

## PRZYKŁADOWY BIZNES PLAN RESTAURACJI



### PRZYKŁADOWY BIZNES PLAN

To jest biznes plan. Jest on przykładem nie tylko tego co zawiera w zakresie treści, ta za każdym razem może być różna, ale obrazuje elementy, które warto wziąć pod uwagę. Zasada podstawowa to tworzenie biznes planu od ogółu do szczegółu. Przeczytaj dokument, przemyśl i stwórz swój własny.

Pamiętaj, dobrze przeanalizuj konkurencję. Ważne też abyś ocenił lokalizację, w których chciałbyś prowadzić biznes. Zastanów się na odbiorcami. Możesz pokusić się o stworzenie tzw. person. Jak już będziesz wiedział, kto może być twoim odbiorcą, przemyśl, dlaczego mieliby kupić Twój produkt. Przy tworzeniu biznesu w gastronomii, Twoim produktem nie jest posiłek, napój czy deser, ale cały lokal, cukiernia czy restauracja. O tym czym jest produkt, posłuchasz [w podcaście na blogu](#).

Częścią tego dokumentu są przykładowe wyliczenia. W zestawieniu chodzi nie o wartości kwotowe, ale o kategorie kosztów i ich układ. Zobacz koniecznie kartę pracy, która pomoże Ci zrozumieć sposób planowania przychodów i kosztów na np. rok do przodu. Jak zobaczysz, ten biznes plan ma podane m.in. szacunkowe przychody, określony został break even. Można kontynuować analizę uzupełniając ją o analizę przepływów finansowych oraz wykonać prognozowany bilans na najbliższe lata. Jednak na użytek tego materiału, nie wydaje mi się to potrzebne. Nasza praca ma być odpowiednia dla wielkości biznesu jaki tworzymy, sama analiza biznesu nie robi.

Zwróć uwagę, że koszty osobowe stanowią bardzo duży procent przychodów. Przykład, z uwagi na ochronę danych został zmieniony. Ten dokument jest fragmentem biznes planu, przygotowanego dla klienta działającego na bardzo dojrzałym rynku, na którym wynagrodzenia są wysokie a możliwa forma zatrudnienia to jedynie odpowiednik umowy o pracę. Zostały zachowane proporcje kosztów, zmieniono wartości. W Polsce w restauracjach sieciowych koszty zatrudnienia stanowią ok 25% przychodu. W restauracjach typu casual zamykają się przeważnie w przedziale 30-45%. Im większe przychody, tym koszty zatrudnienia stanowią procentowo mniejszą część całości kosztów.

Najważniejsze jest to, aby zrozumieć logikę tworzenia biznes planu i aby jego tworzenie miało wartość dodaną dla firmy. Nie tworzysz dokumentu do szuflady. Aby dokonać oceny sensowności inwestycji, po drodze trzeba wykonać szereg czynności, które pozwolą wyciągnąć odpowiednie wnioski. Przy małym biznesie nie widzę sensu, aby dokonywać zbyt skomplikowanych analiz i porównań. Przy ocenie rynku wystarczający będzie np. SWOT.

Owocnej pracy. Marcin

## **Biznesplan restauracji ukierunkowanej na ekologie.**

Ten biznesplan dotyczący restauracji o nazwie Zdrowy Las, nowej średniej wielkości restauracji zlokalizowanej w Wilanowie w Warszawie. Zdrowy Las będzie kładło nacisk na ekologiczną i kreatywną żywność etniczną. Nacisk na składniki organiczne opiera się na zaangażowaniu Zdrowy Las w zrównoważony rozwój. Ponadto, jeśli to możliwe, restauracja zaopatruje się w lokalną żywność, zmniejszając jej zależność od paliw kopalnych wykorzystywanych do transportu.

### **Produkt**

Zdrowy Las oferuje w Wilanowie modne, świeże, zielone miejsce na wspaniałe jedzenie w towarzystwie. Szefowa kuchni Magdalena Korcz, znana z gotowania zdrowych, roślinnych dań wykorzystuje w swojej kuchni lokalne receptury, przełamując ją etnicznymi składnikami. Zdrowy Las prognozuje, że większość posiłków w sprzedaży będzie wegańskich. Posługując się zbalansowanymi i zdrowymi recepturami, zapewnimy klientom i gościom zróżnicowane, nietuzinkowe menu. Szefowa będzie również kładła nacisk na zdrowe dania, dostrzegając panujący w branży restauracyjnej trend na zapotrzebowanie na zdrową kuchnię.

### **Klienci/ Goście**

Zdrowy Las uważa, że rynek można podzielić na cztery odrębne grupy. Należą do nich mieszkający Wilanowa, ale też Kabat czy nawet, oddalonej o 10 min jazdy autem dzielnicy Sadyba. Pierwsza grupa to samotni bogaci, liczący ok 50 000 osób.

*(w tym miejscu opisz jaka dokładnie jest twoja grupa, co lubi, dlaczego kupuje, kim jest i jak się zachowuje, twórz personę)*

Drugą grupą docelową są młodzi, zadowoleni klienci, którzy rosną w tempie 8% rocznie, mając 150 000 potencjalnych klientów.

*(w tym miejscu opisz jaka dokładnie jest twoja grupa, co lubi, dlaczego kupuje, kim jest i jak się zachowuje, twórz personę)*

Trzecia grupa to zamożni hipsterzy, którzy naturalnie pragną żywności ekologicznej, a także kuchni etnicznej.

*(w tym miejscu opisz jaka dokładnie jest twoja grupa, co lubi, dlaczego kupuje, kim jest i jak się zachowuje, twórz personę)*

Ostatnią grupą szczególnie zainteresowaną prozdrowotną ofertą menu są kobiety na diecie, których w Wilanowie jest ok 50 tysięcy.

*(w tym miejscu opisz jaka dokładnie jest twoja grupa, co lubi, dlaczego kupuje, kim jest i jak się zachowuje, twórz personę)*

### **Kierownictwo**

Zdrowy Las zgromadziło silny zespół zarządzający. Osobą zarządzającą restauracją będzie Stefan Kazmierczak. Stefan posiada bogate doświadczenie w zarządzaniu organizacjami liczącymi od 6 do 30 osób. Firma Optima będzie świadczyć usługi księgowe oraz usługi doradztwa podatkowego. Wreszcie Zdrowy Las ma szefową kuchni Magdalena Korcz, która będzie odpowiedzialna za zarządzanie zespołem produkcji, samą produkcją oraz zapasami. Magdalena Korcz ma ponad 12-letnie doświadczenie i jest znaną osobą w środowisku gastronomii, posiada udokumentowane osiągnięcia.

Najważniejszy dla Zdrowy Las jest sukces finansowy, który zostanie osiągnięty dzięki ścisłej kontroli finansowej. Dodatkowo, sukces zapewni wysokiej jakości obsługa oraz wyjątkowo smaczne i zdrowe jedzenie z ciekawymi akcentami. Zdrowy Las planuje podnieść ceny sprzedaży w menu, jak tylko restauracja stanie się bardziej popularna, tzw. premia za poczucie bycia w „tłumie”.

Analizy rynkowe i finansowe wskazują, że przy wydatkach na rozpoczęcie działalności wynoszących 282 000 zł Zdrowy Las może wygenerować ponad 725 520 zł. sprzedaży do pierwszego roku, 1 460 000 złotych sprzedaży do końca trzeciego roku i wygenerować zysk netto na poziomie ponad 7,68 %ze sprzedaży do końca trzeciego roku. Rentowność zostanie osiągnięta do końca drugiego roku.

### **Cele**

1. Sprzedaż 725 520 zł w pierwszym roku, prawie półtora miliona w drugim.
2. Personel kosztuje mniej 564 000 zł w pierwszym roku oraz 820 000 zł w trzecim roku.
3. Rentowność w drugim roku, wyższy niż 7,5% zysk ze sprzedaży w trzecim roku.

### **Misja**

Zdrowy Las to świetne miejsce do jedzenia, łączące intrygującą atmosferę z doskonałym, ciekawym jedzeniem. Chcemy stworzyć miejsce dochodowe i satysfakcjonujące miejsce pracy dla pracowników.

### **Podsumowanie firmy**

Zdrowy Las to jednolokalowa restauracja średniej wielkości. Stawiamy na żywność ekologiczną i kreatywną. Restauracja będzie zlokalizowana w doskonałej dzielnicy. Najważniejszy dla nas jest nasz sukces finansowy, ale wierzymy, że zostanie to osiągnięte poprzez oferowanie wysokiej jakości usług i wyjątkowego produktu.

### **Własność firmy**

Restauracja rozpocznie działalność jako jednoosobowa działalność gospodarcza należąca do jej założycieli.

### **Podsumowanie uruchomienia**

Założycielami firmy są panowie, którzy mają doświadczenie w zarządzaniu finansami oraz personelem. Obaj posiadają wieloletnie doświadczenie zawodowe w hotelarstwie.

Znaleźliśmy lokalizację i zabezpieczyliśmy wynajem. Będziemy w stanie założyć restaurację na czas, aby zacząć zwracać zysk do końca jedenastego miesiąca i być rentownym w drugim roku. Lokal jest już wyposażony jako restauracja, więc planujemy wygospodarować w sumie 80 000 zł kapitału plus 200 000 złotych pożyczki, aby założyć firmę.

### **Finansowanie przedsięwzięcia**

środki własne na start	6 000
------------------------	-------

aktywa początkowe do pozyskania	276 000
całkowite wymagane finansowanie	282 000

### Aktywa

aktywa niepieniężne	100 000
wymagania gotówkowe na start	176 000
dodatkowo pozyskane finansowanie	0
saldo gotówkowe w dniu rozpoczęcia	176 000
aktywa ogółem	276 000

### Zobowiązania i kapitał

zobowiązania	
pożyczki bieżące	0
zobowiązania długoterminowe	200 000
rozrachunki z dostawcami (zaległe rachunki)	2 000
inne zobowiązania bieżące (nieoprocentowane)	0
całkowite zobowiązania	202 000
kapitał	
planowana inwestycja	
Inwestor 1	50 000
Inwestor 2	30 000
dodatkowe wymagania inwestycyjne	0
całkowita planowana inwestycja	80 000
strata przy rozruchu (koszty rozruchu)	(6 000)
całkowity kapitał	74 000
całkowity kapitał i zobowiązania	276 000
całkowite finansowanie	282 000

### Uruchomienie - wymagania

Koszty uruchomienia	
prawne	2 000
Wyposażenie biura	2 000
Inne	2 000
całkowite wydatki na uruchomienie działalności	6 000

Aktywa na start	
wymagana gotówka	176 000
Inne aktywa bieżące	100 000
aktywa długoterminowe	0
Aktywa ogółem	276 000
Całkowite wymagania	282 000

## PRODUKT / USŁUGA

### Menu

Menu będzie niezwykle proste, ale zmieniające się raz w miesiącu. Zachowana zostanie niewielka grupa stałych dań w menu. Uzupełnieniem będą dania rekomendowane przez szefa kuchni. Pomoże to zredukować marnotrawstwo oraz efektywniej zaplanować wykorzystanie surowców oraz zakupów.

### USP

Składniki organiczne pozwolą nam pozyskać zamożne osoby, którzy chcą wydać więcej pieniędzy, którym zależy na tym, aby ich wydawane przez nich pieniądze trafiały do zrównoważonych przedsięwzięć biznesowych. Nasze ekologiczne credo będziemy rozpowszechniać w publikacjach na blogu i bezpośrednio do klientów, gości. Jedząc w Zdrowy Las gość poczuje się jakby przyczyniał się do wspierania środowiska.

### Składniki i receptury.

Nasz szef kuchni będzie miał dużą swobodę w projektowaniu i tworzeniu propozycji menu. Postaramy się używać składników tak aby być w zgodzie z różnorodnymi i oryginalnymi przepisami, które będą inspiracją naszych posiłków.

### Wyposażenie wnętrza.

Wnętrze wykonane zostanie w zgodzie z naturą. Dominować będą akcenty florystyczne i żywa roślinność. Obecne będą też rośliny wykorzystywane do wykonania posiłków i napojów.

### Podsumowanie analizy rynku

Ze względu na powiązania założycieli z dzielnicą Wilanów, doskonale wyczuwamy tę okolicę i mieszkającą tu społeczność. Wszyscy dzielimy wspólne wartości, między innymi potrzebę życia wśród przyjaciół, szacunku dla sąsiadów, dbałości o okolicę. Chociaż załoga będzie zróżnicowana, pochodząca z innych części Warszawy, planujemy przeprowadzić szkolenia, które uwrażliwią ich na potrzeby społeczności. Planujemy podnosić ceny menu, w miarę jak restauracja staje się coraz bardziej popularna.

## **Segmentacja grupy odbiorców**

### **Samotni bogaci**

Większość samotnych bogatych to obecnie pracownicy biurowi, a większość z nich to pracownicy firm z sektora nowych technologii. Ich życie stało koncentrować się na pracy, żyją w bańce. Tęsknią za zwykłym życiem, mają środki, aby zapewnić sobie różne wygody, dużo wydają na konsumpcję poza domem.

### **Młode szczęśliwe pary**

W restauracji panować będzie atmosfera zachęcająca do przychodzenia w większym gronie, do spotkań w parach. Zdrowy Las chce być miejscem społecznościowym, w którym ludzie się spotykają i rozwijają relacje. „Młode pary” będące na początku wielkich zmian w życiu, chcą pielęgnować życie towarzyskie, ale ich wydatki są kontrolowane z uwagi na plany dotyczące założenia rodziny, kupno lub wynajem większego mieszkania.

### **Bogaci hipisi**

Bogaci hipisi w Wilanowie to ogromna grupa o dużym wpływie na życie miasta i prywatne przedsiębiorstwa. Są modni, kwestionują normy, choć robią to często na pokaz. Zdrowy Las wyjdzie naprzeciw ich ekologicznym ideom, zaprosimy ich do współtworzenia naszej społeczności Zielonego Lasu.

### **Kobiety na diecie**

W menu Zielonego Lasu zawsze znajdzie się linia wyjątkowo pysznych posiłków dla osób korzystających z bardzo dobrze zbalansowanej diety. Zielony Las to miejsce, w którym jedzenie nie będzie oznaczało kompromisów. Dla osób dbających o siebie będzie to miejsce świetne do spotkań, do dyskusji o sprawach codziennych i ważnych, przy napojach i pysznych daniach.

### Podsumowanie strategii i wdrożenia

Nasza strategia jest prosta, zamierzamy odnieść sukces dostarczając świetne, zdrowe, ciekawego jedzenie przy okazji dbając o środowisko. Taka strategia jak magnes przyciągnie „modnych” ludzi. Wdrożenie nie jest proste, ale jest to wykonanie.

### Przewaga konkurencyjna

Naszą przewagą konkurencyjną jest menu, szef kuchni, podejście do środowiska i przywiązanie do tego, co modne.

### Strategia sprzedaży

Jak pokazuje tabela, zamierzamy osiągnąć sprzedaż na poziomie około 700 000 złotych w pierwszym roku i podwoić ją do trzeciego roku realizacji planu.

### Prognoza sprzedaży

Sprzedaż jednostkowa	Rok 1.	Rok 2.	Rok 3.
posiłki	45 644	70 000	90 000
napoje	22 830	35 000	45 000
Inne	480	1 000	2 000
Całkowita sprzedaż	68 954	106 000	137 000

Ceny sprzedaży	Rok 1.	Rok 2.	Rok 3.
posiłki	30	30	30
napoje	4	4	4
Inne	20	20	20
Całkowita sprzedaż	68 954	106 000	137 000

Obroty (zł.)	Rok 1.	Rok 2.	Rok 3.
posiłki	684 660	1 050 000	1 350 000
napoje	45 660	70 000	90 000
Inne	4 800	10 000	20 000
całkowita sprzedaż	725 520	1 130 000	1 460 000

Bezpośrednie koszty jednostkowe	Rok 1.	Rok 2.	Rok 3.
posiłki	4	4	4
napoje	1	1	1
Inne	2	2	2

Rok 1.

Rok 2.

Rok 3.

### Bezpośrednie koszty sprzedaży

posiłki	91 288	140 000	180 000
napoje	11 416	11 500	22 500
Inne	480	1000	2000
Suma	103 184	152 500	24 680

### Podsumowanie zarządzania

Nasz zespół ma duże doświadczenie w zarządzaniu personelem i jesteśmy pewni, że potrafimy zrekrutować bardzo dobry personel, pomimo trudności na rynku pracy. Nasza szefowa kuchni jest już na pokładzie a jej obecność doda prestiżu restauracji. Będziemy szukać młodej, dynamicznej kadry, która nawiąże dobry kontakt z naszą grupą docelową.

### Plan personalny

Spodziewamy się zainwestować w dobry zespół, uczciwie wynagradzany. Uważamy, że planowany personel jest proporcjonalny do wielkości restauracji i prognozowanych przychodów.

### Plan finansowy

Oczekujemy, że pozyskamy 80 000 złotych własnego kapitału i pożyczymy 200 000 złotych jako 10-letnia pożyczka. Zapewnia to większość wymaganego finansowania na rozpoczęcie działalności.

### Analiza progu rentowności

Nasza analiza progu rentowności opiera się na średniej z liczb z pierwszego roku, dla całkowitej sprzedaży serwowanych posiłków, całkowitego kosztu sprzedaży i wszystkich kosztów operacyjnych. Są one prezentowane jako przychód jednostkowy, koszt jednostkowy i koszty stałe. Zdajemy sobie sprawę, że to nie to samo, co koszt stały, ale te konserwatywne założenia pozwalają lepiej oszacować realne ryzyko.

### Przewidywany zysk i strata

Jak pokazuje tabela zysków i strat, spodziewamy się, że w drugim roku działalności osiągniemy niewielką rentowność, a w trzecim osiągniemy akceptowalny zysk.

Zysk i strata pro forma	Rok 1.	Rok 2.	Rok 3.
<b>sprzedaż</b>	735 120	1 130 000	1 460 000
Bezpośredni koszt sprzedaży	103 184	158 500	204 500
Inne	0	0	0
Marża brutto	631 938	971 500	1 255 500
Marża brutto % (Marża I)	85,96%	85,97%	85,99%



<b>Wydatki</b>	<b>Rok 1.</b>	<b>Rok 2.</b>	<b>Rok 3.</b>
Płace	564 000	714 000	820 000
Sprzedaż i marketing i inne	54 000	71 660	144 244
amortyzacja narzędzia	0	0	0
podatki od wynagrodzeń	2 400	2 520	2 646
inne	86 600	107 100	123 000
całkowite koszty operacyjne	0	0	0
	705 000	895 280	1 089 890

	<b>Rok 1.</b>	<b>Rok 2.</b>	<b>Rok 3.</b>
Zysk przed odsetkami i opodatkowaniem	(73 064)	76 220	165612
Zysk netto	(92 408)	43 834	112 126
Zysk netto / sprzedaż	- 12,57 %	3,88 %	7,68 %