Biznes plan dyskoteki „Bez nazwy”

Dyskoteka „Bez nazwy”

1. Informacje ogólne

Chcemy stworzyć nowoczesną dyskotekę w Warszawie. Genezą naszego pomysłu jest niedostateczna ilość takich lokali w tym mieście. Warszawa jest miastem akademickim: na 1641 tys. mieszkańców 370 tys. to studenci. A miejsc, gdzie młodzież ta może się bawić jest niewiele. Chcemy stworzyć miejsce, gdzie młodzież ta może nie tylko tańczyć wieczorami, ale również spędzać czas na rozmowie przy kawie, piwie w ciągu dnia. Zaspokajamy potrzeby każdego klienta, który szuka miejsca, w którym mógłby miło spędzić czas.

2. Siedziba

Dyskoteka nasza będzie zlokalizowana w centrum Warszawy ul. Promykowej 6 w budynku, który wcześniej był kinem. Lokal ten jest przez nas dzierżawiony od Urzędu Miasta Warszawy.

3. Forma prawna

Nasze przedsiębiorstwo będzie spółką z o.o. Spółka z o.o. jest spółką kapitałową, aczkolwiek występują w niej pewne elementy charakterystyczne dla spółek osobowych. Cechy formy prawnej:

- zawiązanie umowy spółki nastąpi w formie aktu notarialnego; spółka z o.o. jest osobą prawną, posiada więc własne prawa i obowiązki, odrębne od praw i obowiązków wspólników; kapitał zakładowy (udziały wspólników i pierwotny majątek spółki) wynosi 415.500.00PLN,

- majątek spółki podzielony jest na 600 udziałów. Każdy z nich ma wartość 692,50 PLN. Udziałowcy:

Katarzyna Nowak

Adam Iksiński

Jan Kowalski

Wojciech Dąbrowski

Tomasz Królik

Artur Krajewski

posiadają po równej liczbie udziałów – 100;

- wspólnicy posiadają ograniczoną odpowiedzialność za zobowiązania spółki, a więc odpowiadają do wysokości majątku zaangażowanego w spółce;
- jedynym organem naszej spółki będzie zarząd – 6 członków. Organów kontrolnych nie powołujemy, gdyż w sp. z. o. o. każdy z udziałowców ma prawo indywidualnej kontroli działalności spółki.

4. Cele przedsiębiorstwa

Krótkoterminowe:

- uzyskanie kredytu
- zorganizowanie kampanii reklamowej
- zdobycie stałej klienteli

Długoterminowe:[1]

- uzyskanie na rynku mocnej pozycji
- poszerzenie zakresu usług przez organizowanie koncertów
- rozszerzenie działalności na inne miasta (stworzenie sieci dyskotek w miastach centralnej Polski).

Usługi

Naszym klientom oferujemy usługi w dwóch postaciach:

- dyskoteki,
- kawiarni – pubu.

Rynek stwarza nam nieograniczone możliwości, ponieważ w Warszawie są tylko dwa kluby studenckie i brak nowoczesnej dyskoteki. Lokal ten będzie największy i najnowocześniejszy w mieście. Wyposażony zostanie w klimatyzację zapewniającą stałą temperaturę i wilgotność powietrza. Będzie posiadał dwa bary w celu szybkiej obsługi klienta, wysokiej klasy sprzęt nagłaśniający, odpowiednie oświetlenie (lasery, stroboskopy, generatory pary, lampy ultrafioletowe, itd…). Lokal będzie bardzo dobrze wyciszony ze względu na lokalizację w centrum miasta.

W ciągu dnia nasz lokal będzie pełnił funkcję kawiarni – pubu, ponieważ w Warszawie jest niedostateczna ilość takich miejsc.

Rynek i klient

1. Zasięg rynku

Rynek nasz to miasto Warszawa liczące 1641 tys. mieszkańców, z czego ok. 370 tys. to studenci oraz okolice tego miasta, gdzie zupełnie brakuje dyskotek. Nasz lokal będzie miejscem, gdzie ludzie mogliby spędzić wolny czas. Statystycznie preferują oni tę formę zabawy.

2. Udział w rynku (przewidywany)

Sądzimy, iż dzięki dobrze przeprowadzonej kampanii reklamowej uda nam odbić klientów konkurencji, a także pozyskać zupełnie nowych (którzy według wyników badań marketingowych w ogóle nie uczęszczają do dyskotek w wyniku złej atmosfery w nich panującej, a także braku zapewnienia kultury i bezpieczeństwa

zabawy).

3. Tendencje na rynku

Przewidujemy, że rynek na naszą usługę będzie się rozwijał, gdyż popyt na takie usługi jest duży, co wiąże się z dużą liczbą studentów. Obecnie na rynku warszawskim nie działa żaden lokal, który wyposażeniem i jakością usług dorównywałby naszemu, co w bardzo dużym stopniu ułatwi nasze wejście na rynek. Wysoka jakość oferowanych przez nas usług jest tu dodatkową barierą wejścia na rynek dla potencjalnej konkurencji, zaś konkurencja jaka istnieje na rynku nie stwarza nam większych zagrożeń w pozyskaniu klienta.

4. Konkurencja na rynku

Konkurencję dla nas stanowią istniejące już w Warszawie dyskoteki, kawiarnie i puby.

Mocne strony konkurencji:

- stali klienci,
- wyrobiona renoma,
- stabilna pozycja na rynku,
- dobra reputacja wśród klientów,
- popularność.

Słabe strony konkurencji:

- niedostateczna ilość lokali,
- przestarzałe wyposażenie techniczne,
- nieestetyczny wystrój, brak klimatyzacji,
- niska jakość oferowanych usług,
- małe pomieszczenia,
- zła reputacja niektórych lokali.

5. Klient i jego potrzeby.

Nie jest trudno nam ocenić potrzeby naszych potencjalnych

klientów, ponieważ sami jesteśmy klientami podobnych lokali w Warszawie.

Uważamy, że nasza działalność zaspokaja następujące potrzeby, wg Maslowa:

- fizjologiczne: taniec i dobra zabawa służy nie tylko poprawie kondycji fizycznej ale również rozładowaniu stresu, napięć, czy wręcz agresji,
- bezpieczeństwa: naszym klientom będziemy gwarantować bezpieczną zabawę, ponieważ planujemy zatrudnić osoby odpowiedzialne za ład i spokój w lokalu. Będziemy czuwać aby nie rozprowadzano narkotyków,
- społeczne: zagwarantujemy młodzieży miejsce, gdzie może nawiązać nowe znajomości oraz spędzać czas zgodnie z zasadami porządku społecznego.

Nabywcy usługi wg kryteriów:

- geograficznego:
- mieszkańcy Warszawy,
- mieszkańcy okolicznych wsi i miasteczek,
- demograficznego
- wiek: przede wszystkim studenci i młodzież licealna. Nasza usługa skierowana jest również do osób, które lubią w ten sposób spędzać czas, a więc klientami mogą być wszyscy powyżej 18 roku życia,
- wykształcenie: przewidujemy, że większą część klientów naszego lokalu będą stanowili studenci i młodzież pracująca ekonomicznego:
- zawód: potencjalnym naszym klientem jest samotny młody człowiek, będący na utrzymaniu rodziców. Ma on ograniczone własne zasoby finansowe, szczególnie w przypadku dalszego pobierania nauki, np. studiowania lub osoba, która dopiero podjęła pracę,
    - społecznego:
    - klasa społeczna: wszyscy bez względu na pochodzenie,

• styl życia: młodzież preferująca taki sposób spędzania wolnego czasu.

---

[1] Dotyczą okresu 3 lat

Podobną pracę znajdziecie na stronie: Biznesplan jako ważne narzędzie zarządzania małą firmą

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę pisanie prac - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.