

NIRWANA



Opracowanie:

Weronika Pikusa

Justyna Wantuch

Tobiasz Rolak

(Gimnazjum w Zagórzanach)

SPIS TREŚCI

1. STRESZCZENIE BIZNES PLANU	3
2. CHARAKTERYSTYKA FIRMY	3
2.1.NAZWA I ADRES FIRMY	3
2.2.FORMA ORGANIZACYJNO – PRAWNA	3
2.3.PREZENTACJA POMYSŁU	3
3. CELE PRZEDSIĘBIORSTWA	4
I. CELE KRÓTKOTERMINOWE	
	II. CELE
	DŁUGOTERMINOWE
4. OCENA POMYSŁU (ANALIZA SWOT)	5
5. WYNIKI BADANIA RYNKU	5
5.1.ANALIZA POPYTU	5
5.2.ANALIZA KONKURENCJI	5
6. STRATEGIA MARKETINGOWA	6
6.1.PRODUKT I CENY	6
6.3.PLANOWANA METODA WEJŚCIA NA RYNEK	7
6.4.PROMOCJA	7
7. PLAN FINANSOWY	7
7.1.PLAN NAKŁADÓW INWESTYCYJNYCH	7
7.2. PRZEWIDYWANY DOCHÓD	7
7. HARMONOGRAM REALIZACJI PRZEDSIĘWZIĘCIA	9
8. ZAKOŃCZENIE	9
 Załącznik nr 1	 10

1. STRESZCZENIE BIZNES PLANU

Zadaniem niniejszego biznes planu jest przedstawienie naszego pomysłu na restaurację z fast-foodami. Na rynku istnieje bardzo dużo producentów, ale żaden z nich nie oferuje tak dużego wyboru produktów o wysokiej jakości. Wszystkim klientom zapewniamy doskonałą obsługę, oraz świeżą i smaczne potrawy. Nasz biznes plan przedstawi wszystkie zalety, a także nieliczne wady restauracji.

2. CHARAKTERYSTYKA FIRMY

ADRES I NAZWA FIRMY

NIRWANA

ul.3 Maja 23

38-300 Gorlice

2.2. FORMA ORGANIZACYJNO PRAWNA

Nirwana będzie trzyosobową spółką cywilną. Za jej zobowiązania wspólnicy są odpowiedzialni solidarnie całym majątkiem.

2.3. PREZENTACJA POMYSŁU

Nasza działalność gospodarcza będzie polegała na prowadzeniu baru oferującego fast foody. W naszej okolicy nie ma dobrych lokali oferujących danie tego typu. Wiadomo, że dużo dzieci, nastolatków, a nawet dorosłych chętnie je jada. Dlatego też sądzimy, że będziemy mieć dużo klientów. Nasz lokal znajduje się w centrum miasta, co jeszcze dodatkowo uatrakcyjni naszą ofertę. Będziemy oferować następujące produkty:

- frytki
- hot-dogi

- hamburgery
- tortilla
- pizze
- zapiekanki
- lody
- napoje
- koktajle
- drinki
- ciasta
- cheeseburgery
- naleśniki

Dystrybucja:

bezpośrednio – restauracja; na telefon – z dowozem.

Cechy charakterystyczne produktu: wyjątkowy smak, świeże produkty, przepisy prosto ze stolicy najlepszej tortilli, bez konserwantów, profesjonalne wykonanie i w przystępnej cenie.

3. CELE PRZEDSIĘBIORSTWA

I. CELE KRÓTKOTERMINOWE

Firma Nirwana stawia sobie za cel uzyskanie zysku z prowadzonej działalności gospodarczej. Będziemy dążyć do tego, aby klient uzyskał pełną satysfakcję. Jakość oferowana przez nas musi być wysoka. Poprzez ulotki informacyjne i inne formy reklamy pragniemy dotrzeć do jak największej liczby odbiorców, aby nasza firma była znana na rynku.

II. CELE DŁUGOTERMINOWE

Celem długoterminowym będzie uzyskanie mocnej pozycji na rynku. Jeżeli w przyszłości uzyskamy znaczne zyski i będzie popyt na nasze usługi to firma otworzy nowy lokal w innej dzielnicy miasta.

4. OCENA POMYSŁU (ANALIZA SWOT)

Mocne strony	Słabe strony
- wysoka jakość - niskie ceny - profesjonalna obsługa - sposób podania - wystrój lokalu	- położenie lokalu blisko konkurencji - długi czas oczekiwania na potrawę (wynik z małej liczby pracowników) - słaba znajomość rynku
Szanse	Zagrożenia
- zagospodarowanie klientów i brak samodzielnego gotowania - zmęczenie konsumentów - położenie lokalu koło szkoły i zakładów pracy	- brak klientów - bezrobocie - konkurencja

5. WYNIKI BADANIA RYNKU

5.1. ANALIZA POPYTU

Klientami naszej firmy będą przede wszystkim młodzi ludzie oraz dzieci. Współcześnie obserwuje się nagminny brak czasu i sądzimy, że będą nas odwiedzać często rodzice z dziećmi. Oferujemy dania w niskich cenach i chętnie zjadane przez dzieci, a więc nawet mniej zamożne rodziny mogą korzystać z naszych usług.

5.2. ANALIZA KONKURENCJI

W celu zbadania rynku przeprowadziliśmy następującą ankietę:

-
- 1) Gdy kończy Pani/Pan pracę najchętniej zjada?:
A) szybkie jedzenie B) domowy obiad C) deser
 - 2) W jakim lokalu najchętniej Pani/Pan zjada?:
A) restauracja B) pub C) kawiarnia
 - 3) Za co ceni Pani/Pan najbardziej lokal?:
A) obsługa B) wystrój C) jedzenie
 - 4) Czy zwraca Pani/Pan uwagę na sposób podania potrawy?:
A) tak B) nie C) obojętnie

Bardzo dziękujemy za wypełnienie ankiety!

Z przeprowadzonej ankiety wynika: klient zwraca uwagę na sposób podania potrawy, jakość potrawy, miłą obsługę, najchętniej jada w restauracjach, szybkie jedzenie, domowe obiady jak i desery.

6. STRATEGIA MARKETINGOWA

6.1. PRODUKTY I CENY

Ceny podane są w złotych!

Frytki (3)

Hamburgers (4)

Hot-dog (3,50)

Tortilla (4)

Pizza (6-20)

Zapiekanka (4)

Lody (g. 1,70)

Napoje (2-6)

Koktajle (6-8)

Drinki (10-20)

Ciasta (3-10)

Cheeseburgery (4)

Naleśniki (6)

6.2. PLANOWANA METODA WEJŚCIA NA RYNEK

Aby zachęcić klientów do naszej restauracji za pomocą pracowników będziemy roznosić ulotki oraz darmowe zaproszenia na obiady. Oprócz tego pierwszych 20 klientów otrzyma darmowy drink.

6.3. PROMOCJA

Swoje produkty będziemy promować poprzez bilbordy, ulotki, reklamy radiowe i telewizyjne. Będziemy dbać o wizerunek firmy, posiadamy długopisy i notesy. Na materiałach reklamowych będziemy umieszczać logo, adres i godziny otwarcia firmy.

Swoje produkty będziemy reklamować w Internecie (na własnej stronie WWW), poprzez bilbord – na głównej ulicy miasta oraz plakaty – na słupach ogłoszeń. Ulotki roznoszone będą do domów. Reklamę umieścimy również w lokalnej prasie i TV.

Koszty promocji: na początku znacznie więcej, później miesięcznie około 200 zł.

7. PLAN FINANSOWY

7.1. PLAN NAKŁADÓW INWESTYCYJNYCH

Środki na działalność będą pochodziły z funduszy własnych pracowników. Po rozpoczęciu działalności złożymy wniosek o dotację z programu Unii Europejskiej. Pieniądze zostaną wykorzystane na zakup sprzętu niezbędnego do wyposażenia naszej restauracji:

- stoliki 10x 1500 zł

- kanapy 5x	1500 zł
- fotele 5x	1000 zł
- piekarnik	2000 zł
- ekspres 2x	3000 zł
- zmywarka	1500 zł
- lodówka	1000 zł
- telewizor	1000 zł
- szafki x5	2000 zł
- naczynia	6000 zł
- obrusy i dekoracje	2000 zł
- kuchenka	2000 zł
- garnki	3000 zł

27 000 zł

Przewidywany zysk miesięczny:

Rodzaj wydatku	Wydatki miesięczne
czynsz	400 zł
zakup produktów	2000 zł
energia elektryczna, woda, wywóz śmieci	500 zł
telefon	100 zł
pracownicy (2)	2400 zł
ubezpieczenie społeczne	1500 zł
ubezpieczenie majątkowe	200 zł
reklama	150 zł
razem	7250 zł

Przychód	20000 zł
Dochód	12750 zł
Podatek	2422,50 zł
Zysk	10327,50 zł
Zysk na 1 osobę	3442,50 zł

7. HARMONOGRAM REALIZACJI PRZEDSIĘWZIĘCIA

Rozpoczęcie prowadzenia działalności firmy *Nirwana* planowane jest na dzień pierwszego lipca 2010 r.

W czerwcu 2010 r. planujemy dopełnienie wszystkich czynności związanych z założeniem firmy. Będzie to:

1. Zgłoszenie zamiaru prowadzenia działalności gospodarczej w Urzędzie Miasta i uzyskanie zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej.
2. Zgłoszenie w Urzędzie Statystycznym i uzyskanie numeru REGON.
3. Zgłoszenie w Urzędzie Skarbowym i uzyskanie numeru NIP.
4. Wykonanie pieczętki.
5. Zgłoszenie do ZUS.
6. Założenie rachunku bankowego w Banku Przemysłowo-Handlowym PBK SA Oddział w Gorlicach, ul. Jagiełły 6.
7. Stworzenie strony internetowej i umieszczenia jej w Intemecie.
8. Czynności związane z urządzeniem biura oraz zakup potrzebnych urządzeń.
9. Podpisanie umowy z Telekomunikacją.

8. ZAKOŃCZENIE

Mamy nadzieję, że plan założenia własnej działalności gospodarczej w formie baru szybkiej obsługi, który zamieściliśmy w niniejszej pracy, uda nam się zrealizować w przyszłości. Mocno wierzymy w to, że sukces zależy przede wszystkim od naszej motywacji. Zarządzanie firmą jest nie zawsze łatwe, ale na pewno możliwe i prowadzące do osiągnięcia zysków. Jest również sposobem na samo zatrudnienie.

ZALĄCZNIK NR 1

Konieczne zezwolenia i wymagania:

- a) zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej
- b) NIP (numer identyfikacji podatkowej)
- c) Regon (numer statystyczny podmiotów gospodarki narodowej)
- d) Forma opodatkowania w urzędzie skarbowym
- e) Konto bankowe w banku PKO.SA

