

## **Biznes plan - Fitness Club**

### SPIS TREŚCI

1. WSTĘP 3
2. STRESZCZENIE PROJEKTU PRZEDSIĘWZIĘCIA 3
3. PROFIL I ZAKRES DZIAŁANIA FIRMY
  - 3.1. Historia firmy
  - 3.2. Misja firmy
  - 3.3. Oferta firmy
  - 3.4. Zakres działania firmy
4. ZAŁOŻENIA PLANU STRATEGICZNEGO PRZEDSIĘWZIĘCIA
  - 4.1. Analiza strategiczna
  - 4.2. Szanse i zagrożenia
  - 4.2. Wybór i wdrożenie strategii
5. PLAN MARKETINGOWY
  - 5.1. Strategia marketingowa
  - 5.2. Analiza rynku
  - 5.3. Strategia cenowa
  - 5.4. Strategia promocji i reklamy
6. PLAN ORGANIZACYJNY
  - 6.1. Zasoby ludzkie
  - 6.2. Struktura organizacyjna firmy
7. FINANSE
  - 7.1. Planowane przychody i koszty
  - 7.2. Bilans
  - 7.3. Analiza wskaźników
8. WNIOSKI I PODSUMOWANIE
9. Załączniki 4. Kalendarz organizacyjny 13

## **1. WSTĘP**

Planujemy otworzyć fitness club a po osiągnięciu zadawalających wyników finansowych w przeciągu 2 lat chcielibyśmy rozszerzyć działalność o studio solarium. Podstawowym celem naszej firmy jest osiągnięcie pożądanego udziału w rynku (25%) i tym samym utrzymanie czołowej pozycji wśród dostawców danej usługi z terenu miasta Jaworzna. Pozycja lidera na rynku pozwoli nam zwiększyć skalę usług, jak również pozyskać stałych klientów, co umożliwi obniżenie kosztów jednostkowych i zapewni długotrwałe zyski.

## **2. STRESZCZENIE PROJEKTU PRZEDSIĘWZIĘCIA**

Poniższy biznes plan przedstawia opis firmy działającej w warunkach średniej konkurencji ,której przedmiotem działalności są usługi propagujące zdrowy tryb życia. Nasza oferta charakteryzuje się wysoką jakością (związaną z wyspecjalizowaną kadram) i umiarkowaną ceną. Przedsięwzięcie ma szansę powodzenia ze względu na kształtowanie się nowego trybu życia.

## **3. PROFIL I ZAKRES DZIAŁANIA FIRMY**

### **3.1.Historia firmy**

Firma „Blue” jest spółką jawną, została zawiązana 4 kwietnia 2001 roku przez 4 osoby. Kapitał zakładowy spółki wynosi 40000 zł . Każdy wspólnik wniósł wkład w wysokości 10000 zł. Na nadzwyczajnym zgromadzeniu wspólników spółki „Blue” które odbyło się 10 kwietnia 2001 roku w Gdyni zostały wybrane osoby uprawnione do reprezentowania spółki oraz sposób reprezentacji:

Prezes:

Wiceprezes:

Członek:

Członek:

SIEDZIBA FIRMY:

KONTAKT: tel.:

Tel. kom.:

### **3.2. Misja firmy**

Poprzez świadczone usługi, firma „Blue” pragnie zaspokajać popyt rynku lokalnego. Zaobserwowałyśmy stale rosnące zainteresowanie tego typu usługami, szczególnie wśród kobiet. Coraz więcej osób zaczyna dbać o swoją kondycję oraz wygląd zewnętrzny. Większość z tych ludzi nie orientuje się jednak w możliwościach i sposobach poprawiania natury. Tego typu konsument potrzebuje doradcy i instruktora, posiadającego odpowiednią wiedzę i wykształcenie. Właśnie taką kadrę chcemy zaproponować mieszkańcom miasta Gdyni, którzy korzystając z proponowanych przez nas usług będą mogli dobrać odpowiednie dla siebie zestawy ćwiczeń, poradzić się specjalisty, skorzystać z różnych form masażu i mamy nadzieje, że w przyszłości będą mogli również używać

profesjonalnego i nowoczesnego solarium. Firma „Blue” prowadziła będzie swoją działalność z pełną świadomością i odpowiedzialnością wobec odbiorców i ich potrzeb. Realizując założone przez nas cele będziemy dostarczać klientom produkt o średniej jakości zapoznając się ze wszystkimi zmianami technologicznymi obowiązującymi naszą firmę i utrzymując urządzenia w dobrym stanie technicznym. Jednocześnie konkurować będziemy z obowiązującymi zasadami. Firma „Blue” wierzy, że wszystkie opisane elementy polityki są zbieżne i wewnętrznie zgodne.

### **3.3. Oferta firmy „Blue”**

Fat burning tzw. spalacz tłuszczu — ćwiczenia w progu oddechowym dostosowane do wytrzymałości indywidualnej ćwiczącego (pomiar tętna). Celem treningu jest redukcja tkanki tłuszczowej i modelowanie sylwetki. Polecany w programie anty – cellulitowym

ABT Gimnastyka francuska - trening siłowo-wytrzymałościowy i szybkościowy, ma na celu wzmocnienie wszystkich grup mięśni, zawiera prostą choreografię.

TBC Ćwiczenia modelujące - w toku lekcyjnym używa się hantli lub taśm dyna-band; głównym celem zajęć jest redukcja tkanki tłuszczowej i modelowanie, kształtowanie sylwetki.

Circuit Obwód treningowy - forma zajęć wykorzystująca w jednym toku lekcyjnym naprzemiennie przyrządy ćwiczące: obciążniki, hantle, taśmy dyna-band, piłki lekarskie, stopnie itp.. Obwód pozwala na równoczesne ćwiczenie siły mięśni i wytrzymałości ogólnej. Jedna z najbardziej wszechstronnych form treningowych. Step zajęcia składają się z aerobikowej rozgrzewki, fazy ćwiczeń na stepie, rozciągania oraz ćwiczeń w pozycjach izolowanych.

Crazy Step schemat lekcji jest podobny do w/w zajęć stepu, formę tę cechuje dynamika i intensywność, wprowadza się nawet skomplikowane układy choreograficzne (polecane dla osób zaawansowanych).

Tae-Bo lekcję treningową charakteryzuje zestaw ciosów, kopnięć i ostrych zatrzymań oraz serie kontrolowanych napięć grup mięśniowych. Wysoki koszt energetyczny zajęć. Polecane dla kobiet i mężczyzn. Prowadzi Krzysztof Kęsek, mistrz Kung-Fu.

Tai-Chi to chińska medytacja w ruchu. Polega na wykonywaniu w skupieniu i wolnym tempie ruchów tworzących sekwencje i układy wpływające na przepływ energii \"chi\". Prowadzi Krzysztof Kęsek, instruktor tai-chi.

Hatha Joga to forma zajęć oparta na technikach wschodu. Przebojem staje się joga-robic (połączenie jogi i stretchingu).

Stretching Ćwiczenia, które poprawiają sylwetkę, zapobiegają kontuzjom i rozciągają mięśnie, jednocześnie odprężają.

Gimnastyka specjalistyczna Dla osób z nadwagą. Dla osób starszych, powyżej 50. roku życia

Instruktorzy szkoleni są według najnowszych światowych trendów fitness. Fachowość

ich poparta jest licznymi certyfikatami UNIVERSITY REEBOK oraz innych ośrodków szkoleniowych. To dzięki nim zajęcia grupowe są ciekawe i bezpieczne, a treningi indywidualne odpowiednio dobrane do potrzeb klientów

### **3.4.ZAKRES DZIAŁANIA FIRMY**

Podstawowym celem działalności spółki jest zaistnienie na rynku oraz zdobycie i utrzymanie pozycji lidera na terenie miasta Gdynia. Sytuacja ta pozwoli nam osiągnąć zyski, dzięki którym będziemy w stanie rozszerzyć ofertę o dodatkowe usługi typu: solarium i sauna. Nasz klub mieści się w klimatyzowanych pomieszczeniach, oferując estetyczne wnętrza, mnóstwo przestrzeni i niepowtarzalną, sportową atmosferę. Zajęcia z aerobiku odbywają się na nowej sali liczącej 110 m<sup>2</sup>. Po każdym zajęciach można skorzystać z kompleksów sanitarnych znajdujących się w naszym klubie.

Wszystko w cenie karnetu:

Bilet 7,00 PLN

karnet 1 raz w tygodniu (4 wejścia) 22,00 PLN.

karnet 2 razy w tygodniu (8 wejść) 44,00 PLN.

Zajęcia prowadzone są przez doświadczonych instruktorów - nauczycieli aerobiku.

Odbywają się w weekendy w godz. 13.00 - 17.00 (łącznie 70 godzin lekcyjnych).

Przygotowują do prowadzenia samodzielnie zajęć z różnych form aerobiku.

Zakres: Struktura lekcji, Zasady kreowania choreografii, Metodyka, Praca z muzyką, techniki aerobiku: Hi-Lo, Low, Bezpieczeństwo ćwiczeń, Anatomia i Biomechanika ruchu.

## **4.ZAŁOŻENIA PLANU STRATEGICZNEGO PRZEDSIĘWZIĘCIA**

### **4.1.ANALIZA STRATEGICZNA**

Firma „Blue” przeprowadziła analizę SWOT uważając ją za najbardziej kompleksową ze wszystkich metod analizy strategicznej. Najogólniej mówiąc zbadaliśmy silne i słabe strony naszego przedsiębiorstwa oraz pojawiające się przed nim szanse i zagrożenia przyjmując dziesięciostopniową skalę ocen. Wyniki przeprowadzonej analizy przedstawiają poniższe tabele i wykresy:

#### **SILNE STRONY OCENA W SKALI (0-10)**

Znajomość obsługi komputera 10

Własny sprzęt komputerowy i ogólna dostępność do niego 9

Wewnętrzna kooperacja i koordynacja 7

Umiejętności menedżerskie właścicieli 8

Wspólne dążenie do określonego celu 10

Jakość sprzętu 9

Wysoka gwarantowana jakość usług 10

Zdolność do innowacji 8

Przewidywany wzrost popytu na usługi 9

Średnia konkurencja na rynku lokalnym 9

Bardzo dobre kontakty osobiste kierownictwa firmy na danym rynku lokalnym 10

Stosowanie nowoczesnych metod marketingowych 8  
Ambicje personelu 9  
Ogólna organizacja i pełne poświęcenie 10  
SŁABE STRONY OCENA W SKALI (0 – 10)  
Niewystarczające własne środki finansowe 7  
Małe doświadczenie praktyczne 6  
Brak dokładnego rozeznania zasad działalności wszystkich obecnych na rynku firm 9  
Mała podaż na rynku odpowiednich fachowców 9  
Niewystarczająca ilość czasu 10  
SŁABE STRONY SILNE STRONY  
32,54% 67,46%

#### **4.2.SZANSE I ZAGROŻENIA**

SZANSE OCENA W SKALI (0-10)  
Stały kontakt z arbitrem gry 8  
Szansa przełożenia zdobytej wiedzy na rzeczywistość 4  
Szansa samodzielnego działania i ponoszenia odpowiedzialności 7  
Zwiększenie udziału w rynku 6  
Szansa odkrycia predyspozycji zawodowych 5  
ZAGROŻENIA OCENA W SKALI (0-10)  
Konkurencja 10  
Mała ilość przedmiotów kładących nacisk na praktykę 6  
Faza cyklu życia wyrobu 9  
Możliwość pojawienia się substytucyjnych wyrobów 7  
Złe decyzje innych firm (zaburzenia na rynku) 10  
SZANSE ZAGROŻENIA  
41,67% 58,33%

#### **4.3 WYBÓR I WDROŻENIE STRATEGII**

W oparciu o przeprowadzoną analizę SWOT firma „Blue” zdecydowała się realizować strategię polegającą na wykorzystaniu stwarzanych przez otoczenie szans wykorzystując do maksimum swoje mocne strony w celu ciągłego budowania przewagi konkurencyjnej i tym samym zwiększenie udziału w rynku. Strategię tę przedstawia poniższa macierz:

Czynniki pozytywne Czynniki negatywne

Czynniki  
Zewnętrzne

Czynniki  
Wewnętrzne

## **5. PLAN MARKETINGOWY**

### **5.1.Strategia marketingowa**

Firma „Blue” realizowała będzie strategię „penetracji rynku”, której punktem wyjścia jest dana usługa i istniejący rynek. Podstawowym założeniem jest dostarczanie produktów o średniej jakości po umiarkowanych cenach. W związku z tym realizując strategię „penetracji rynku” będziemy dążyli do zwiększenia sprzedaży usługi poprzez następujące działania:

- Osiłanie własnego pola działania (ochrona dotychczasowego rynku zbytu przed konkurencją).
- Naszą uwagę skoncentrujemy głównie na pogłębionej segmentacji rynku, identyfikowaniu specjalnych segmentów rynku, nabywcach często korzystających z usług oraz poszukiwaniu nowych kanałów dystrybucji;
- Zwiększanie udziału w rynku poprzez przyciąganie nowych nabywców (odciąganie ich od usług konkurencyjnych), stosowanie obniżek cen, zwiększanie stopnia intensywności dystrybucji i aktywizacji sprzedaży.
- Zwiększanie sprzedaży usługi dotychczasowym nabywcom poprzez intensyfikowanie wzrostu częstotliwości korzystania z usługi.
- Wybraną strategię realizować będziemy przy pomocy bieżących decyzji operacyjnych korygowanych poprzez reakcję na zmiany w otoczeniu. Ze szczególną uwagą śledzić będziemy działania konkurentów biorąc pod uwagę koszty zakupu informacji ich dotyczących.

### **5.2 Analiza rynku**

W oparciu o ankietę przeprowadzoną na 100 osobowej grupie mieszkańców Jaworzna opracowałyśmy prognozę popytu na nasze usługi na trzy letni okres. Prognozę te przedstawia poniższy wykres:

### **5.3.Strategia cenowa**

Realizując strategię cenową firma „Blue” dążyła będzie do osiągnięcia pożądanego udziału w rynku, który jednocześnie będzie podstawą osiągnięcia większej skali usług, co z kolei umożliwi obniżenie kosztów i osiągnięcie większych zysków.

Ustaliliśmy minimalną cenę usługi na kwotę 8zł za godzinę. Jednocześnie dopuszczamy możliwość krótkookresowych obniżek tej ceny uwarunkowanych sytuacją cenową na rynku.

W dalszym etapie naszej działalności będziemy starali się dostosować wysokość ceny usługi do jej jakości oraz pożądanego poziomu sprzedaży.

#### **5.4.Strategia promocji i reklamy**

Polityka firmy „Blue” opierała się będzie na reklamie w lokalnych mediach. Zaczynając od pierwszego kwartału reklamować będziemy nasze usługi poprzez jaworznicką telewizję przeznaczając na ten cel maksimum 500 zł w każdym kwartale. Zastanowimy się również nad innymi mediami reklamowymi, głównie drukowanymi jak tygodniki. Planujemy też stworzyć elektroniczne wizytówki oraz ulotki, których projekty przedstawiamy w załącznikach. Ponadto stosować będziemy szeroko rozwinięte akcje promocyjne przejawiające się np. w: kartach stałego klienta i rabatach.

### **6. PLAN ORGANIZACYJNY**

#### **6.1.Zasoby ludzkie**

Kierownictwo: Ilona Gołek, Irena Baranowska, Rafał Witkowski, Tomasz Pudysiak

#### **KADRA PRACOWNICZA:**

Alicja Bobryk: ur. w 1974 r.,

Trenuje dyscyplinę sportu- ringo. Zdobyła w niej wszystko, co może zdobyć sportowiec. Wielokrotna medalistka- Mistrzyni Świata, Europy, Polski, Czech , Kenii. Członek Kadry Narodowej Ringo oraz Sędzia Międzynarodowy. Absolwentka wyższych studiów magisterskich AWF w W-wie, które ukończyła z wynikiem bardzo dobrym. Aktualnie na Podyplomowych Studiach Menedżerskich. Ponadto instruktorka tenisa ziemnego, młodszy ratownik WOPR, żeglarz jachtowy (patent). Posiada Dyplom Międzynarodowego Seminarium z zakresu kultury fizycznej, które odbyło się w Finlandii. Dodatkowe zainteresowania to m.in. narciarstwo, windsurfing, turystyka, sztuka.

#### **6.2.STRUKTURA ORGANIZACYJNA FIRMY**

##### **(SPECJALIŚCI):**

Specjalista ds. marketingu – Andrzej K.

Zakres czynności:

Udział w kampaniach reklamowych celem pozyskania klientów, planowanie i organizowanie udziału w seminariach, konferencjach, wystawach i targach, przygotowanie koncepcji i koordynacja realizacji przedsięwzięć mających na celu reklamę produktu, przygotowanie projektów materiałów reklamowych i promocyjnych, kontrola działań marketingowych

Specjalista ds. finansowych – Tadeusz L.

Zakres czynności:

Przygotowywanie planów rzeczowo-finansowych, prowadzenie bieżących rozliczeń finansowych, sporządzanie okresowych sprawozdań z działalności, opracowywanie planów budżetowych, prowadzenie ewidencji wydatków oraz ich kontrola.

## **7.Finanse**

### **7.1. Planowane przychody i koszty**

Przedstawiamy poniżej sposób ustalenia przez nas planowanego zysku, jaki zamierzamy osiągnąć po pierwszym miesiącu działalności. w poniższym zestawieniu planowanych zysków i strat można również przyjrzeć się wysokością założonych przez nas kosztów i przychodów oraz wyników, jakie mamy szansę uzyskać na poszczególnych działaniach naszej firmy.

Rachunek zysków i strat spółki „Blue”

I Przychody ze sprzedaży 14310,-

Koszty sprzedaży 8560,-

Wynik na sprzedaży 5750,-

II Przychody z pozostałej działalności operac. 100,-

Koszty z pozostałej działalności operac. 32,-

Wynik z działalności operacyjnej 5818,-

III Przychody finansowe 3300,-

Koszty finansowe 700,-

Wynik z działalności gospodarczej 8418,-

IV Zyski nadzwyczajne 22,-

Straty nadzwyczajne 0,-

Wynik brutto 8440,-

V Podatek dochodowy 3376,-

Wynik netto 5064,-

Zgodnie z zestawieniem zysk otrzymany z prowadzonej przez nas działalności osiąga wartość 5064 zł.

### **7.2 Bilans**

Bilans spółki „Blue”

Aktywa 58435 Pasywa 58435

I Aktywa trwałe 43416 I Kapitał własny 50064

Wartości niemater. I prawne 2000 Kapitał podstawowy 40000

Środki trwałe 12916 Kapitał zapasowy 5000

Inwestycje długoterminowe 28500 Zysk 5064

II Aktywa obrotowe 15019 II Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania 8371

Rachunek bankowy 11819 Zobowiązania z tyt. Wynagrodzeń 6521

Kasa 3200 Zobowiązania publ. – prawne 850

Zobowiązania wekslowe 1000

Prezentowany bilans został zestawiony na koniec pierwszego miesiąca działalności naszego przedsiębiorstwa. Postanowiłyśmy przedstawić taki a nie inny bilans ze względu na fakt, iż bilans zestawiony na początek działalności byłby niepełny oraz przedstawiałby nieprawdziwe dane, co związane jest z brakiem pewnych



podstawowych pozycji powstających dopiero w toku działalności.

### **7.3 Analiza wskaźników**

Analizę bilansu przeprowadziliśmy metodą wskaźnikową. Obliczenia zostały umieszczone w załączniku

Stopień efektywności zaangażowanych w naszej firmie środków postanowiliśmy zbadać stosując do tego wskaźniki rentowności aktywów i kapitałów własnych. Zarówno jeden jak i drugi daje zadowalające wyniki. I tak, zgodnie z powyższym, stopa zysku jest równa w przybliżeniu 9%, co oznacza, iż na każdą zainwestowaną w naszym przedsięwzięciu złotówkę zarabiamy niemal 0,09 zł. Ogólnie uważa się, że jest to dobry wynik. Z kolei wskaźnik rentowności kapitałów własnych uzyskuje wartość 10% i oznacza on, że po miesiącu prowadzenia naszej działalności otrzymamy 10% zwrotu z zainwestowanych w nią kapitałów. Pokazuje on zatem, iż zysk otrzymany z włożonego kapitału potwierdza dobrą kondycję firmy i brak konieczności wycofania tych kapitałów. Kolejną istotną sprawą jest ustalenie płynności finansowej, której poziom wyraża się w stopniu łatwości przekształcenia składników majątkowych w pieniądź. Sprostaliśmy i temu wymogowi. Wskaźnik pokrycia majątku trwałego kapitałem własnym jest równy 115%, co wskazuje, iż spełniona została podstawowa zasada utrzymania płynności finansowej, tzw. złota reguła bilansowa. Zgodnie z tą zasadą cały majątek trwały jest pokryty kapitałem własnym, ponadto 15% tego kapitału finansuje też aktywa obrotowe. Firma nasza jest więc w stanie w każdym momencie uregulować pojawiające się zobowiązania. Inny miernik, wskaźnik płynności bieżącej osiąga dla naszego przedsiębiorstwa wartość 1,8 i mówi, że posiadanymi przez nas aktywami jesteśmy w stanie pokryć dwa razy tyle bieżących zobowiązań.

Przedstawiona analiza bilansu pokazuje, iż pierwszy miesiąc działalności naszej spółki upłynął pod znakiem pomyślności, o czym świadczy dobra kondycja finansowa przedsiębiorstwa, ukazująca wysoki stopień płynności oraz rentowność naszego przedsięwzięcia.

### **8. WNIOSKI I PODSUMOWANIE:**

Niniejszy biznes plan koncentruje się na opisie ustaleń, analiz i prognoz wyznaczających cele firmy „Blue” oraz sposobów ich realizacji. Jak łatwo zauważyć, został on skonstruowany jako pewnego rodzaju przewodnik w działaniach kadry zarządzającej firmą oraz urządzenie umożliwiające sprawne jej prowadzenie.

Przedstawia całość zamierzonych działań firmy produkującej i sprzedającej daną usługę. Naszą działalność oprzemy na realizacji założeń i strategii opisanych powyżej, które – mamy nadzieję - przyniosą naszej firmie oczekiwane rezultaty.

### **9 ZAŁĄCZNIKI:**

Ankieta przeprowadzona na 100 jednostkach – Gdynia 17.IV.2002

Czy uprawiasz czynnie sport?

- tak: 63%
- nie: 27%

Ile godzin tygodniowo poświęcasz na sport?

- w ogóle: 27%
- od 1 do 3: 44%
- od 3 do 5: 21%
- więcej niż 5: 8%

w jakich godzinach najchętniej ćwiczysz?

- w ogóle: 27%
- rano: 13%
- w południe: 22%
- wieczorem: 38%

Czy chciałbyś (chciałabyś) uczęszczać do fitness klubu?

- tak: 68%
- nie: 32%

Ile pieniędzy jesteś przeznaczyc na sport tygodniowo?

- nic: 30%
- od 5 do 20 zł: 46%
- od 20 do 50zł: 19%
- więcej niż 50zł: 5%

Z czego najchętniej korzystasz:

- z niczego: 27%
- aerobik: 37%
- sauna: 6%
- basen: 15%
- masaż: 4%
- siłownia: 11%

Czy podobają ci się istniejące fitness kluby w Gdyni?

- nigdy tam nie byłem (byłam): 29%
- nie: 49%
- tak: 22%

Czy jesteś zainteresowany powstaniem nowego fitness klubu?

- tak: 75%
- nie: 25%

Czego wymagałbyś od fitness klubu?

- niewysokie ceny
- wyspecjalizowana kadra
- bliskość domu
- dobry sprzęt
- dostępność w godzinach wieczorowych

Wskaźniki:

1. Wskaźnik pokrycia majątku trwałego kapitałem własnym= kapitał własny/ majątek trwały\* 100% =  $50064/43416*100\%=115\%$
2. Wskaźnik rentowności aktywów = zysk netto/aktywa\*100% =  $5064/58435*100\% = 9\%$
3. Wskaźnik płynności bieżącej = aktywa bieżące/ pasywa bieżące\*100% =  $15019/8371*100\% = 1,8\%$
4. Wskaźnik rentowności kapitałów własnych = zysk netto/ kapitały własne\*100% =  $5064/50064*100\% = 10\%$