

# BIZNES PLAN - PRZYKŁAD PIEKARNI „CHLEBAK” (ZAŁ. 13)

## CZĘŚĆ 1.

### Podstawowe informacje dotyczące firmy

**Imię i nazwisko:** Basia Wysocka

**Nazwa firmy:** Piekarnia CHLEBAK

**Numer telefonu:** 6666640400404

**E-mail:** piekarnia.chlebak@wp.pl

**Strona internetowa:** www.piekrniachlebak.pl

#### Krótki opis firmy:

Piekarnia „Chlebak” to nowa piekarnia, usytuowana przy ulicy Kolejowej, 5 minut od ruchliwego dworca kolejowego, u zbiegu wielu linii autobusowych. Mamy nadzieję, że zakupy w niej będą dokonywać różnorodni klienci - od osób dojeżdżających do pracy w pośpiechu do mieszkańców tej okolicy. W lokalu jest miejsce na stworzenie małej kawiarni, gdzie jednocześnie 20 klientów będzie mogło usiąść, napić się kawy, zjeść kanapkę i skorzystać z bezpłatnego Wi-Fi.

Początkowe koszty działalności pochodzą z oszczędności osobistych, pożyczki komercyjnej z banku Santander i pieniędzy zebranych w ramach kampanii finansowania społecznościowego. Firma będzie dążyć do stabilnego funkcjonowania na rynku, w tym do zwiększenia przychodów ze sprzedaży z 235 000 zł w pierwszym roku do 440 000 zł w trzecim roku z zyskiem netto w wysokości 90 000 zł rocznie.

Jako firma jesteśmy świadomi, że w okolicy, w której zamierzamy działać będzie to jedna z pierwszych tego typu inwestycji. Naszym celem społecznym jest zapewnienie lokalnej społeczności korzyści z uruchomienia takiego biznesu właśnie w tym miejscu. Firma będzie współpracować z lokalnymi podmiotami, aby wszyscy interesariusze czuli, że skorzystają na uruchomieniu takiej działalności w ich okolicy. Planowane jest zatrudnienie praktykanta z lokalnej szkoły zawodowej. Ponadto będziemy prowadzić regularne kursy dla osób zainteresowanych nauką pieczenia, które to będą otwarte dla wszystkich, a stawka za uczestnictwo w nich będzie opierała się na zasadzie „płacisz, ile możesz”. Będziemy reklamować ofertę szkoleniową naszej firmy za pośrednictwem lokalnych mediów (w ten sposób będzie wpierana tzw. lokalna ekonomia).

# BIZNES PLAN - PRZYKŁAD PIEKARNI „CHLEBAK” (ZAŁ. 13)

## Co planujesz sprzedawać? (towar lub usługa)

Firma „Chlebak” będzie produkować i sprzedawać wysokiej jakości ciasta i ciastka, kanapki, kawę, herbatę i inne napoje bezalkoholowe. Będzie dostarczać ciasta na uroczystości, wesela i przyjęcia.

Na organizowanych przez firmę kursach pieczenia będziemy zachęcać ludzi do przygotowania własnego chleba przy użyciu niedrogich i zdrowych składników.

## CZĘŚĆ 2.

### Identyfikacja potrzeb

#### Jaką potrzeby na rynku zidentyfikowałeś/aś?

Chcielibyśmy przyczynić się do rewitalizacji obszaru, na którym firma będzie prowadziła działalność (inwestycja w budynek) oraz stworzyć wyjątkową przestrzeń do spotkań dla społeczności lokalnej. W okolicy, gdzie planowana jest aktywność, klienci aktualnie mogą wybierać między ofertami sieci piekarń, które oferują niedrogie produkty, a ekskluzywnymi piekarniami, które obsługują bardziej zamożnych klientów. Ze względu na wyjątkową lokalizację w pobliżu dworca kolejowego, planujemy dotrzeć do osób dojeżdżających do pracy. Ponadto lokalizacja piekarni obok jednego z największych osiedli mieszkaniowych, da nam szansę dotrzeć do lokalnej społeczności. Planujemy oferować produkty dla obu zidentyfikowanych grup docelowych w formie oferty podstawowej i premium. Firma jest zainteresowana produkcją zdrowych produktów w każdym przedziale cenowym, przy użyciu wysokiej jakości składników i nieprzetworzonej, ekologicznej mąki.

#### Czy na rynku jest luka, czy oferujesz towar/usługę, która już istnieje?

Niewiele jest piekarń tego typu oferujących produkty dla społeczności lokalnej. Mamy nadzieję, że poprzez uruchomienie w piekarni kursów pieczenia ciast oraz zapraszanie przedstawicieli lokalnej społeczności do skorzystania z zaproszenia na te wydarzenia, uda nam się stworzyć przyjazną i integracyjną atmosferę. W przeciwieństwie do innych firm piekarniczych, oferujemy specjalistyczną gamę produktów bezglutenowych i bezmlecznych.

# BIZNES PLAN - PRZYKŁAD PIEKARNI „CHLEBAK” (ZAŁ. 13)

## Kim są Twoi klienci? Skąd wiesz, kim oni są?

Klientami są osoby dojeżdżające do pracy podróżujące z pobliskiego dworca kolejowego, młodzi adepti sztuki piekarniczej, młode matki, mieszkańcy pobliskich osiedli, studenci z pobliskiego kampusu uniwersyteckiego

## Kto może być Twoim sojusznikiem (partnerem biznesowym)? Jak może Ci pomóc w biznesie?

Zakłada się, że jako firma „Chlebak” będziemy ściśle współpracowali z lokalnym Zespołem Szkół Zawodowych nad opracowaniem programu praktyk. Będziemy prowadzić roczny program praktyk dla wybranego kandydata, z perspektywą przyjęcia kolejnych praktykantów.

Lokalne Stowarzyszenie Najemców i Mieszkańców, który w tej okolicy prowadzi Dom Kultury – zgodziło się pomóc nam w rekrutacji młodych mieszkańców do wzięcia udziału w naszych kursach pieczenia. Mamy nadzieję, że zwiększy to rozpoznawalność naszej marki i przyciągnie klientów z osiedla. Będziemy współpracować z lokalną organizacją społeczną, która prowadzi warsztaty Arte terapii, w zamian oferując naszą przestrzeń jako galerię do zaprezentowania swoich prac.

## Kto będzie Twoim konkurentem?

W pobliżu znajduje się wiele piekarni i kawiarni, które sprzedają podobną (ale nie identyczną) gamę produktów.

- Piekarnia Basia
- Piekarnia Szwajcarska
- Cukiernia Sowa
- Costa Coffee

## Jeśli konkurenci sprzedają produkty podobne do Twoich - ile one kosztują na rynku?

### PIEKARNIA BASIA

- sprzedaje chleb za 1 zł - 2,50 zł, kanapki i drożdżówki za 2 – 3 zł.

### COSTA COFFEE

- sprzedaje kanapki i wypieki za 4 zł - 6 zł, herbatę za 1,50 zł i kawę za 2,50 zł.

# BIZNES PLAN - PRZYKŁAD PIEKARNI „CHLEBAK” (ZAŁ. 13)

## CZĘŚĆ 3.

### Czynniki sukcesu

#### Opisz swojego typowego klienta

W wyniku badań rynku zidentyfikowaliśmy pięć typów grup docelowych:

- **Spieszący się do pracy.** Będą odwiedzać nasz lokal od wczesnego rana do południa chcąc napić się kawy, zjeść bułkę lub kanapkę. Będą to robić szybko, w tzw. „biegu”. Dla takiego typu klienta najważniejsza jest przyjazna i szybka obsługa. Taki klient porównuje jakość towarów i usług z wiodącymi sieciami handlowymi i nie stanie się naszym stałym klientem, jeśli im nie dorównamy.
- **Młody adept sztuki piekarniczej lub student** - to klient, który będzie odwiedzał nas przez cały dzień, ze względu na jakość kawy, herbaty i ciastek, konkurencyjną cenę i dostępność bezpłatnego Wi-Fi.
- **Pracownik lokalnego biznesu.** To grupa klientów, którzy będą korzystać z piekarni w godzinach porannych. Tacy klienci oczekują stałej, wysokiej jakości produktów, konkurencyjnych cen i niezawodnej, szybkiej dostawy.
- **Mieszkaniec okolicy.** Jest to grupa osób składająca się z seniorów lub młodych matek. Te grupy przyciągnie przyjazna atmosfera miejsca i możliwość rozmowy z innymi klientami.
- **Uczestnicy kursów specjalistycznych.** Uczestnicząc w jednym z naszych kursów pieczenia, mamy nadzieję, że przedstawiciele lokalnej społeczności zainteresowani kulinariami staną się lojalnymi klientami.

#### Co zachęci Twojego typowego klienta do zakupu towaru/usługi, które oferujesz?

Wierzmy, że to co zbuduje naszą bazę klientów, to połączenie przyjaznej i sprawnej obsługi, wysokiej jakości produktów, konkurencyjnych cen i oczekiwań społecznych.

#### Dlaczego Twoi klienci będą korzystać z oferty Twojej firmy, a nie z ofert konkurencji?

Etyka naszej firmy będzie definiowana przez trzy podstawowe wartości:

- **Jakość.** Jesteśmy zobowiązani do korzystania z najlepszej jakości składników.

# BIZNES PLAN - PRZYKŁAD PIEKARNI „CHLEBAK” (ZAŁ. 13)

- Konkurencyjne ceny. Nasza oferta odzwierciedla potrzeby lokalnej społeczności - ze strukturą cen zgodną z lokalnymi uwarunkowaniami, w tym porównywalnymi z piekarniami sieciowymi.
- Społeczność. Staramy się tworzyć firmę przyjazną, w której klienci ze wszystkich środowisk znajdą coś dla siebie. Atmosfera w kawiarni musi być serdeczna i życzliwa. Obsługa klienta będzie w tym procesie kluczowa, a personel – wydajny, pomocny, cierpliwy, profesjonalny.

## **Na czym polega oryginalność/wyjątkowość Twojego biznesu?**

Naszym atutem jest status biznesu oparty o wartości społeczne. Znajdzie to odzwierciedlenie w prezentacji naszego personelu, jakości naszych produktów, ofercie kursów oraz naszym zaangażowaniu w profesjonalne szkolenie młodych ludzi z lokalnej społeczności. Prezentując się konsekwentnie jako firma zaangażowana w sprawy społeczne i koncentrując się na jakości i obsłudze klienta, wierzymy, że możemy zbudować markę i lojalną bazę klientów.

## **W jaki sposób zapewnisz, że Twoja firma będzie generowała zyski? (rozważ strategię cenową w stosunku do kosztów biznesowych).**

Aby firma była rentowna, musimy upewnić się, że wszystkie jej aspekty odniosą sukces. Zakładamy, że nasza kawiarnia będzie się sukcesywnie rozwijała (bo- wiem wraz z rozwojem inwestycyjnym okolicy będzie rosła liczba mieszkańców, którzy będą dojeżdżać do centrum miasta, co zwiększy nasz rynek o nowych klientów). Ponieważ działalność piekarni zajmie większość naszego lokalu, nie będziemy mogli rozbudować kawiarni. Będziemy zatem musieli skoncentrować się na wzroście sprzedaży i na obsłudze ewentualnych wydarzeń.

# BIZNES PLAN - PRZYKŁAD PIEKARNI „CHLEBAK” (ZAŁ. 13)

## CZĘŚĆ 4.

### Marketing twojego biznesu

#### **Jak klienci będą dowiadywać się o sprzedawanym przez Ciebie towarze lub usłudze?**

Koncentracja na jakości i konkurencyjnych cenach powinna zapewnić, że zbudujemy dobrą reputację poprzez tzw. marketing szeptany. Planujemy też zorganizować wydarzenie inauguracyjne oraz przygotowywać cykliczne promocje mające na celu podniesienie świadomości lokalnej w kwestiach zdrowych produktów. Część marketingu będzie realizowana online za pośrednictwem portali społecznościowych, tj. Twittera, Instagrama i Facebooka.

#### **Jeśli oferowany towar lub usługa są całkowicie nowe - jak klienci rozpoznają, że jest to coś, czego potrzebują?**

Jako piekarnia będziemy sprzedawać podstawowy produkt. Mamy jednak nadzieję promować korzyści płynące z używania nieprzetworzonych i ekologicznych składników, których użyjemy do jego produkcji. Planujemy także zachęcać do używania produktów oznaczonych znakiem Fairtrade (sprawiedliwego handlu) oraz składników pochodzenia etycznego poprzez oznakowanie w sklepie.

#### **Jak zamierzasz promować swój biznes?**

Główna część naszej promocji będzie odbywać się za pośrednictwem mediów społecznościowych - głównie Twitter, Facebook i Instagram. Oferty online i sprzedaż biznesowa będą promowane za pośrednictwem naszej strony internetowej i e-biuletynu.

#### **Ile będzie kosztować promocja Twojego biznesu?**

Mamy ograniczony budżet marketingowy

Przeznaczaliśmy 2 500 zł na imprezy promocyjne (impreza inauguracyjna oraz promocja tzw. „darmowego degustatora” dla osób dojeżdżających do pracy) oraz druk materiałów marketingowych.

Promocja w mediach społecznościowych będzie bezpłatna.

Początkowo będziemy korzystać ze standardowej witryny Wordpress - ze zniżkową kwotą w wysokości 500 zł wypłaconą zaprzyjaźnionemu projektantowi w celu stworzenia marki i zasobów witryny.

# BIZNES PLAN - PRZYKŁAD PIEKARNI „CHLEBAK” (ZAŁ. 13)

## CZĘŚĆ 5.

### Twoje cele biznesowe

**Korzystając z informacji zawartych w częściach 1–3, opisz swoje cele biznesowe.**

Celem firmy „Chlebak” w pierwszym roku działalności jest utrzymanie płynności finansowej i zbudowanie lojalnej bazy klientów. W drugim i trzecim roku będziemy dążyć do zwiększenia zysku do 90 000 zł rocznie. Naszym celem jest też utrzymanie wysokiej jakości naszych produktów oraz osiągnięcie stałego, wysokiego poziomu zadowolenia klienta, mierzonego za pomocą:

- kwestionariuszy opinii wysyłanych z prośbą do klientów o uzupełnienie po każdej rezerwacji wydarzenia,
- ankiet dla klientów komercyjnych prowadzonych za pośrednictwem strony internetowej - corocznej ankiety przeprowadzanej wśród klientów w formie konkursu w kawiarni,
- kluczowe cele koncentrują się na zapewnieniu w piekarni i kawiarni wysokiej jakości produktów, przyjazności i szybkości obsługi. Naszym celem jest utrzymanie jakości na stałym poziomie.

## CZĘŚĆ 6.

### Gospodarka Dobra Wspólnego

**W jaki sposób Twój biznes będzie wspierać społeczność lokalną? Jaki będzie realny wpływ Twojej firmy na społeczność lokalną (jakie konkretne korzyści jej przyniesie?)**

Zdajemy sobie sprawę, że nasza firma będzie działała w miejscu, na którym wcześniej brakowało inwestycji, i gdzie wprowadzenie nowego biznesu na rynek nie zawsze jest mile widziane (głównie dlatego, że konsekwencją rewitalizacji okolicy (inwestycji) są często wyższe ceny, czynsz na lokale).

# BIZNES PLAN - PRZYKŁAD PIEKARNI „CHLEBAK” (ZAŁ. 13)

Mamy nadzieję, że będziemy biznesem, który przynosi wyłącznie korzyści dla społeczności lokalnej. Zaplanowaliśmy szereg inicjatyw, aby upewnić się, że będziemy postrzegani jako biznes, który działa z korzyścią dla całej społeczności. Planujemy realizować:

- konkurencyjną politykę cenową,
- profesjonalny program praktyk dedykowany lokalnym mieszkańcom (młodym),
- kursy pieczenia, reklamowane w społeczności i oferowane na zasadzie „zapłać ile możesz”,
- politykę na rzecz równości i różnorodności, która określa, że rekrutacja pracowników będzie się koncentrować na społeczności lokalnej, która jest różnorodna, ale jednocześnie jest tak blisko.

## CZĘŚĆ 7.

### Logistyka, koszty, dochody

**W jaki sposób (jakimi metodami) wyprodukujesz towary, które planujesz sprzedawać?/W jaki sposób zamierzasz wykreować (stworzyć) usługę oferowaną klientom? (w oparciu o jakie zasoby)**

Chleb i inne wypieki będą produkowane na miejscu.

Kawa będzie mielona i parzona na miejscu. Herbata będzie oferowana na miejscu.

**Z jakimi dostawcami będziesz współpracował?**

- Naturalny Młyn. Mąki Ekologiczne
- Gospodarstwo Sadownicze „Jabłuszko”
- BioProdukty (importer kawy i herbaty Fairtrade)
- Radpak. Opakowania Ekologiczne

**Najważniejszy powód wyboru dostawców**

Naturalny Młyn, który będzie dostarczał nam mąkę do produkcji chleba i wypieków, produkuje mąkę organiczną i świadczy niezawodne usługi dystrybucji i dostawy. Młyn zasila jednostka hydroelektryczna, która jest ekologicznym rozwiązaniem produkcyjnym. Składniki do produkcji mąki firma pozyskuje od lokalnych rolników.



## BIZNES PLAN - PRZYKŁAD PIEKARNI „CHLEBAK” (ZAŁ. 13)

Gospodarstwo Sadownicze „Jabłuszko”, które będzie dostarczało owoce do naszych wypieków, to gospodarstwo rolne zlokalizowane ok. 20 km od piekarni i prowadzone przez trzecie pokolenie sadowników, którzy nie używają substancji chemicznych do produkcji owoców.

Firma BioProdukty, która będzie dostarczać nam kaw i herbat, ma etyczne zasady pozyskiwania produktów i dostarcza informacji o wszystkich swoich producentach. Większość importowanych przez nich produktów pochodzi bezpośrednio ze spółdzielni Fairtrade w Afryce, Ameryce Środkowej i Azji.

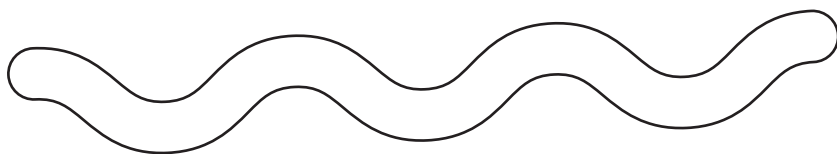
- Radpack, od której będziemy kupować opakowania do naszych produktów oraz ekologiczne naczynia jednorazowe do kawiarni, jest producentem opakowań z papieru i innych materiałów biodegradowalnych.

### **Warunki i metody płatności, jakie przewidujesz w kontakcie z dostawcami**

Planujemy regulować opłaty przelewem na bieżąco, zgodnie z polityką prowadzoną w tych zakresie przez naszych dostawców, w tym za produkty Radpak i BioProdukty będziemy regulować zobowiązania w ciągu trzech dni od daty otrzymania faktury przy pierwszych trzech zamówieniach. Później płatności uiszczamy będziemy w ciągu 30 dni, przelewem. Inne zakupy w naszej firmie będą płatne gotówką na miejscu lub przelewem w ciągu 30 dni.

### **Jakimi kanałami Twoi klienci będą otrzymywali towary/w jakim miejscu będą świadczone usługi?**

Produkty będą kupowane przez klientów bezpośrednio w lokalu (pojedyncze bochenki, ciasta, kawa, herbata). Planujemy także wprowadzić usługę w formie roweru dostawczego, którym będziemy dowozić produkty do lokalnych restauracji i innych firm. Chcemy także realizować dystrybucję samochodem dostawczym. Jest to przewidziane dla innych, większych zamówień (obsługa imprez, większe dostawy lub większa odległość od piekarni).



# BIZNES PLAN - PRZYKŁAD PIEKARNI „CHLEBAK” (ZAŁ. 13)

## CZĘŚĆ 8.

### Organizacja firmy

#### Skalkuluj koszty ogólne prowadzenia Twojej działalności gospodarczej

- Dwa stanowiska kierownicze: kierownik i asystent kierownika
- Dwóch pełnoetatowych asystentów kuchennych
- Barista-praktykant
- Pracownik dostawy, konserwacji i infrastruktury
- Dwóch pełnoetatowych pracowników kuchni
- Dwóch pracowników kuchni w niepełnym wymiarze godzin.
- Całkowite koszty personelu: 115 000 euro rocznie (w tym ubezpieczenie społeczne, zasiłek chorobowy, składka emerytalna).
- 22 800 zł rocznie na czynsz, w tym podatki lokalne i biznesowe.

#### Jaką planujesz wprowadzić strukturę organizacyjną w firmie (pracownicy)

#### Czy planujesz wynajęcie czy kupno lokalu? Ile to będzie kosztowało?

- Wynajęcie lub kupno lokalu
- 22 800 zł rocznie na czynsz, w tym podatki lokalne i biznesowe.

#### Koszty wyposażenia

- Wyposażenie
- Dwa piekarniki Turbofan: 10 000 zł
- Stół do przygotowywania jedzenia: 800 zł
- Lodówka: 700 zł
- Formy: 300 zł
- Młynek do kawy: 200 zł
- Ekspres do kawy: 550 zł
- Talerze, szklanki, obrusy i sztućce: 450 zł
- Sprzęt kuchenny (garnki, noże itp.): 600 zł
- Zmywarka: 220 zł

# BIZNES PLAN - PRZYKŁAD PIEKARNI „CHLEBAK” (ZAŁ. 13)

## Inne wydatki

- Dekoracja sklepu: 20 000 zł
- Media / telefon: 4000 zł / rok
- Telefon stacjonarny: 500 zł / rok
- Marketing początkowy: 2000 zł
- Broszury marketingowe: 500 zł / rok
- Projekt strony internetowej: 500 zł
- Utrzymanie strony internetowej i hosting: 200 zł rocznie
- Oprogramowanie księgowo: 1200 zł
- Księgowy: 300 zł
- Spłata pożyczki: 3300 zł rocznie

## Czy potrzebujesz środek transportu? Jeśli tak, ile to będzie kosztowało?

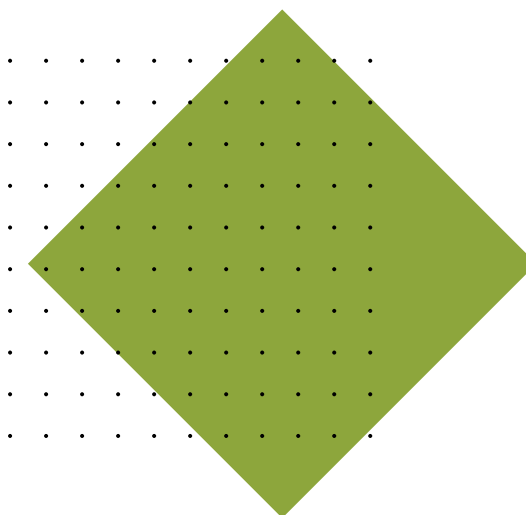
- Transport
- Używany rower: 450 zł (w tym koszty utrzymania).
- Konserwacja roweru: 100 zł
- Kurier: 1550 zł rocznie.
- Wydatki na samochód (utrzymanie, podatki i ubezpieczenie): 1500 zł

## Ubezpieczenie lokalu oraz maszyn:

- 2000 zł

## Wydatki osobiste (ile pieniędzy potrzebujesz, żeby przeżyć?)

- Czynsz: 12 000 zł rocznie
- Jedzenie: 1800 zł / rok
- Ubrania: 300 zł / rok
- Transport: 500 zł / rok
- Inne (czas wolny): 1000 zł / rok
- Wakacje: 500 zł
- Ubezpieczenie 800 zł / rok



# BIZNES PLAN - PRZYKŁAD PIEKARNI „CHLEBAK” (ZAŁ. 13)

**Cena za sztukę towaru/usługę, jaką zaoferujesz klientom (cena jednostkowa)**

## CENA ZA SZTUKĘ

Kawa:	1,2 zł
Kawa z mlekiem:	1,5 zł
Espresso:	1,5 zł
Cappuccino:	1,8 zł
Herbata czarna:	1,0 zł
Herbaty inne:	1,4 zł
Chleb zwykły:	1,5 zł
Chleby inne:	3,0 zł

**Koszt jednostkowy wytworzenia sztuki towaru/usługi**

## KOSZT ZA SZTUKĘ

Kawa:	0,14 zł
Kawa z mlekiem:	0,22 zł
Espresso:	0,22 zł
Cappuccino:	0,22 zł
Herbata czarna:	0,80 zł
Herbaty inne:	1,40 zł
Chleb zwykły:	0,55 zł
Chleby inne:	0,60 zł

## Zysk

Całkowity zysk (np. w ujęciu miesięcznym) oblicza się odejmując wszystkie ponoszone w tym czasie koszty od uzyskanych przychodów.

W pierwszym okresie funkcjonowania działalności z reguły przedsiębiorstwa nie osiągają zysków, ze względu na konieczność zaangażowania środków finansowych potrzebnych za rozpoczęcie działalności (np. zakup sprzętu, lokalu, składników do produkcji, wyposażenia itp.)