

Biznes plan

Biuro projektowe

Spis treści:

I. Geneza powstania

II. Opis inwestycji

-Dane o inwestorze

-Charakterystyka przedsiębiorcy

III. Rozpoznanie rynku

IV. Plan marketingowy

V. Plan zatrudnienia

-Personel firmy

VI. Techniczno organizacyjny plan działania

I. Geneza powstania

Naszym zadaniem jest stworzenie biura projektowego, które mogło by tworzyć projekty tradycyjne jak i elementy nowej futurystycznej architektury.

Pomysł ten staramy się urzeczywistnić od bardzo wielu lat. Obserwując tradycyjne proste budowle uważamy to za bardzo banalny i nieelegancki sposób tworzenia środowiska, które otacza nas przez całe życie, dlatego też jako przedstawiciele branży projektanckiej staramy się stworzyć nowy nietypowy i przełomowy styl architektury miasta. Jediną opcją wyjścia na ten świat tego pomysłu jest utworzenie biura projektowego. Dodam, iż genezą także jest same rozmieszczenie i lokalizacja biura, które byłoby drugim tego typu biurem w 50-tysięcznym mieście. Ponadto w tego typu biurach poważnym problemem jest długi czas tworzenia poszczególnych projektów. Większość biur ogranicza się do pracy za pomocą tradycyjnych, starych sposobów pracy na nieaktualnych oprogramowaniach. Biuro Project posiadałoby nowe programy typu AUTOCAD PRO 2004.

Z naszych obserwacji wynika, iż większość indywidualnych klientów oraz dużych firm powierza wykonanie projektów w Warszawskich biurach projektowych, gdzie architekci tworzą futurystyczne, kunsztowne linie ciekawe i przyjazne dla oka. Naszym zadaniem jest stworzenie właśnie takiego biura.

Usługi oferowane w naszej miejscowości w istniejącym biurze projektowym chcemy rozwijać i

Firma, którą chcielibyśmy założyć będzie miała charakter usługowy. Bardzo duży nacisk położymy na wysoką jakość świadczonych usług i profesjonalnej porady w zakresie doboru koloru domu, sposobów krycia dachów, oraz wielu innych w sposobie upiększania własnego M, czyli własnego domu. Biuro to nie będzie samym biurem projektowym, lecz także biurem porad i opinii na tematy budowlane.

Ogromnie istotnym i pozytywnym elementem tychże usług będzie aktywne uczestnictwo klienta w tworzeniu swojego mieszkania. Klient nie musiałby wtedy liczyć na wyobraźnię architekta i darzyć go niezmiernym zaufaniem przy tworzeniu domu.

Dawałoby to możliwość na samoocenę prezentowanego obiektu wyglądu na ekranie monitora, dokonanie pewnych uwag, korekt przed podjęciem ostatecznych decyzji związanych z ostatecznym wyglądem własnego domu, biura czy też innego budynku.

II. Charakterystyka przedsiębiorcy

Planujemy zostać współwłaścicielami firmy, której przedmiotem działania jest dziedzina oparta na własnych doświadczeniach oraz zainteresowaniach. Pomimo to zamierzamy pogłębiać naszą wiedzę w tej branży. Najważniejszym atutem, który pozwala nam na podjęcie decyzji, dotyczącej założenia prywatnego przedsiębiorstwa jest umiejętność radzenia sobie w trudnych sytuacjach, wiara we własne siły, a także pewność, że posiadamy cechy dobrych organizatorów. To wszystko sprawia, że będziemy wytrwale dążyć do realizacji wytyczonego celu przy współpracy z właściwie dobraną i doświadczoną kadrą pracowniczą.

Osoba, której powierzone zostaną obowiązki kierownika powinna spełniać następujące warunki:

- doświadczenie w zawodzie projektanta, posiadającego uprawnienia budowlane projektanckie, staż i wszelkiego rodzaju zaświadczenia dotyczące osiągniętych umiejętności
- umiejętność obsługi komputera, znajomość i perfekcyjna obsługa programu AUTOCAD i pokrewnymi programami projektowymi
 - Zdolności organizacyjne, umiejętność pracy w grupie itp.

III. Rozpoznanie rynku

Miejscem działania i rozwoju naszej firmy będzie obszar Ostrołęki i przyległych miejscowości. Poprzez ogłoszenia w prasie i radio lokalne oraz liczne ulotki reklamowe będziemy dążyć do zdobycia potencjalnych klientów wśród klientów indywidualnych oraz firm, ale przede wszystkim nasza oferta będzie skierowana do szerokiej grupy dużych rozwojowych przedsiębiorstw. Dlatego naszymi, głównymi klientami będą przedsiębiorstwa, ponieważ to one w zasadzie ożywiają i pobudzają biura projektowe.

Oczywiście nie możemy zapominać o klientach indywidualnych. Dla nich także stworzone jest nasze biuro, a to ze względu na różnorodność pakietu, możliwości pracowników oraz ich umiejętności.

Należy również zaznaczyć, iż dochody ludności w Polsce są dość istotnym czynnikiem w rozwoju naszej działalności, gdyż tego typu usługi zaliczane są do bardzo drogich. Dlatego też uważamy, że obszar naszej działalności obejmuje ludność, której dochody są na tyle wysokie, aby mogli korzystać z naszych usług.

Ostrołęka to miasto rozwijające się, w którym inwestuje się duże pieniądze w rozwój przemysłu i przedsięwzięć finansowych np. banki, domy handlowe, domy jedno i wielorodzinne. Na terenie tego miasta i przyległych miejscowości mieszka około 100 tysięcy mieszkańców. Jeżeli z naszego biura korzystaliby tylko klienci indywidualni w wieku rozwojowym, czyli w przedziale 25-45 lat, to oznacza, że ilość naszych klientów

można określić na poziomie 80% mieszkańców. Oczywiście dochody mieszkańców, mające zdecydowany wpływ na ich sytuację rodzinną znacznie zmniejszają ich rzeszę. Należy też dodać, iż statystyczny mieszkaniec wydaje na wszelkie usługi budowlano remontowe około 1000 PLN zł. To pozwala nam określić wartość tychże wydatków w skali roku, czyli rozmiary potencjalnego rynku, a mianowicie:

$$25000 \text{ osób} \times 1000 \text{ PLN} = 25000000$$

Jak wiadomo sukces w życiu zawodowym jak i prywatnym w dużej mierze zależy od budowania wizerunku i „dyskretnym” ukazaniu swojego stanu materialnego?

Propozycje rozwoju biura przedstawiamy na przykładzie klientów indywidualnych, pomijając bardziej efektywnych finansowo i rozwojowo, działających na rozwój firmy przedsiębiorców oraz dużych firm, mający zamiar inwestować na atrakcyjnym rynku Ostrołęki.

Znajdując swoje miejsce na rynku będziemy dążyć do określenia swojej pozycji wśród istniejącej konkurencji.

Ocena konkurentów:

Na rynku obejmującym obszar działalności naszego przedsięwzięcia nasze biuro projektowe musi stawić się czoła jednej miejscowej firmie, oferującej zbliżone usługi, choć nie identyczne ze względu na brak ich kompleksowości i oryginalności. Stan naszego największego konkurenta, z którym w celu zaistnienia na rynku musimy podjąć rywalizację przedstawia się następująco:

Biuro projektowe „DOM” ulica Kościuszki, brak reklamy, szyldu informacyjnego, zły stan miejsca pracy, czyli budynku, w którym produkuje się materiały budowlane.

Z danych miejscowego urzędu statystycznego wynika, że w powiecie ostrołęckim w ubiegłym roku wartość sporządzonych projektów budowlanych wynosiła 1.7 Mln. PLN. Pozwala to ustalić ile wynosi łączny udział konkurentów na rynku tych usług:

Ogólna wartość wykonanych projektów itp. W powiecie ostrołęckim w ubiegłym roku: 1.7 mln. PLN	= 100 czyli 100%
Potencjalny rynek usług budowlano projektowych na obszarze Ostrołęki: 1.7 mln. PLN	

Teraz możemy ustalić, jaki udział w rynku będzie dostępny dla mojej firmy, czyli tzw. Nie zajęty udział w rynku:

$$100\% - 50\% = 50\%$$

Ponieważ cały potencjalny rynek wynosi 1.7 mln zł nasza firma może zaoferować usługi projektowe o wartości 850 tys. zł.

Kolejnym etapem, który pozwoli nam zdecydować o podjęciu decyzji związanej z zaistnieniem na nowym rynku jest dokonanie wstępnej prognozy sprzedaży. Przewidując możliwość wykonania usługi na poziomie 850 tys zł w ciągu roku nasz obrót 00 wyniósłby średnio 400 tys zł. Uwzględniając zmiany popytu na projektowe w zależności od pory roku w pierwszych 12 miesiącach przewidujemy następujące wpływy ze sprzedaży: Okres zimy sprzyja dokonywaniu nowych inwestycji na różnego rodzaju projekty budowlane przez klientów indywidualnych jak również firmy, przedsiębiorstwa. Okres ten jest wyjątkowo przyjazny, Gdyż w zimie nie wykonuje się robót budowlanych. Okres wiosny jest także kontynuacją rozwoju biura i regionu w projektowaniu. Można stwierdzić, iż cały rok jest okresem równomiernego rozwoju biura projektowego.

Chcielibyśmy stwierdzić, że w Ostrołęce i w okolicach miasta istnieje tylko jedno biuro projektowe. Nasze biuro będzie konkurencją, co bardzo pobudzi i ożywi gospodarkę i usługi projektowe. Nasza firma oferowała będzie tańsze i szybsze wykonywanie projektów, co będzie działać na szybszy rozwój biura projektowego. A w konsekwencji na gwarantowaną i szybszą spłatę zaciągniętego kredytu w banku.

IV. Plan marketingowy

Podczas zapoznania rynku doszliśmy do wniosku, że aby uniknąć ostrej konkurencji i równocześnie zdobyć sobie klientów należy wykorzystać strategię niszy rynkowej. Klienci, którzy ją tworzą mają wyodrębniony i złożony zbiór potrzeb oraz gotowi są zapłacić wyższą cenę za usługi, najlepiej takie, które zaspokajają ich potrzeby wizualne stworzenia własnego budynku, miejsca pracy. Dlatego też firma planuje przeprowadzić plan marketingowy i reklamowy.

Planujemy przyciągnąć klientów wyższym i bardziej wszechstronnym poziomem usług niż konkurencyjne zakłady:

- Wprowadzając nieznaną na tym terenie kształty i linie w projektowaniu budynków, 7 1.7 7 Profesjonalne porady w zakresie budownictwa
- Angażując i zachęcając klienta do aktywnego uczestnictwa w tworzeniu wizerunku swojego domu itp.
- Urozmaicając klientom czas spędzony w naszym biurze
- Wydłużając godziny otwarcia biura do potrzeb potencjalnych klientów

Chcąc dotrzeć do klientów, którym chcielibyśmy sprzedawać oferowane usługi, zamierzamy w dużym stopniu zainwestować w reklamę bezpośrednią. Polegałaby ona na licznych, odpłatnych ogłoszeniach zamieszczanych w prasie i radiu lokalnym. Ponadto chcielibyśmy również rozsyłać pocztą oraz poprzez akwizytorów broszury informujące o otwarciu salonu oraz jego szerokiej ofercie, wraz z krótkimi, zachęcającymi komentarzami dotyczącymi szerokiej i kompleksowej gamy usług oraz o licznych promocjach z zaprzyjaźnioną firmą budowlaną, reklamującą swoje produkty. Ponieważ planujemy otwarcie naszego biura w okresie wiosennym mamy zamiar pierwszym projektem nowej siedziby sprawić miłą niespodziankę klientom poprzez obraz naszego pierwszego projektu. Mamy nadzieję, że to znacznie ułatwi nam zachęcanie klientów do odwiedzania naszego biura. Istotnym elementem w pomyślnym rozpoczęciu naszej działalności jest również lokalizacja naszego biura projektowego. W związku z tym wybraliśmy miejsce, bardzo atrakcyjne, mieszczące się w centrum Ostrołęki. Ważnym atutem dla sukcesu naszej firmy będzie także wystrój wewnętrzny lokalu, jego wyposażenie oraz wygląd zewnętrzny. W związku z powyższym planujemy by wnętrze naszego salonu było eleganckie, nowoczesnie wyposażone a zarazem przytulne i miłe, w którym klienci będą czuć się dobrze. Odnośnie zewnętrznego wyglądu z pewnością musimy zadbać o ciekawy i wymowny sztyl, jak też elegancką fasadę budynku, co budziłoby zainteresowanie wśród potencjalnych klientów. Linia budynku byłaby charakterystyczna dla naszego stylu projektowania nowych domów mieszkalnych, domów handlowych itp.

Wracając do promocji i reklamy naszego biura należy zaznaczyć, iż niewątpliwie faza wstępna, polegająca na dotarciu i zachęceniu klientów do pojawienia się w nim jest bardzo ważna, dlatego poświęciliśmy jej wcześniej wiele uwagi, ale nie należy zapominać o kontynuowaniu tychże działań. Ma to, bowiem ogromne znaczenie dla utrzymania nowo pozyskiwanych klientów, rozpowszechnianiu naszej oferty i zdobywaniu coraz szerszej rzeszy klientów i przedsiębiorców. W związku z tym w dalszym etapie naszej działalności planujemy część naszych środków finansowych poświęcić reklamie na skalę szerszą niż tylko Ostrołęka i okolice. Wiąże się to nierozdzielnie z cenami oferowanych przez nasze biuro usług. Zakładamy, że będą one od 5 do 10% wyższe niż w konkurencyjnych gabinetach z uwagi na wyższą jakość świadczonych usług, zapewniona poprzez profesjonalistów.

Plan budżetu

ŚRODKI REKLAMOWE I PROMOCYJNE	Miesiące roku kalendarzowego												
	0	I	II	II I	IV	V	VI	VI I	VI II	IX	X	XI	XI I
Ogłoszenia prasowe	10 00	40 0		30 0			20 0			20 0		20 0	
Ogłoszenia w radiu lokalnym	50 0		50 0			50 0							
Anonse w katalogach budowlanych	70 0								30 0				30 0
Reklama w Internecie	30 0	10 0											
Dodatkowe usługi		50 0	50 0	50 0	20 0	20 0	20 0	20 0			20 0	30 0	30 0
Reklama wspólna z reklamą firmy budowlanej		30 0	20 0	30 0	20 0								30 0
Łączne wydatki	16 0	13 0		11 0	40 0	70 0	40 0	30 0	50 0	20 0	30 0	50 0	90 0

Szanse i zagrożenia w realizacji pomysłu.

Pomimo niezaprzeczalnie słabej konkurencji nasza firma ma ogromne szanse zaistnieć na tym rynku, zdobywając klientów poprzez fachowość usług:

- Po kompleksowych usługach zniżka na niektóre usługi
- Zniżka na produkty budowlane z zaprzyjaźnionej firmy ATLAS

Natomiast w dalszym etapie działalności będziemy dążyć do utrwalania opinii o profesjonalizmie mojej firmy.

Wśród działań dających podstawy sądzić o szansach naszego przedsięwzięcia znajdują się:

- Wszechstronność usług
- Kompleksowość oferowanych świadczeń dająca możliwość obniżenia cen pojedynczych, co doprowadzi do zwiększenia konkurencyjności naszej firmy
- Stałe zapotrzebowanie na tego typu usługi
- Umiejętne wykorzystywanie oprogramowania komputerowego w doborze odpowiedniego projektu
- Świadczenie usług również u klienta
- Organizowanie pokazów z wykorzystaniem materiałów zaprzyjaźnionych firm

Jak każde przedsięwzięcie tak i nasze posiada pewne cechy zagrożenia?

- Dotarcie do klienta
- Pozyskanie i utrzymanie wysokiej klasy specjalistów i stabilność kadry pracowniczej
- Trudności w utrzymaniu płynności finansowej

Silne i słabe strony projektowanej firmy.

Mocne strony:

- 1) Doświadczenie w kierowaniu firmą i organizacją pracy
- 2) Atrakcyjna lokalizacja (centrum)]
- 3) Własny lokal usługowy
- 4) Atrakcyjne ceny
- 5) Liczne promocje
- 6) Kontakty z dealerami wiodących firm budowlanych
- 7) Profesjonalna obsługa
- 8) Wysoka elastyczność działania.

Słabe strony:

- 1) Brak dostępu do niskoprocentowych kredytów
- 2) Konieczność zatrudnienia profesjonalnej obsługi w początkowej fazie, co znacznie podwyższy koszty rozwoju działalności
- 3) Duże koszty związane z uruchomieniem działalności.

V. Personel firmy

Do prawidłowego funkcjonowania firmy należy staranne dobranie swoich współpracowników, bowiem powodzenie zależy nie tylko od samego planu działania, ale również od osób zatrudnionych, które będą w stanie ten plan wykonać.

W przypadku naszego przedsięwzięcia przewiduje się następującą obsadę:

- Dwa stanowiska: architekt do spraw instalacji energetycznej i instalacyjnej
- Trzy stanowiska: architekt urbanista
- Jedno stanowisko: architekt wnętrz
- Jedno stanowisko: sprzątaczką

Pozostałe kwestie rozwiążemy samodzielnie.

Ponieważ bardzo zależy nam na tym, aby oferowane w naszym salonie usługi były na tym samym poziomie, co wiąże się z wysokimi umiejętnościami zatrudnionych przez nas pracowników to też niezbędne jest przeprowadzenie rekrutacji.

Poprzedzimy ją ogłoszeniem o naborze wykwalifikowanych osób na wymienione stanowiska w lokalnej prasie i radiu. Następnie zaprosimy chętnych na rozmowę kwalifikacyjną, w czasie, której będziemy chcieli zapoznać się z prezentowanymi przez nich kwalifikacjami, potwierdzonymi odpowiednimi dokumentami i referencjami.

Wymagania wobec pracowników to:

- Wykształcenie wyższe
- Doświadczenia zawodowe; praktyka w biurze projektowym bądź firmie budowlanej o charakterze projektanckim
- Umiejętności dotyczące obsługi programów projektowych

- Odnośnie predyspozycji przyszłych pracowników oczekujemy:
 - Uprzejmości
 - Dokładności, wyobraźni, nowoczesnego spojrzenia na sposób projektowania
 - Poczucia taktu,
 - Odpowiedzialnych, dyspozycyjnych
 - Komunikatywnych

Kolejnym etapem z naszej strony będzie analiza wszystkich kandydatów i wybranie tych odpowiednich na dane stanowisko.

Problem wynagrodzenia zamierzamy rozwiązać na zasadzie:

- Płaca miesięczna stała w wysokości około 1800 zł- dla architekta od instalacji i projektowania wnętrz
- Premię uzależnioną od ilości wykonywanych projektów
- Dodatkowe świadczenia np. opłacanie szkoleń
- Wynagrodzenie sprzątaczkii 550 zł miesięcznie

VI. Techniczno organizacyjny plan działania

Właściwy dobór metody działania może bardzo pomóc firmie zwłaszcza w walce z konkurencją. Dlatego naszym zadaniem jest wyposażenie biura w nowoczesne sprzęty, co z pewnością ułatwi nam zaistnienie i utrzymanie się na rynku.

Lokal, w którym zamierzamy rozwinąć działalność ma powierzchnię 100 m² z pełną instalacją wodno - kanalizacyjną, elektryczną i gazową.

Podstawowy sprzęt, którym zamierzamy wyposażyć nasz salon to:

- Meble do magazynowania dokumentów
- Biurko specjalistyczne do projektowania
- 3 stoły
- 4 komputery
- Drukarka
- Skaner
- Zabudowa i wyposażenie biura projektowego
- 12 krzesełek
- 4 fotele biurowe
- Wyposażenie estetyczny
- 4 aparaty telefoniczne

- 4 biurka, 2 szafy, odzież dla pracowników

Odnośnie zaopatrzenia biura we wszystkie niezbędne materiały i produkty można by wymienić wiele firm i hurtowni, mających siedzibę na terenie Warszawy i Olsztyna. Oczywiście korzystamy z ofert tych firm, które przede wszystkim udzielają nam tzw. Kredytów kupieckich.

Najatrakcyjniejsze oferty handlowe składają m.in. firmy:

1. Dystrybutor produktów firmy ATLAS z siedzibą w Warszawie
 2. Dystrybutor materiałów budowlanych:
- ATLAS
 - BETONSTAL
 - DOMEX
 - Czasopisma MURATOR
 - BOSCH
 - ŻELBETGUENS
 - Oraz inne, mniej znane firmy

Kalendarz organizacyjny

Lp.	Poszczególne czynności	Termin wykonania
1.	Rozpoznanie i analiza rynku	6 miesięcy od V do X
2.	Ustalenie strategii marketingowej	1 miesiąc - listopad
3.	Reklama firmy	1. Miesiąc- grudzień
4.	<p>Rejestracja firmy- zgłoszenie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej w Urzędzie Miasta w Ostrołęce</p> <p>* Urząd Statystyczny- nadanie numeru Regon</p> <p>* Urząd Skarbowy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zgłoszenie obowiązku podatkowego - - nr identyfikacji podatkowej NIP - Zgłoszenie podatnika VAT <p>* ZUS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zgłoszenie jako płatnika - Zgłoszenie do podatnika - Zgłoszenie do ubezpieczenia - * Zamówienie pieczęci firmowej - Założenie konta bankowego 	<p>1.XI.2020 Zaświadczenie do 14 dni</p> <p>14.IX.2020 – Nadanie numery do 7 dni</p> <p>21.XI.2020</p> <p>25.XI. 2020</p> <p>25.XI.2020 – Do3 dni</p> <p>28.XI. 2020</p>
5.	Zgłoszenie w Państwowej Inspekcji Pracy w Warszawie	XII. 2020
6.	Zgłoszenie w Państwowym Biurze Projektowym	XII. 2020
7.	<p>Dokonanie uzgodnień i zawarcie umów z:</p> <p>* Zakład Energetyczny w Ostrołęce</p> <p>* Zakład w Telekomunikacji W Ostrołęce</p> <p>* Straż Pożarna w Ostrołęce</p>	XII.2020
8.	Uzyskanie koncesji na oferowanie usług budowlanych	XII.2020
9.	Opracowanie listy dostawców i wyposażenia materiałów i produktów	XII.2020
10.	Adaptacja lokalu do działalności	XII.2020
11.	Dostawa i montaż- wyposażenie biura	XII.2020
12.	Przeprowadzenie wstępnych rozmów i rekrutacja pracowników	XII.2020

13.	Zawarcie umów z pracownikami	27.XII.2003 Z terminem rozpoczęcia pracy 02.I. 2021
14.	Rejestracja pracowników: <ul style="list-style-type: none"> • Badania lekarskie • Przeszkolenie w zakresie BHP • Angaż • Zgłoszenie do ZUS 	26.XII.2020 28.XII.2020 02.II.2021 02.II.2021

Obliczony kapitał niezbędny do uruchomienia przedsięwzięcia jest wysoki i w związku z tym, mimo zainwestowania własnych oszczędności musimy zaciągnąć kredyt w banku na kwotę 150 000 złotych. PO złożeniu niezbędnej dokumentacji bank może udzielić nam kredytu obrotowego na ww. kwotę w linii kredytowej na okres 2 lat, co oznacza, że w tym okresie będziemy spłacać miesięcznie odsetki od kwoty wykorzystanego kredytu w danym miesiącu. Spłata całości kredytu będzie wymagana po upływie 2 lat. Oprocentowanie kredytu w wysokości 23% w skali roku.