

NC - COFFEE YATIRIMI

YATIRIM BEKLENTİLERİ VE FİNANSAL ANALİZ

Sunulan Fizibilite Raporu için öngörülen verileri oluşturmak üzere, piyasa araştırması yapılmış olup, elde edilen veriler mukayeseli olarak incelenmiştir. Her bir veri için alt limitler ve üst limitler hassasiyetle incelenmiş, ortalamalar da titizlikle oluşturulmuştur.

- YATIRIM PROJESİ ADI** : **YENİ NESİL KAHVE İŞLETMESİ**
- İŞLETME UNVANI** : **NAUTILUS CAKE COFFEE nc-coffee (Yiyecek içecek şirketi)**
- WEB SİTESİ** : **<https://www.nautiluscakecoffee.com.tr> - [nccoffee.com.tr](https://www.nccoffee.com.tr) (Aktif değil)**

PROJENİN KURUCUSU

- Projenin kurucusu, resmî konsept tasarımcısı, 1984 İstanbul doğumlu, **HAKAN ÇELİK** evli ve 1 çocuk babasıdır.
- Yirmi yıllık sektörel birikimini değerlendirmek üzere fizibilite aşamasını, yatırım planını ve diğer tüm unsurlarını bizzat takip ederek oluşturmuştur.
- Alanında uzman kişilerden destek alarak yola çıkmıştır. Hayata ve insanlığa artı değerler sunmanın gayretiyle, üretmek, yenilenmek ve paylaşmak için başarılı olma hedefindedir.

E-MAİL : hakanizim@gmail.com

GSM : 0534 430 58 90

PROJENİN ORTAYA ÇIKIŞ GEREKÇELERİ ve HEDEFLER

- Günümüzün ve geleceğin en kazançlı sektörlerinden biri olan gıda sektöründe, Bu gün dünyada Kahve, petrolden sonra en yüksek meblağda ticareti yapılan ürün. Yıllık satış 80 milyar doları geçiyor.
- Her gün dünyada 2 milyar bardak kahve içiliyor. Bu her geçen sene artmaya devam ediyor.
- Türkiye'de Kahve, yüzlerce yıldan bu yana günlük hayatın ve kültürün vazgeçilmez bir parçası olarak kendine yer buluyor. Geçmiş zamanlarda kahve ile bağını sadece Türk kahvesi ile sınırlı tutan Türk halkı, son yıllarda yeni kahve türlerine ve kahve dükkanlarına daha fazla ilgi gösteriyor. Son dönemde tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kahve kültürü önemli bir gelişme kaydetti. Kahve tutkunları farklı şekilde hazırlanmış kahve çeşitlerini denemekten keyif alıyor. Türkiye'de kahve sektörünün genç nüfusun ve iş dünyasının tüketim alışkanlıkları ile

şekillendiğini ve geliştiğini yapılan araştırmalarla teyit edilmiştir. Önümüzdeki 5 yılda Türkiye'deki kahve pazarına olan ilginin artmaya devam edeceğini ve sektörün %100 büyüyeceği öngörülmektedir.

- Uluslararası Kahve Organizasyonu'nun istatistiklerine göre Türkiye'de kahve tüketimi ortalama yüzde 15,6 oranında artış gösteriyor. Türkiye'de 2012-2013 döneminde kişi başına 595 gram olan kahve tüketimi, 2015-2016'da 920 grama ulaşması, dünyadaki kişi başı kahve tüketiminin 9.1, kg olduğunu ele alırsak bu sektöre yönelik yatırımları oldukça teşvik ediyor.
- Bunun yanı sıra, iş, arkadaş veya aile çevresiyle sosyal hayata dahil olmak, sevdikleri için küçük sürprizler yapmak ya da hoşça vakit geçirmek gibi beklentileri artan toplumun.
- Nezih ve prestijli bir mekân keşfetmek arzusunun yanında, servisin hızlı olması ve lezzetinin bekleneni vermesi gibi kaliteden ödün vermeyen marka değeri yüksek mekânlar beklentisine girmiştir.
- Bu beklentileri karşılamak için İstanbul gibi dünyanın gözbebeği olan yaklaşık 15 milyon aşkın nüfusunun yanında milyonlarca yerli ve yabancı turiste, sinema, kongre, konser, sportif aktiviteler, iş ve sanat dünyası hareketliliğine sahip bir şehri merkez alan yenilikçi bir girişim tasarlanmıştır.

HEDEFLER

- Müşteri memnuniyetine odaklı işletme.
- İlgili standart ve yasalara uygun olarak üretim yaparken, sürekli gelişmeyi ve yeniliklere açık olmayı hedefleyen bir firma olmak,
- İyi üretim uygulamaları ve personel eğitimleri ile kalite yönetim sistemimizi sürekli iyileştirmek,
- Deneyimli personelimizin kontrolünde, hijyenik şartlarda, insan sağlığını ön planda tutarak üretim yapmak,
- Misafirlerimize her zaman en iyiyi, kaliteyi ve sağlıklı ürünleri sunmayı hedefleyen NC- COFFEE sürekli iyileştirme planları ile teknolojik gelişmelerden yararlanarak "Doğru üret, üret, Doğru sat, Doğru kazan, Doğru paylaş" sloganıyla sunmayı ilkelerinin arasında yer edecektir.
- Projenin açılışından itibaren, kurumsal yapının kuvvetlendirilmesi, Ar-ge çalışmalarının yürütülmesi, lojistik, pazarlama, finans, bilişim, reklam ve operasyon birimlerinin oluşturulması konusunda yoğun çalışmaların ardından, 2019'un 3. çeyreğinden itibaren **FRANCHİSİNG** vererek kısa vadede 10 şube kapasitesine ulaşmayı hedefleyen, orta ve uzun vadede Türkiye geneline yayılmış şubeleriyle global bir marka olma vizyonundaki proje, pek çok anlamda ilk ve yenilikçi olma yolundadır.
- Yirmi yıllık pastacılık geçmişinden bugüne, tarifi bizde saklı olan özel kek ve pastalarımız, her biri kendine has reçetelerle üretilen eşsiz kahvelerimiz, yenilikçi yaklaşımlarla müşterilerimize kaliteden ve hijyenden taviz vermeden özel deneyimler yaratmaya odaklı bir işletme anlayışı ortaya konulmaktadır.

- **Ayrıca vizyonumuzu da oluşturacak** "Vazgeçilmez ilkelerimizi muhafaza ederek agresif büyüme yoluyla, NC- COFFEE'yi dünyanın en iyi kaliteli kahve ve pasta kek sağlayıcısı yapmak"

PROJENİN LOKASYONU

- NC-Coffee olarak şubelerimizin kuruluş mantığı iyi bir planlamaya bağlı olacaktır.
- Projenin merkezi İstanbul lokasyonlu olup, genellikle insan sirkülasyonunun en yoğun olduğu, orta ve orta-üst kesimin rağbet ettiği, alışveriş yerleri, ve ofislerin yer aldığı mekanlar seçilecektir.
- Bunun yanında hedef kitle olarak Üniversite öğrencileri, akademisyenler, doktorlar, medya ve finans sektörü olsada daha çok iş dünyasına odaklanmaktadır. İş dünyasının vakit geçirdiği alışveriş merkezleri, alışveriş caddeleri, işyerleri, tatil mekanları, ana ulaşım arterleri gibi birçok alternatif alanda yer almak ve **FRANCHISING** sistemiyle daha agresif bir büyüme stratejisi sürdürmek öncelikli hedeflerimizdir.

PROJE EKİBİ

Oğuzkan Erman: **Baş danışman & Marka, Konsept**

- Oğuzkan Erman, 2001 - 2007 yılları arasında Amerika'da FMCG/ Fast-Moving Consumer Goods (Hızlı Tüketim Maddeleri) sektöründe faaliyetlerini sürdürdükten sonra 2007 yılından itibaren Türkiye'de Marka-Konsept oluşumu, Franchising, Dekorasyon, Cafe-Restaurant ve Fastfood alanlarında Sektörel bazda 27 ulusal markaya destek çalışmalarında bulunmuştur.

Aslı Yaman: **Danışman, Barista eğitimi & AR-GE**

- İşletme Yüksek Lisans bölümü mezunu olan Aslı Yaman, on iki yıl önce Türkiye'de nitelikli kahvenin öncülerinden biri olan John's Coffee'de kahve eğitmeni ve AR-GE bölüm müdürü olarak kariyerine başlamıştır.
- Ardından Rusya'nın alanında en büyük nitelikli kahve kavurmacısı olan Soyuz Coffee Roasting'de Üretim Müdürü olarak 4,5 sene boyunca çalışmıştır. Bu süre zarfında Türkiye'de ve yurtdışında yapılan dünya kahve yarışmalarında derece elde ederek, en son 2014 yılında İtalya'nın Rimini kentinde yapılan Dünya Kahve Demleme Yarışması'nda Türkiye'yi temsil ederek dünya 3.sü olmuştur. Aslı Yaman, bu derece ile alanındaki yarışmada bugüne kadar Türkiye adına elde edilen en iyi dereceyi almakla beraber, aynı zamanda yine bu alanda üçüncülüğü kazanan ilk kadın yarışmacı da olmuştur
- Yaman aynı zamanda uluslararası Kahve Kalite Enstitüsü (Coffee Quality Institute)'nün lisanslı Q Grader sertifikasına da sahiptir. Aslı Yaman, halen yarışmalarda jüri olarak görev almakta, Nitelikli Kahveciler Birliği'nin (SCA) Kahveye Giriş, Çiğ Kahve, Duyusal Beceriler, Kavurma ve

Demleme konularında diplomalı eğitmeni olarak yurtiçi ve yurt dışında eğitimler vermekte, aynı zamanda da SCA Türkiye Eğitim Koordinatörü 'dür.

Cenk R. Girginol: Danışman, Gurme, Tadım uzmanı & Proaktif çözüm ortağı

- **Kahve-Topraktan fincana, adlı kitabın yazarı.**
- 2017 yılının ilk günlerinde gelen haber ile Dünyada kitapların Oscar'ı sayılan Fransız Gourmand tarafından "Türkiye'nin En İyi Kahve Kitabı" ödülüne layık görülmüştür. Finalist listeye kalmasının ardından Türkiye'yi temsil eden Topraktan Fincana, 58 ülke arasından "Dünya'nın En İyi Kahve Kitabı" ödülünü kazanmış ve Türkiye'ye bu kategoride ilk defa bu ödülü getirerek bir ilke imza atmıştır.

Hakan Çelik: Kurucu & Yönetici

- **20 yılı aşan deneyim, farklı bir bakış açısı, köklü bir kültürü içerisinde barındıran gurme...**
- Bazen bir kahve, bazen bir pasta ile hayata eklenen bir tat. Anların, anıların, hayata iz bırakan kutlamaların tanığı. İstanbul'da başlayan, yıllar içinde sınır tanımayan ama hep "bizden" kalan bir lezzet ustası.

İŞ MODELİ VE KONSEPT

İş modeli:

- Kahveyi ve kahve içme eylemini sosyal bir etkinlik haline getirmek. Sofistike(!) insanların "kahvelerini.. toplumu.. dostluğu.. bağlantıları.." paylaşabileceği özel köşeler yaratmak. Rahatlatıcı bir üçüncü mekan oluşturulacak bir iş modeli.
- NC-Coffee, self-servis bir diğer adıyla, TakeAway iş modelini tüm mağazalarında uygulayacaktır.

Konsept:

- NC-Coffee olarak, sürdürülebilir modern tasarım ve yapı yöntemlerini, bölgesel olarak kültürel izleri de taşıyacak bir konsepti uygulayacaktır.
- Kültürel izler taşıyan mağazalar, eskitilmiş ahşap, lekeli beton veya seramik zemin, atölye esintili ışıklandırma ile birlikte, dış mekanda metal tabureler ile küçük masalar. İç mekanda ahşap büyük masalar, berjer koltuklar ve ahşap panjurlar ağırlıklı olarak kullanılacak.
- Kültürel ve modern olarak tasarlayacağımız mağazalar, rahat, çekici, modayı belirleyen bir tarza sahip olacak. Misafirlerimizi hızlı hayatın gürültüsünden geçici de olsa kurtaracak samimi bir ortam yaratmak için bölgeye özgü aksesuarlar kullanılacak ve aydınlık alanlar yaratılmaya çalışılacak.
- Mağazalarımız içinde misafirlerimizin buldukları toplum ile bir bağ kurabilen ve çevreye uyum sağlayan yerler olmalarını sağlayacağız.

- Mağaza tasarımlarımız, yerel toplumlara katkı sağlama ve çevre koruma ilkelerine dayanmaktadır.

FIYATLANDIRMA POLİTİKASI

Maliyet odaklı fiyatlandırma: **Kuruluş & Temel fiyatlandırma**

- Üretilen her bir üründen elde edilebilecek kar seviyesi üzerinden bir fiyat belirlenecektir.. Ürün maliyetinin yanı sıra işletme ve lojistik maliyetleride hesaplanarak fiyatlandırma yapılacaktır.

Değer odaklı fiyatlandırma: **Orta ve Uzun vadeli fiyatlandırma**

- Markanın bilinirliği ve popüleritesinin artması sonucunda, işletmenin ortaya koyduğu ürüne kendisi bir değer biçecek ve bu değerın tüketici nezdindeki sonucunu pazar araştırması yaparak netleştirecektir.

HEDEF KİTLE

- Orta- orta üst kesim,
- Kahve tutkunları,
- Üst düzey bürokratlar, finans sektörü,
- İş dünyası,
- Üniversite öğrencileri, Akademisyenler,
- Boş zamanında kendini şımartmak isteyen bireyler,
- Sosyal kulüp üyeleri,
- Küçük iş buluşması yapmak isteyenler,
- İş ya da okul çıkışı buluşmayı sevenler,
- Ülkeyi ziyaret eden yabancı ve yerli turistler,
- Özellikle, sosyal hayatın bir parçası olmak, dostlarla buluşmak, sevdikleri için küçük sürprizler yapmak isteyen genç ve orta yaşlı bireyler hedef kitleyi oluşturmaktadır.

ANA FAALİYETLER

Yiyecekler :

- Sandviçler, Simitler, Poğaçalar, Açmalar, Muffin, Kurabiyeler, Kekler, Tatlılar, Hamur işleri özellikle çeşit çeşit pastalar.

İçecekler :

- Çeşit çeşit kahveler. Filtre kahve, americano, cappucino, latte, machiato, mocha, Türk kahvesi. Ama çeşitlemeler kahveyle kalmıyor; kahvenin içine katılan şuruplar, soslar, çikolata tozları çeşit çeşit kahvelerden sayısız kombinler yapılacak. Tüm çeşitlerin soğuk versiyonları da yaz trendlerinde yerini alacak.
- Kahveye alternatif sıcak içecekler: Çay ve çeşitleri, Premium hot chocolate, Chai tea latte, sahlep
Kahve çekirdekleri: Latin Amerika, Asya Pasifik, Afrika Arap yarımadası, Çok bölgesi, harmanlar Koyu kavrulmuş harmanlar.

RAKİP ANALİZİ

Starbucks:

- Starbucks, kahve endüstrisinde halka açık bir şirkettir. 1971'de kurulan ilk Starbucks mağazası Seattle'ın Pike Place pazarında kurulmuş.
- Türkiye'de 2003 yılından bu yana Shaya Grup ile hızlı bir büyüme trendi gösteren markanın 490 adet şubesi bulunmaktadır.
- En büyük avantajı sektör lideri ve global finansörlüğe sahip olması

Caribou Coffee:

- Amerika'nın en büyük ikinci kahve zinciri olan Caribou Coffee'nin Türkiye ofisi, markanın Ortadoğu franchise sahibi Al Sayer Grubu tarafından yönetilmektedir.
- Türkiye kahve zinciri pazarına, ilk şubesini Aralık 2011'de Caddebostan'da açarak giren Caribou Coffee, 2017 yıl başı itibariyle Türkiye'de 14 farklı şehirde 60'dan fazla şubesiyle hizmet vermektedir.
- En büyük avantajı global finansörlüğe sahip olması.

NC - COFFEE'yi Rakiplerinden ayıran özellikler

- Türk markası ve geleneksel Türk misafirperverliği .
- Uygun fiyat ve geniş ürün çeşitliliği.

- Uzun yılların birikimiyle, usta eller tarafından en özel tariflerle hazırlanan ve daima taze olan ürünlerimizi, kendi üretim tesislerimizde, hijyen ve kaliteden taviz vermeden ucuza üretmek .
- Katkısız günlük doğal ürünler.
- AR-GE Çalışmalarını önem vermek ve yine kendi bünyemizde yapabilmek.
- Teknolojik gelişime uygun olarak, kahvenin üretimi sırasında Batista'nın hata payını minimuma indireyecek son teknolojik profesyonel tam otomatik espresso makineleri ve ekipmanlarını tüm şubelerinde kullanacaktır.
- Böylelikle her şubede aynı lezzet döngüsü devam edecektir.
- Orta ve uzun vadede, kendi süt çiftliklerinden daha ucuza ve günlük taze süt elde etme imkanı.
- Bu sütlerden taze elde edilecek mascolpone peyniri ve tereyağının ürünlerde kullanımı ekstra lezzet sunacaktır.

NC - COFFEE DEĞERLERİ

- **İçeceklerimiz :** Her zaman taze ve tadı ilk deneyiminiz kadar özeldir.
- **Yiyeceklerimiz:** Uzun yılların birikimiyle, usta eller tarafından en özel tariflerle hazırlanmış ve daima taze olan ürünlerimizdir.
- **Misafirlerimiz:** İşletmemize girdiği andan itibaren kendilerini rahat ve bir o kadar da dinlenmiş olarak hissedecek olan sadık dostlarımızdır. Her zaman onların isteklerine en iyi biçimde karşılık vermek görevimizdir.
- **Personelimiz :** Misyonumuzu benimsemeye çalışan ve misafirlerimiz için her seferinde ilk deneyimi yaşıyorlarmış gibi sunum yapma gayretinde, güler yüzlü iftihar tablomuzdur.
- **Çevre Politikamız**
 - Dünyamızın sahip olduğu bütün güzellikleri korumak ve geliştirmek için sorumluluklarımızın bilincinde hareket etmeye çalışmak

- Her canlının kıymetli olduğu ve yaşanabilir bir doğayı hak ettiği anlayışıyla esnek çözümler geliştirmek.
- Çevreyle ilgili tüm prensipler temelinde, kullandığımız bütün malzemelerin çevre dostu olması hassasiyetiyle çalışmak.
- Çalışanlarımızla bilgiyi paylaşmak ve misyonumuzu bütün paydaşlarımızla birlikte uygulamaya çaba göstermek.

YATIRIM TUTARI

SABİT YATIRIM TUTARI	ÜRETİM TESİSİ, OPERASYON BİRİMLERİ, LOJİSTİK ve REKLAM GİDERLERİ	TOPLAM YATIRIM TUTARI
240.000,00 TL+ kira	500.000,00 TL	740.000,00 TL

NC - COFFEE YATIRIM GERİ DÖNÜŞ SÜRESİ (YILLIK GELİR GİDER VE NET KAR)

İşletmenin 1.Yıl İçin Tahmin Edilen SABİT MALİYETİ	240.000,00 TL
İşletmenin 1. Yıl İçin ÜRETİM, LOJİSTİK ve REKLAM MALİYETİ	500.000,00 TL
İşletmenin 1.Yıl İçin Tahmin Edilen TOPLAM MALİYETİ	740.000,00 TL
İşletmenin 1.Yıl İçin Tahmin Edilen CİRO HEDEFİ	2.963,400,00 TL
İşletmenin 1.Yıl İçin Tahmin Edilen GİDERLERİ	1.650,600,00 TL
İşletmenin 1.Yıl İçin Tahmin Edilen TOPLAM KÂRI	1.312,800,00 TL
İşletmenin 1.Yıl İçin Tahmin Edilen ORTALAMA AYLIK KÂRI	109.400,00 TL
Başa Baş Noktası/Kâra Geçiş Noktası	7 AY

AÇIKLAMALAR

1-İŞLETME GİDERLERİ :

Kira ve Depozito	İstanbul'un en gözde semtlerinde Ort. 100 ila 200 m.karelik dükkan İçin hesaplanmıştır.
Su	Su gideri, yapılan satışlara ve mevsime göre değişebilir, ortalaması hesaplanmıştır.
Isıtma/Soğutma	Doğalgaz ısıtması ve gerektiğinde soğutma İçin yapılacak giderlerdir.
Elektrik	Soğutma, elektrikli aletler, aydınlatma İçin yapılacak harcama gideridir.

Personel	Ortalama 8-10 personel bazında maaşlar ve sigorta primleri olarak hesaplanmıştır.
Hammadde	Ürünler için günlük Ort. 1.500 TL ambalaj,süt,şeker,meyve,aroma v.b. gıda maddesi giderlerdir.
Muhasebeci Ücreti	Muhasebeciye ödenecek aylık ortalama ücrettir.
Pazarlama-Satış Giderleri	Baskılı reklam, görsel ve sosyal medya reklamları dahil hesap edilen giderlerdir.
WIFI ve Elektronik Bakım	İşletmedeki Wi-Fi bağlantısının aylık gideri ve elektronik cihazların bakım, arıza giderleridir.
Vergi/Stopaj Giderleri	Elde edilen hasılatın stopaj, kurumlar vergisi, gelir vergisi gibi tüm vergileri için gider tutarıdır.
Temizlik	İşletmede temizliğin kullanılan malzeme ve ek giderlerdir.
Beklenmeyen Giderler	Kırılan, bozulan eşyalar, ufak tadilatlar ve diğer öngörülemeyen giderler için hesaplanmıştır.

2-SABİT GİDERLER

İŞLETME TESİSİ	İşletmenin oluşturulması, sıfırdan tesis edilmesi yada konseptte göre mevcut bir işletmenin tadilatı esnasında, dekorasyon, boyama, elektrik tesisatı, su tesisatı, tabela, kepenk, kapı, stand, mutfak bölümü, tezgah, lavabo, gibi temel kısımların meydana getirilmesi şeklindeki masraflardır
DÖNER KOLTUK, MÜŞTERİ MASALARI, SANDALYELERİ, KANEPE VEYA KONSEPTE GÖRE BENZER DONANIMLAR	İşletme içinde müşterilerin ve personelin oturması için ihtiyaç duyulan malzemelerdir.
RAF VE DOLAP SİSTEMİ	İşletme içinde, gıdalar, malzemeler, çikolatalar, ekipman, malzemeler,vb gibi eşyaların düzeni için oluşturulan ahşap veya konseptte göre metalden imal giderlerdir.
BİLGİSAYAR, ELEKTRİKLİ EKİPMANLAR, KAHVE MAKİNELERİ, VB GİBİ KONSEPTE DAHİL CİHAZLAR	İşletmede müşterilerin sipariş takibini yapmak ve yönetici tarafından diğer bütün işlemleri takip etmek üzere kullanılacak wifi bağlantılı bir sistemin parçası olacak donanımlardan oluşmaktadır.
YANGIN SÖNDÜRME EKİPMANI	İşyerinde bulunması gereken güvenlik önlemi için zorunlu demirbaş
KAMERA VE ALARM SİSTEMİ	İşletmedeki güvenlik önlemleri için ihtiyaç duyulan nitelikte donanımlara ait giderlerdir
BUZDOLABI, FIRIN, MUTFAK ALETLERİ V.B. GİBİ YARDIMCI DONANIMLAR	Yiyecek, İçecek malzemeleri muhafaza etmek, ihtiyaç anında bilgisayardan çıktı almak ve küçük işler için gerekli olacak el aletleri vb gibi donanımların giderleri
İŞ GÜVENLİĞİ HİZMETİ, NOTER İŞLEMLERİ, TESCİL İŞLEMLERİ, KURULUŞTA VERGİ DAİRESİ İŞLEMLERİ, ODA KAYDI, GİBİ MECBURİ RESMİ İŞLEMLER	Zorunlu Resmi İşlemler için harcamalardır
BEKLENMEYEN GİDERLER	İşletme kuruluş sürecinde, yenilikçi bazı tasarımlar, eklemeler, v.b.g. öngörülemeyen durumlar nedeniyle ortaya çıkan giderlerdir