**Biznes plan**

**Kwiaciarnia** *Orchidea*, sc. Justyna Kotowicz, Katarzyna Kotowicz

1. **Ogólna charakterystyka**

Orchidea s.c. Justyna Kotowicz, Katarzyna Kotowicz będzie zajmować się działalnością usługową – sprzedaż kwiatów i wszystkich usług z nimi związanych( m.in.: dekoracje kwiatowe, oraz wytwórczą – hodowla roślin ozdobnych. Firma będzie świadczyć usługi dla klientów prywatnych oraz instytucjonalnych. W swojej ofercie Firma będzie mieć także tzw. „pocztę kwiatową” – dowóz kwiatów po wcześniejszym złożeniu zamówienia.

1. **Analiza rynku i plan marketingowy**

**Rynek kwiatowy w Polsce**[[1]](#footnote-1)

Według danych z 2003 roku, produkcją roślin ozdobnych zajmowało się w naszym kraju   
w sumie 37 753 gospodarstw, o łącznym areale 8986 ha. Mniej więcej 50% tej powierzchni przypadało na szkółki drzew i krzewów, ale i ta pod osłonami była duża — wynosiła 1417 ha.

Jak zatem widać, Polska była liczącym się w Europie producentem roślin ozdobnych.   
W produkcji pod osłonami zajmowaliśmy 6. miejsce w UE (po Holandii, Włoszech, Hiszpanii, Niemczech, Francji), polowej — 4. pozycję (po Holandii, Wielkiej Brytanii, Niemczech), a szkółkarskiej — piątą (po Francji, Niemczech, Wielkiej Brytanii, Holandii).

Nasza produkcja była jednak bardzo rozdrobniona. Ponad 45% upraw w szklarniach lub tunelach prowadzone było na powierzchni poniżej 0,1 ha, a gospodarstwa największe (co najmniej 0,7-hektarowe) stanowiły tu zaledwie 5,1%. W grupie kwiatów ciętych, których powierzchnia produkcji szacunkowo stanowiła 65% ogólnego areału uprawy roślin ozdobnych pod osłonami, wyróżniały się róże.

1. **Analiza konkurencji**

Firma będzie działać na terenie gminy Bobowa, a w ramach „poczty kwiatowej”   
w promieniu 10 km od kwiaciarni Orchidea s.c. Justyna Kotowicz, Katarzyna Kotowicz. Na obszarze tym konkurencja jest niewielka (2 kwiaciarnie w Bobowej i 1 w Łużnej).

**Tabela 1.** Firmy konkurencyjne

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Lp. | Nazwa firmy konkurencyjnej | Zakres usług | Odległość od siedziby w km |
| 1. | FHU „GABI” Kwiaciarnia-Ksiegarnia Art. Różne  ul. Węgierska 5  38-350 Bobowa | - sprzedaż kwiatów, książek, art. różne np. doniczki, wazony, figurki itp.  + szeroki asortyment  + dobra lokalizacja  - mały lokal | 4,0 |
| 2. | Kwiaciarnia Mimoza Agnieszka Szczepanek  ul. Rynek 20  38-350 Bobowa | - sprzedaż kwiatów ciętych i doniczkowych  +dobra lokalizacja  - obsługa  - mała różnorodność usług | 4,0 |
| 3. | Majka FHU Maria Kowalska Kwiaty  Łużna 758  38-322 Łużna | - sprzedaż kwiatów ciętych i doniczkowych | 6,1 |

Źródło: opracowanie własne

Na terenie, na którym Firma będzie świadczyć swoje usługi, nie występuje konkurencja niejawna.

1. **Odbiorcy**

Docelową grupą klientów są mieszkańcy Siedlisk, Gminy Bobowa i okolic. Wyróżnić więc można następujące grupy nabywców stałych i sporadycznych: kobiety, mężczyźni w różnym przedziale wiekowym oraz dzieci.

Z usług Firmy korzystać będą:

- klienci instytucjonalni (domy weselne, Domy Kultury, Domy Strażaka)

- klienci indywidualni

1. **Charakterystyka świadczonych usług**

Misją Firmy jest sprawianie radości klientom poprzez tworzenie nietuzinkowych   
i indywidualnych kompozycji kwiatowych i świadczenie profesjonalnych usług florystycznych. Usługą, która będzie wyróżniać Kwiaciarnię Orchidea spośród innych, będzie możliwość dowozu kwiatów do klientów („poczta kwiatowa”). Kolejno, będziemy starać się o zapewnienie zawsze świeżych kwiatów, na każdą okazję, w bogatej gamie kolorystycznej, dostosowanej do pory roku oraz aktualnej mody florystycznej w atrakcyjnych cenach., jak również rozszerzenie działalności, rozpoczęcie hodowli nowych odmian kwiatów ciętych, a co za tym idzie, również budowę własnej szklarni. Kwiaciarnia w swojej ofercie będzie posiadać: tworzenie różnorodnych i różnobarwnych bukietów na każdą okazję, jak i również wiązanek czy wieńców. Ponad to klienci będą mogli liczyć na usługę dekoracji wnętrz (sal weselnych, domów ludowych, domów kultury, kościołów, jak również domów prywatnych). Zespół który tworzy firmę zapewnia prężne działanie i podkreśla, iż jest otwarty na przyjęcie niekonwencjonalnych propozycji każdego klienta. Zespół jest elastyczny. Dodatkowo każda propozycja współpracy będzie pozytywnie rozpatrywana. A właściciele kwiaciarni będą chcieli powiększać swój zespół o nie tylko młodych, ale i starszych pracowników, z umiejętnością kreatywnego i twórczego myślenia, które przekształcać się będzie w działanie.

1. **Polityka cenowa**

W początkowych etapach rozwoju, firma zastosuje strategię cen średnich. Co najmniej na poziomie umiarkowanych cen ofert konkurencyjnych z dwóch powodów. Po pierwsze, ustalenie ceny neutralnej w stosunku do cen konkurencji nie spowoduje rozpoczęcia się wojny cenowej, a po drugie w początkowym okresie działalności, ważne dla właścicieli będzie to, aby koszty włożone w rozwój biznesu szybko się zwróciły, zatem ceny nie mogą być zbyt niskie. W późniejszym okresie możliwe jest obniżenie cen, poniżej cen konkurentów, lecz nie zbyt wiele, by nie sugerowały one niskiej jakości. Firma będzie starać się stworzyć oferty, z której swobodnie będą mogły skorzystać osoby o różnym statusie majątkowym i różnej sytuacji materialnej. Kwiaciarnia dołoży wszelkich starań aby oferta obejmowała zarówno propozycje dla osób zamożnych i wymagających, jak i dla osób mających niskie dochody.

1. **Dystrybucja, metody sprzedaży**

Firma swoje produkty i usługi będzie oferować klientom w swojej siedzibie oraz poza nią na życzenie klienta (poczta kwiatowa). Działalność Firmy będzie charakteryzować się tym, że wszystkie usługi będą wykonywane bezpośrednio przez właścicieli (Justynę Kotowicz i Katarzynę Kotowicz). W celu wykonywania usług poza obrębem siedziby, Firma będzie wykorzystywać samochód Peugeot Partner, który zakupi.

Kanał zaopatrzenia

Hurtownia ogrodnicza

Hurtownia papiernicza

Giełdy kwiatowe

Hodowla własna

Kwiaciarnia „Orchidea” S.A.

Kanał zbytu

Kwiaciarnia „Orchidea” S.A.

Klienci indywidualni

Klienci instytucjonalni

1. **Działania promocyjne**

Dobra promocja jest bardzo ważna przy rozpoczynaniu nowej działalności gospodarczej, gdyż na samym początku działalności musi zasygnalizować swoje istnienie i przyciągnąć klientów nie tylko szeroką ofertą usług, ale przede wszystkim zdobyć ich przychylność stosując ciekawe i opłacalne zarówno dla klientów jak i dla firmy narzędzia promocji.

Do korzystania z usług promocji Kwiaciarni przyciągać klientów będzie atrakcyjna cena, wysoka jakość, miła atmosfera i profesjonalny personel jak również atrakcyjne promocje.

Firma stosować będzie następujące narzędzia promocji :

1)Plakaty – zawieszane na tablicach informacyjnych na terenie Gminy Bobowa.

2) Ulotki informacyjne – rozprowadzane do domów mieszkańców Siedlisk oraz całej Gminy, a także w sklepach.

3)Reklama internetowa na portalu www.bobowa24.pl – internetowy baner reklamowy informujący o rozpoczęciu działalności Kwiaciarni, oferowanych usługach, zapraszający do korzystania z nich, wyświetlany przez miesiąc na stronie głównej.

4)Wizytówka dwustronna. Na awersie znajduje się logo i adres firmy, na rewersie krótkie informacje dotyczące usług i produktów świadczonych przez Firmę.

1. **Analiza strategiczna**

Firma będzie głównie prowadzić działalność florystyczną tj. sprzedaż kwiatów, świeżych, ciętych, sztucznych, okolicznościowych bukietów, czy wiązanek lecz będzie również można skorzystać z opcji dekoracji sal, kościołów, domów weselnych na różnorodne okazje np. chrzciny, komunie, śluby. Co więcej nowo powstającą firmę będzie wyróżniać opcja „poczty kwiatowej”. Siedziba przedsiębiorstwa znajduje się na terenie Siedlisk, dlatego też zakres działania będzie obejmował zarówno samą miejscowość jaki i okoliczne wsie. Pragnę, aby usługi oferowane przez firmę dotarły do szerokiego grona ludzi, począwszy od młodzieży, a na osobach starszych skończywszy. Promocja lokalu zostanie przeprowadzona za pomocą lokalnego portalu informacyjnego oraz przy użyciu plakatów i ulotek roznoszonych po Siedliskach jak i okolicach. Lokal jest dobrze usytuowany co wpływa pozytywnie na rozwój firmy.

1. **Analiza SWOT**

Analiza SWOT Firmy Orchidea s.c. Justyna Kotowicz, Katarzyna Kotowicz została sporządzona na podstawie przeprowadzonych badań, w celu określenia mocnych i słabych stron planowanej działalności oraz szans i zagrożeń powstających w dalszym i bliższym otoczeniu Firmy.

**Tabela 1.** Analiza SWOT

|  |  |
| --- | --- |
| **MOCNE STRONY** | **SŁABE STRONY** |
| - profesjonalne wykonywanie usług,  - konkurencyjne ceny,  - wykwalifikowana kadra pracownicza (po kursach florystycznych i ogrodniczych),  - wysoka kultura obsługi klientów,  - posiadanie w ofercie usług „Poczty Kwiatowej”,  - szybkość realizacji zamówień,  - współpraca z instytucjami znajdującymi się na terenie miejscowości,  - hodowla kwiatów we własnej szklarni | - nowa firma na rynku, nie posiadająca stabilnej/wypracowanej pozycji na rynku,  - lokalizacja Firmy w małej miejscowości,  - miała ilość posiadanych środków na uruchomienie działalności,  - brak doświadczenia w prowadzeniu działalności gospodarczej, |
| **SZANSE** | **ZAGROŻENIA** |
| - adekwatność ceny do jakości usług,  - w związku ze zmianą potrzeb klientów Firma jest w stanie poszerzyć asortyment, a nawet stworzyć całkiem nowe kompozycje kwiatowe odpowiadające gustom klientów,  - powiększenie zespołu pracowników - zatrudnienie większej ilości pracowników zmniejszy czas wytworzenia i poprawi rentowność firmy,  - możliwość otrzymania finansowego wsparcia unijnego,  - poszerzenie obszaru działalności Firmy,  - poszerzenie kwalifikacji | - pojawienie się nowych konkurencyjnych firm,  - rozwój istniejących firm konkurencyjnych,  - ograniczone możliwości konkurencji z kwiaciarniami o stabilnej/ wypracowanej pozycji na rynku,  - sezonowość niektórych sprzedawanych produktów– spadek sprzedaży w niektórych okresach,  - niewystarczający marketing i reklama,  - niekorzystne zmiany na rynku pracy (np. bezrobocie) mogące przyczynić się do spadku popytu na usługi świadczone przez Firmę |

Źródło: Opracowanie własne

1. **Warianty strategii rozwoju**

Przewidywane kierunki w jakich firma może się rozwijać w przyszłości to:

* Firma może powiększyć w przyszłości ofertę sprawowanych usług.
* Ważne jest, aby kwiaciarnia się rozwijała, zatem możliwe jest, iż właściciele będą chcieli otwierać kolejną kwiaciarnię, aby założyć ich sieć.
* Niewykluczone, że w przyszłości obszar działania firmy zostanie zwiększony.
* W razie gdyby lokalizacja okazała się kłopotliwą, dla klientów, właściciele gotowi są ją zmienić.
* Ceny w przedsiębiorstwie będą nie tylko konkurencyjne, ale również przystępne dla każdego, dodatkowo stali klienci mogą liczyć na karty rabatowe.

1. *Polski potencjał kwiaciarski,*  http://www.ho.haslo.pl/article.php?id=1703,%2025.03.2014%20r., dostęp: 20.12.2018 r. [↑](#footnote-ref-1)