



3.cvičení

obchodní plán společnosti **getAcoffee**

Kavárna a studovna „getAcoffee“, s.r.o.

Je útulná, moderní kavárna a studovna v centru Prahy, která je útočištěm pro milovníky kávy a zapálené studenty, hledající místo na relaxaci či studium.

Pro podnikání jsme zvolily společnost s ručením omezeným, protože do budoucna plánujeme otevřít další dvě pobočky, provést investice spojené se stavebními úpravami, nákup strojů a najmutí dalších zaměstnanců na hlavní pracovní poměr.

Odhad obchodní marže pro naše podnikání je příznivých 50%.

Předmětem podnikání je kavárna a studovna zaměřena na vysokou kvalitu poskytovaných služeb či produktů.

Zaměstnanci

Pro plynulý chod naší firmy jsou zapotřebí tři baristky/baristé a tři číšnice/číšníci na hlavní pracovní poměr, jedna účetní. Průměrná měsíční mzda byla stanovena na 15 000Kč měsíčně.

Analýza makroprostředí- STEP analýza

- Social
 - naše společnost chce vést mladé lidi k tomu, aby **studovali, motivujeme je a podporujeme je ke vzdělávání**
 - taktéž podporujeme děti z dětských domovů ke studiu a každý měsíc jim přispíváme na plnohodnotné vzdělání
- Technological
 - zhodnocení prostředí z pohledu technologického je dnes jedinou **překážkou Elektronická evidence tržeb**
- Economic
 - v dnešní době je **ekonomický trh stabilní**
 - naše společnost si bude chtít zachovat stále udržitelný obrat
- Political
 - v zemi je **politická stabilita**, tudíž se nemusíme bát žádných velkých změn až na **možné budoucí zvyšování daní**

Analýza mikroprostředí

Produkt

Místo ve studovně si budou moci zákazníci předem zarezervovat či dokonce předplatit. Cena se bude odvíjet od počtu studentů, kteří přijdou studovat od jedné koruny za minuty až po pět korun za minutu.

Kavárna nabízí svým zákazníkům tzv. STC, což je univerzální káva (tedy dvojité espresso s trochou mléka a naší tajnou ingrediencí), což je velmi populární, stejně tak jako jiné druhy kávy či čaje, které i těm nejnáročnějším zákazníkům nabízíme. Doplnkový sortiment tvoří domácí koláče, buchty, dorty, cupcakes, sendviče či jiné pochoutky k zakousnutí.

Jakožto kavárna a studovna jsme si vědomy toho, že konkurence číhá na každém rohu, tudíž se snažíme neustále inovovat naši službu, co nejvíce to jde.

- studovna otevřena nonstop v nejvytíženějších obdobích (tedy od ledna do března a poté od května do června)
- kavárna bude každý měsíc hostit začínající talenty a jejich kapely
- pořádání workshopů a pop-upů

Dodavatelé

Snaha navázat kvalitní a dlouhodobé vztahy s klíčovými dodavateli. Vzhledem k tomu, že si naše společnost zakládá na prvotřídní kvalitě, jednáme jen s těmi nejlepšími dodavateli kávy, čaje, čokolády a s jinými.

Distribuce

Místo odbytu bude v našich kamenných obchodech a bude probíhat osobním kontaktem. Odbyt budeme také hledat na veletrzích, kde se často shromažďují studenti a kde by jim dobrá káva přišla vhod (viz. na akci Gaudeamus).

Propagace

Jakožto začínající kavárna s omezeným rozpočtem se budeme snažit pracovat hlavně na dobrém PR. Kampaň zaměříme v první řadě na cílovou skupinu a její jasné charakteristiky, tak aby je reklama pobavila, pochopili ji a zároveň je donutila si o nás najít další informace a zastavit se nejen v kamenné prodejně, ale také na našich stránkách či sociálních sítích. Reklama bude outdoorová - plakáty, citylight, lavičky v okolí naší pobočky či poblíž škol. Zároveň také připravíme vizitky pro obchodní partnery, kelímky na kávu s naším logem, které necháme vyrobit ve více velikostech.

Tvorba cen

Budeme vycházet z podrobné kalkulace nákladů. Naším hlavním cílem pro tvorbu cen je, aby v průběhu dalších několika let (cca deseti let) jsme zajistily kladný tok peněz do našeho rozpočtu, zároveň abychom byly schopné splácet náš úvěr a v neposlední řadě byly schopny vyplácet mzdy našim zaměstnancům. Ceny chceme zachovat přiměřené cílové skupině, ale také je důležité brát v potaz, že kvalitní produkty, jsou dražší než ty rychle dostupné.

Konkurence

Kávový řetězce Starbucks, CostaCoffee nebo kavárna jako Cafedu jsou pro nás největší hrozbou, ale rozhodně ne hrozbou, kterou nemůžeme překonat. Stupeň konkurence je střední. Zaměřujeme se na zákazníky, kteří se nespokojí s průměrnou kávou. Možní noví konkurenti tu jsou, tudíž se tomu budeme snažit předejít neustálou inovací.

SWOT analýza

Silné stránky

- důraz na příjemné prostředí, milí personál, moderní zázemí, kvalitní káva s vytríbených kávových zrn, domácí pečivo
- studovna s možností studia nonstop, vzdělávací workshopy či pop-upy, jiné doprovodné akce

Slabé stránky

- nevyhovující cena, která je zapříčiněna kvalitou

Příležitosti

- zvyšující se zájem zákazníků o kvalitnější a domácí výrobky
- navštěvují nás i zahraniční studenti z programu Erasmus +, protože pro ně připravujeme uvítací večírek, tudíž je to pro nás příležitost jak rozšířit podvědomí o značce

Hrozby

- souvisí s politickou nestabilitou- zvyšování daní či špatné podmínky pro podnikání
- zdražení vstupů, které odbírám od dodavatelů

Finanční plán

Investice do stálých aktivit nás vyjde na 6 milionu Kč (zahrnuje nákup stroje a zařízení, potřebné stavební úpravy). Doba splácení bude 30 let.

Očekávané průměrné denní tržby budou ve výši 30 000 Kč, tj. 10 800 000 ročně při provozu 360 dní v roce. Obchodní marže jsme stanovily na 50% - tj. očekáváme náklady na materiál ve výši 5 400 000 Kč ročně.

Zaměstnávat budeme 7 pracovníků na HPP s průměrnou hrubou mzdou ve výši 15 000 Kč, ročně tudíž na tyto náklady vydáme 1 260 000 Kč. Další náklady činí sociální a zdravotní pojištění za naše pracovníky, které činí 338 000 Kč ročně.

Náklady na energii budou 20 000 Kč měsíčně, tj. 240 000 Kč ročně.

Ostatní náklady 150 000 Kč, pojištění a rezervy činí 100 000 Kč ročně.

Forecast na rok 2017 předpokládejme zisk 900 000 Kč před zdaněním. To nám tedy umožní splácet úvěr a ještě by nám mělo zbýt 500 000 Kč, které bude možné investovat do dalšího rozvoje či inovace firmy. Obchodní controlling - pozitivní výsledek forecastů tedy s přebytkem hotovosti.