

# **Green Pan, s. r. o.**

**Dobij se dobrým jídlem!**



# Green Pan, s. r. o.

- V Česku ojedinělý projekt v oblasti stravování.
- Základní vize:
  - ▣ Obsazení volné pozice na trhu
- Propagace českého bio zemědělství



# Produkt

- Poskytování služeb v odvětví rychlého občerstvení využívajícího suroviny v bio kvalitě.
- Zdravá alternativa podobných, již zavedených podniků.

## Cíl:

Představit bioprodukty v atraktivní a dostupné formě:

- a) běžným spotřebitelům
- b) těm, kteří se o zdravou výživu a šetrný přístup k přírodě již zajímají a postrádají možnost tohoto typu stravování a žádají potraviny v biokvalitě

## Charakteristika pokrmů:

- a) rychlá a zdravá příprava
  - b) výroba výhradně z bioproduktů od českých dodavatelů
- Silná stránka – jedinečnost na českém trhu, podpora českého ekologicky šetrného zemědělství a zvýšení povědomí o biopotravínách.

# Zákazníci



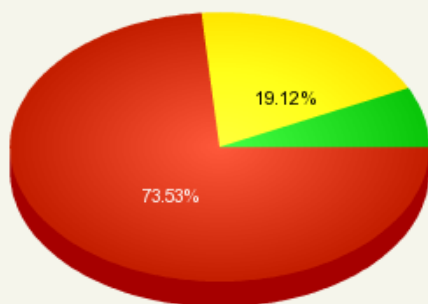
Potenciální odběratelé:

1. Lidé z bezprostředního okolí naší prodejny
  2. Lidé, kteří aktivně vyhledávají zdravou výživu
- Vývoj poptávky po našich službách očekáváme ve stylu rychlého a plynulého růstu

# Poptávka po biopotravinách

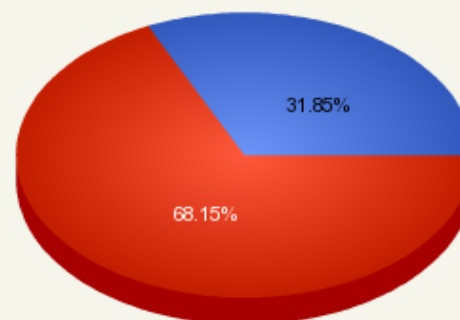
- O existenci biopotravin je informováno 98 % obyvatel České republiky (1/3 je také nakupuje a 34 % dotázaných je považuje za zdravější než běžné potraviny).
- Produkt uspokojuje potřebu Pražanů po rychlé a zdravé variantě občerstvení.
- Tematiku biostravování v médiích sleduje 12 % Pražanů a 10 % je i aktivně vyhledává a zkouší nové produkty.
- Zájem o biopotraviny mají především:
  - ženy mladšího a středního věku
  - osoby s maturitou a vysokoškolským vzděláním
  - osoby s příjmy nad 15 000 Kč/měsíc
  - 85 % rodičů dětí předškolního a školního věku.
- Hlavním aspektem ovlivňujícím poptávku po biopotravinách je cena.

Vaše dosažené vzdělání.



■ středoškolské: 100 (73.53%)  
■ vysokoškolské: 26 (19.12%)  
■ základní: 10 (7.35%)

Pohlaví



■ žena: 92 (68.15%)  
■ muž: 43 (31.85%)

# Ochrana duševního vlastnictví

- Značka firmy Green Pan je zaregistrována jako individuální ochranná známka na Úřadu průmyslového vlastnictví.
- Při výrobě produktů výhradně z biopotravin existuje možnost získat známku Ekologicky šetrná služba.
- Byla podepsána smlouva o mlčenlivosti o receptuře se zaměstnanci firmy.

# Cíle projektu

- Stát se jedničkou na trhu v oblasti “bio fast-food“ v České republice.
- Konkurovat již zaběhnutým velkým firmám v oboru rychlého stravování.
- Zlomový okamžik – vstup na trh a upoutání běžných spotřebitelů.
- Do 2 let otevřít další prodejny na území hlavního města (zvýšení konkurenceschopnosti).
- Po stabilizaci v Praze (aktivní bilance, cca 5 fungujících prodejen), vybudovat prodejny i v dalších větších městech ČR (reálné v okruhu tří až pěti let).
- Expandovat do zahraničí (především do sousedních zemí).
- Další rozvoj firmy (vytvoření sítě automatů s biopotraviny).

# Trh

- Konkurenceschopnost v oblasti zdravého rychlého občerstvení je vysoká (firma s podobným programem v současnosti v ČR chybí).
- Za silné konkurenty musíme považovat podniky produkující rychlé občerstvení či prodávající produkty zdravé výživy.

## Silné stránky fastfoodů:

- nízká cena poskytovaných produktů
- velmi dobrá dostupnost pro zákazníka (velké množství poboček a dlouhá otevírací doba)
- prostředky na propagaci výrobků

## Slabé stránky:

- nižší kvalita surovin (neplatí pro prodejny zdravé výživy atraktivita pro běžného spotřebitele se však jeví nižší)



# Dodavatelé

- Výhradně čeští producenti biopotravin (malá vzdálenost od Prahy).
- Hlavním dodavatelem masa a zeleniny bude Dobrá farma, nacházející se v okrese Praha – západ.
- Firma Countrylife, s.r.o. (Praha – západ).
- Na obou těchto dodavatelích budeme velmi závislí, jelikož nám budou dodávat základní potraviny.
- Menší množství produktů bude pocházet od dalších firem.

# SWOT

<i>Silné stránky</i>	<i>Slabé stránky</i>
✓ Jedinečnost na trhu	👉 Vysoká cena produktů
✓ Nabídka zdravých jídel	👉 Začínající firma (slabá reputace)
✓ Lokalita	👉 Nevyzpytatelnost odvětví
✓ Zkušený personál	
<i>Příležitosti</i>	<i>Hrozby</i>
✓ Možnost vyplnit mezeru na trhu	👉 Rostoucí konkurence
✓ <u>Take-away</u>	👉 Nezájem zákazníků o produkt
✓ Expanze do jiných měst	
✓ Rozšíření sortimentu	
✓ Zahraniční klientela	

# Ceny

Dle sestaveného menu.

Průměrná přidaná hodnota:

- a) Sendvičů: 19 Kč
  - b) Hranolek: 24 Kč
  - c) Salátů: 17 Kč
- 
- Možnost zakoupit za 5 Kč tzv. bezedný kelímek
  - Ceny vyšší než u konkurence (certifikát bio kvality)

# Distribuce

- Pobočka v Praze 5 – Smíchově
- V počátečních měsících zhruba 300 zákazníků
- Otvírací doba 10:00 - 20:00 hod.
- Každé 3 minuty 1 zákazník.
- Výhledové zvýšení na 900 zákazníků za den.
- Dovoz surovin zajišťují přímo dodavatelé (dovoz zdarma).
- V budoucnu automaty na frekventovaných místech.

# Propagace

- Internetové stránky
- Ukazatele na ulici, plakáty, reklamy na sloupech elektrického osvětlení, šlápoty na ulicích směřující k naší restauraci
- Recepce hotelu Golf (městský obvod Praha 5)
- Přednášky
- Exkurze pro ZŠ
- Dětské oslavy
- Logo na papírových obalech a krabičkách na potraviny
- Věrnostní program, drobné dárky s naším loge
- Spolupráce s místními prodejny zdravé výživy
- Atmosféra naší pobočky (stylové interiérové vybavení)

# Lidé

- Na jednotlivou směnu šéfkuchař + další kuchař, dva členové obsluhy, jeden pomocný pracovník (brigádník)
- Průměrný plat kuchaře: 165 Kč/hod
- Průměrný plat obsluhy : 130 Kč/hod
- Pomocní pracovníci 70 Kč/hod
- Dodavatelé – smlouva na dobu určitou (uvedení na internetových stránkách)
- „Bio certifikát“

# Finanční zajištění projektu

- Základní kapitál: 1 500 000 Kč (250 000 Kč/společník)
- Počáteční investice se vrátí ke konci roku 2013.