

Business Plan

STRESZCZENIE.....	3
CHARAKTERYSTYKA FIRMY.....	4
OPIS PRODUKTU	5
ANALIZA RYNKU	6
KONKURENCJA	8
MARKETING.....	9
ZARZĄDZANIE PERSONELEM.....	10
PROCES TECHNOLOGICZNY.....	11
ANALIZA FINANSOWA	12
TECHNICZNY PLAN WPROWADZENIA W ŻYCIE.....	17

Streszczenie

Sklep z artykułami wyposażenia wnętrz „TWÓJ DOM”, który rozpocznie swoją działalność w drugiej połowie bieżącego roku jest inwestycją, której zapotrzebowanie na kapitał może być zrealizowane tylko poprzez zaciągnięcie kredytu bankowego. Przedsięwzięcie to charakteryzuje się stosunkowo prostym sposobem realizacji, nie wymaga zaangażowania wyszukanych metod, które wiązałyby się ze skomplikowanym procesem technologicznym czy nowatorskim charakterem działalności. Oczywiście cechy te wpływają na możliwości osiągnięcia powodzenia w przypadku realizacji tej działalności. Celem niniejszego biznes planu jest zatem pokazanie jak kształtują się potencjalne możliwości firmy dotyczące działania w danym środowisku, chodzi także o przekonanie kredytodawców co do pewności zwrotu kredytu wraz z odsetkami bez niebezpieczeństwa bankructwa spółki. Dokument ten próbuje oszacować zjawiska, jakie zaistnieją w przyszłości w firmie i jej specyficznym otoczeniu w przewidywanym okresie jej działalności. Zawarte są w nim podstawowe informacje: jak będzie kształtować się przyszła działalność spółki, jak zostaną zrealizowane poszczególne etapy przedsięwzięcia i wreszcie jak kształtują się oczekiwane zyski.

Charakterystyka firmy

Dane o firmie:

Nazwa:

spółka cywilna

Adres:

Rachunek bankowy:

będzie prowadzony przez IV Oddział Banku Śląskiego w Myszkowie

Telefon: 352 648

FAX: 317 480

Spółka zostanie założona na czas nieokreślony. Pierwotnym obszarem działalności jest teren miasta Myszkowa

Planowane rozpoczęcie działalności: III kwartał 2019 (wrzesień)

Opis produktu

Produktem będzie usługa sprzedaży artykułów wyposażenia wnętrz pomieszczeń mieszkalnych i użytkowych: biur itp. Od samego początku przewidujemy atrakcyjne dla klientów formy sprzedaży. Między innymi ze względu na charakter sprzedawanych towarów a także rodzaj konsumentów podstawową formę zakupów będzie sprzedaż ratalna - co wiąże się z ogólną tendencją dotyczącą wzrastającej liczby kredytów konsumpcyjnych w Polsce a jednocześnie jest już normą w kontaktach konsument - sprzedawca. Ponadto dla klientów nabywających artykuły o wartości przekraczającej określone kwoty przewidziane będą drobne upominki a także co pewien czas dla tych osób po przeprowadzeniu losowania - cenne nagrody rzeczowe - artykuły z naszego sklepu. Prowadzona będzie również, lecz w niewielkim stopniu sprzedaż bezpośrednia oraz na zamówienie z bezpłatnym dostarczeniem do domu klienta. Sprzedaż promocyjna obejmować będzie upusty cenowe i rabaty na towary nowo wprowadzane na rynek. Dogodne godziny otwarcia pozwolą na zakupy ludziom kończącym pracę w późnych godzinach popołudniowych.

Sprzedaż będzie prowadzona w następującym zakresie:

- lampy (w różnych przedziałach cenowych 50-300zł), żyrandole (50-300zł), kinkiety (30-150zł)
- ozdoby ścienne, zegary (20-100zł), obrazy (30-300zł)
- boazerie (20-50zł za m²), panele (20-50 zł za m²), listwy drewniane w szerokim wyborze (20-70 zł za m²), tapety (20-50 zł), płytki ceramiczne (50-150 zł za m²), wykładziny (30-100zł za mb)
- wanny (300-2000zł) umywalki (100-1000zł), armatury(100-400zł), inne elementy wyposażenia łazienek
- meble (100-2000zł)

Ponadto sklep dysponował będzie ofertą innych firm handlowych, a w szczególności tych, zajmujących się handlem akcesoriami stricte biurowymi tzn. meble biurowe, fotele. Oferta ta będzie przeznaczona dla klientów instytucjonalnych, którzy często domagają się natychmiastowych terminów realizacji zamówień i z tego względu taka forma sprzedaży będzie dla nich ciekawa.

Analiza rynku

Rynek, na którym będzie działał sklep to rynek krajowy, ograniczający się do terenu tylko jednego miasta - Myszkowa. Sklep będzie usytuowany w pobliżu centrum miasta koło nowo powstającego osiedla, na skrzyżowaniu dwóch ulic z sygnalizacją świetlną co może mieć wpływ zainteresowanie ofertą. Nie wyklucza się jednak szerszego kręgu klientów. Wielkość rynku określona jest przez ilość mieszkańców miasta tj. około 55 tys.

Ofertę naszą kierować będziemy głównie do ludzi młodych w przedziale wieku 20-30 lat, którzy rozpoczynają samodzielnie życie zakup, wynajęcie mieszkania. Początkowo z uwagi na lokalny obszar rynku, a także liczbę osób mieszkających w bezpośrednim sąsiedztwie naszego sklepu i liczbę konkurentów na obszarze działania liczba potencjalnych klientów waha się w granicach 8-10 tysięcy osób. Dla określenia pojemności rynku przeprowadziliśmy ankietę wśród siedmiuset losowo wybranych rodzin na temat ich planów dotyczących zakupów artykułów wyposażenia wnętrz. Ankieta pokazała, że mieszkańcy Myszkowa mają zamiar w ciągu najbliższych 6 miesięcy wydać na te artykuły średnio 132 zł na osobę. W ankiecie pytaliśmy również naszych respondentów czy opowiedzieliby się za powstaniem w sąsiedztwie sklepu tej właśnie branży Zdecydowana większość (około 85%) była za.

Aktualny popyt utrzymywał się będzie na stałym poziomie, lecz potencjalny jego wzrost leży w ciągłej rozbudowie pobliskiego osiedla. Z naszych informacji wynika, że będzie tu przybywało około 40-50 nowych mieszkań rocznie. Istotny jest również fakt, iż nie jest to jedyne nowe osiedle mieszkaniowe na terenie Myszkowa.

Znaczna liczba konsumentów w ostatnich latach preferuje wykończenia wnętrz przy użyciu listew drewnianych, boazerii, paneli z tworzyw sztucznych, kasetonów, przez co spada zainteresowanie przede wszystkim tapetami. Obserwuje się również odchodzenie od wykorzystywania dywanów na korzyść wykładzin. Oba te zjawiska zamierzamy uwzględnić w trakcie prowadzenia naszej działalności. Innym bardzo ważnym z punktu widzenia naszej spółki faktem jest znaczna liczba nowo powstających pomieszczeń użytkowych głównie biur. Tendencja w tej dziedzinie obejmuje jednak nie tylko nowe lokale użytkowe ale także te, których wnętrza przypominają lata minionego okresu a więc biurowce byłych przedsiębiorstw państwowych, które w chwili obecnej zmieniają swój wizerunek rynkowy i w celu zdobycia prestiżu remontują swoje pomieszczenia - jest to naszym zdaniem bardzo chłonny rynek. Dlatego nasza oferta oprócz sprzedaży będzie w przyszłości obejmowała kompleksowe usługi - projektowanie i wyposażanie wnętrz.

Ogólna analiza szans i zagrożeń tkwiących w otoczeniu wykazała, że popyt na nasze usługi ma atrakcyjny charakter i przeważa tu trend rosnący.

Konkurencja

W Myszkowie znajdują się jeszcze dwa sklepy, których działalność podobna jest do naszej. Sklepy te oferują równie zróżnicowany asortyment. Ponadto na terenie miasta istnieje pięć mniejszych sklepów wyspecjalizowanych w sprzedaży asortymentu zawężonego do jednej grupy produktów np. lampy, meble.

Jakość sprzedawanych wyrobów przez konkurentów jest dość zróżnicowana od bardzo dobrej do niskiej. Sklepy nie posiadają określonych zasięgów działania gdyż ich lokalizacja uniemożliwia rozdzielenie miasta na takie właśnie obszary. Sklepy te znajdują się zarówno w centrum miasta jak i na jego obrzeżach, a także w innych miejscach dostępnych dla klientów. Silne strony konkurentów koncentrują się głównie na dobrej jakości usług i specjalizacji sprzedaży. Słabe strony to stosunkowo mała obecność na lokalnym rynku spowodowana przede wszystkim brakiem promocji, nieatrakcyjnymi formami sprzedaży czy wreszcie po prostu nieciekawymi dekoracjami. Nie istnieje określona marki, która byłaby najchętniej sprzedawana przez konkurencję, ich oferta to produkty i małych i dużych firmy. Czas działania czyli godziny otwarcia sklepów konkurencji podobny jest do planowanego czasu działania naszego sklepu. Możliwości rozwojowe tej części rynku zależą od koniunktury w kraju jak i ilości powstających nowych mieszkań. Przewiduje się możliwość współpracy z konkurencją.

Marketing

Atrakcyjność oferowanych przez nasz sklep produktów w porównaniu z konkurencją polega przede wszystkim na dobrej jakości. Również w związku z przewidywaną dużą skalą obrotów będziemy mogli konkurować cenowo z innymi sklepami, gdyż wielkość sprzedaży pozwoli nam funkcjonować i rozwijać się nawet przy niewielkich narzutach.

Planujemy, że na terenie naszego sklepu będą znajdowały się stoiska firm renomowanych:

- meble - SWARZĘDZ
- sprzęt oświetleniowy - OSRAM, PHILIPS
- płytki ceramiczne - MARAZZI
- wykładziny - KOMFORT

Wnętrze naszego sklepu będzie estetycznie wykonane na podstawie projektu dekoratora wnętrz. Wolna muzyka będzie miała za zadanie uprzyjemnianie zakupów i spotęgowanie miłego nastroju sklepu.

Ze względu na wyniki przeprowadzonych badań, w formie ankiet wśród mieszkańców Myszkowa, na etapie przygotowań do otwarcia sklepu, które stanowiły jeszcze przed otwarciem doskonałą dla niego reklamę, nie uważaliśmy za stosowne wydatkować dużych kwot na promocję i reklamę. Ograniczyliśmy się więc do umieszczenia ogłoszeń w prasie lokalnej i postawieniu kilku tablic reklamowych najbardziej uczęszczanych miejscach, które będą jednocześnie wskazywały lokalizację naszego sklepu.

Jeżeli zabiegi reklamowe nie odnoszą zamierzonych przez nasz skutków, wówczas mamy zamiar zastosować strategię bardziej agresywną (lokalna stacja radiowa telewizja kablowa). Zamierzamy również stosować różnego rodzaju preferencja wobec klienta (obniżka marży przy dużych zakupach, dostarczenie towaru na koszt firmy itp.)

Zarządzanie personelem

Zatrudniony czteroosobowy personel będzie podlegał dwuosobowemu kierownictwu w składzie Andrzej Folwarczyk i Michał Ogórek.

Pracownicy będą pełnili przede wszystkim funkcje sprzedawców - zamierzamy zatrudnić dwóch mężczyzn i dwie kobiety. Mężczyźni, jako fachowcy zajmowali by się obsługą klientów zwracających się o pomoc techniczną. Do ich obowiązków należałoby także pomoc przy rozładunku dostaw towarów, montaż nowych ekspozycji. Kobiety, jedna zatrudniona w skomputeryzowanej kasie, a druga jako ekspedientka. Do obowiązków personelu oprócz obsługi stoisk, będzie należało utrzymanie w czystości i porządku pomieszczeń sklepowych. Przy zatrudnianiu personelu będziemy kierować się wiekiem (do 30 lat), znajomością obsługi prostych programów komputerowych, miłą aparycją i łatwością w nawiązywaniu kontaktów. Od mężczyzn wymagana będzie znajomość podstawowych metod stosowanych przy kafelkowaniu, tapetowaniu i innych czynnościach wykończeniowych. Jest to nieodzowna umiejętność ze względu na fakt, iż klienci są coraz bardziej wymagający.

Proces technologiczny

Majątkiem produkcyjnym naszej firmy będzie sklep, którego powierzchnia wynosi 178 m kw. oraz 40 m kw. zaplecza zawierającego pomieszczenie sanitarne i magazyn.

Głównymi źródłami zaopatrzenia naszego sklepu będą trzy hurtownie, które oferują pełny zakres artykułów, jakie zamierzamy sprzedawać w naszym sklepie. W związku z planowaną sprzedażą tylko za pomocą katalogów prowadzić będziemy współpracę z indywidualnymi producentami, którzy sprzedawać będą tylko na zamówienia.

Mamy również opracowane kalendarium odbywających się cyklicznie targów branżowych, w których zamierzamy uczestniczyć zawierając umowy z wytwórcami, oferując naszym klientom najnowsze rozwiązania pojawiające się na rynkach, przez co znacznie uatrakcyjnimy prowadzoną sprzedaż.

Analiza finansowa

Koszty początkowe

- 1) Wydatki na środki obrotowe
 - potrzebny zapas gotówki300zł
 - wszystkie wydatki opłacone z góry:
 - a) czynsz za pierwszy miesiąc1000zł
 - b) opłata za elektryczność200zł
 - c) ubezpieczenie75 zł
 - d) reklama opłacana przed otwarciem firmy30zł
 - zapasy początkowe8000zł
 - zezwolenia i opłaty administracyjne30 zł
 - pozostałe (ubrania, obrusy itp.)500zł
- 2) Wydatki na środki trwałe przedsiębiorstwa
 - wyposażenie firmy5000zł
 - sprzęt biurowy20zł
 - pojazdy - samochód dostawczy20000zł
 - dekoracje500zł

RAZEM: koszty początkowe35655zł

Miesięczne koszty działalności

- 1) Wydatki związane ze sprzedażą
 - płace sprzedawców1600zł
 - promocja i reklama75zł
 - koszty transportu500zł
- 2) Wydatki ogólnoadministracyjne
 - płace właścicieli1800zł
 - wydatki na prowadzenie biura20zł
 - opłata za telefon50zł
 - czynsz1000zł
 - opłata za prąd, gaz, ogrzewanie1500zł
 - podatki, ubezpieczenia pracowników2300zł
 - ubezpieczenie firmy75zł
- 3) Wydatki na obsługę zadłużenia
 - opłaty bankowe i spłata odsetek870zł
 - miesięczna spłata kredytu625zł

RAZEM miesięczne koszty działalności10436 zł

Potrzebny kapitał:

- koszty początkowe25655zł

- rezerwa (20% ustalonych kosztów początkowych).....7131zł
- miesięczne koszty działalności.....10436zł
- RAZEM.....53222zł

Bilans otwarcia

Aktywa:	Pasywa:
ŚRODKI TRWAŁE:	KAPITAŁY:
<ul style="list-style-type: none"> • maszyny i urządzenia 3000zł • meble i wyposażenie 2500zł • samochód 20000zł 	<ul style="list-style-type: none"> • kapitał własny 23000zł • kapitał obcy: kredyt bankowy 30000zł
ŚRODKI OBROTOWE	
<ul style="list-style-type: none"> • gotówka 300zł • pieniądze na rachunku 18700zł • zapasy produktów 8500zł 	
RAZEM 53000zł	RAZEM 53000zł

Zestawienie spodziewanych dochodów

Planowane obroty.....300000zł
odjąć:

- koszt towarów sprzedanych.....96000zł

Zysk brutto204000zł
odjąć:

- planowane koszty działalności:
- płace, podatki, ubezpieczenia pracowników4460zł
- amortyzacja środków trwałych.....4375zł
- wydatki biurowe1570zł
- ubezpieczenie firmy900zł
- eksploatacja samochodu8000zł
- reklama.....930zł
- odsetki kredytu bankowego.....10500zł
- czynsz.....12000zł

Ogółem koszty działalności42727zł

ZYSK z działalności155623zł

Dochód od zainwestowanego kapitału

A. Zysk netto z planowanego przedsięwzięcia155623zł

B. Kapitał właścicieli.....23000zł

C. Zysk jaki właściciel mógłby uzyskać gdzie indziej43200zł

D. Odsetki jakie można by uzyskać inwestując kapitał gdzie indziej25%

Dochód od zainwestowanego kapitału

$$=(155623-43200):23000=0,483*100\%=483\%$$

Próg rentowności rozważanego przedsięwzięcia

KOSZTY STAŁE	KOSZTY ZMIENNE
<ul style="list-style-type: none">• czynsz 12000zł• płace pracowników 40800zł• odsetki + rata kredytu 18000zł• telefon 600zł• materiały biurowe 240zł• ubezpieczenie firmy 900zł• ubezpieczenie pracowników 17352	<ul style="list-style-type: none">• opłata za energię, wodę, gaz 18000zł• zakupy towaru 96000zł• benzyna 6000zł• promocja reklama 900zł• podatek dochodowy 10500zł
RAZEM 89892zł	RAZEM 131400zł

Koszt zmienny przypadający na złotówkę obrotu = $131400:300000=0,438$

Próg rentowności = $89892:0,438 = 159950$ zł

Kwota zysku = obrót planowany - próg rentowności =

$$=300000-159950=140050*(1-131400/300000)=78707,1$$

Jeżeli firma zrealizuje obrót 159950 to zapewni sobie zysk 78707,1

Przepływy gotówki do końca 1998 roku

	IX-97	X-97	XI-97	XII-97	I-98	II-98	III-98	IV-98	V-98	VI-98	VII-98	VII-98 I-98	IX-98	X-98	XI-98	XII-98
1. Bilans otwarcia	300	189	989	509	1647	2274	2833	2737	2647	2771	2657	2751	2959	2720	2991	2933
Wpływy gotówki	2000	2200	2500	2700	2700	2700	1800	1800	2100	2038	2132	2257	2070	2495	2328	2522
Razem: gotówka w firmie	2030	2318	2898	3650	4347	4974	4634	4535	4747	4810	4790	5009	5030	5215	5320	5455
Koszty stałe	497	497	497	497	497	497	497	497	497	497	497	497	497	497	497	497
Koszty zmienne	1159	1159	1159	1159	1159	1164	660	660	623	1125	1023	1025	1265	1207	1340	1416

Rezerwa 10% bilansu otwarcia	30	119	399	951	648	275	834	736	647	771	658	752	959	720	992	933
Wydatki gotówkowe	1911	1920	1948	2003	2072	2140	1898	1888	1975	2152	2038	2049	2310	2223	2387	2458
Bilans zamknięcia	189	989	509	1647	2274	2834	2735	2647	2771	2657	2751	2959	2720	2991	2933	2996

Techniczny plan wprowadzenia w życie

Realizacja przedsięwzięcia jakim jest powołanie spółki i rozpoczęcie sprzedaży będzie składało się z kilku podstawowych kroków:

1.Sporządzenie umowy spółki	1-2 VIII
2. Rejestracja w ewidencji działalności gospodarczej	4 VIII
3. Otwarcie rachunku bankowego	4 VIII
4. Spisanie umowy najmu lokalu	4 VIII
5. Ubezpieczenie lokalu	20 VIII
6. Podpisanie umów o pracę z personelem	5-6 VIII
7. Modernizacja lokalu - malowanie	7-13 VIII
8. Zamontowanie szyldu	14 VIII
9. Zamontowanie drzwi	14 VIII
10.Transport wyposażenia	15-16 VIII
11.Montaż wyposażenia	18-22 VIII
12.Montaż oświetlenia	21-23 VIII
13.Montaż zabezpieczenia przeciwpożarowego	27 VIII
14.Transport zapasów	27-30 VIII
15.Czynności wykończeniowe	29-30 VIII
16.Planowane rozpoczęcie działalności	WRZESIEŃ '2019