

Yatırım Kararı & Fizibilite Araştırmaları



BOĞAZİÇİ
ARAşTIRMA

YAPILABİLİRLİK ARAŞTIRMASI

Gerçekleştirilecek olan yatırımın

- × Teknik,
- × Finansal ve
- × Sektörel

açından incelenerek yatırımın uygun olup olmadığına dair analizleri içeren rapordur.

- × Kesin sonuçlar değil, analiz sonuçlarını içerir.
- × Yatırımın teknik açıdan olasılıkları araştırılır.
- × Yatırımcı analiz sonuçları neticesinde kendisi için uygun alternatifleri tercih eder.

Yapılabilirlik = Fizibilite = İşletme kurulmadan önce
Yapılabilirlik = Fizibilite ≠ İş Planı



Yatırım Kararı ve Fizibilite Araştırmaları ile,

- Belirlenen lokasyonda yapılması planlanan projenin
 - Sosyal Yapısı
 - Fiziksel Yapısı
 - Ekonomik Yapısı ve
 - Ulaşım Yapısı

kırılımlarında uygun olup olmadığı ortaya konulmaktadır.

- Elde edilen veriler ile, planlanan yapının bölge için ne kadar uygun olacağı belirlenerek **ciro çekim bölgesi** ortaya konulmaktadır.



Yatırım Kararı ve Fizibilite araştırmaları ile

Bölge halkının;

- Tüketim alışkanlıkları,
- Kategoriye yönelik algıları,
- Mevcut rakiplere bakışı,
- Yeni açılacak bir noktaya (AVM, mağaza, market, restoran vs.) bakış açıları,
- Yeni açılacak bir noktadan (AVM, mağaza, market, restoran vs.) beklentileri,
- Görmek istedikleri konsept ve ürün çeşitleri tespit edilmektedir.



- Nihai olarak da; yatırımın yapılması durumunda
 - **Ayda ortalama gerçekleşecek tahmini ziyaret sayısı**
 - **Ayda ortalama gerçekleşecek tahmini ciro miktarı**ortaya konmaktadır.

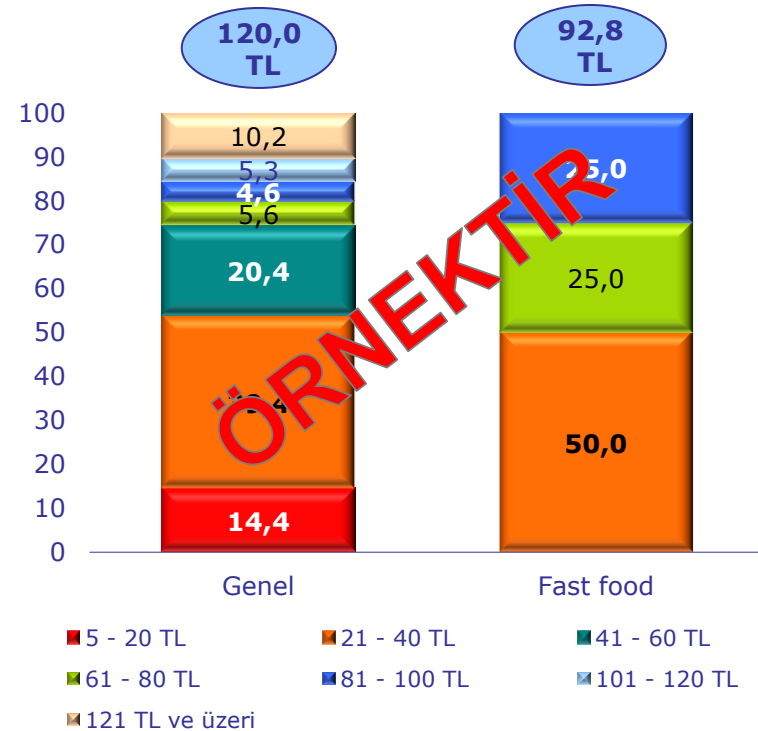
Konsept Bazında Aylık Harcama Miktarları	
KONSEPT	Aylık SATIŞ HASILATI (TL)
XYZ ve ABC ürünleri konsepti	237.092
Aile konsepti	221.791
30-45 yaş arasındaki ürünler ile çalışan kişilere yönelik ofis konseptleri konsepti	190.632
Sadece Çocuk konsepti	60.840

HEDEF BULGULAR:

Örnek : RESTORAN KATEGORİSİ

- Araştırma ile;
 - Bölge Halkının
 - Dışarıda yemek yeme alışkanlıkları
 - Ne sıklıkta dışarıda yemek yediği
 - Dışarıda yemek yemek için ayrılan bütçe
 - Dışarıda yemek yeme tercihi
 - Geleneksel yemek tarzı tercihi
 - Fast-food yemek yeme tercihi
 - Söz konusu restoranının açılması durumunda
 - **Ayda ortalama gerçekleşecek ziyaret sayısı**
 - **Ayda ortalama gerçekleşecek ciro miktarı**
- ortaya konmaktadır.

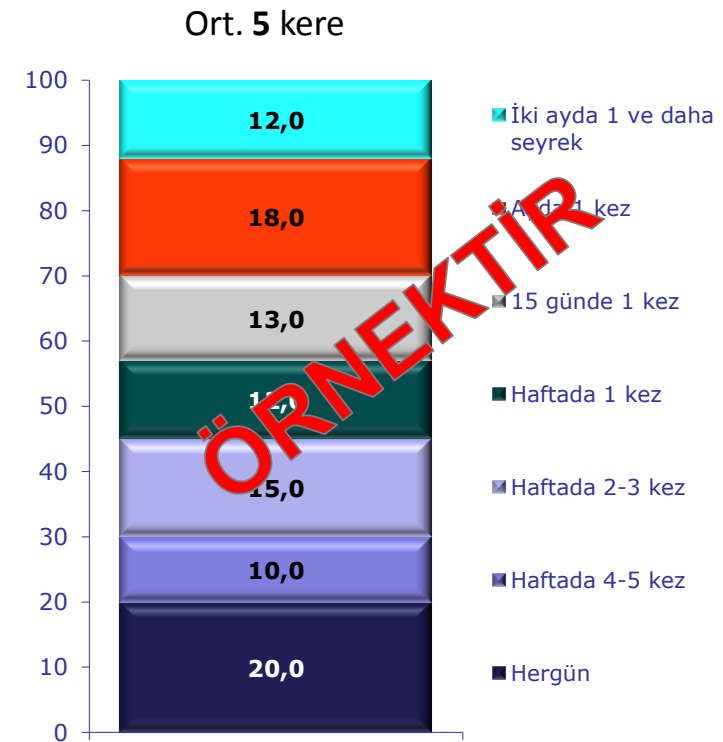
HARCAMA MİKTARI



DIŞARIDA YEMEK YEME ALIŞKANLIKLARI

- Dışarıda yemek yeme tarzı
 - Fast food
 - Geleneksel
- Tercih edilen restoranlar ve tercih nedenleri
- Dışarıda yemek yeme sıklığı
 - Ayda ortalama sıklık
- Harcama miktarı
 - Kişi başı harcanan ortalama miktar
- Restoran tercihin e etki eden unsurlar
 - Fiyat
 - Güven
 - Yakınlık
 - Aradığını bulabilme
 - Alışkanlık
 - Hizmet kalitesi tespit edilmektedir.

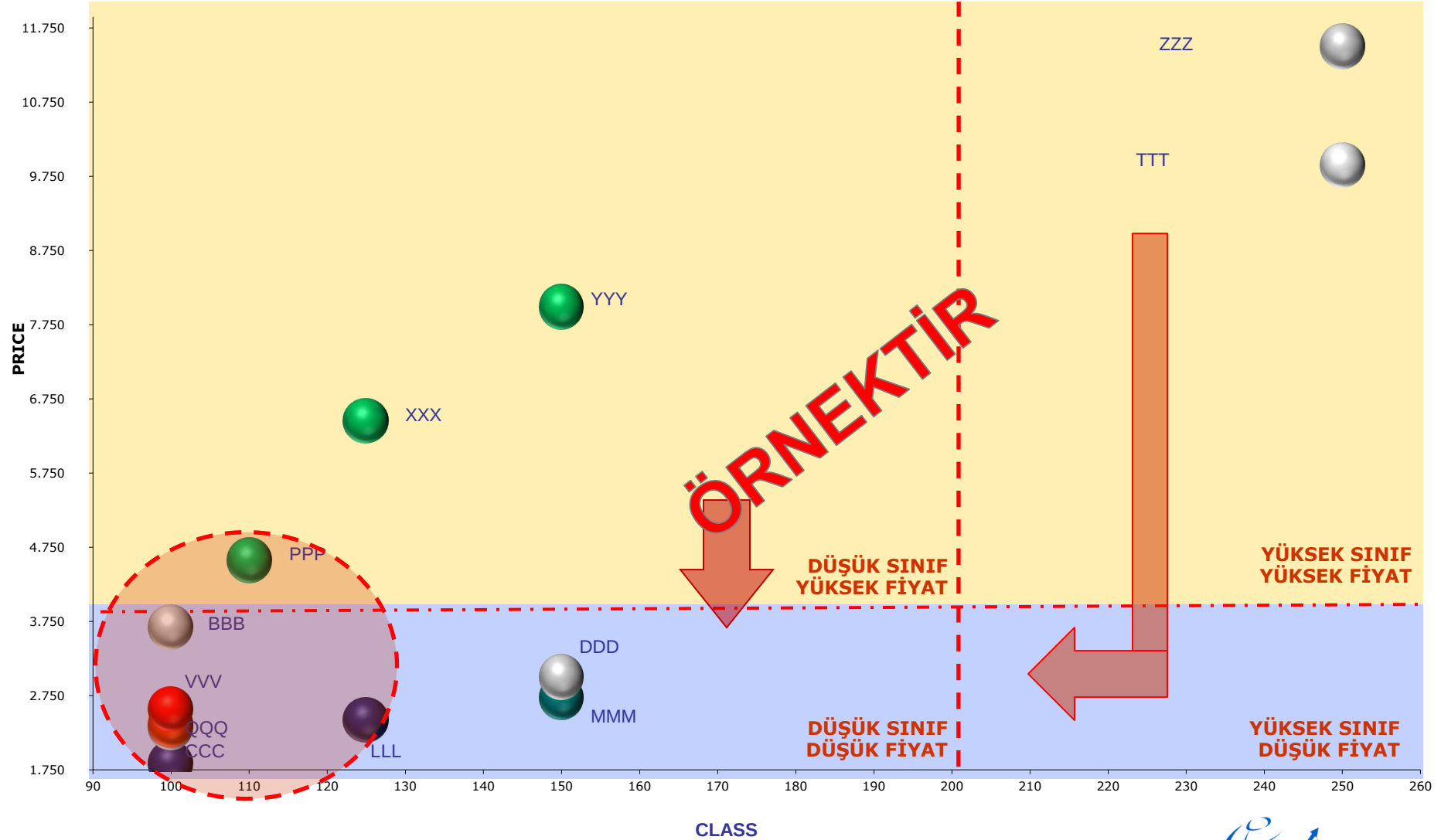
Dışarıda Yemek Yeme Sıklığı



Fiyat-Konum Analizi

PSM[®] Price - Segmentation Map

Fiyat Konumlandırma



Sees as it is...

Pazar Büyüklüğü ve Pazar Payı Tahmin Modeli Hizmetlerimiz

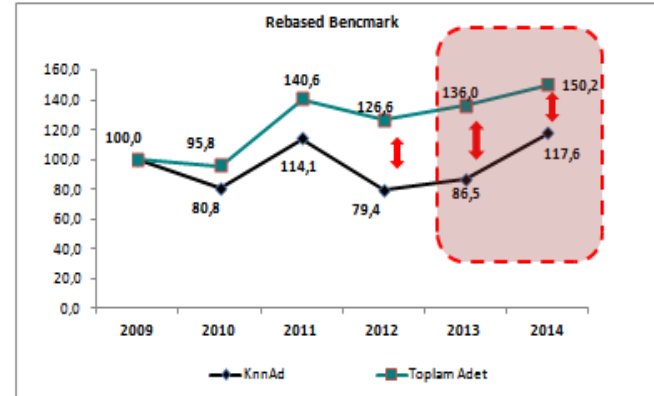
ADET				
DÖNEM	2011	2012	2013	2014
OCAK	814	535	470	758
ŞUBAT	591	443	590	690
MART	1442	861	985	1.369
NİSAN	1784	1292	1302	1.844
MAYIS	2098	1595	2230	2.522
HAZİRAN	2269	1600	1211	2.122
TEMMUZ	3255	2018	2328	3.175
AĞUSTOS	2896	1835	1670	2.662
EYLÜL	2411	1572	1.988	2.509
EKİM	1447	1139	1.313	1.657
KASIM	881	950	956	1.206
ARALIK	642	512	586	740
TOPLAM	20.530	14.352	15.624	21.251

SATIŞLARIN TÜRKİYE DAĞILIMI				
	Q1	Q2	Q3	Q4
2009	13,74%	34,10%	35,56%	16,60%
2010	13,40%	28,95%	36,86%	20,79%
2011	14,26%	29,46%	38,34%	17,94%
2012	14,60%	30,69%	35,75%	18,96%
2013 E	14,86%	30,71%	35,72%	18,30%
2014 E	15,07%	29,77%	36,30%	18,86%

TAHMINİ DURUM														
beta														
-513,2														
Adet	Adet	Adet	KnnAd	KnnAd	KnnAd	KnnAd	KnnAd	KnnAd	KnnAd	KnnOrn	KnnOrn	KnnOrn	KnnOrn	KnnOrn
2012	2013	2014	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2009	2010	2011	2012	2013
53.662	56.434	63.385	4.750	3.975	6.236	4.770	4.588	6.101	12,80%	10,56%	10,83%	8,89%	8,13%	9,63%
35.915	42.140	46.801	3.990	3.205	4.118	2.487	3.158	4.439	13,72%	10,34%	8,97%	6,92%	7,49%	9,48%
30.383	33.739	36.574	3.754	3.771	3.903	2.458	3.066	4.164	13,51%	12,59%	10,98%	8,09%	9,09%	11,39%
24.531	26.068	29.031	3.276	3.771	4.070	2.952	3.020	4.068	17,90%	15,43%	15,21%	12,03%	11,58%	14,01%
21.215	20.971	22.290	740	3.771	741	476	559	816	3,90%	3,27%	3,62%	2,24%	2,67%	3,66%
13.392	13.116	14.434	1.541	1.027	1.544	1.208	1.234	1.663	15,43%	11,70%	12,13%	9,02%	9,40%	11,52%
179.098	192.469	212.516	18.066	14.599	20.612	14.351	15.624	21.251	12,77%	10,77%	10,36%	8,01%	8,12%	10,00%
-10,0%	7,5%	10,4%								-15,65%	-3,82%	-22,63%	1,31%	23,19%

Adet	KnnAd	KnnOrn
385	0,268961	
397	0,227539	
17	0,195183	
109	0,186267	
155	0,045722	
41	0,076328	

PAZAR PAYI
10%



- Pazar Büyüklüğü ve Pazar Payına ilişkin,
 - Pazarın veya markanın penetrasyon oranının tahmin edilmesi
 - Ürün grubu veya markanın tonajının tahmin edilmesi
 - Müdahaleler ile marka pazar payının simüle edilmesi



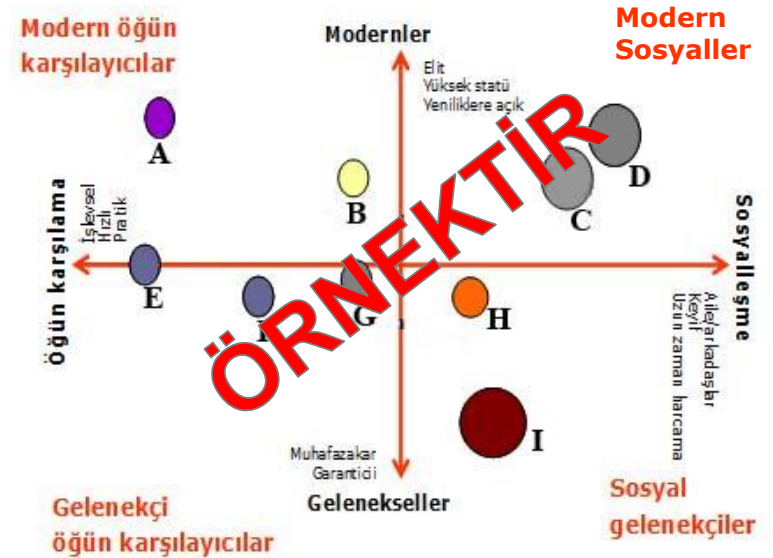
Lokasyon	Evren (Nüfusa Uyarlama)	
	Aylık Ziyaret Sayısı (n)	Aylık Maksimum Satış Hasılatı (TL)
<i>X Lokasyonu (Maksimum)</i>	52.085	579.000
<i>Y Lokasyonu (Maksimum)</i>	77.602	622.623
<i>Z Lokasyonu (Maksimum)</i>	56.585	445.771
<i>T Lokasyonu (Maksimum)</i>	37.184	296.539
Toplam	263.456	1.943.933

- Açılması planlanan noktaya ilişkin,
 - Ayda ortalama gerçekleşecek tahmini ziyaret sayısı
 - Ayda ortalama gerçekleşecek tahmini ciro miktarı tespit edilmektedir.

■ ALGI HARİTASI

Açılması planlanan restoran markası ve rakiplerine ilişkin;

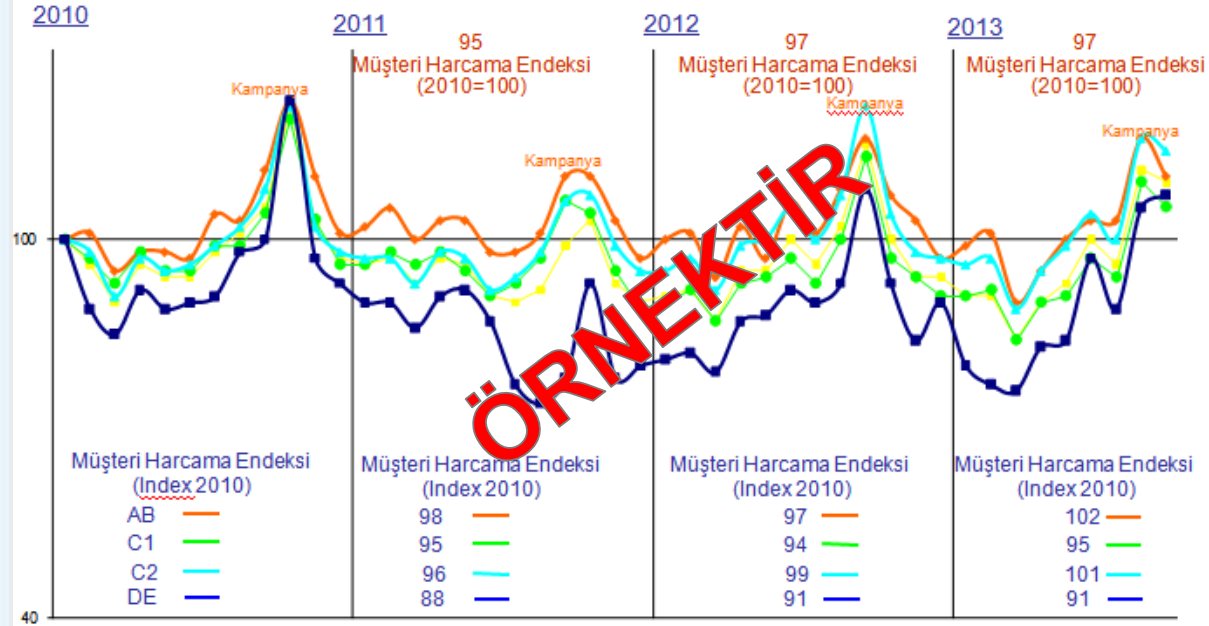
- Marka bilinirliği
- Olumlu/olumsuz algılar ve bu algıların restoran tercihi üzerindeki etkisi
- Beğenilen ve beğenilmeyen yönler ortaya konmakta ve bu sayede restoran markalarına ilişkin algı haritası çıkarılmaktadır.



Pazar Araştırması

Pazar Durumu

- Pazar potansiyeli
 - İmalatçılar
 - Satın alımcılar
 - Ürünün en sık kullanıldığı alan
 - Dağıtım kanalları
 - Hangi değişiklikler bekleniyor ?
(İmalatta , teknikte, dağıtımda)
 - Pazar ve pazar büyüme trendleri
- tüketici hedef kitlesinin kesin olarak betimlenmesidir.



Pazar Araştırması

Rakiplerimizin -Analizi
Rakiplerimizi ve kendi durumumuzu karşılaştırıp
Güçlü / Güçsüz olduğumuz Alanlar mesela :

- Ürün / Hizmet
- Dağıtım kanalları
- Satılan Adetler
- Müşteri hizmet kalitesi
- Ürün imajı
- Teslim süresi
- Aynı veya benzeri ürünleri başka kimler satıyor ve de satma niyeti var ?



Yatırım Kararı & Fizibilite Hizmetlerimiz



	Gün
Yatırımın Geri Dönüş Süresi :	340,68

	Oran
Sermayenin Getiri Oranı (Net Kar / Öz sermaye)	1,34

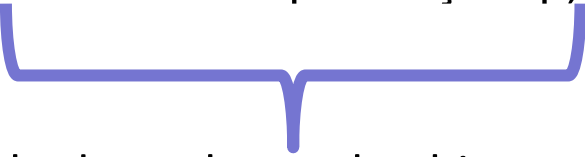
ÖRNEKTİR

Toplam Yatırım İhtiyacı	
	Tutar (TL)
Sabit Yatırım Tutarı	519.889,79
İşletme Sermayesi	701.679,55
Toplam Yatırım İhtiyacı	1.221.569,34

Yatırımcı için;

- Projenin potansiyeli nedir?
- Alternatiflere göre fırsat maliyeti nedir?

Soruları cevaplanmış olup;



Aslında yanlış yapılan bir yatırımın olası zararlarını önceden görerek, **yatırımcı büyük bir maliyetten ve riskten arınmış olur.**



Boğaziçi Araştırma&Yönetim Danışmanlık
Selmanipak Caddesi Molla Eşref Sokak Cebiroğlu İş Merkezi
Kapı No:6/12, Üsküdar, İstanbul, Türkiye
Tel : +90 (216) 310 10 11, info@bogaziciarastirma.com
www.bogaziciarastirma.com