

# Podrum Bálint Pincészet

## borozó



Podrum Bálint Pincészet üzleti terve 2019-re

Készítette: Bálint Ádám

Podrum Bálint Pincészet  
24410 Horgos  
Felszabadulás u. sz.n.  
balintwinery@gmail.com

2018. 04.21. Magyarkanizsa



Podrum Bálint Pincészet  
borozó

# Tartalomjegyzék

<b>Összefoglaló</b> .....	
A vállalkozás eddigi tevékenysége .....	
Helyzetfelmérés .....	
Üzleti célok .....	
Várható eredmény .....	
<b>A vállalkozás, a termékek és a szolgáltatások bemutatása</b> .....	
A vállalkozás azonosító adatai.....	
A vállalkozás rövid története .....	
A tevékenység bemutatása.....	
Az üzleti elképzelés.....	
Környezeti hatások.....	
<b>Gazdasági környezetelemzés</b> .....	
STE(E)P analízis .....	
SWOT analízis .....	
A versenytársak vizsgálata .....	
<b>Pénzügyi terv</b> .....	
<b>Értékesítési és marketing terv</b> .....	
<b>Mellékletek (?)</b> .....	



# Összefoglaló

## A vállalkozás eddigi tevékenysége

A Podrum Bálint Pincészet az észak-bácskai homokvidéken, Horgos határában található. Ez egy családi vállalkozás, mely az ezredfordulón kezdett terebélyesedni. Ekkor döntöttünk úgy, hogy a hobbi borászatot és gyümölcstermesztést komolyabbra fordítjuk. Elkezdtuk felvásárolni a környékbeli kis földparcellákat és újraépítettük őket (fele-fele szőlővel és kajsziabarackkal).

Mára ez a terület eléri a nyolc hektárt, amelyből közel négy hektáron termelünk kilenc fajta szőlőt: Kövidinka, Rajnai rizling, Chardonnay, Piros szlanka, Cabernet Sauvignon és Franc, Kék Burgundi, Kékfrankos és Hamburg Muskotályos.

E szőlőfajtákból, a piros szlankát kivéve, mindből bort készítünk. Az évek során, ahogy termőre fordulnak a telepítéseink, egyre több bort tudunk készíteni, így a piacot is elkezdtuk kialakítani a termékeink értékesítéséhez.

Borainkat reduktív eljárással, gondos odafigyeléssel és odaadással készítjük, így sikerül megőriznünk a homoki borok frissességét és gyümölcsösségét. E tulajdonságok méltóvá teszik borainkat arra, hogy a fogyasztók pohárba kerülve – szebbé tegyék a pillanatokat.

## Helyzetfelmérés

Magyarkanizsa egy kis település Észak-Bácskában, de sok lehetőség rejlik benne. A családi vállalkozásunk kezdi kinőni magát, így szükségessé válik, hogy a megnövekedett számú fogyasztók miatt kibővítsük szolgáltatásainkat. Ennek érdekében szándékunkban áll egy borozót nyitni a magyarkanizsai Tisza-parton. A helyszín nem csak a természet közeli adottságok miatt kedvező, hanem a helybeliek és turisták kedvelt üdülőhelye is, melyre jó előjelként tekinthetünk, ha a vendégek számával kalkulálunk.

Magyarkanizsa szépen gondozott folyópartjáról is ismert, amelyen a látogatók jól felszerelt strandot, játszóteret, gyermekmedencét, a "Tiszavirág" sétány kiránduló- és kempinghelyet, valamint a folyami határátkelőn lévő turisztikai információs pontot találhatják. A nyári időszakban a magyarkanizsai Tisza part számos sport-, gasztronómiai- és kulturális rendezvény helyszíne (<http://www.visitkanjiza.rs/hu/tisza-part>).

Tehát célunk egy olyan borozó megnyitása és üzemeltetése, ahol a saját borkínálatunk mellett több fajta alkoholmentes italt is szolgálni fogunk, ugyanis gondolnunk kell azokra is, akik nem szeretik, vagy még nem fogyaszthatják a bort, de a társaság, család kedvéért szívesen látogatnák a helyet.



Podrum Bálint Pincészet  
borozó

## Üzleti célok

A termékfejlesztés szempontjából folyamatosan munkálkodunk, hiszen szeretnénk mindig jobb és jobb bort készíteni, de rá vagyunk utalva az aktuális év szőlőhozamára, a szőlő belső tulajdonságaira, az időjárási viszonyokra és minden más környezeti változásra, amely érheti az ültetvényünket.

A szolgáltatásainkat pedig magával a borozóval emelnénk egy magasabb szintre, hiszen már nem csak rendelésre vagy a pincészet helyszínéről lehetne beszerezni a borainkat, hanem egy állandó helyet biztosítanánk a spontán, később remélhetőleg megszokott italozásnak.

Amennyiben Magyarkanizsán megnyitnánk a borozót, azzal egy új piaci szegmensbe lépnénk, mert másik külön álló, nyitvatartási idővel rendelkező, vendéglátóhely nincs városunkban, amely kizárólag házi készítésű borokkal szolgálja ki a látogatókat.

## Várható eredmény

Vállalkozásunk évről évre sikeresebb gyümölcsstermesztést és bortermelést tud biztosítani, de a megnövekedett termeléshez viszonyítva nincs meg a megfelelő fogyasztási mennyiség és kezdjük kinőni a boros pincénket. A borainkra van kereslet, állandó és visszatérő vásárlóink elégedettséggel vásárolnak tőlünk, de meg kell növelnünk a borainkból származó eladást. Mi más tehetné ezt könnyebbé számunkra és a vásárlók számára is, ha megnyitnánk egy borozót a Tisza-parton, ahol bárki fogyaszthatná termékeinket. Ezzel is várható eredményként könyvelhetjük el, hogy mindenképp nagyobb lenne az éves bevételünk, mint eddig, ugyanis új, eddig ismeretlen vendégek akár új állandó vásárlókká is válhatnak.



Podrum Bálint Pincészet  
borozó

## **A vállalkozás, a termékek és a szolgáltatások bemutatása**

### **A vállalkozás azonosító adatai**

Név: Podrum Bálint Pincészet –borozó–  
Telephelye: 24420 Magyarkanizsa, Tisza-part  
Székhelye: 24410 Horgos, Felszabadulás u. sz.n.  
Elérhetőségek: Magyarkanizsa, Sumadijska utca 15.  
balintwinery@gmail.com  
www.balintwinery.com

### **A vállalkozás rövid története**

Amint már összegeztük az eddigi vállalkozás bemutatásánál, szükségünk van újabb és újabb vásárlókra, valamint igény van a terjeszkedésünkre. A borozó megnyitását 2020-ra tervezzük, mely a jelenlegi helyzetünkhöz és a terveikhez mérten meg is fog valósulni. A borozó megnyitásához meg szeretnénk vásárolni egy nemrégiben eladóvá vált Tisza-parti nyaralót, mely az eddigi megléte során kocsmaként üzemelt.

A Podrum Bálint Pincészet borozójának tulajdonosi megoszlása három személy között oszlik meg, Bálint Ákos és fiai, Bálint Ádám és Gergely között. A fő tulajdonosi szerepet Bálint Ákos tölti be, de szeretné fiait is beavatni az üzleti rejtelmekbe és feladataiba.

A vállalkozás működési formája a kibővülés után is változatlanul marad önálló kisipari műhely.

### **A tevékenység bemutatása**

A vállalkozásunk fő tevékenysége az italkínálat lesz. Az alkoholmentes italok mellett kínáljuk a saját készítésű borainkat fő terméként.

Borfajtáink a következők:

- Kövidinka
- Rajnai rizling
- Chardonnay
- Cabernet Sauvignon
- Cabernet Franc
- Kék Burgundi
- Kékfrankos
- Kékfrankos Rosé

A boraink tisztán fogyasztása mellett fröccsöt is kínálunk némely borfajtáink felhasználásával.



Podrum Bálint Pincészet  
borozó

## Az üzleti elképzelés

A fő tevékenységünk mellett igény és szükség van arra, hogy terjeszkedjünk. A jelenlegi szőlőtermesztésünk Horgoson folyik, ahol megtalálható a borpince is. A horgosi helyszínen nem megoldható egy olyan hely kialakítása, ahol bármikor, bárkit fogadni és kiszolgálni tudunk, ezért nyitjuk a borozónkat. Számunkra a legfontosabb, hogy a jelenlegi fogyasztókön kívül többen is megismerjék a kínálatunkat. Abban az esetben, ha több fogyasztónk lesz, nagyobb lesz a bevétel és így a profit is.

A megnyitás feltétele, hogy az épületet a jelenlegi állapotából felújítsuk, kialakítsuk a számunkra fontos helyiségeket. A teljes telek összterülete 2500 m<sup>2</sup>, amelyből 150 m<sup>2</sup> maga az épület területe. Az épület oszlopokon áll, hogy megvédje az árvíztől a főbb helyiségeket. Van egy földszinti raktár, amelyet szeretnénk átalakítani látványpincévé, ahol dísz, fahordókban tárolnánk valamennyi bort a látványosság miatt. Valamint egyben hűteni is tudnánk a borainkat ebben a helyiségben. Maga az emeleti rész magába foglal egy teraszt, asztalokkal és székekkel, egy belső fogadó helyiséget, ahol szintén van lehetőség leülni a látogatók számára, amennyiben az időjárási viszonyok nem megfelelőek a kinti helyfoglalásra. Az épületben van egy konyha raktárral, férfi és női illemhelyiség és egy iroda. A nyaraló előtt a Tisza-partra nézve szeretnénk kialakítani egy külső, tetővel ellátott, elkerített, földszinti terasz részt, amelyet téglából kiépített asztalokkal és ülőalkalmatosságokkal látnánk el. A téglák alkalmazása szándékos lépés, ugyanis az árvíz veszélyét is számításba kell vennünk. Ezen a kültéri részen szintén téglából kiépítve szeretnénk készíteni egy sütő- és főző helyet.

A borozó külső kialakítását azért tervezzük úgy, hogy sütni, főzni is lehessen, mert hirdetnénk főző- és sütő versenyeket, amelyek mellé megfelelő borkínálatot tudunk biztosítani megfelelő hozzáértéssel és szakértelemmel.

Arra gondoltunk, hogy nem csak úgy üzemelnénk, mint borozó, hanem úgy is, mint születésnap, évfordulás, elsőáldozós, stb. ebédekhez, vacsorákhoz kibérlésre helyszínt biztosítanánk. Manapság egyszerűbbnek találják az emberek, ha bérelnek egy helyet, a bérbeadóval megegyezve ott fogyasztják a helyi italokat és ételeket, és nem kell az otthoni takarítással foglalkozni. Látjuk, hogy Magyarországon igény van erre a szolgáltatásra.

A borozó nyitvatartási ideje a következő lesz:

- tavasz (április - május) és ősz (szeptember – október): péntek – vasárnap 14<sup>00</sup> – 20<sup>00</sup> h
- nyár (június – augusztus): hétfő – csütörtök 10<sup>00</sup> - 22<sup>00</sup>, péntek – vasárnap 10<sup>00</sup> - 1<sup>00</sup> h

A fogyasztóink számára biztosítjuk a szervezett borkóstolókat, helyet tudunk biztosítani nagyobb számú csoportoknak is. A tervezett célcsoportunk elsősorban nagykorú személyek, azok akik a tizennyolcadik életévüket betöltötték és szabadon fogyaszthatnak alkoholos italokat. Gondolunk persze azokra is, akik kiskorúak vagy nem fogyaszthatnak alkoholt, számukra az alkoholmentes italok állnak rendelkezésre.



# Gazdasági környezetelemzés

## STE(E)P analízis

A STE(E)P analízis elkészítésekor megvizsgáltuk azokat a külső tényezőket, amelyekre a vállalkozásunk működtetése nincs hatással, viszont azok nagy mértékben képesek befolyásolni a munkásságunkat. Klasszikus értelemben négy tényező vizsgálatát kell kielemeznünk, ezek:

S (social) – társadalmi tényezők

T (technological) – műszaki fejlettség

E (economical) – gazdasági tényezők

P (political) – politikai tényezők

Mivel egyrészt a vállalkozásunk alapja a gyümölcstermesztés és annak feldolgozása, igény van rá, hogy az ötödik tényezőt is belevegyük az üzleti tervünkbe, amely az

E (environmental) – környezeti tényezők

Elsőként kielemezzük a társadalmi tényezőket, amelyek hatással lehetnek vállalkozásunkra. Mivel az emberek életmódján és társadalmi rétegződésén mi nem tudunk változtatni, ezért ez nagyban befolyásolhatja a borunk fogyasztását. Régen kizárólag az előkelő emberek engedhették meg maguknak, hogy bort fogyasszanak, mára ez a felállás megváltozott, ugyanis szinte mindenki számára elérhetővé vált. Azok, akik megengedhetik maguknak, hogy a szükséges költségeiket kívül még bort is vásároljanak, ők a potenciális vásárlóink. Az áraink korrektek. Borfesztiválokon láthatjuk, hogy kicsit olcsóbbak az áraink, mint egyes borászoknál, és nem csak a minőséges bor, hanem az árak terén is kedvező látogatóhelynek számít a mi borászatunk. Szeretnénk ezt az árkalkulációt beépíteni az épülő borozónkba, mert több éves tapasztalat eredményeképp mondhatjuk el, hogy tőlünk jóval több szintű anyagi helyzettel rendelkező társadalmi réteg is képes és hajlandó vásárolni. Persze ha nem az anyagi helyzetet helyezzük szem elé, hanem a szubjektív vélemények megalkotását, akkor elmondhatjuk, hogy minden ember más, mindenki mást szeret fogyasztani, mindenki mástól érzi jól magát, és még lehetne sorolni, hogy mennyi személyes tulajdonság, szokás befolyásolhatja a borozónk sikerességét. Lehetnek azok a személyes vélemények csak pozitívak, csak negatívak vagy vegyesen, mi nem tudjuk megváltoztatni a gondolkodásmódot. Viszont a szolgáltatásunk lehet színesebb, hogy több személyiség számára is megfeleljen. Gondolunk itt a bor tárolásának bemutatására, annak felszolgálására és minőségének biztosítására, a zene választékosságára, az ülőhely kényelmére, és itt is sok mindent lehet felsorolni, melyekkel nem tudjuk megváltoztatni az emberek gondolkodását, de ha ügyesek vagyunk, némiképp befolyásolhatjuk azt.

### A műszaki fejlettség ?

A gazdasági tényezők tekintetében elmondhatjuk, hogy a konjunktúra, azaz bizonyos tevékenységek, események összetalálkozásával változhat a vállalkozásunk anyagi helyzete. A konjunktúra alatt a gazdasági, társadalmi és forgalmi viszonyok olyan alakulását értjük, amelyek a működésünk megváltoztatása nélkül is befolyásolhatják a gazdasági helyzetünket. Azt elmondhatjuk, hogy Magyarországon kedvező üdülő és hajókázó helynek számít a Tisza vize. Amennyiben előfordulna, hogy rendszeressé válna napi szinten a hajózás például Szeged és Magyarországa között, és több borkedvelő érkezne, megnövekedne a bevételünk a rendszeres hajózási útvonalnak köszönhetően. A kormányzati gazdaságpolitika által



meghatározott pályázatok nagyban segíthetik egy családi vállalkozás fellendülését, amelyet mi kihasználhatunk, de nem változtathatjuk meg. Semmilyen befolyásoló tevékenységgel nem lehetünk hatással ezekre a döntéshozatalokra, hogy milyen pénzüsszegeket fektessenek a kultúrába, a turizmusba, az épületekbe, stb. Mi csak felhasználhatjuk ezeket a segítségeket, amelyek megkönnyíthetik a munkálatokat.

A környezeti tényezők nagy hatással lehetnek a kedvező működésünkre. Jelenlegi állapotában a borászatunk rendelkezik az élelmiszerbiztonság egyik legjobb élelmiszer egészségügyi bizonylatával, a HACCP igazolással. Ennek az igazolásnak köszönhetően kijelenthetjük, hogy az élelmiszerbiztonság legfontosabb meghatározásának eleget teszünk. Ez a meghatározás pedig az, hogy a termékünk a teljes élelmiszerláncban nem veszélyezteti a fogyasztók egészségi állapotát, amennyiben azt a fogyasztó rendeltetés szerint fogyasztja. Viszont ezen felül a HACCP igazolásnak megszerzése és fenntartása komoly szabályokhoz kötött, de eddig minden feltételnek megfelelően működött a borpince üzemeltetése. Az élelmiszerbiztonság egyik lényeges pontja a nyomon követés. Mivel mi magunk termeljük meg a szőlőt, melyből a boraink készülnek, ezért biztosítani tudjuk származását, kezelését, a feldolgozás lépéseit, eszközeit és a bor készítésének folyamatát, amely a teljes nyomon követés feltételeit kielégíti. Szeretnénk a jövőbeli borozó épületére és az ott végzett munkát is lefedni, szabályoztatni a HACCP szabvánnyal, ugyanis ez nagyon jó pont lehet a vállalkozás sikerességében. Viszont ezen előírások változtatásában nincs jogosultságunk, mindössze alkalmazkodni tudunk a szabályokhoz. A környezeti tényezők egyik legjelentősebb része az éghajlatváltozásból fakadó hatások. Mivel mi a Tisza-partra tervezzük a borozónkat, számítanunk kell a tavaszi áradásokra, esetleges árvizekre. Ezen károk elkerülése érdekében viszont tevékenykedhetünk. Az épület oszlopokon állna, a kültéri ülőhelyek megépítése téglákból készülne, amely csak takarítást igényel, vagy kevés felújítást, nem kell teljes költséget szánni új berendezésre.

A politikai tényezők közül az egyik, amely hatással van a vállalkozásunkra az a gazdaságpolitika. Ennek jelenléte kiszámítható és a stabilitása is átlátható. Mindez azért fontos, mert tudnunk kell, mikor érdemes befektetni, költségeket ölni egy vállalkozásba. Ahogy azt Magyarországon is láthatjuk, fellendülőben van a faluturizmus, a házi készítésű és nemzeti ételek, italok fogyasztása, amely már ránk, vajdasági emberekre is hatással van. Két egymással szemben álló, nem egyenértékű oldal verseng a megélhetésért. Az egyik a nagyszabású multi cégek, amelyek terjeszkednek, mindent felölelnek és sokszor előfordulhat egy-egy településen, hogy monopólium helyzetbe kerülnek. Ezzel szemben vannak a kistermelők, mint például mi is, akik megpróbálnak valami egyedit, sajátot, értékeset eladni kis mennyiségben. Mindig is jelen volt mindkettő valamilyen formában, de arra a döntésre jutottunk, hogy megéri terjeszkedni, eladni a sajátot, a keveset, a minőségeset, mert van rá kereslet. Láthatjuk a hungarikumokkal is ez a helyzet Magyarországon.





## SWOT analízis

Fel kell állítanunk egy olyan elemzést, melynek során a vállalkozásunk számára felmerülő belső és külső tényezők jelenlétét meghatározzuk. Ez egy versenyképességi elemzés, melyben általános tulajdonságok kerülnek felsorolásra úgy a családi vállalkozásunk, mint a külső környezet szempontjából, s mindez a stratégiaalkotás egyik fontos lépése. A SWOT elemzés megtanít, hogyan legyünk kritikusak önmagunkkal is. Ez a betűkombináció jelöli a belső (SW) és külső (OT) tulajdonságainkat

S (Strenghts) – erősségek és

W (Weaknesses) – gyengeségek

O (Opportunities) – lehetőségek

T (Threats) – veszélyek

<b>ERŐSSÉGEK</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• kiváló szakértelem a borkészítésben</li><li>• jó adottságok a piaci versenyhez</li><li>• jó vélemények a vevőktől, fogyasztóktól</li><li>• meggyőző működési stratégia</li><li>• saját gyümölcstermesztés (nyomon követés)</li><li>• megfelelő termelési és feldolgozási technológia</li><li>• rendelkezés HACCP szabvánnyal</li><li>• egyedüli jelenlét borozó helyiség megnyitásával a községben</li></ul>	<b>GYENGESÉGEK</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• megfelelő marketing intézkedések hiánya</li><li>• a marketing intézkedések relatív magas költségei</li><li>• igény esetén sincs mód az alapterületnél nagyobb telket létrehozni</li></ul>
<b>LEHETŐSÉGEK</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• más vagy új vevőcsoport</li><li>• részvétel a turizmus fellendülésében</li></ul>	<b>VESZÉLYEK</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• lassú piaci növekedés</li><li>• a nagytermelők, multi cégek nyomása</li><li>• fogyasztói szokások változása</li><li>• más termelők hasonló megjelenése a piaci szegmensben</li><li>• emelkedő építőipari költségek</li></ul>

A felírt gyengeségek és veszélyek megoldható problémák, amelyekre kellő figyelmet kell szentelnünk. Vállalkozásunk sikerességéhez meg is kell oldani ezeket az akadályokat, de szerencsére ezekre hatással lehetünk. A gyengeségek terén kiküszöbölhetjük a jelenlévő problémát, például tőke befektetésével kialakíthatjuk a számunkra megfelelő marketing tervet, amellyel ez a gyengeségünk el is tűnik. A veszélyekkel szemben pedig az a megoldás, hogy megpróbálunk alkalmazkodni, úgy kialakítani a működési stratégiánkat, hogy ne ütközzünk ezekbe az akadályokba.



## A versenytársak vizsgálata

Közvetlen közelünkben, a községünkben vannak borászok, amelyek készítenek saját bort, akár csak mi, de hasonló meghatározott nyitvatartási idővel rendelkező borozója csak néhánynak van, kicsit távolabb tőlünk, másik községekben. A versenytársak belső stratégiáiba nem látunk bele, így csak sejteni tudjuk, ha valamiben jobbak, az miből eredhet, vagy ha valamiért rosszabbak, annak mi az okozója. A szakértők szerint alapvetően három versenysztratégia létezik. Az első célja az, hogy piacvezető legyen, a második valamilyen különbözőségeen alapul, a harmadik pedig a rés stratégia, amikor megtalálja azt a piaci részt, amelyet senki nem tölt ki, így megfelelő kínálat és kereslet mellett gyorsan profitra tehet szert. Viszont van egy negyedik versenysztratégia is, mely arra törekszik, hogy követő pozíciót töltsön be. Ennek lényege, hogy nem tud a vállalkozás a vezető stratégiával rendelkező cég fölé helyezkedni, ezért kevesebb profittal is megelégszik.

Mivel mi családi vállalkozásként üzemelünk, a gyümölcstermesztésünk nem több száz hektáros területen folyik, mindössze csak néhányon, arra szeretnénk törekedni, hogy más vállalatokkal szemben rés stratégiát alkalmazzunk a versenypiacon. Kis vállalkozásként is lehetőségünk van betölteni egy piaci részt, ugyanis Magyarokizsa községben nincs másik borozó. Félreértés ne essék, vannak más borászok, illetve vannak vendéglők, ahol lehet kapni házi bort, de nincs meghatározott nyitvatartási idővel rendelkező borozó.



# Pénzügyi terv

## A szükséges tőke nagysága

A jövőbeli borozó épülete jelenleg magántulajdonban van, és nemrégiben eladásra szánták. A célunk első lépésben az ingatlan megvásárlása. A tulajdonossal ki tudtunk egyezni, hogy az árat huszonnégy részletben fizessük ki. A telek és a rajta lévő épület jelenlegi ára 20 000 euró. A kedvező megegyezésnek köszönhetően esélyünk van rá, hogy saját tőkéből is fedezni tudjuk ezt a vásárlást. Az épület lebontására nincs szükség, mindössze javításra. A javítás alatt értjük a víz, gáz és áram bevezetésének ellenőrzését, esetleges cseréjét, a padlózat felújítását, szigetelést, meszelést, és még néhány tevékenységet, amely szükséges az élelmiszerbiztonság által meghatározott előírásoknak. Emellett beleszámoltuk a felújítási költségekbe a kültéri téglapadok megépítését. Ezekre a javításokra és felújításokra 3000 eurót számoltunk ki.

### A vállalat működéséhez szükséges eszközök és berendezések

Megnevezés	Darabszám	Egységár (dinár)	Teljes összeg (dinár)
étkező asztal	4	10 000	40 000
szék	16	6 000	96 000
hűtőszekrény	1	56 000	56 000
gázkazán	1	54 000	54 000
léghkondicionáló	2	54 000	108 000
sütő	1	32 000	32 000
főzőlap (gáz)	1	16 000	16 000
polcos szekrény	4	21 000	84 000
bojler	1	19 000	19 000
konyhai csap	1	5 000	5 000
mosogató	1	8 000	8 000
szagelszívó	1	12 000	12 000
fűtőtest	8	4 000	32 000
wc	4	8 000	32 000
wc tartály	4	4 000	16 000
lámpa	14	3 000	42 000
<b>Összes eszköz költség</b>			<b>652 000</b>

A fentiek szerint ezekre az eszközökre van szükségünk, hogy felújítsuk a borozó épületét. Eddig a megvásárláshoz, a felújításhoz és a berendezéshez kalkulált kiadás 29 000 euró. Ezt az összeget tehát saját és idegen tőkéből szeretnénk fedezni. A saját tőke a 70%-át, az idegen tőke pedig a maradék 30%-át fogja finanszírozni. Az idegen részt, azaz ingatlan hitelt az Intesa banktól kölcsönözzük, amelyet 60 hónapos visszafizetéssel fogunk törleszteni, melyre 6%-os kamatot szabtak meg. Mivel maga az épület a teljes összeg 68%-át adja, ezért befelérünk a saját tőke finanszírozási keretébe. A meglévő épületet adjuk meg az ingatlan hitel alapjául, így nem kockáztatjuk a családi házat vagy a meglévő borászatot.



### A szükséges pénzösszeg forrása

Finanszírozási forma	Összeg (euró)
Teljes összeg	29 000
Saját tőke (70 %)	20 300
Banki kölcsön (30 %)	8 700

### Bérelszámolás

#### A munkások egy évre megtervezett fizetésköltsége dinárban kimutatva

Hónap	Igazgató	Üzletvezető	Felhasználó 1.	Felhasználó 2.	Takarító	Összes
április	20 000	20 000	10 000		4 000	54 000
május	20 000	20 000	10 000		4 000	54 000
június	20 000	20 000	25 000	25 000	8 000	98 000
július	20 000	20 000	25 000	25 000	8 000	98 000
augusztus	20 000	20 000	25 000	25 000	8 000	98 000
szeptember	20 000	20 000	10 000		4 000	54 000
október	20 000	20 000	10 000		4 000	54 000
<b>Összesen</b>	<b>140 000</b>	<b>140 000</b>	<b>115 000</b>	<b>75 000</b>	<b>40 000</b>	<b>510 000</b>

Ebben a táblázatban nem tüntettük fel a munkaadót terhelő járulékokat, tehát itt a nettó kifizetések láthatóak. A továbbiakban kimutatásra kerül a fizetések havi kimutatása.

#### A munkások havi bérelszámolása a tavaszi és az őszi időszakban (dinár)

Munkások	Bruttó kereset	Adó 10%	Járulékok 17,9%	Nettó kereset
igazgató	25 580	2 000	3 580	20 000
üzletvezető	25 580	2 000	3 580	20 000
felhasználó 1.	12 790	1 000	1 790	10 000
felhasználó 2.				
takarító	5 116	400	716	4 000
<b>Összesen</b>	<b>69 066</b>	<b>5 400</b>	<b>9 666</b>	<b>54 000</b>

#### A munkások havi bérelszámolása a fő (nyári) szezonban (dinár)

Munkások	Bruttó kereset	Adó 10%	Járulékok 17,9%	Nettó kereset
igazgató	25 580	2 000	3 580	20 000
üzletvezető	25 580	2 000	3 580	20 000
felhasználó 1.	31 975	2 500	4 475	25 000
felhasználó 2.	31 975	2 500	4 475	25 000
takarító	10 232	800	1 432	8 000
<b>Összesen</b>	<b>158 342</b>	<b>9 800</b>	<b>17 542</b>	<b>98 000</b>

Ezen bérelszámolások alapján láthatjuk, hogy a tavaszi és őszi hónapokban a havi bruttó kereset 69 066 dinár, a nettó kereset pedig 54 000 dinár lesz. A fő szezonban, amikor minden nap üzemelni fogunk, a bruttó keresetek összesen 158 342 dinár, a nettó kereset pedig 98 000 dinárt tesz ki.



## Árkalkuláció

A leendő költségeinket igyekeztük felvázolni, hogy mire van szükségünk a megnyitáshoz, a felújításhoz és a dolgozók foglalkoztatásához, valamint kifizetéséhez, de mindezek mellett ki kell számolnunk a jelenlegi áraink mellett azt, hogy mekkora bevételre számítunk. A borfajtáink közül a következőket kínáljuk:

Borfajták (750 ml/üveg)	Teljes üveg ára (dinár)	1 dl ára (dinár)
Kövidinka	350	80
Rajnai rizling	400	100
Chardonnay	450	120
Cabernet Sauvignon	450	120
Cabernet Franc	350	80
Kék Burgundi	400	100
Kékfrankos	400	100
Kékfrankos Rosé	350	80

Alkoholmentes italok	Ár (dinár)
Rosa ásványvíz	80
Knjaz Miloš ásványvíz	80
Coca cola	100
Fanta	100
Next	100
Limonádé	100

Ezek mellett még helyet kap a megszervezett borkóstolók ára is. A vendégeinknek öt fajta bort mérünk ki, amelyet fajtánként, megfelelő sorrendben fogyaszthatnak el. Az érdekesség kedvéért pedig különböző kecske- és tehéntejből készült sajtokat kínálunk a borok mellé. Ezt a sajtot kedves ismerősünktől, hivatalos mezőgazdasági kecsketenyésztőtől és sajftermelőtől vásároljuk.

## Várható nyereség

A befektetési költségektől eltekintve össze kell hasonlítani az állandó kiadásokat és a feltételezett bevételt. A tavaszi és őszi nyitvatartásra való tekintettel valószínűleg abban az időszakban nem lesz akkora a forgalom, mint a nyári szezonban, amikor minden nap nyitva lesz a borozó. De mindenképp havi és éves szinten is ki kell mutatnunk a kiadásainkat és a bevételt.

### Költségkimutatás a tavaszi és őszi hónapokra

Pénz formája (dinár)	Összeg
tavaszi/őszi bruttó keresetek költsége	69 066
bankhitel részlet (8700 €/ 60 részlet)	16 965
6% kamat	1 017,9
<b>Összesen</b>	<b>87 048,9</b>



Podrum Bálint Pincészet  
borozó

A tavaszi és őszi hónapokból összesen négy van: április, május, szeptember és október. Tehát a 87 048,9 dinárt megszorozzuk négygyel és megkapjuk, hogy összesen 348 195,6 dinár értékű lesz a kiadásunk.

#### Költségkimutatás a nyári hónapokra

Pénz formája (dinár)	Összeg
nyári bruttó keresetek költsége	158 342
bankhitel részlet (8700 €/ 60 részlet)	16 965
6% kamat	1 017,9
<b>Összesen</b>	<b>176 324,9</b>

A nyári hónapokra (június, július és augusztus) a 176 324,9 dinárt megszorozzuk hárommal és megkapjuk, hogy a fő szezonra összesen 528 974, 7 dinár értékű lesz a kiadásunk.

Emellett még figyelembe kell vennünk, hogy a hitel visszafizetése minden hónapra kamatostól osztódik, ezért külön kell számolnunk a januárra, februárra, márciusra, novemberre és decemberre vonatkozó költségeket. Ez összesen  $(16\,965 + 1\,017,9) \times 5 = 89\,914,5$  dinár.

#### Összköltség

Költségek megnevezése	Éves költség
tavaszi és őszi időszak	348 195,6
nyári időszak	528 974,7
téli időszak	89 914,5
marketing költség	16 800
<b>Összesen</b>	<b>983 884,8</b>

Mindezen költségek mellett megbecsülhetjük, hogy mekkora borfogyasztásra lenne szükségünk, amennyiben nyereségesen szeretnénk folytatni a vállalkozásunkat. Ezt az éves költséget, a **983 884,8** dinárt elosztjuk 3150 dinárral, amely a 8 fajta borkínálatunk összege egy-egy üveggel, akkor megkapjuk, hogy éves szinten hány üveggel kellene eladnunk, hogy nullában legyünk. Megközelítőleg 312x8 üveg bor eladásával nincs veszteségünk, sem pedig nyereségünk, amely 2 496 üveg. Mivel a borozó télen nem működik, ezért ezt a 2 496 üveg bort 7 hónapra kell szétosztanunk. Ezt a számítást elvégezve láthatjuk, hogy megközelítőleg havi 357 üveg bort kell eladnunk, azaz heti 89 üveget, valamint napi 13-at.

Ez az adat mindössze csak egy becslés, amely nem elérhetetlen, sőt eddigi tapasztalataink és a fogyasztói szokások szerint nagyobb fogyasztásra is számíthatunk. Bízunk abban, hogy nagyobb lesz az eladásunk, mint ahogy ez a számítás mutatja. Emellett még említést érdemel az a tény is, hogy a már meglévő borászatunk el tudja látni ezt a mennyiséget is, amely a nyereség felé vezetheti vállalkozásunkat.



## Marketing terv

Az eddigi vállalkozásunk nem rendelkezik megfelelő marketingintézkedésekkel, amely javítása céljából bővítjük a tevékenységünket a borozó megnyitásával. Új helyszín, új emberek, új vállalkozási forma jelenik meg a munkánk során, amit kampányolni, reklámozni, valamint finanszírozni is kell. Látható az „Összköltség” táblázatban, hogy fel van tüntetve a marketing költsége is. Ebbe az összegbe belekalkuláltuk a rádió, a televízió, a plakátos hirdetést is. Szeretnénk első lépésekben állandó hirdetést feladni a magyarkanizsai Info tv-ben és Panda rádióban. Természetesen ezen kívül mi a legjobb reklám, maga a beszélgetés, a mesélés, a szájról szájra terjedő információ. Kis városban gyorsan terjed a hír, első lépésben ezzel a három intézkedéssel indítanánk. A jelenlegi weboldalunkat fel szeretnénk újítani, amelyben már maga a borozó leírása, helyszíne, nyitvatartása és kínálata is szerepelne.

A mai rohanó társadalomban szüksége van a vállalkozónak, hogy olyat nyújtson az embereknek, ami nem hétköznapi, amivel meg tudja fogni a fantáziájukat. Szükségesnek látjuk, hogy a borozónk időnként olyan szolgáltatásokat nyújtson, amit a környéken nem kap meg.

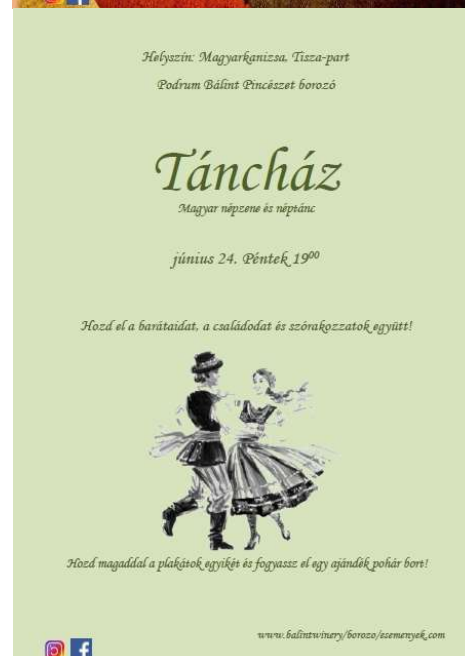
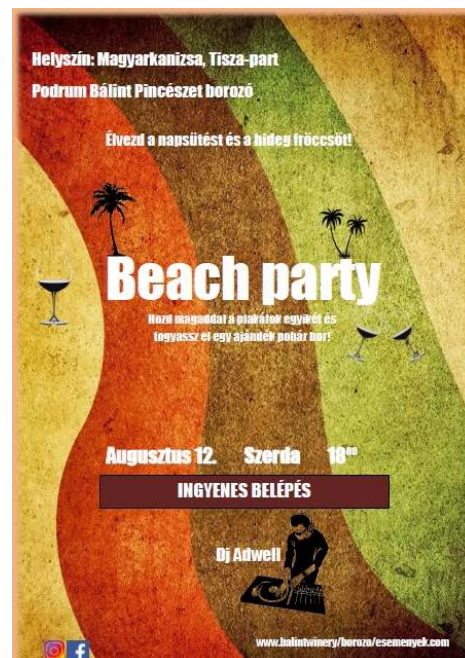
Ennek elérése céljából találtuk ki azt az ötletet, hogy időközönként kisebb rendezvényeket tartanánk, zenei megmozdulásokat, táncesteket, amelyet városszerte plakátokkal reklámoznánk. Persze arra is oda kell figyelni, hogy a környezetet ne szennyezzük, korlátozott mennyiségű plakát készülne, amelyet egy személy a helyszínre elhozva ingyen elfogyaszthat egy pohár bort. Ezzel az intézkedéssel fel hívjuk a figyelmet arra, hogy létezik ez az új helyszín, lesz valamilyen esemény, és ha magával hozza a papírlapot, megajándékozzuk. Akármilyen igényei is legyenek az embereknek, az ajándékot nem utasítják vissza, esetleg elajándékozhatja azt. Ez mindössze egy kiragadott példa a marketing lehetőségei közül.





## Mellékletek

### Marketing terv – reklám plakátok



Podrum Bálint Pincészet  
borozó