

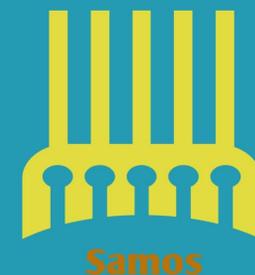


АКАДЕМИЈА СТРУКОВНИХ
СТУДИЈА БЕОГРАД
ACADEMY FOR APPLIED
STUDIES BELGRADE



ВИСОКА
ХОТЕЛИЈЕРСКА ШКОЛА
БЕОГРАД
THE COLLEGE OF
HOTEL MANAGEMENT
BELGRADE

Akademija strukovnih studija Beograd Odsek Visoka hotelijerska škola



BIZNIS I STRATEŠKI PLAN RESTORANA

Otvaranje restorana "Samos"

PREDMET:

Restoraterski menadžment

Mentor:
Prof. dr Ivana Lončar

Student:
Milija Arsić RB 007/ 2018



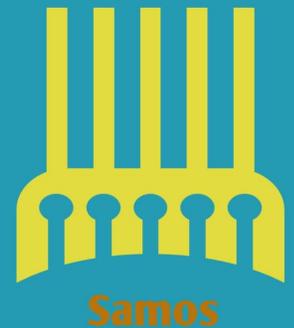
AGENDA

1. Vrsta i koncept restorana
2. Lokacija
3. Naziv
4. Pravna forma i poreski status
5. Kratak opis organizacije prostora
6. Broj i struktura zaposlenih
7. Prikaz tržišta nabavke
8. Ciljna grupa gostiju
9. Jelovnik
10. Cenovna strategija
11. Promotivna strategija
12. PESTEL analiza
13. SWOT analiza
14. Porterova analiza
15. Portfolio matrica
16. Benčmarking analiza
17. Sažeta analiza lanca vrednosti
18. Jezgro kompetentnosti
19. Vizija i misija
20. Predlog strateške mape
21. Razložena lista usklađenih ciljeva
22. Sumarni zaključci analize i datih predloga



Opšte informacije

- **Naziv:** Taverna Samos- autentično ime. Taverna je dobila naziv po najpoznatijem egejskom ostrvu. "Samos" nas asocira na more, prijatnu klimu, dobru zabavu i autentičnu grčku kuhinju.
- **Lokacija:** Savski kej, Novi Beograd
- **Vrsta i koncept restorana:** Grčki restoran, prepoznatljiv po tradicionalnim grčkim jelima i ambijentu nalik taverni.
- **Pravna forma i poreski status:** Taverna Samos je SUR. Koji će ući u u poreski sistem PDV. Vlasnik restorana Milija Arsić.



Faktori lokacije

Vlasnik SUR Samos je započeo realizaciju projekta na Savskom keju u neposrednoj blizini stambenih četvrti, naselja Belvil i TC Delta City. Objekat u kome će biti restoran je površine 240 m² (dva nivoa) , izgrađen na obali sa splavom na vodi koji u toku letnjih meseci ima funkciju bašte.

Objekat će biti lociran između bloka 70 i 70 a.

- Prednosti lokacije restorana: prijatno okruženje (zelenilo, reka)
sopstveni parking kao i javni parking
blizina poslovnih prostora (kompanije, banke, auto kuće)
blizina saobraćajnica auto put E- 75, most na Adi

U neposrednom okruženju se nalaze ugostiteljski objekti: restoran "Forma", "Ružo moja", "Korzo", "Kota 70", "Mala Kolubara", "Suvenir", "Gusar" itd.

- Na koji način možete doći do Samosa? Autobuske linije 67, 76, 89, 95
Tramvajske linije 7, 9, 11 i 13
Vodena linija od Ade Ciganlije

Izvor: Google maps



OPIS ORGANIZACIJE PROSTORA

Restoran Samos je zamišljen kao objekat na dva nivoa. Na ulazu sa desne strane nalazi se pult za kojim radi domaćin obučen u tradicionalnu grčku nošnju. On registruje rezervacije, dočekuje i smešta goste za sto. U okviru pulta se nalazi garderoba za goste. Do pulta je stepenište. Sa leve strane u produžetku lociran je šank i izložbena vitrina (vina). Šank je opremljen najmodernijom opremom za rad koja omogućava efikasan rad zaposlenih. U sklopu šanka nalazi se i priručni magacin. Između kuhinjskog bloka i šanka lociran je ofis za pripremne radove. Kuhinja je prostrana i funkcionalna. Podeljena je na tri organizacione celine. U okviru kuhinje je lociran i prostor za skladištenje namirnica. Enterijer restoranske sale je u stilu grčkih taverni. Sala je dekorisana sa dosta prirodnog cveća. Ugrađeni su prozori velikih dimenzija (prirodno svetlo). Iz sale se izlazi na splav koji u letnjim mesecima ima funkciju bašte. Na suprotnoj strani sale nalazi se sanitarni blok za goste. Drugi nivo restorana je osmišljen kao multifunkcionalna sala. Jedan deo sale je moguće pregraditi harmonika vratima, što je pogodno za intimne proslave kao i manje poslovne sastanke, prezentacije itd. Drugi nivo restorana je prilagođen nepušačima i u njemu se nalazi i igralište za decu.



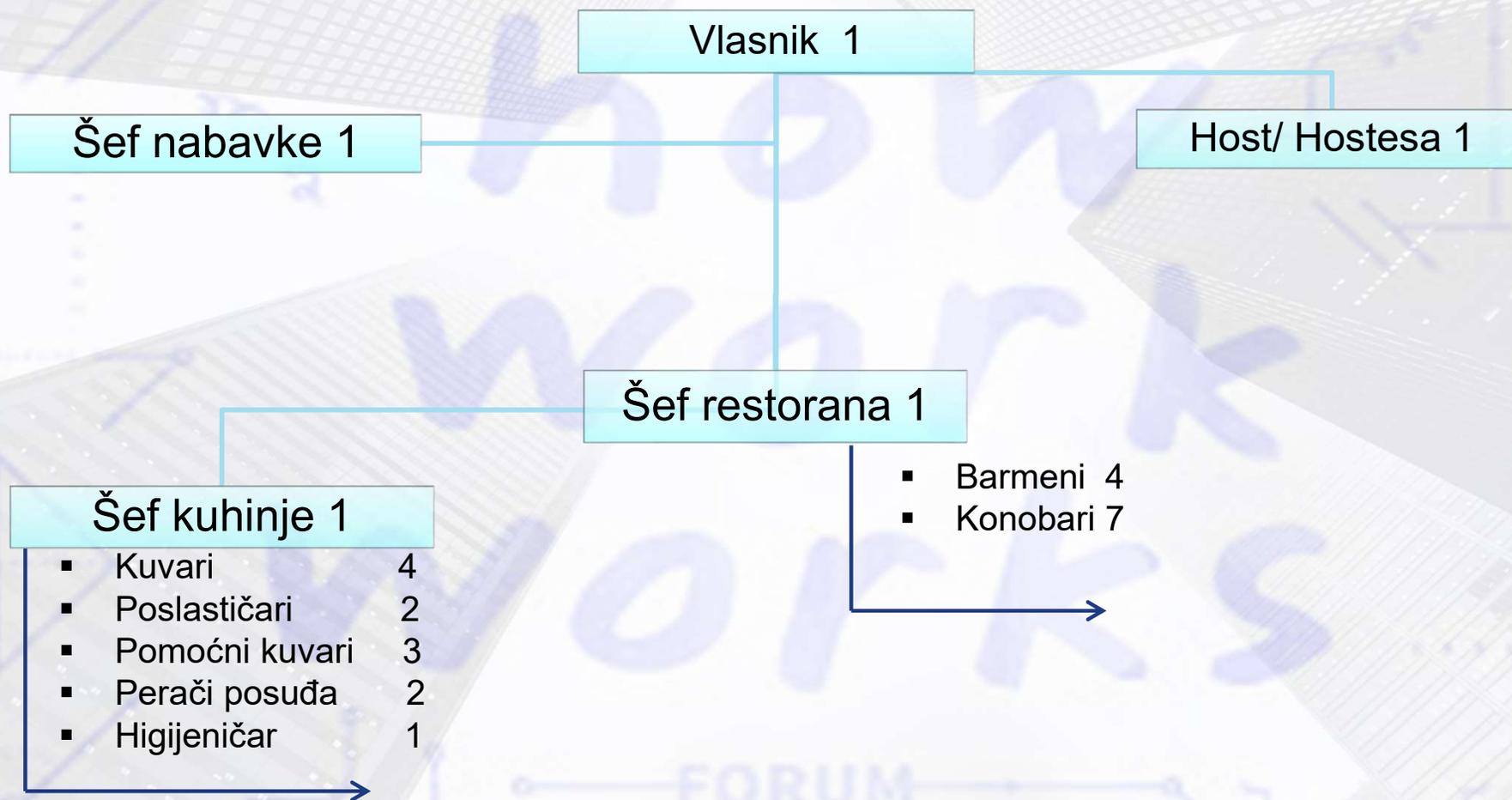
Broj i struktura zaposlenih

BROJ ZAPOSLENIH U PREDUZEĆU

Pokazatelji	Broj zaposlenih	Neto plata u dinarima	Bruto plata u dinarima
Ukupan broj zaposlenih	28		
Broj rukovodećih radnika	3	66.000,00	112.200,00
Kvalifikaciona struktura zaposlenih			
6.1	3	66.000,00	112.200,00
5	4	54.000,00	91.800,00
4	15	46.000,00	78.200,00
3	6	35.000,00	59.500,00
Prosečna bruto zarada u dinarima		85.425,00	

Formula za izračunavanje bruto zarade: $\text{neto zarada} \times 1,7 = \text{bruto zarada}$

Struktura zaposlenih



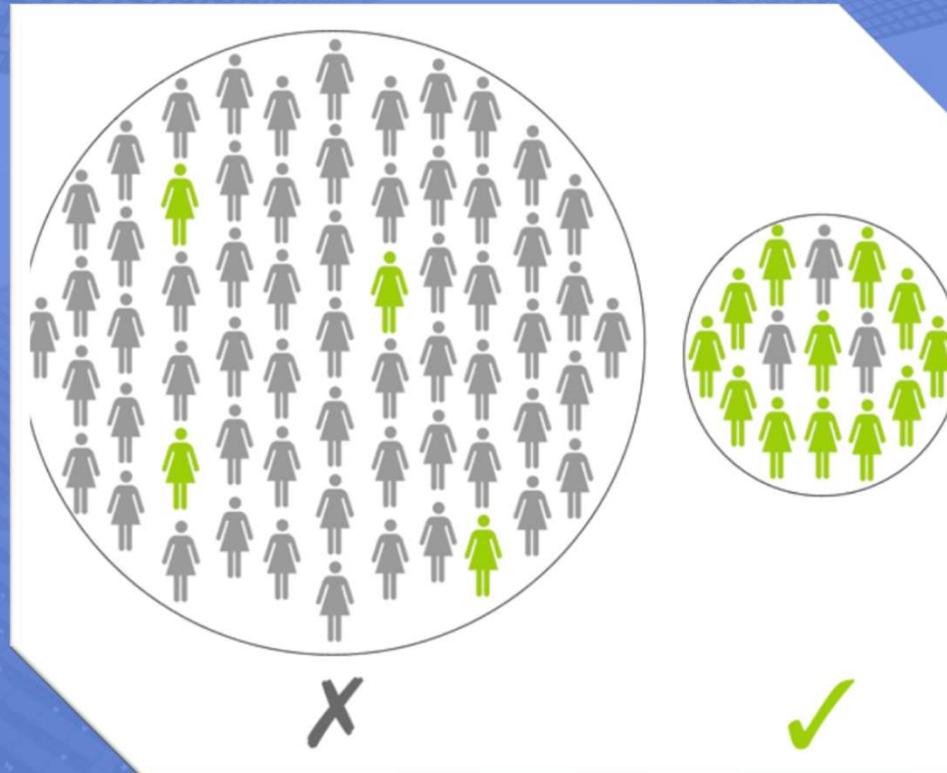
Ciljna grupa

Kome je namenjen restoran?	Taverna "Samos" namenjena je pre svega domicilnom stanovništvu i turistima. Naše ciljne grupe su: Poslovni ljudi, Oni koji žele da vide i probaju nešto novo, Porodični ljudi kao i turisti.
Spremnost za tržište	Uvidom u rezultate pretrage na sajtovima za rezervacije, ustanovili smo da postoji mali broj grčkih restorana u Beogradu. Što nam govori da imamo malo konkurenata. Većina restorana pored vode/ na vodi nudi mediteranske specijalitete ali nisu fokusirani na tradicionalna jela i recepture.
Konkurentska prednost	Naša konkurentska prednost počiva na dobro utreniranoj radnoj snazi, autentičnom ambijentu (posedujemo i kutak za decu). Naš šef kuhinje je rođen i odrastao u Grčkoj. Takođe pružamo kvalitetnu uslugu na atraktivnoj lokaciji i vršimo dostavu na kućnu adresu. U jelovniku imamo opcije za makrobiotičare.

Određivanje ciljne grupe

Primarne grupe:

1. Poslovni ljudi
2. Porodični ljudi
3. Gosti koji žele da vide i probaju nešto novo



Sekundarne grupe:

1. Turisti

Podaci:

- **1 710 514** stranih turista je posetilo našu zemlju u toku **2018.** godine
- **26,6 %** je prenoćilo barem jednu noć u Beogradu
- **129 750** Grka je posetilo Srbiju 2018. godine

Poslovni ljudi- misli se na službenike iz poslovnih prostora u okruženju. Oni mogu obedovati kod nas pre posla, u toku pauze (specijalne ponude) ili u našem prostoru održavati manje radne sastanke na drugom nivou restorana.

Gosti koji žele da vide i probaju nešto novo- misli se na ljude srednjih godina pa i nešto stariju grupu gostiju, koji ne odbijaju novitete. Dakle, respektuju nove ideje, bez odbacivanja vlastitih standarda. Vole isprobavati novo, no rado se vraćaju onome što se već pokazalo dobrim. Vole da vide i dožive inovativne ideje te će za taj viši doživljaj biti spremni i platiti višu cenu usluge. Smatramo da će naš restoran biti idealno mesto za ovaj segment potrošača jer pre svega nudimo kvalitetnu uslugu u autentičnom ambijentu uz prigodan umetnički program (grčke večeri).

Porodični ljudi- misli se na bračne parove sa decom, višečlane porodice sa familijom. Njih najčešće u ugostiteljskim objektima u većem broju, možemo videti preko vikenda. Smatramo da će naš restoran biti idealno mesto za porodična okupljanja pored reke. U prijatnom ambijentu bračni parovi će moći da se opuste, probaju nešto novo. Dok deca mogu da se zabave u igraonici restorana.



PROMOTIVNA STRATEGIJA

Promotivni miks	Aktivnosti	Kome se obraćamo ?	Obrazloženje
Privredna propaganda	<ul style="list-style-type: none"> • Kreiranje reklama • Postavljanje bilborda na prometnim lokacijama 	Široj populaciji. Obuhvatamo naše ciljne grupe i ostale segmente.	Dobri i efikasni bilbordi, mogu lako da privuku pažnju i ostave snažan utisak, ali i da navedu ljude da kasnije razmišljaju o onome što su videli i poruci koju su primili.
Unapređenje prodaje	<ul style="list-style-type: none"> • Akcijska prodaja Za poručeni doručak do 11h, gost dobija piće po izboru 	Poslovnim ljudima u neposrednom okruženju, koji po ceni jednog obroka mogu da doručuju i da se osveže.	Akcijska prodaja ostavlja snažan psihološki efekat na potrošača. Iz perspektive restorana, stimulišemo prodaju samih obroka i pojedinih grupa pića koji našim gostima mogu vremenom postati nezamenljivi (npr. kokteli)
Odnosi s javnošću	<ul style="list-style-type: none"> • Kreiranje web sajta • Registracija na sajtovima za rezervacije (Tripadvisor, Sharebico) • Nalozi na društvenim mrežama (Instagram, Facebook) 	<ul style="list-style-type: none"> • Poslovnim ljudima • Ljudima koji žele da vide i probaju nešto novo • Porodičnim ljudima • Turistima 	U proseku, čovek na društvenim mrežama provede 116 minuta dnevno što upotrebu društvenih mreža postavlja na drugo mesto najzastupljenijih aktivnosti u slobodno vreme. Pored toga poslovni ljudi borave u elektronskom okruženju u toku svog radnog vremena.

Promotivni miks	Aktivnosti	Kome se obraćamo?	Obrazloženje
Direktni marketing	<ul style="list-style-type: none"> Štampanje unikatnog jelovnika (drvene tablice) Izrada flajera Prezentacija jela i degustacija u poslovnim prostorima Cirkularna pisma (e-mail) 	<ul style="list-style-type: none"> Opštoj populaciji Našim ciljnim grupama 	<p>Flajeri, brošure i jelovnici su veoma jaki marketinški alati. Kreativni tekstovi, pregršt boja i dobre fotografije mogu zainteresovati potrošače.</p> <p>Bitan element flajera su informacije o lokaciji i kontaktu restorana.</p>



Jelovnik

Umaci

Humi

(umak od leblebija, sušenog paradajza, crvenog luka i maslinovog ulja)

Tzatziki a la Jorgos

(kisela pavlaka, svež krastavac, beli luk, mirođija)

Greki

(umak od maslina, feta sira, suvih šljiva, bosiljka i maslinovog ulja)

Topla jela

Kafteri

(pita sa patlidžanom, feta sirom, bosiljkom i maslinovim uljem)

Temkedes

(pečene tikvice punjene nadevom od pirinča, oraha i komorača)

Talagani

(grilovani talagani sir sa marmeladom od šumskog voća)

Jela od ribe i morskih plodova

Fileti orade sa sušenim paradajzom, mladim lukom i kaprom

Gambori u paradajz sosu sa metaxom i feta sirom (blago ljuto)

Saganaki

(grilovana hobotnica sa rukolom i maslinovim uljem)

Jela od mesa

Musaka od patlidžana sa mlevenim mesom i začinskim biljem

(prelivena kiselim mlekom)

Suvlaki sa dve vrste salate po izboru

Pečena jagnjetina sa ruzmarinom i začinskim travama



Specijaliteti kuće

Kotopulo piatakia

(piletina u sosu od meda, belog vina i majčine dušice)

Santorini rolnice

(rolnice od tikvica, punjene jagnječim tračicama, orasima i suvim grožđem)

Kimias

(Začinjeno mleveno meso sa kačkavaljem, uz pita hleb, tzatziki salatu i krompir)

Salate

Sveža vitaminska salata sa lešnicima i citrusnim dresingom

Rustična salata sa fetom Epiros

Poslastice

Suvi kolač sa bademima i citrusnim voćem

Egip baklava (domaća)



Napomena Pola porcije ćemo naplaćivati 50% od cene jela
Jelovnik ćemo prevesti na grčki i engleski jezik
Napravićmo skraćeni meni za decu
Jelovnik će biti odštampan na drvenim tablicama
Za poručeni doručak do 11h gost dobija piće po izboru

Prikaz tržišta nabavke

Naziv dobavljača	Sirovina/ Namirnica	Period nabavke	
Spice up shop, Beograd	Začinsko bilje, ruzmarin, majčina dušica, kapar, bosiljak, mirođija...	U zavisnosti od prometa	U zavisnosti od potrošnje
Metro, Beograd	Riba, morski plodovi, piletina, brašno, so, biber ...		
Grčki ukusi i mirisi, Beograd	Maslinovo ulje, dresinzi, masline, ratluk, suve šljive...		
Moja pijaca.rs	Krompir, paradajz, beli luk, crveni luk, kiselo mleko, badem, med...		
Solunac.rs	Mleveno meso, jagnjeće meso (po grčkoj recepturi)...		
Knjižara Pismo	Papir za štampu, hemijske, spjalice, konobarski blokovi, fascikle...		
Betner.rs	Hemija za održavanje površina, toalet papir, tečni sapun, dezobarijere...		
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Hemija za održavanje</i> ▪ <i>Kancelarijski pribor</i> 	





PEST analiza

Političko-pravni faktori

Politička stabilnost u zemlji **+2**
 Zakon o ugostiteljstvu **-1**
 Zakon o zaštiti stanovništva od izloženosti duvanskom dimu **-2**
 Zakon o porezu na dodatu vrednost **-2**
 Uvođenje standarda za puštanje muzike u ug. objektima **+1**

Ekonomski faktori

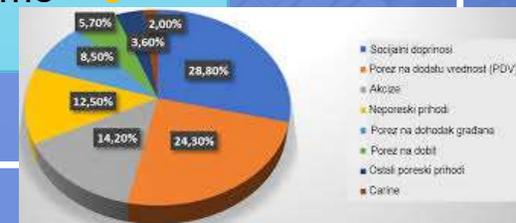
Stopa nezaposlenosti **-2**
 Kupovna moć stanovništva za vreme pandemije **-1**
 Porast cena sirovina **-1**

Sociokulturni faktori

Dohodna nejednakost u Srbiji **-1**
 Ubrzan tempo života **+2**
 Migracije **-1**

Tehnološki faktori

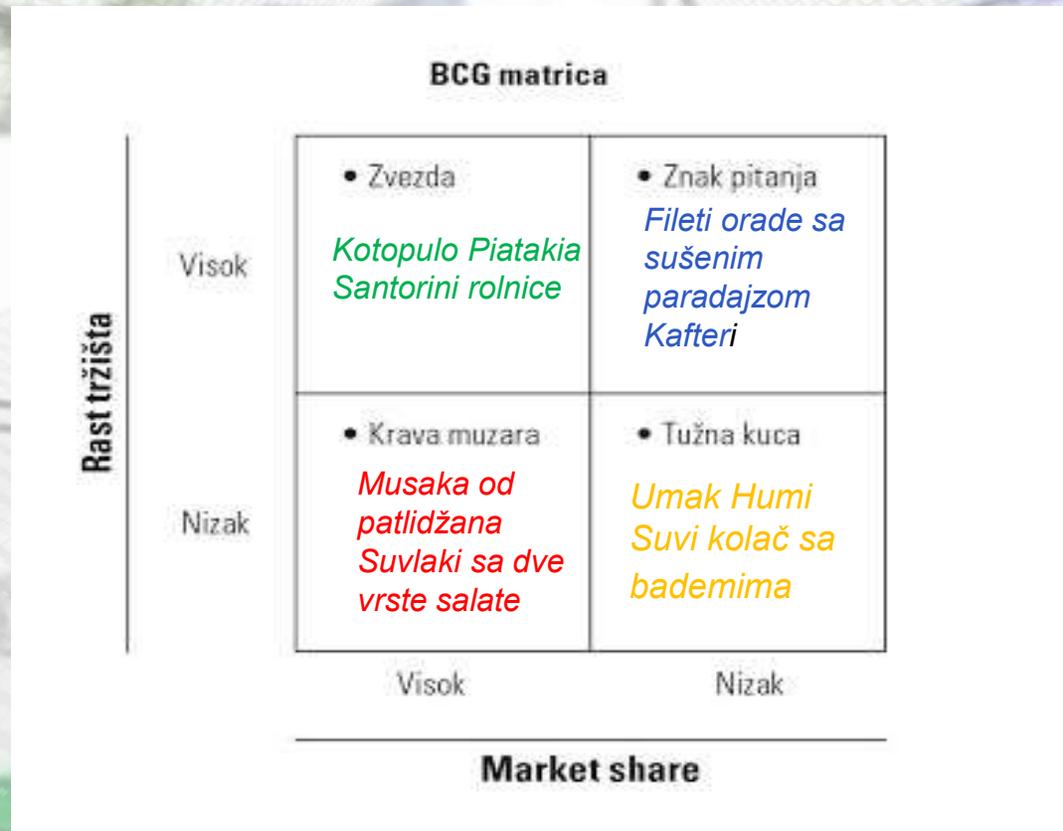
Automatizacija radnih procesa u ugostiteljstvu **+2**
 Inovativna rešenja u poručivanju hrane **+1**
 Energetska efikasnost opreme **+3**



SWOT analiza

Snage	Slabosti
<p>Šef kuhinje je stručnjak sa ekspertizom Niže cene od konkurenata Unikatan dizajn jelovnika i pakovanja Online poručivanje Prostor prilagođen deci</p>	<p>U neposrednom okruženju imamo dosta konkurenata Velika inicijalna investicija Teško nam je da pronađemo ljubazno uslužno osoblje Koncept koji mi nudimo je nov</p>
Šanse i mogućnosti	Pretnje
<p>Oko nas je dosta poslovnih prostora i stambenih četvrti Malo je grčkih restorana prisutno na tržištu Vremenom možemo da se povežemo sa obrazovnim institucijama</p>	<p>Niska profitna margina Promenljiva zakonska regulativa Konkurencija je vešta u korišćenju promotivnih alata Pandemija Covid 19</p>

PORTFOLIO analiza



PORTEROVA ANALIZA

Intezitet konkurencije	U neposrednom okruženju je prisutno dosta konkurenata- niža profitabilnost. Gost može lako da pređe u drugi restoran. Posedujemo elemente koji nas diferenciraju.	3
Moć dobavljača	Imamo veliki izbor dobavljača, ali i pored toga ne predstavljamo značajnog kupca za njih.	3
Moć kupaca	Naš restoran je jedinstven u okruženju, što se tiče koncepta. Ne prodajemo standardizovane proizvode/ usluge.	3
Barijere ulaska	Velika investicija ali atraktivna lokacija. Pristupačna lokacija. Rukovodioci sa ekspertizom.	4
Supstituti	Oko nas je dosta supstituta ali naš restoran ima velike šanse jer je autentičan.	3

Umerena atraktivnost grane !

UKUPNO 15

BENCHMARKING analiza

	Ocena	Kriterijumi/ gepovi poređenja	Ocena	
<p>Piatakia nije locirana u živopisnom okruženju, ali je u centru zbivanja. Posедуje i splav na vodi (Piatakia na vodi).</p>	5	Lokacija	4	<p>Samos je u živopisnijem okruženju, ali nije u strogom centru.</p>
<p>Preko 80% sirovina je uvoznog porekla.</p>	4	Kvalitet proizvoda/ sirovina	3	<p>Nema toliko sirovina iz uvoza u ponudi, ali se primenjuju inovativne kulinarske obrade.</p>
<p>Osigurana retencija gostiju. Više ciljnih grupa. Kontinuirano prisustvo na tržištu.</p>	4	Gosti	2	<p>Ne možemo da se pohvalimo da smo stekli stalne goste. Anticipiramo na tri segmenta gostiju.</p>
<p>Vlasnik kao simbol restorana. Veliki asortiman grčkih pića. Razvijen menadžment događaja</p>	5	Usluga	3	<p>Školovano i iskusno osoblje. Period uhodavanja.</p>

Sažeta analiza lanca vrednosti

AKTIVNOSTI
PODRŠKE

<p>Infrastruktura preduzeća- građevinski objekat, parking restorana, prilaz restoranu, dostupnost električne energije, vode, kanalizacione mreže.</p>				
<p>Regrutacija kandidata, selekcija, trening zaposlenih, nagrađivanje, obračun zarada, kontinuirani razvoj preduzeća</p>				
<p>Razvoj i implementacija tehnologije (automatizacija radnih procesa, digitalizacija, IT softver za poslovanje)</p>				
<p>Nabavka proizvoda i sirovina, potrošnog materijala</p>				
<ul style="list-style-type: none"> • Saradnja sa dobavljačima • Transport, prijem, istovar • Sortiranje robe • Skladištenje i čuvanje 	<ul style="list-style-type: none"> • Prijem i obrada rezervacija • Priprema konzumacija 	<ul style="list-style-type: none"> • Izdavanje porudžbina • Pakovanje porudžbina za dostavu • Dostava hrane 	<ul style="list-style-type: none"> • Prihvat i smeštaj gosta • Primanje porudžbina • Usluživanje gostiju • Apseviranje • Naplata • Ispraćaj gosta 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotivna strategija restorana • Prodaja Direktna Online- poručivanje i dostava

VREDNOSTI

PRIMARNE AKTIVNOSTI

Analiza jezgra kompetentnosti

- Jezgro kompetentnosti našeg restorana čine:



UNIKATAN DIZAJN INSTRUMENTATA PONUDE



ENTERIJER

CENOVNA STRATEGIJA

- Cena je kompromis ponude i tražnje u tržišnoj selekcionoj ponudi.
- Cena se kreira u trouglu: trošak, konkurent, tražnja –to su 3 osnovna parametra koja utiču na cenu.

	Visoka	Srednja	Niska
Visok	1. Strategija cene sa premijom	2. Strategija visoke vrednosti	3. Strategija super vrednosti
Srednji	4. Strategija previsokih cena	5. Strategija srednje vrednosti	6. Strategija dobre vrednosti
Nizak	7. Strategija zacepljivanja	8. Pogrešna ekonomska strategija	9. Ekonomična strategija

Naš restoran se opredelio za strategiju **umerenih cena (strategija visoke vrednosti)**. Smatramo da bi odnos cene i kvaliteta bio realan, a naš gost zadovoljan. Takođe strategija umerenih cena je prilagođena široj populaciji i našim ciljnim grupama.

Musaka od patlidžana sa mlevenim mesom i začinskim biljem	1.Bruto težina	2. % kaliranja	3.Neto težina	4.Nabavna cena u kg	Iznos u dinarima 5 (1*4)
Mleveno meso	0,220	10	0,198	460 din.	101,2 din.
Patlidžan	0,180	5	0,171	170 din.	30,6 din.
Maslinovo ulje	0,040		0,040	890 din.	35,6 din.
Ruzmarin	0,005		0,005	1500 din.	7,5 din.
Majčina dušica	0,005		0,005	1600 din.	8 din.
Kiselom mleko	0,035		0,035	160 din.	5,6 din.
So	0,008		0,008	50 din.	0,40 din.
Crni luk	0,020	5	0,019	50 din.	1 din.

Ukupno: 189,9 din.

Marža: 150%

Ukupno sa maržom: 189,9din.+284,85din.= 474, 75 din.

PDV (20%): 94,9 din.

Prodajna cena: 474,75din. +94,9 din.= **570 din.**

MISIJA I VIZIJA

Mission

Vision

Naša misija je da svaki gost uživa u ambijentu i uslugama restorana Samos. U hrani pripremljenoj na specifičan način, grčkim pićima, gostoprimstvu vlasnika i osoblja i da se uvek iznova vraća u Samos. Odnosno da zadovoljimo sve potrebe naših gostiju !

Postati vodeći restoran grčke kuhinje u Beogradu, u narednih 5 godina. Prepoznatljiv po autentičnom ambijentu, recepturama i usluzi.

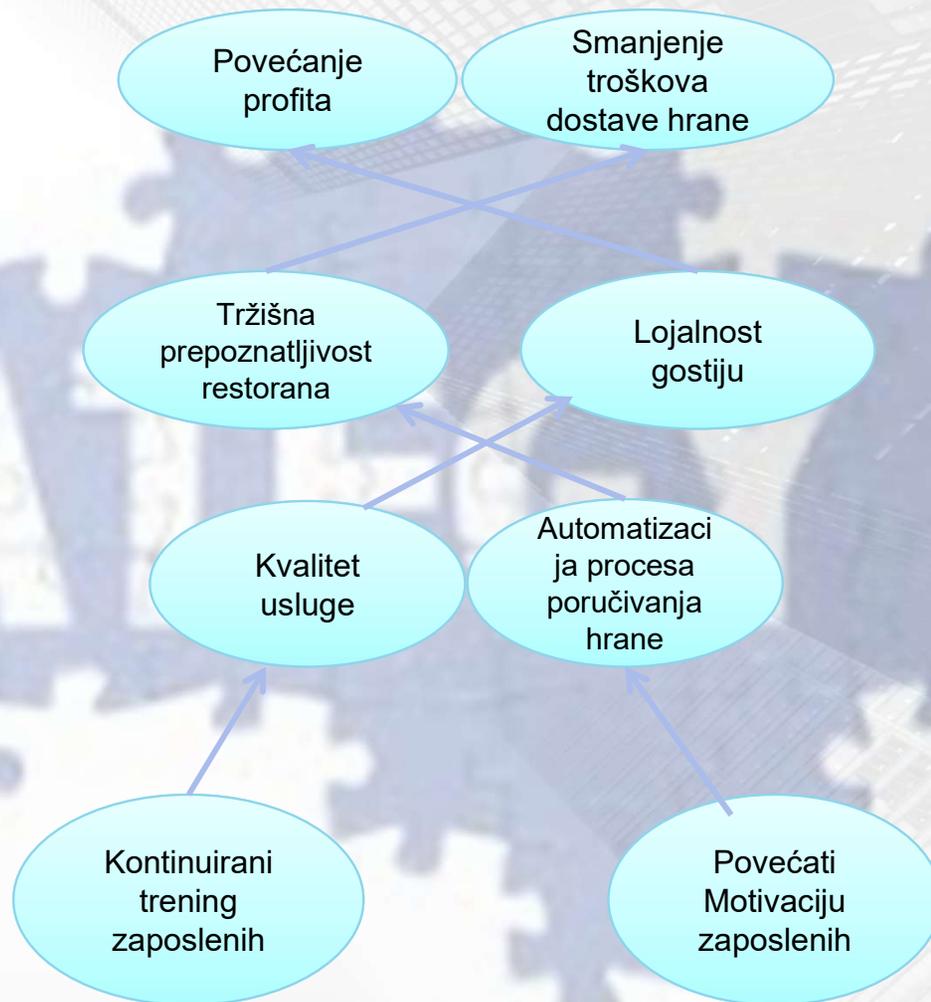
Finansijska perspektiva

Tržišna perspektiva

Perspektiva internih poslovnih procesa

Perspektiva učenja i razvoja

STICANJE VREDNOSTI



Lista usklađenih ciljeva

Cilj	Merilo	Zadatak	Inicijativa
Kontinuirani trening zaposlenih	% pozitivnih povratnih informacija od gosta	Povećati vreme za trening u toku radnog vremena 2020 : 2% 2021 : 5%	<ul style="list-style-type: none">Napraviti rasporede smenskog rada koji će podržati kontinuiranu obukuPristup seminarima i edukacijama van firme
Kvalitet usluge	% zadovoljnih gostiju sa brzinom pružanja usluge	2020: 55% 2021: 70%	<ul style="list-style-type: none">Ulaganje u enterijerIzrada prijatnih uniformi za zaposleneKontrola kvaliteta primljenih namirnica
Tržišna prepoznatljivost	% zadovoljnih gostiju	2020: 40% 2021: 60%	<ul style="list-style-type: none">Ulaganje u marketing aktivnostiStvoriti bazu gostiju
Smanjenje troškova dostave hrane	troškovi goriva za dostavno vozilo	Povećati saradnju sa aplikacijama za dostavu 2020: 25% 2021: 40%	<ul style="list-style-type: none">Porudžbine koje su lokacijski značajno dalje od restorana preusmeriti na aplikacije za dostavu

Sumarni zaključci analize i datih predloga

Suština poslovanja je izbeći preranu smrt restorana. Na osnovu rezultata analize i datih predloga u projektu možemo da zaključimo da je naša ideja **izvodljiva** po većini parametara. Poslovanje **Samosa** je utemeljeno na **misiji i viziji**. Kroz naredne tri godine, restoran može da isplati početna ulaganja i da uz pomoć definisane strategije stvori svoju bazu gostiju. Sticanje sopstvene baze gostiju će nam pomoći da steknemo tržišnu prepoznatljivost i da postepeno proširimo naš kapacitet.

HVALA NA PAŽNJI !

Kontakt: <mailto:arsicmilija60@gmail.com>

28

Samos