהלה	120,000	
שכר עובדים קבוע	120,000	עובדי ליבה (מנהלי משמרות, קופאים קבועים)
ארנונה	84,000	

הוצאות אחרות	קבועות	89,100	40% מהוצאות תפעול אחרות
סה"כ		1,133,100	

א.5. הוצאות תפעול משתנות לשנה 1

פריט	אופטימי (₪)	בסיסי (₪)	פסימי (₪)
שכר עובדים משתנה	90,000	60,000	60,000
חשמל, מים, גז	20,001	8,100	18,000
תחזוקה	12,000	3,825	9,999
הוצאות כלליות	9,999	4,500	8,001
שיווק	114,999	86,475	90,000
ייעוץ, ביטוח, אחר	35,001	16,350	30,000

סה"כ	282,000	174,750	216,000
הערה	הוצאות השיווק כוללות תקציב השקה חד-פעמי של 75,000 ₪ בתרחיש הבסיסי. שכר עובדים פוצל בין קבוע (120,000 ₪) למשתנה (60,000 ₪) לשיקוף מדויק של מבנה העלויות.		

נספח ב': תחזית תזרים מזומנים ותשואות השקעה

ב.1. טבלת סיכום תרחישים

תרחיש	הכנסות שנה 1 (₪)	רווח גולמי	רווח נקי שנה 1 (₪)	IRR	NPV ((10% (₪)	תקופת החזר	ROI שנה 1
פסימי	3,827,250	23%	462,512.50	10%>	548,392	10< שנים	30.8-%
בסיסי	6,123,600	25%	60,787.50	14.2~%	1,015,473	9.8~ שנים	4.05%
אופטימי	7,184,250	27%	429,934.58	16.5~%	1,734,212	7.8~ שנים	28.66%

ב.2. תזרים מזומנים שנתי מפורט

שנה	תרחיש אופטימי (₪)	תרחיש בסיסי (₪)	תרחיש פסימי (₪)

1,500,00- 0	1,500,00- 0	1,500,000-	0
22,950-	153,050	199,434	1
24,289-	156,111	206,414	2
25,751-	159,233	213,638	3
27,341-	162,418	228,593	4
28,963-	165,666	244,595	5
30,618-	168,980	261,717	6
32,308-	172,360	279,937	7
34,034-	175,807	299,333	8
35,796-	179,323	319,986	9
37,596-	182,909	341,985	10

		הערה : תזרימות ה-FCFF בתרחיש הבסיסי חושבו עם CapEx של 50,000 ₪ ושינוי הון חוזר של 20,000 ₪, עם צמיחה של 2% בשנה. התרחיש האופטימי משתמש ב-CapEx של 30,000 ₪ והכנסות גבוהות ב-20%, והתרחיש הפסימי ב-CapEx של 70,000 ₪ והכנסות נמוכות ב-20%. תקציב השיווק להשקעה (75,000 ₪) הוכלל בהוצאות המשתנות של שנה 1.	
--	--	--	--

נספח ג': ניתוח רגישות ו-KPI

ג.1. טבלת KPI השוואתית

מדד	פסימי	בסיסי	אופטימי
הכנסות שנה 1	3,827,250 ₪	6,123,600 ₪	7,184,250 ₪
רווח גולמי	23%	25%	27%
רווח נקי שנה 1	-462,512.50 ₪	60,787.50 ₪	429,934.58 ₪
IRR	>10%	~14.2%	~16.5%
NPV ((10%	-548,392 ₪	1,015,473 ₪	1,734,212 ₪

תקופת החזר	<10 שנים	~9.8 שנים	~7.8 שנים
ROI לשנה 1	-30.8%	4.05%	28.66%
הערה	ניתוח הרגישות מבוסס על תרחישים עם הנחות שונות להכנסות, רווח גולמי, ו-CapEx. התרחיש הבסיסי משתמש ב-CapEx של 50,000 ₪ ושינוי הון חוזר של 20,000 ₪. התרחיש האופטימי מניח הכנסות גבוהות ב-20% ו-CapEx של 30,000 ₪, ואילו התרחיש הפסימי מניח הכנסות נמוכות ב-20% ו-CapEx של 70,000 ₪. תקציב השיווק להשקה (75,000 ₪) הוכלל בהוצאות המשתנות של שנה 1.		

נספח ד': שלבים להמשך

1. **שיפוצים וציוד:** השלמת שיפוצים (360,000 ₪) ורכישת ציוד (450,000 ₪) תוך 3 חודשים.
2. **מלאי פתיחה:** רכישת מלאי התחלתי (360,000 ₪) עם סיבוב מלאי של 30 יום.
3. **גיוס והכשרה:** העסקת צוות (מנהל סניף, עובדי מכירה, קופאים) והכשרה ברגישות תרבותית ויעילות תפעולית.
4. **השקה חגיגית:** השקה עם קמפיין שיווקי (75,000 ₪), יעד של 216 לקוחות יומיים וסל קנייה ממוצע של 90 ₪.
5. **מעקב ואופטימיזציה:** ניטור הכנסות, רווח, שביעות רצון לקוחות, וסיבוב מלאי בחודש הראשון. דיווח חודשי למשקיעים בשנה 1.
6. **צמיחה עתידית:** הגדלת נתח שוק ל-10% בשנים 1-3, שדרוג תפעולי בשנים 4-7, והתרחבות לסניפים נוספים בשנים 8-10.

לפרטים נוספים על השקעה, ניתן ליצור קשר עם:

נחמן לוי – 053-310-1108 

kikarbakikar@proton.me 