

Otázka: Založení podniku - podnikatelský plán (záměr)

Předmět: Ekonomie a management

Přidal(a): misanekjerhot

1.0. Popis případu

V mém podnikatelském případě jsem si vybral vybudování provozovny konkrétněji diskotéky, to z toho důvodu, že bych v budoucnu chtěl něco takového zrealizovat. Já samotný mám k službám, které bude nabízet tato provozovna náklonnost a patří mezi mé koníčky a zájmy. Jednal bych jako PO, tudíž bych založil společnost s ručením omezeným se svými společníky. Společnost by byla založena společenskou smlouvou a bylo by dojednáno společné obchodní jmění, sídlo společnosti, vklady a jiné.

2.0. Současná situace společnosti a vstupní údaje

2.1. Základní informace

Firemní údaje: NIGHT LIFE, s. r. o.

Forma podnikání: s. r. o.

17IČO:

DIČ: CZ84596328

Sídlo: Masarykovo náměstí 84, Podbořany 441 01

Kontaktní údaje: nightlife@disco.cz, tel: 415 812 164

WWW.NIGHTLIFE.CZ

Společnost tvoří tito společníci:

Marek Brumil, r. č. 887456/1896, bytem Mírova 69, Podbořany

Ing. Petra Jánská, r. č. 840213/1456, bytem Alšova 14, Podbořany

Michal Jerhot, r. č. 950319/1589, bytem Dukelská 340, Podbořany

Osobní údaje:

jednatel: Michal Jerhot

Dukelská 340, Podbořany 441 01

r. č. 950319/1589

2.2. Předmět podnikání

Hlavním předmětem podnikání by bylo provozování diskotéky. V daném místě je větší procento mladistvé populace (15-25 let) která nemá moc možností se ve večerních víkendových hodinách zabavit. Samozřejmě by tento klub nebyl věkově omezený, ale soudím podle toho, že se ve večerních hodinách chodí bavit především mladší lidé. V dané lokalitě je už nyní dost ohlasů od lidí, kteří by takovýto podnik uvítali. Samotný se chodím rád bavit a takovýto klub mi v našem městě schází. Při chuti se zabavit lidé z našeho města a okolních vesnic musí jet do podobných klubů až 30 km daleko, a to buď do Kadaně, nebo Žatce.

Při pořádání nějaké kulturní, hudební akce určené pro mladší generaci v Podbořanech (což je většinou diskotéka v prostorách Národního domu - společenský sál) se účastní až přes 500 lidí z okolí a města, kteří si stěžují, že se mohou jít pobavit pouze jedenkrát za měsíc, kdy se takováto diskotéka u nás koná.

Diskotéka bude v provozu o víkendy, přes všední dny bude uzavřen taneční parket a tím bude během pracovních dnů provozovna sloužit jako bar.

2.3. Charakteristika hlavních produktů

Hlavním produktem neboli nabízenou službou přinášející zisk bude diskotéka. Ta bude provozována v pátek a sobotu večer. Alternativou mohou být i diskotéky uskutečněné ve všední dny v případech státních svátků nebo školních prázdnin.

Taneční parket by byl zatahovacími dveřmi oddělitelný od baru, tudíž by o všední dny mohla

provozovna sloužit jako příjemný bar s muzikou s širokou škálou teplých, alkoholických nebo nealkoholických nápojů. V podniku by se vyskytovali také šipky, stolní fotbálek.

2.4. Prodej

Předmětem prodeje budou především služby, které budeme poskytovat. To znamená především pro místní lidi nový druh zábavy, koktejly a další různé druhy nápojů. V podniku budeme také prodávat drobné potraviny jako tyčinky, brambůrky a jiné. Bude zde také nabídka z několika druhů pizz, které budou z mraženého polotovaru, díky němuž nebude složité pizzy podávat ani připravovat.

3.0. Objektivní faktory - analýza vnějšího prostředí

3.1. Analýza odvětví

Provozovna by v dané lokalitě měla potenciál a předpoklady pro úspěch. Situace v dané lokalitě je víc než příznivá. V oblasti cca 30km nenajdeme provozovnu poskytující tyto služby anebo alespoň podobné. S tímto druhem podniku je zde ovšem mnoho rizik a hrozeb. Musíme splnit určité normy, co se týče hygienického zázemí, povolení města k rušení nočního klidu a jiné.

3.1.1. Analýza hybných sil v odvětví

Rozhodně bychom jako nově vstupující podnik na trh zasáhli do nynějšího konkurenčního prostředí. Největším konkurentem by byli zde již zmiňované kluby a to v Kadani a Žatci, které jsou sice 30 km daleko ale lidé odtud, (z Podbořan) dojíždí i takovou vzdálenost, jelikož při vyhledávání této zábavy nemají jinou možnost. Určitě představují určitou hrozbu, ale jejich dlouholetost a stereotyp by pro náš podnik mohlo být určitým přínosem.

Jako nově vstupující bychom určitě museli přijít s příznivými cenami, pestrou nabídkou služeb a pořádáním neobvyklých, originálních kulturních akcí abychom oslovili i zákazníky z konkurenčních podniků podobného charakteru a nejen místní obyvatelstvo.

Z pohledu místních dodavatelů a našich osobních známostí by dodavatelé rozhodně nový podnik uvítali. Je zde mnoho dodavatelů v okolí se sortimentem nápojů alkoholických i nealkoholických, a také sortimentu drobného spotřebního zboží z potravinářského průmyslu.

Po předběžném jednání máme sjednáno několik dodavatelů:

Alkoholické nápoje - Nápojová firma Pospíšil Podbořany

Nealkoholické nápoje - Hoppi Žatec s. r. o.

Teplé nápoje - Tchibo s. r. o.

Drobné občerstvení - nákup své pomocí Makro (v budoucnu dojednáme)

3.2. Analýza trhu

Na trhu se vyskytuje mnoho provozoven s podobnými službami. Většinou těchto podniků se daří, především těm ve větších městech, díky větší populaci, více pracovních příležitostí (lidé vydělávají více peněz = větší útrata). S větší populací a návštěvností přicházejí i větší rizika.

Drogy a další zakázané látky, které se mohou zde vyskytovat, zhoršují pohled mnohých lidí na podobné podniky nabízející přibližně stejné služby, tímto mnoho podniků přichází o seriózní partnery a sponzory. Na druhou stranu, je zde mnoho firem, které poskytují mnoho reklamních předmětů, zvýhodněné pití atd. Dle zdrojů z internetu, se podniky s podobnými službami vyskytují převážně v plusových číslech, tudíž se jim daří.

3.2.1. Charakteristika trhu - velikost, vývoj

Vývoj – S určitým předstihem bychom nechali informovat o otevření takového podniku a po určité době, bychom vyhodnotili, jak si vedeme. Buď bychom investovali dále, nebo se drželi svého plánu nebo bychom měli otevřený jen bar a zavřeli diskotéku či naopak. Vývoj bude rozhodně nepředvídatelný, ale díky ohlasům v našem městě a okolí, se nebojíme neúspěchu, ikdyž je to určité riziko.

Velikost – začali bychom skromně, ikdyž ambice máme vysoké. Nechceme se unáhlit, a proto zůstaneme nohama pevně na zemi. Velikost podniku by se odvíjela podle ohlasů, pravidelné návštěvnosti a výdělečnosti podniku. Na místním (regionálním) území bychom byly ojedinelý podnik s těmito službami. Ceny služeb a jiné sazby budou určeny vzhledem ke konkurenci, ale díky velké vzdálenosti od podobných podniků a ojedinelosti v regionu můžeme ceny a sazby určit své. Proto počítáme do budoucna určitě s rozšířením (odkoupení pozemků na venkovní zahrádku, grilovací koutek, atd.)

3.2.2. Segmentace trhu - cílové skupiny

Chtěli bychom vyhovět většině lidem všeho věku a to především díky obměně akcí v podniku. Např. každý pátek akce pro mladistvé z hlediska toho, že většina má ráda populární hudbu, která se na diskotékách hraje. Každou sobotu naopak speciální akce pro starší lidi nebo

vyznavače jiného žánru hudby (např. karaoke, večer českých písniček, večer s podáváním tropických koktejlů, barmanské show, pořádání vystoupení a koncertů známých interpretů). Tudíž bychom nebyli zaměřeni jen na jednu určitou generaci a skupinou lidí určitého věku.

4.0. Subjektivní faktory

4.1. Silné a slabé stránky

Silné stránky: -několikrát již zmiňovaná nízká konkurence v této oblasti

-dlouhodobý potenciál pro ziskovosti klubu, i díky otevření denního baru s hudbou

- umístění podniku

- zájmy a ohlasy místní mladé populace

- podpora přátel a rodinných příslušníků

Slabé stránky: - nezaběhnutý podnik

- nevyzkoušený personál

- možné počáteční problémy

- insolvence mladé generace (závislost na příjmech rodičů)

- možnost problémů s Policií, zavření diskotéky (výskyt drog na diskotéce, alkohol u nezletilých)

-pokles návštěvnosti v sezónních obdobích (Vánoce, plesové sezóny)

Hrozby: -špatný chod podniku

- po čase nezájem zákazníků

-vstup nové konkurence

Příležitosti: -možnost zavést ojedinělý podnik

- získat stálý kruh zákazníků

4.2. Analýza konkurence schopnosti

Nejbližší konkurenční podniky a diskotéky se nachází až v městech Žatec, Kadaň a Louny.

Žatecký podniky DINO se již nachází 25 km od Podbořan. Nachází se na okraji města, tudíž je zde složitější doprava autobusem či vlakem. Zájem zákazníků zde upadá a to především kvůli každotýdenní stereotypní diskotéce. Jsou zde podle ohlasů také předražené nápoje a drinky. Nepořádají zde žádné jiné akce, vystoupení či hraní jiných hudebních žánrů. Přesto je to největší konkurent a to především díky své nejkratší vzdálenosti z Podbořan a je zde příznivé spojení autobusů.

V Kadani se nachází Music bar Lidák. Podnik má bar i diskotéku (podobný záměr máme i my). Město se nachází 29 km od Podbořan. Není zde pravidelný spoj autobusem či vlakem, tudíž se z Podbořan jde dostat pouze po vlastní ose. Majitelé podniku už se potýkali opakovaně

s problémy s Policií a dle informací klubu v Kadani hrozí vyřazení.

V městě Louny je nově otevřený podnik Disco Imperium. O podniku toho moc nevíme, jelikož se vyskytuje na trhu necelý měsíc. Louny jsou vzdáleny 38 Km a z Podbořan tam kvůli vzdálenosti jezdí opravdu málokdo.

5.0. Návrh marketingové strategie

Před uvedením podniku do provozu bychom s dostatečným předstihem investovali do reklamy. Vytisknuli bychom plakáty a letáčky. Založili bychom stránky na sociální síti Facebook abychom oslovili co nejvíce lidí z okolí. Abychom zvětšili atraktivitu, nabízeli bychom nápoje za lákavé ceny, mohli bychom uspořádat soutěže o láhve šampaňského apod. Po zaběhnutí podniku a případném úspěchu bychom samozřejmě investovali do reklam více a posouvali naše cíle a hranice dál.

6.0. Finanční cíle

6.1. Kalkulace ceny služeb

CENÍK SLUŽEB

Vstup standard	60,- CZK
Vstup speciální akce	100,- CZK
Šatna	10,- CZK

Šipky	50,- CZK/hra
Stolní fotbálek	20,- CZK/hra
Kulečnick	50,- CZK/hra

Nápoje - viz. dle přiloženého nápojového lístku (příloha 1)

Pizzy - viz. dle přiloženého jídelního lístku (příloha 2)

6.2. Plán nákladů a výnosů (na 3 roky dopředu)

	Plán nákladů (v tisících Kč)			
	2014	2015	2016	2017
Spotřeba materiálu	100	110	120	130
Spotřeba energie	170	175	180	185
Prodané zboží	1 000	1 100	1 200	1 250
Opravy a udržování	75	75	75	75
Cestovné	36	36	36	36
Náklady na repre	60	60	60	60
Ostatní služby	100	100	100	100
Mzdové náklady +3,5%	220	230	245	255
Odměny org. společ.	15	15	15	15
Zákonná pojištění	50	50	50	50

Sociál. náklady	10	10	10	10
Daň silniční+pozemková	-	-	-	-
Zůstat. cena DHM+ DN	-	-	-	-
Dary	5	5	5	5
Odpis pohledávek	-	25	40	75
Ost. provoz. náklady	-	10	10	15
Odpisy HIM, NIM	25	25	25	25
Tvorba zák. rezerv	-	-	-	-
Ostatní rezervy na platy	-	-	-	-
Tvorba opr. Položek	-	-	-	-
Kurzové ztráty	-	-	-	-
Ostatní popl. Pojištění	-	-	-	-
Škody	-	-	-	-
Daň	-	-	-	-
Odložená daň	-	-	-	-
Korekce	-	-	-	-
Náklady celkem	1 866	2 026	2 171	2 286
	Výnosy (v tisících Kč)			
	2014	2015	2016	2017
Tržby za vlastní výrobky	-	-	-	-
Tržby z prod. služeb	1 000	1 150	1 210	1 350
Tržby za zboží	1 400	1 550	1 680	1 810

Aktivace mater. a zb.	-	-	-	-
Tržby za HIM, NIM	-	-	-	-
Odpis pohledávek	-	-	-	-
Ostatní provoz. výnosy	10	10	10	10
Zúč. zák. opr. položek	-	-	-	-
Úroky	10	12	15	15
Kurzové zisky	-	-	-	-
Nárok na náhr. Pojištění	-	-	-	-
Ostatní provoz. výnosy	-	-	-	-
Výnosy celkem	2 420	2 722	2 915	3 185
	2014	2015	2016	2017
Výnosy celkem	2420	2722	2915	3185
Náklady celkem	1866	2026	2171	2286
Zisk	554	696	744	899