



GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI

YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİ GİRİŞİMCİ İŞ PLANI

GİRİŞİMCİ ADI SOYADI : HÜSEYİN DÜZGÜN

İŞ FİKRİ ADI : CAFE İŞLETMESİ

İŞLETMENİN ADI : TARSUSİ CAFE

BÖLÜM 1: GENEL BİLGİLER

1.1 Girişimci Bilgileri:

(Bu kısımda kendinizi/ortaklarınızı kısaca tanıtınız, iş tecrübenizi anlatınız)

1972 Malatya Darendede doğdum ve ailemle birlikte 5 yaşından itibaren Kadirli’de yaşamaya başladım. İlk ve ortaokul eğitimimi Kadirli’de tamamladıktan sonra, Lise eğitimimi Malatya Fen Lisesi’nde yaptım. 1997 yılında Çukurova Üniversitesi İktisat bölümünde (Lisans), 2001 yılında İşletme bölümünde (Yüksek Lisans) mezunu oldum. 2009 yılında Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Dış Ticaret bölümünde (Ön Lisans) mezun oldum. Halen Mersin Üniversitesi İnsan Kaynakları ve Kariyer Danışmanlığı Yüksek Lisans ve Çukurova Üniversitesi Tarım Ekonomisi Yüksek Lisans ile İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Programında Lisans öğrenimim devam etmektedir.

1997 yılında Emek Hayat Sigorta’da Satış Temsilcisi olarak başladığım profesyonel iş hayatına Ekip Lideri olarak devam ettim. 1997 yılı sonunda Adana’da çok katlı mağaza olarak faaliyet gösteren Karıncalar A.Ş. firmasında Kredi ve Halkla İlişkiler Müdür Yardımcısı olarak çalışmaya başladım. 1998 yılı Şubat-Ekim ayları arasında Bilgitaş A.Ş. Adana Bölge Müdürlüğü’nde Satış Sorumlusu ve Müşteri İlişkileri Yetkilisi olarak çalıştım. Ekim 1998-Şubat 1999 tarihleri arasında Maliye Bakanlığı Adana Defterdarlığı Personel Müdürlüğü’nde Memur olarak çalıştım.

1999 Şubat ayında Türkiye İş Bankası Kuruköprü/Adana Şubesi’nde memur olarak çalışmaya başladım. İş Bankası’nda 9 yıl süren çalışma hayatımda Adana, Zonguldak, Mersin ve Tarsus’ta çeşitli kademelerde ve görevlerde çalıştım. Tarsus’ta İş Bankası’nın 2. Şubesi olan Yenimahalle/Tarsus Şubesi’nin açılması işlemlerini yürüttüm. 2007 yılında İş Bankası’ndan Finansbank Tarsus Şubesi’ne Kobi Bankacılığı Portföy Yönetmeni olarak transfer oldum.

2009 yılı Şubat ayında Bankacılık meslek hayatıma son vererek, idealimdeki meslek olan eğitimciliğe, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Düziçi Meslek Yüksekokulu’nda Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programında Öğretim Görevlisi olarak adım attım. Buradaki görevine devam ederken 2010 yılında Özgün Kariyer Eğitim & Danışmanlık firmasının kuruluşuna öncülük yaptım. 2011 yılında Öğretim Görevlisi görevinden istifa ederek halen kendi markam ÖZGÜN KARİYER adı altında geliştirdiğim BRITISH COACH, BRITISH BUSINESS COACH, E-KAMPÜS, HD ACADEMY, GİRİŞİMCİ ENSTİTÜSÜ eğitim ve danışmanlık markaları adı altında Örgün ve Uzaktan Eğitim, Danışmanlık ve Koçluk Hizmetleri vermekteyim.

Eğitim ve çalışma hayatı boyunca Satış, Pazarlama, Finans, Mali Analiz, Halkla İlişkiler, İnsan Kaynakları Yönetimi, Kişisel Gelişim, Dış Ticaret, Girişimcilik, Beden Dili ve İletişim konularında birçok seminer ve kurs alarak kendimi **Sürekli Geliştirme** çabası gösterdim. Bu seminerler haricinde SPK Gayrimenkul Değerleme Uzmanlığı, SPK Konut Değerleme, SPK



GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI

YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİ GİRİŞİMCİ İŞ PLANI

Kurumsal Yönetim, SPK Kredi Derecelendirme Uzmanlığı SPK Türev Araçlar, SPK Düzey1, SPK Düzey2, SPK Düzey3 ve EGM Bireysel Emeklilik Aracılık Lisanslarım bulunmaktadır.

Bugüne kadar iş ve eğitim hayatı boyunca edindiğim bilgi ve tecrübeyi paylaşmayı hedefleyerek İletişim, Beden Dili, Zaman Yönetimi, Sunum Teknikleri, Takım Çalışması, Liderlik ve Yönetim Becerileri, Stres Yönetimi, İmaj Yönetimi konularında Seminerler; İnsan Kaynakları Yönetimi, Dış Ticaret, Girişimcilik, Finans Yönetimi, Finansçı Olmayanlar İçin Finans, Yönetici Asistanlığı, Muhasebe ve Mali Analiz, Proje Yönetimi, Eğiticinin Eğitimi, Emlak Danışmanlığı ve Mortgage Brokerlığı, Satış ve Pazarlama Yönetimi gibi konularda Uzmanlık Sertifikalı Programlarında Eğitimler vermekteyim.

KOSGEB'in Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Eğitimci havuzunda ayrıca Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı-Aile Eğitim Programı'nda (AEP) Eğitimci olarak çalışmalarımı sürdürmekteyim.

Adana Valiliği, Yüreğir Kaymakamlığı, Sarıçam Belediyesi, Kadirli Belediyesi, Düziçi Kaymakamlığı, Çukurova Üniversitesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Gaziantep Üniversitesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Adana Sanayi Odası, İller Bankası, AFAD, AVŞARLAR KURUYEMİŞ A.Ş., GİZERLER A.Ş., KOMPEDAN, ORTADOĞU HASTANESİ, METRO HASTANESİ, CEYGEM, TGS Turkish Ground Service, OTEL LE GRAND, AKDENİZ KOLEJİ, ERKAN KOLEJİ, BPW – BUSINESS PROFESSIONEL WOMEN, OSES ÇİĞKÖFTE, vs gibi birçok kamu ve özel kuruluşa eğitimler ve seminerler verdim.

2016 yılından bu yana GİRİŞİMCİLİK VE İNOVASYON DERNEĞİ Yönetim Kurulu Başkanlığı yapıyorum.

1.2 İş Fikri:

(Bu kısımda kurduğunuz işi, kurma gerekçenizi, pazarınızı ve finansman kaynağınızı kısaca anlatınız)

İş fikrim bugüne kadar yapmış olduğum işlerden çok farklı olarak kendime ait bir marka (TARSUSI-Tarzı Hususi) adı altında TÜRK KAHVESİ'nin satışını ve Cafe konsepti ile müşterilerime sunmak istiyorum. İşyerim için düşündüğüm konsept, pazardaki muhtemel rakiplerden farklı olarak geniş bir kütüphanesi olan, insanların hem sohbet edebileceği, hem entellektüel toplantı ve sohbetlere katılabileceği, hem de iş görüşmelerini yapabileceği bir mekan. Bu mekanda insanlar kahvenin, sohbetin, kültürün, sanatın keyfini yaşayacaklar. Bu keyifle birlikte kahveleri ile birlikte lezzetli ikramlarımızı tadacaklar.

Bu işi kurmaktaki amacım Ülkemize yeni bir marka kazandırmak ve tüm dünyaya pazarlamak. Bu fikri seçmemdeki amacım bugün tüm dünyada en fazla tüketilen ürünlerin başında kahve gelmektedir. Türk Kahvesi olarak bu pazardan yeterli olarak pastadan payımızı



GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI

YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİ GİRİŞİMCİ İŞ PLANI

alamıyoruz. Güzel bir sunum ve konsept ile başlangıçta Ülkemize daha sonra tüm dünyada tercih edilecek bir marka yaratmak ve bu markayı franchising sistemi ile yaygınlaştırmak istiyorum.

Bu işteki en büyük motivasyon kaynağım; Kahvede Bir Dünya Markası yaratmak, ülkeme döviz kazandırmak, istihdam yaratmak, Katma değer yaratmak, çocuklarıma bir sürekli gelir sağlayan bir işletme bırakmak.

Bu işin kurulumu için gerekli sermaye yaklaşık 100 Bin TL civarındadır. Benim bu işi kurmak için yaklaşık olarak 40 Bin TL sermayem bulunmaktadır. İşyeri Kirası, Kuruluş Masrafları, Tadilat, Donanım, Ekipman olarak toplamda bu rakamlarda işletme kurulabilmektedir. Özellikle tadilat ve alınacak olan makine ve ekipmanlar rakamları yukarıya taşımaktadır.

Bu işi kurmak için kendi finansal kaynağım yetersiz kalmaktadır. Ailem ve arkadaşlarım iş fikrimin en büyük destekleri olarak bana maddi ve manevi tüm destekleri sunmaktadır. Ayrıca KOSGEB'in Yeni Girişimcilik Desteğinden faydalanarak finansal olarak daha güçlenmek istiyorum. Gerektiğinde Bankalardan ve çevremdeki akraba ve arkadaşlarımdan da borç alabilirim. Kredi notum iyi olup, ihtiyaç halinde bankalardan kredi de kullanabilirim.

%100 oranında hissedarı olduğum GİRİŞİMCİ ENSTİTÜSÜ şirketinden önemli bir gelir sağlamaktayım. Bu işi kurarken en az 6 ay olmak üzere 1 yıl boyunca düzensiz bir geliri ve yapılan yatırımın geri dönmesini ve başabaş noktasına ulaşmayı göze aldım. Bu konuda da aile bireylerimin desteği tamdır.

BÖLÜM 2: GİRİŞİMCİYE / ORTAKLARINA VE İŞLETMEYE İLİŞKİN BİLGİLER

2.1 İşletmeyi ortak ile ya da tek başınıza kurmanızın nedeni ve varsa ortaklarınızın işletmenizin başarılı olması açısından önemi:

İşletmemiz başlangıçta Limited Şirket işletmesi olarak kurulmuştur. Limited Şirket olarak kurulmasının tercih edilmesinin sebepleri:

- Başlangıç kuruluş masraflarının Anonim Şirkete göre az olması,
- Kurumlar Vergisine tabi olması nedeniyle Vergisel avantajlar; %20 sabit olması
- Anonim Şirketlerde zorunlu olan ve maliyet yükü getiren Genel Kurul gibi zorunlu durumların olmaması
- Anonim Şirketlerde zorunlu olan Mali verileri ve Faaliyet Raporunu Web sayfasında yayınlama zorunluluğunun olmaması

Daha sonra İşletmemizin gelişimine ve büyümesine, Karlılığına, Kurumsal Kimlik çalışmalarının tamamlanmasına bağlı olarak Anonim Şirkete dönüştürülecektir.

2.2 İş Fikri ve Seçme Nedeni:

İş Fikrim bugüne kadar yapmış olduğum işlerden çok farklı olarak kendime ait bir marka (TARSUSİ-Tarzı Hususi) adı altında TÜRK KAHVESİ'nin satışını ve Cafe konsepti ile müşterilerime sunmak istiyorum. İşyerim için düşündüğüm konsept, pazardaki muhtemel rakiplerden farklı olarak geniş bir kütüphanesi olan, insanların hem sohbet edebileceği, hem entellektüel toplantı ve sohbetlere katılabileceği, hem de iş görüşmelerini yapabileceği bir mekan. Bu mekanda insanlar kahvenin, sohbetin, kültürün keyfini yaşayacaklar. Bu keyifle birlikte kahveleri ile birlikte lezzetli ikramlarımızı tadacaklar.

Bu işi kurmaktaki amacım Ülkemize yeni bir marka kazandırmak ve tüm dünyaya pazarlamak. Bu fikri seçmemdeki amacım bugün tüm dünyada en fazla tüketilen ürünlerin başında kahve gelmektedir. Türk Kahvesi olarak bu pazardan yeterli olarak pastadan payımızı alamıyoruz. Güzel bir sunum ve konsept ile başlangıçta Ülkemize daha sonra tüm dünyada tercih edilecek bir marka yaratmak ve bu markayı franchising sistemi ile yaygınlaştırmak istiyorum.

Bu işteki en büyük motivasyon kaynağım; Kahvede Bir Dünya Markası yaratmak, ülkeme döviz kazandırmak, istihdam yaratmak, Katma değer yaratmak, çocuklarıma bir sürekli gelir sağlayan bir işletme bırakmak.



GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI

YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİ GİRİŞİMCİ İŞ PLANI

2.3 İşletmenin Misyonu ve Vizyonu:

VİZYON: Cafe İşletmeciliği Sektöründe yeni bir Marka oluşturarak Türkiye’de en çok tercih edilen, güven duyulan, sevilen ve tavsiye edilen işletmesi olarak Müşterilerini Hayran bırakmak.

MİSYON: Müşterilerinin beklentilerinin üzerinde bir Hizmet ve Ürün Kalitesiyle çalışarak Müşteri Memnuniyetini en üst düzeyde tutmak, en lezzetli ve doğal Kahve ve ikramları müşterilerine sunmak. Bu ürün ve hizmetleri sunarken sürekli gelişim ve iyileştirme ile rakiplerine karşı tercih edilen bir işletme olmak.

İŞLETMEMİZ;

- Müşteri beklentilerinin üzerinde ürün ve hizmet sunar ve tasarlar
- Çevre ve İnsan Sağlığına uygun malzemeler kullanır ve hizmetler sunar
- En yeni teknolojiyi kullanarak Müşterilerine Kaliteli hizmetler sunar
- Sürekli gelişmeyi ve yenilenmeyi sağlar
- “Mutlu Müşteri” ile Müşteri Memnuniyeti sağlamak için çalışır,

Katma değer yaratır, İstihdam Sağlar

2.4 Kısa Vadeli Hedefleri (1. yıl):

- En lezzetli kahve ve ikramları en etkili iletişim ve sunum ile müşterilerimize sunarak işletmemize sadık ve taraftar müşteri oluşturmaya çalışacağız
- İlk yıl yakın çevredeki işyeri, ev, okullardaki potansiyel müşteriler ile Sahili ve Sahil yolunu tercih eden yaya ve araç kullanan potansiyel müşterilere rahat ve temiz bir mekanda 10 masada 40 kişiye aynı anda hizmet vermeyi planlamaktayız.
- İşletmemde başlangıçta Ben, Usta, Garson ve Temizlik Elemanı olarak toplam 4 kişi çalışacak olup, günde ortalama 100 kişiye hizmet verilecektir.
- Marka tesciline başvuru yaparak markayı koruma altına almak
- İşletmenin Kuruluş işlemlerinin ardından İşletmenin Kurumsal Kimlik çalışmalarını (logo, WEB sayfası vs) tamamlayarak tanıtım faaliyetlerini yapmak.
- İşletmenin Muhasebe sistemini kurarak, etkin, düzenli ve verimli bir kayıt sistemi oluşturmak.
- İşletmede çalışacak olan personelin işe alım, oryantasyon, eğitim süreçlerini tamamlamak.
- İlk bir yıl içinde başta Mersin ve ilçeleri olmak üzere Adana’da müşteri portföyü oluşturmak için pazarlama faaliyetleri yapmak.
- Kurumsallaşma çalışmalarını tamamlamak
- Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) alt yapısı kurmak.
- Finansal Süreçler (Nakit Akışı, Kara geçiş, Maliyet Kontrolü vs) ile ilgili Danışmanlık alarak Etkin Finans Yönetimini sağlamak
- ISO, TSE gibi Kalite ve Hizmet Yeterlilik belgelerini almak.

2.5 Orta ve Uzun Vadeli Hedefleri (2.yıl ve üzeri):

ORTA VADELİ HEDEFLER:

- Orta vadede Mersin ve çevre ilçelerde müşteri portföyünü geliştirerek, bölgede Pazar lideri olmak.
- Etkili İletişim ve Sunum ile müşterilerimize hizmet vererek işletmeye sadık ve taraftar müşteri oluşturmaya çalışmak
- Kurumsallaşma, Finans, Muhasebe, İnsan Kaynakları, Kalite, Pazarlama ve satış konularında Danışmanlık ve Eğitim süreçlerini tamamlayarak Kurumsal bir işletmeye dönüşmek
- Müşteri portföyünü ve Satış Cirosunu ve buna bağlı olarak karı ortalama her yıl en az %20 artırmak.
- Orta vadede Pozcu Bölgesinin yanı sıra tüm Mersin Bölgesi'nden müşteriler kazanmaya çalışılacak. Ayrıca Sahil Yolu üzerinde olması nedeniyle özellikle bu yolu kullanan Mezitli, Erdemli ve Silifke gibi ilçelerin yolcularına da hizmet vermeyi planlamaktadır.
- Gerekli tanıtım faaliyetleri ve müşteri memnuniyetinin sağlanması ile günlük ortalama 150-200 kişiye hizmet vermeyi hedeflemekteyiz.
- Müşteri ve hizmet artışı ile ortaya çıkacak olan garson, komi, usta personel ihtiyacını karşılayarak istihdama katkı sağlamak
- Kurumsallaşma çalışmalarını tamamlamak
- Bayilik ile ilgili altyapıyı kurmak ve çözüm ortaklıkları sağlamak
- Tarsus'a ikinci Şubeyi açmak veya Bayilik vermek

UZUN VADELİ HEDEFLER:

- Uzun vadede Türkiye genelinde tanınmış bir Marka haline gelmek
- Adana, Antalya, Ankara, İzmir ve İstanbul başta üzere tüm Türkiye'ye Bayilikler vermek
- 10 yıllık süre içinde özellikle Türklerin yoğun yaşadığı Almanya, İngiltere, Fransa gibi ülkelerde Bayilikler vererek ülkemize döviz kazandırmak
- Daha önce fason ürettirdiğimiz özellikle kahve ürünlerimizi kendi üretim tesisimizde üreterek katma değer yaratmak

BÖLÜM 3: PAZAR BİLGİLERİ VE PAZARLAMA PLANI

3.1 Pazarın Büyüklüğü, Hedeflenen Pazar Payı:

(Ürün/hizmetin sunulacağı pazarın ciro/birim bazında yıllık hacmini ve bu hacimden yıllık olarak ne kadarlık bir pay almayı hedeflediğinizi açıklayınız)

Türkiye’de hane halkı gelirin %40’ı gıda ürünlerini harcanmakta olup, gelişmiş olan özellikle batı ülkelerinde %10 düzeyindedir. Türkiye’de ev dışında yemek yeme sosyal hayatın en önemli bir parçası haline gelmiştir. Son yıllarda kentleşme, ekonomik ve sosyal gelişmeler, kadının iş hayatına daha aktif olarak girmesi, bireylerin ve ailelerin dışarıda yemek yeme ihtiyacını ve tercihini ortaya çıkarmıştır. Özellikle çalışan insanların öğle yemeği aralarındaki zaman darlığı ve hızlı yaşam biçimi, hızlı tüketim (fast food) restoranlarına yönelmelerine neden olmuştur. Öğlen yemeğindeki sebebi ihtiyaç aynı şekilde insanlar sabahları işe veya okula giderken kahvaltı ihtiyacını dışarıda karşılamak zorunda bırakmıştır.

Türkiye’de orta ve alt gelir seviyesine sahip olan kişilerin harcama kalemleri dikkate alındığında neredeyse yarısı gibi önemli bir kısmını gıda ürünlerine harcadığı bilinmektedir. Bu nedenle girişimci orta ve orta altı başta olmak üzere orta üstü ve üst gelir seviyesine sahip müşterilere hizmet vermeyi planlamaktadır.

3.2 Pazar Profili:

(Potansiyel müşterileriniz kimlerdir? Yaş, gelir durumu, cinsiyet, bölge, tüketim alışkanlığı vs. hususları çerçevesinde açıklayınız.)

Cafe işletmeleri, günümüzde insanların çalışma hayatlarında daha fazla zaman geçirmesi ve kadınların iş hayatına aktif olarak katılması ile artan bir trend ile hızla büyümektedir. İş hayatlarındaki koşuşturma insan hayatlarındaki tercihleri de değiştirmeye zorlamıştır. Daha önce evde veya lokantalarda yemek yeme alışkanlığı varken günümüzde önemli bir pastayı fast food yemekleri sunan işletmelere yönelmiş bulunmaktadır. Hızlı ve ekonomik ürünler sunan cafeler insanların en önemli uğrak yerleri olmuş, aynı zamanda yemekle birlikte insanların sosyal olarak zaman geçirdiği mekanlara dönüşmüştür.

Beslenmenin Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşi’sinde 1.sırada yer alan Fizyolojik İhtiyaçlar içerisinde olduğu düşünülürse Cafe İşletmeciliği girişimcilere önemli fırsatlar sunduğu görülmektedir. İnsanlar daha önce yıllarda daha çok beslenme gibi temel bir ihtiyacı karşılamak amacıyla tüketim yaparken aynı zamanda sosyal hayatın içinde var olma, bir yerlere ait olma gibi faktörlerden dolayı beslenme gibi ihtiyacı karşılamının ötesinde bir rol almaya başlamıştır.

Restoran İşletmeciliği hayali olan insanlar sıklıkla ne tür bir restoran açacaklarına karar veremezler. Farklı restoran konseptleri insanların kafasını karıştırır. Bunun nedeni açabilecek farklı pek çok restoran türünün olmasıdır. Unutmayın ki restoran fikri bir parça özgün olması gerekir. İlk başta basit bir fikir seçebilir ve sonradan restoranınıza konseptler ekleyebilirsiniz.



GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI

YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİ GİRİŞİMCİ İŞ PLANI

Bununla birlikte menümüzdeki öğeler restoranınızın temelde dekorunun ve stilinin nasıl olması gerektiğini tanımlayacaktır.

Restoranları üç gruba ayırabiliriz:

1-Hızlı yemek yenen ve hızlı servis yapılan restoranlar

Fast food restoranları bu grubun içinde yer alır. Bu restoranların sunduğu menüler genellikle hızlıca hazırlanan kısıtlı gıda ürünlerinden oluşur. Ve bu tür restoranlarda genellikle yiyeceklerinizi gidip kendiniz alırsınız. Ancak bu tür restoranlarda dekor ve kurumsal kimlik ile sunulan ürünlerin lezzeti önem kazanmaktadır.

2-Orta Ölçekli Restoranlar

Bu tür restoranlar müşterilerine makul fiyatlarla sıradan yemekler sunarlar. Ve bu durum müşteriler açısından çok kıymetlidir. Bu tür restoranlar açık büfe, tam hizmet veya sınırlı hizmet şeklinde olabilir. Müşteriler siparişlerini verirler ve istedikleri yiyecekler masalarına gelir.

3-Lüks Restoranlar

Bu tür restoranlar müşterilerine büyüleyici bir tam hizmet ve muhteşem bir ambiyans sunarlar. Tabi ki sunulan yemekler son derece kaliteli ve fiyatlarda son derece yüksek olur. Bu nedenle restoranınızı bu türde bir konseptle açabilirsiniz. Dahası bu tarz bir restoran açarken farklı temalar uygulanmaktadır. Örneğin çalışanların 1930 veya 1940'ların kıyafetlerini giydikleri, bu döneme uygun dekorasyonu olan veya eski benzin istasyonlarını hatırlatan eşyaların olduğu ve çalışanların elit iş kıyafetleri giydikleri bir restoran.

Farklı Konsept ve içerikteki Restoranlar;

Asya Mutfağı: Bu tür restoranlar Asya mutfağına özgü yemek hizmetleri sunarlar.

Kahvaltı Restoranları: Bu tür restoranlar makul fiyatlarla kahvaltı hizmeti sunarlar.

Alkolsüz Restoranlar: Bu tür restoranlar alkollü içki hizmeti vermezler.

Sıradan Restoranlar: Bu tür restoranlar orta seviyedeki fiyatlarıyla sakin ve sıcak bir atmosfer sunarlar.

Kahve Dükkanları: Bu tür restoranlarda müşterilere farklı kahveler, çaylar ve hafif yiyecekler sunulur.



GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI

YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİ GİRİŞİMCİ İŞ PLANI

Stantlar: Bu tür işletmeler sahillerde, fuarlarda, festivallerde ve spor etkinliklerinde hizmet verirler. Genellikle yazın işletilir ve hazırlanması kolay yiyeceklerin ve atıştırılmalıkların yer aldığı sınırlı bir menüleri olur.

Hazır yemek ve salata dükkanları: Bu tür işletmeler satın alındıktan kısa bir süre sonra tüketilmesi gereken ürünleri satarlar. Müşterilere sandviçler, salatalar, çorbalar ve diğer hafif yiyecekler sunulur. Yemekler kısa sürede ve kolayca hazırlanır.

Etnik restoranlar: Bu restoranlar en başta anlatılan üç gruba da uyar. Ve menüleri etnik yiyeceklerden oluşur.

Avrupa Restoranları: Bu tür restoranlar genellikle Fransız, İtalyan, İspanyol vb. gibi mutfaklarda uzmanlaşırlar ve fiyatları da orta seviyede veya üst seviyede olur.

Aile Restoranları: Bu tür restoranlar aile dostu yiyecekler ve genellikle günün yemeği hizmeti sunarlar. Menülerinde farklı yemekler vardır ve çocuk menülerini de yer verirler. Fiyatları makuldür ve dekorasyonları sıradandır.

Fast Food: Bu tür restoranlar genellikle bir veya iki ana yemekte uzmanlaşırlar. Salata veya basit tatlılarda sunabilirler. Menülerinde hazırlanması kolay yiyecekler yer alır.

Potansiyel müşterilerimiz Kahve müdavimleridir. Özellikle Pozcu, Yenişehir, Mezitli bölgesinde oturan ve çalışanlar olmak üzere tüm Mersin'de yaşayan ve Mersin'i gezmeye gelen herkes bizim potansiyel müşterimiz olmaktadır. Kahve ürünleri, genç, orta yaşlı ve yaşlı kadın-erkek, sınıf, meslek ayrımı olmaksızın herkes tarafından keyifle tüketilmektedir. Herhangi bir ayırım yapılmaksızın tüm müşteri gruplarına hizmet vereceğiz. Bununla birlikte mekanımızda kültürel ve entellektüel sohbetleri ve aktiviteleri seven müşterilere hizmet vermeyi hedeflemekteyiz.

Ürün ve hizmetlerimizin sunulacağı hedef pazarımız başlangıçta Mersin merkezidir. Özellikle Pozcu, Yenişehir, Mezitli bölgesinde oturan ve çalışanlar ile Sahilde gezmeye gelen ve burada zaman geçirmek isteyen herkes bizim potansiyel müşterimizi oluşturmaktadır.

Kurumsal Kimlik çalışmaları ve markalaşma sürecinden sonra kurulacak olan bayilik ağı ile tüm Türkiye hedef pazarımız olacaktır. Uzun vadede ise yurtdışına açılarak tüm dünyada tercih edilen bir marka olmak.

3.3 Rakip Analizi:

(Mevcut veya potansiyel rakipleriniz kimlerdir? Rakiplerinize karşı alacağınız önlemler nelerdir? Rakiplerinize karşı avantaj ve dezavantajlarınızı açıklayınız.)

İşletmemizin bulunduğu yakın bölgede çok sayıda rakip olabilecek işletme bulunmaktadır. Bu İşletmelerin hiçbirini kendimi rakip olarak görmemekteyim. İşyerimizin konsepti, ürünleri ve sunumu ile birlikte RAKİPSİZ bir işletmeyiz. Sahil boyunca faaliyet gösteren tüm restaurant,



GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI

YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİ GİRİŞİMCİ İŞ PLANI

cafeler, mekanlar bizim sunduğumuz ürünleri müşterilerine sunmaktadır. Starbucks, Kahve Dünyası, Gönül Kahvesi, Kahveland, Mado, Özsüt, Billur Kahve gibi birçok marka işletme rakiplerimiz arasında yer almaktadır. Bu markalar birçok ürün ve hizmeti birlikte müşterilerine sunmaktadır.

Rakiplere göre zayıf yönler;

- İlk defa bu sektörde işyeri açarak ticari bir faaliyete başlamak,
- Müşteriler işletmeyi, ürünlerimizi ve hizmetlerimizi tanıyana kadar bir zamana ihtiyacımız olması,
- İlk altı ay hedef müşteri potansiyelini yakalamak için reklam ve tanıtım yapma ihtiyacı
- İşletmenin kuruluş döneminde piyasada zayıf olduğu yönler için planladığı önlemler;
- Özellikle Uygulamalı Girişimcilik Eğitiminde aldığı Teorik ve Uygulanabilir Pratik bilgileri iş hayatında uygulamaya sokmak ve sürekli gelişime önem vererek bu konularda kendini geliştirmek
- Özellikle hizmet verilecek sektör konusunda uzman bir Ustalar bir ile anlaşip potansiyel müşterileri işletmeye kazandırmak
- Hedef müşterilere ulaşmak için gerekli reklam ve tanıtım faaliyetleri için kaynak sağlamak ve bu kaynağı en etkin ve faydaya dönük reklamlarda kullanmak.

Rakiplere göre Güçlü Yönler;

- Girişimcinin faaliyet konusunda geniş bilgi ve tecrübeye sahip olması
- İnsan ilişkileri konusunda iyi olması ve çok kolay iletişim kurması
- Müşteri Memnuniyetine önem vermesi ve güler yüzlü ve samimi hizmet anlayışına sahip olması
- Bu işi başarması için yüksek bir motivasyona sahip olması
- İşyeri seçimi için gerekli araştırma yapması ve doğru yer için karar vermesi
- Kendi işini kurmak için uzun zamandan beri araştırma yapması ve bu işletmeyi en uygun yerde işe başlamaya hazır hale getirmesi
- Çevrenin geniş olması
- Hizmet yelpazesinin daha geniş olması
- İşletmenin müşteriye kaliteli hizmetlerin sunulacağı konforlu ve temiz mekan

3.4 Üretim/Pazarlama/Satış Hedefleri:

(En az 12 aylık, birim ve tutar bazında tablo oluşturunuz ve varsa açıklama yazınız.)

Her müşterinin ortalama 10 TL'lik ürün sipariş yapması tahmin edilmektedir. Satış hedefleri bunu üzerine kurgulanmıştır. İşletme ayda 30 gün yılda 360 gün olarak çalışmaktadır. Projeksiyonda Enflasyon fiyat artışı göz ardı edilmiştir.



GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI

YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİ GİRİŞİMCİ İŞ PLANI

1. YIL SATIŞ HEDEFİ (TAHMİNİ ORTALAMA)

AYLAR	1.ay	2.ay	3.ay	4.ay	5.ay	6.ay	7.ay	8.ay	9.ay	10.ay	11.ay	12.ay
Müşteri Sayısı	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Ciro	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000

5 YILLIK PROJEKSİYON (TAHMİNİ ORTALAMA)

YILLAR	MÜŞTERİ SAYISI	MENÜ FİYATI	TOPLAM CİRO
1. YIL	36.000	10 TL	360.000 TL
2. YIL	72.000	10 TL	720.000 TL
3. YIL	120.000	10 TL	1.200.000 TL
4. YIL	144.000	10 TL	1.440.000 TL
5. YIL	168.000	10 TL	1.680.000 TL

3.5 Sektörel Gelişmeler, Fırsat ve Tehditlere İlişkin Değerlendirmeler:

Türkiye'nin demografik yapısına bakıldığında genç ve çocukların önemli bir orana sahip olduğu görülmektedir. Artan nüfus da dikkate alındığında Türkiye'de üretim ile birlikte tüketimin harcamaları da hızla artmaktadır.

Sektördeki Gelişmeler;

- İnsan nüfusunun sürekli artması ve yemek yeme ve içme ihtiyacının vazgeçilmez bir ihtiyaç olması
- İnsanların Uygun fiyatla kaliteli, doğal yemek yiyebileceği ve içecek yer arayışı
- Çalışan nüfusun artmasıyla kişilerin yemek yeme ihtiyacını dışarıdan karşılamaya başlaması
- Kişisel gelirin artışı ve sosyal hayatın tercihlerindeki değişimler ile dışarıda yemek yeme ve vakit geçirme
- Farklı yöresel ve ülkelerin lezzetlerin tüketiciye sunulması ile insanların damak zevkine hitap eden mekanların açılması ve tercih edilmesi ile yaygınlaşması

Artan nüfus, değişen tüketici tercihleri, zaman ve mekan olgularına karşılık; yaşanan küresel ekonomik krizlere bağlı olarak değişken ekonomik ortam tüketim harcamalarını ve tercihlerini değiştirmektedir.

Dünya'nın olmazsa olmaz sektörleri arasında ilk sıralarda yer alan gıda sektörünün karşılaşması muhtemel olan tehditler;

- Ekonomik krizler nedeniyle değişen müşteri tercihleri
- Gıda güvenliği ve kalitesi ile ilgili sorunlar
- Yetersiz denetim nedeniyle haksız rekabet
- Piyasaya giriş ve çıkışların kolay olması nedeniyle yüksek rekabetin olması
- Kayıtdışı işletmelerin varlığı



GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI

YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİ GİRİŞİMCİ İŞ PLANI

3.6 Beklenmedik Durumlara İlişkin Öngörüler:

(İş Planı dışında karşılaşılabileceğiniz olumlu ve olumsuz durumlar nelerdir? Bu durumlara ilişkin tedbir faaliyetlerinizi yazınız.)

Girişimcinin sektör ile ilgili karşılaşılabileceği beklenmedik durumlar;

- * Hedeflenen müşteri sayısına ulaşamaması
- * Piyasaya yeni rakiplerin girmesi
- * Ekonomik krizlerin yaşandığı dönemde kişilerin harcamalarında tasarrufa gitmesi

Bu durumda;

- * Reklam ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması
- * Rakiplere karşı Ürün ve Hizmet kalitesinin artırılması
- * Piyasadaki daralma nedeniyle tedarikçilerle işbirliği yapıp ürün maliyetlerini düşürülmesi
- * Müşteri İlişkileri Yönetimi en etkin şekilde uygulanarak işletmeye sadık müşterilerin kazanılmasını ve korunması
- * İnovasyona gerekli önemi vererek ürün ve hizmet de müşterilere yenilikleri sunmak

3.7 Ürün/Hizmet Tanımı:

İşyerimizde müşterilerimize ağırlıklı olarak kendi markamız olan TARSUSI KAHVE ürünlerinin satışı ve TÜRK KAHVESİ çeşitlerinin sunumu yapılacaktır. Ana ürünümüz KAHVE olacak bunun yanında sunumda Türk Lokum ve Tatlı Çeşitleri, Çikolata, Kuruyemiş ikram olarak sunulacaktır. TÜRK KAHVESİ olarak Geleneksel Türk Kahvesi, Damla Sakızlı Türk Kahvesi, Tarçınlı Türk Kahvesi, Zencefilli Türk Kahvesi, Çörek Otlı Türk Kahvesi, Osmanlı Türk Kahvesi, Vanilyalı Türk Kahvesi, Sütlü Türk Kahvesi, Bitter Çikolatalı Türk Kahvesi müşterilerimize mekanımızda ikram edilecektir. Türk Kahvesi haricinde içecek olarak Türk Çayı ve Doğal meyve suları ikram edilecektir. Kahve ve Çaylarımızın ağırlıklı olarak Sıcak Kum ve Közde pişirilecektir.

Kahve Ürünleri başlangıçta Türkiye'nin en iyi marklarından Fason olarak kendi markamız adına üretim yaptırılacaktır. Bu konuda Tarsus'da bulunan AVŞARLAR KURUYEMİŞ ve Adana'da bulunan GAR KAHVESİ ile tedarikçi olarak anlaşma yapılmıştır.

3.8 Ürün/Hizmet Fiyatının Nasıl Oluşturulduğu:

Ürün ve hizmetlerin fiyatının belirlenmesinde piyasa fiyatları ve rakiplerin fiyat ve hizmet kaliteleri etkili olacaktır. Ürünler piyasa fiyatlarının ortalamasına yakın bir fiyat üzerinden satılacaktır. Tabi bunun yanında ürünlerin gerçek maliyetleri fiyat politikamız yönünde etkili olacaktır.

İşletme, orta vadede fiyat belirlemede, ürün reçeteleri yardımıyla, hammadde maliyetleri, işçilik, sabit ve değişken giderleri dikkate alınarak ürün/hizmet maliyeti tespit ederek, bu maliyet üzerine ortalama %50-60 hedeflenen NET kazanç oranı ile fiyatlar belirleyecektir. Bunu yaparken piyasa ve rakip fiyatları da göz önüne alınacak ancak fiyat üzerinde rekabete girmeyecektir. Rekabeti ürün ve hizmet kalitesi ve farklı lezzetler ile yapacaktır.



GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI

YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİ GİRİŞİMCİ İŞ PLANI

3.9 Yer Seçimi ve Nedeni:

(Seçilen mekanın konumu, fiziki özellikleri, pazara yakınlığı, avantaj ve dezavantajlarını açıklayınız.)

İşletme Mersin Sahilinde Adnan Menderes Bulvarı üzerinde GALATASARAY MEYDANI karşısında faaliyet göstermektedir. Bu bölgenin seçilmesinin sebebi:

- İşyeri Konseptimize en uygun yer olması
 - Sahilin Canlılığı,
 - Yaya ve Araç trafiğinin yoğun olması
 - Marinaya yakın olması
 - Bu bölgede ve güzergahta çok sayıda Lüks Restaurant, Cafe ve mağazaların olması,
 - Kamu ve Özel İşletmelerine yakın olması,
 - Okullara yakın olması
 - Mersin Üniversitesi Kampüsüne yakın olması,
- Şehir trafiğinin yoğun olduğu Pozcu-Mezitli Sahil Yolu üzerinde olması

3.10 Müşteriye Ulaşım Kanalları:

Müşteri ile tanışmak ve mekanımızın açılışını bölge halkına duyurmak için önce bir açılış organizasyonu yapılacak ve açılışa Vali, Kaymakam, Belediye Başkanı, Oda Başkanları ve STK'lar gibi resmi kurum temsilcileri davet edilerek açılışımızı Halkla İlişkiler faaliyeti ile görsel ve yazılı medyada duyurulması sağlanacaktır.

Başlangıçta Kurumsal Kimlik ile ilgili çalışmalara bağlı olarak Broşür, kartvizit, gibi tanıtım malzemeleri bastırılarak ve potansiyel müşterilere dağıtılmak suretiyle müşterilerin işletmeyle tanıştırılması sağlanacaktır. Başlangıçta Yerel Radyo ve TV reklamları ile işletmenin bilinirliği sağlanacaktır.

Müşterilerimize Ulaşmak için;

- * Kartvizit
- * El Broşürleri
- * Magnet
- * İnsert
- * Telefon-SMS
- * İnternet Reklamları (Facebook, Google, vs)
- * Tabela ve Dış Mekan Görselleri

Ayrıca memnun müşterilerin tavsiyeleriyle de potansiyel müşterilere ulaşabileceği düşünülmektedir.



GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI

YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİ GİRİŞİMCİ İŞ PLANI

3.11 Ürün/Hizmet Tanıtım Planı:

(Müşteriye hangi zaman diliminde ve hangi ulaşım kanallarıyla tanıtılacağını açıklayınız.)

Girişimcinin ürün/hizmet tanıtımı ile ilgili olarak faaliyet planı aşağıda verilmiş olup, bunun yanı sıra gelen müşteriler ile birebir ilgilenmek, müşteri memnuniyeti sağlanmak ve müşteri beklentilerinin üzerinde ürün/hizmet sunumu yaparak işletmeye sadık ve taraftar müşteriler oluşturulmaya çalışılacaktır.

Tanıtım Aktiviteleri	Oca	Şub	Mar	Nis	May	Haz	Tem	Ağu	Eyl	Eki	Kas	Ara	Sorumlu	Bütçe
Tabela	X												Hüseyin Düzgün	5.000
Kartvizit	X			X			X			X			Hüseyin Düzgün	200
Broşür Basımı ve Dağıtım	X	X	X	X						X	X		Hüseyin Düzgün	3.000
Müşteri Ziyaretleri	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Hüseyin Düzgün	3.000
Magnet	X				X				X				Hüseyin Düzgün	1.000
Davetiye & Açılış	X												Hüseyin Düzgün	3.000
Radyo Reklamı				X			X			X			Hüseyin Düzgün	1.000
Gazete Reklamı				X						X			Hüseyin Düzgün	1.000
WEB Sayfası				X									Hüseyin Düzgün	1.500

BÖLÜM 4: ÜRETİM/HİZMET PLANI

4.1 Üretim/Hizmet Sunum Sürecinin Aşamaları:

(Müşterinin üretim/hizmet sürecine dâhil olduğu ve çıktığı süreci açıklayınız.)

İşletmede Üretim/Hizmet sunum sürecinin aşamaları şu şekildedir;

Cafe Bölümü:

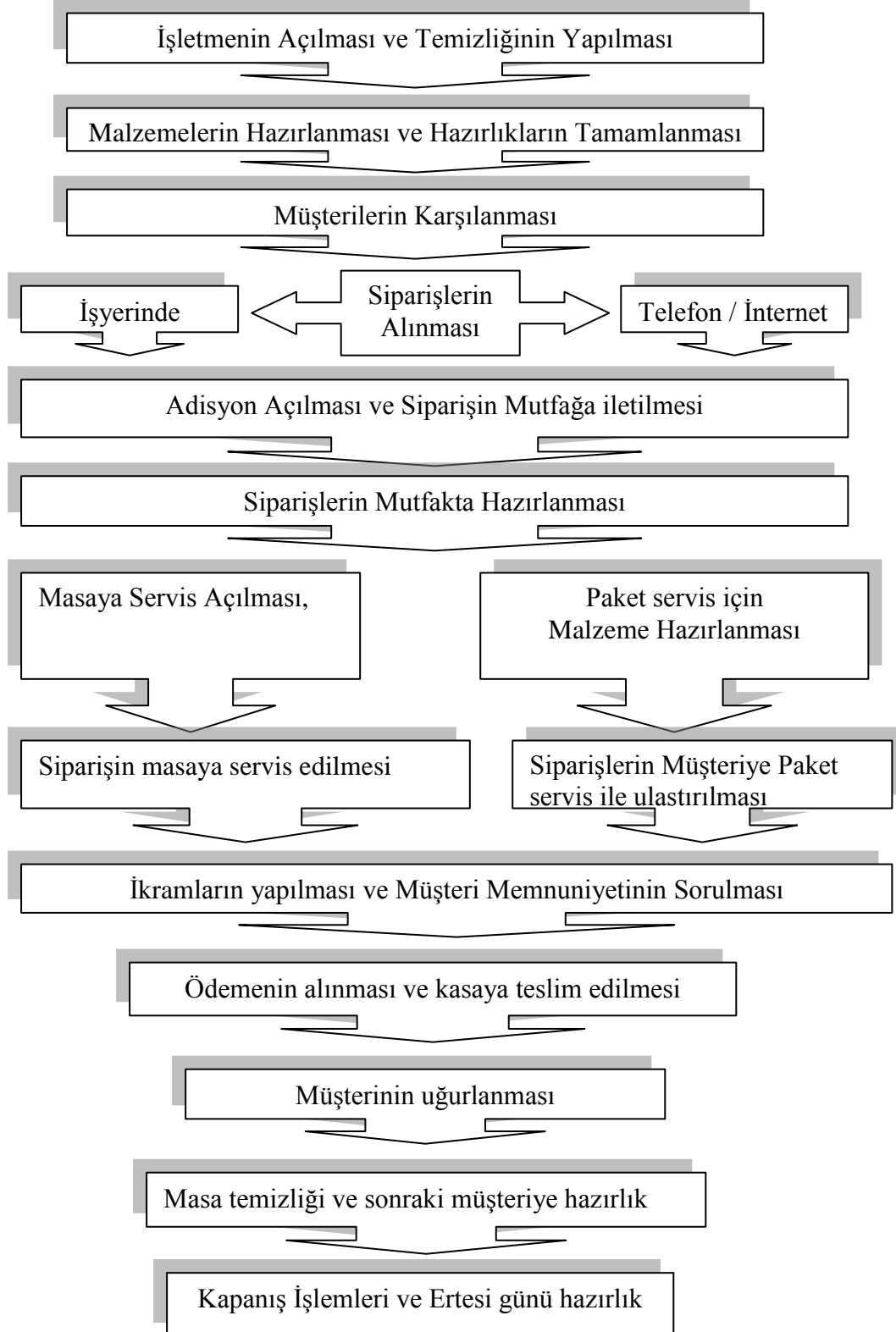
- İşletmenin açılması ve temizliğini yapılması
- Müşteriye hizmet verilecek şekilde tüm malzemelerin hazır hale getirilmesi
- Servis edilecek kahve, tatlı vs ürünlerin ön hazırlığının yapılması
- Müşterilerin karşılanması
- Siparişlerin alınması
- Adisyon açılması ve siparişlerin mutfığa iletilmesi
- Siparişlerin mutfakta hazırlanması
- Masaya servis açılması
- Siparişlerin ikramlarla birlikte masaya servis edilmesi
- Belirli aralıklarla müşterilerin isteklerinin sorulması
- Hesabın kesilmesi ve ödemenin alınması
- Müşterinin uğurlanması
- Masa temizliği ve masanın sonraki müşterilere hazır hale getirilmesi
- Gün içerisinde stok takibi yapılarak gerekli malzemelerin satın alınması
- Gün içerisinde fatura ve ödemelerin yapılması
- Ön Muhasebe işlemlerinin yapılması ve işyerinin akşam kapatılması

Satış Bölümü:

- Müşteri Siparişlerinin Alınması
- Müşteriye İkramların yapılması
- Ürünlerimiz hakkında Müşterilere Bilgilendirme yapılması
- Siparişlerin Hazırlanması
- Ödeme ve Fatura İşlemlerinin yapılması
- Müşterilerin uğurlanması

4.2 İş Akış Şeması:

(Siparişin alınmasından ürün/hizmetin satışına kadar geçen süreci ana aşamaları ile açıklayınız.)



4.3 Üretim/Hizmet Sunum Sürecinde Gerekli Olan Standartlar, Belgeler, Ruhsat ve İzinler:

İşletmenin faaliyete geçebilmesi için gerekli ruhsat, izin ve kayıtlar aşağıda yer almaktadır:

- İşletme Sahibinin İmza Beyanının Noterden çıkarılması
- Damga Vergisinin çıkarılması ve Vergi Hesap Numarasının alınması
- Resmi Defterlerin alınması ve tasdik ettirilmesi
- Yoklama tutanağının düzenlenmesi
- Vergi Levhasının çıkartılması
- Yazar kasa POS başvurusu
- Esnaf / Ticaret Sicile Kayıt ve Sicil Gazetesi İlanı
- İlgili Odaya Kayıt yapılması
- SGK İşyeri Sicil Kaydının yapılması
- Belediye İşyeri Ruhsatı alınması

Cafe işletmeciliği gıda sektörü içerisinde yer alması nedeniyle gıda güvenliği ve hijyen/sağlığa uygunluk gibi konular çok önem arz etmektedir.

Sağlıklı ve temiz gıda üretimi, hammadde, yardımcı madde, katkı maddeleri, ambalaj materyalleri, işletmenin temizliği ve çalışanların hizmet ve üretim aşamalarında hijyen kurallarına uyması ile denetim ve kontrol altına alınmaktadır.

Temizlik ve Hijyen konusunda Belediye ve Sağlık birimleri tarafından düzenli denetim söz konusu olup, belediyenin belirlemiş olduğu standartlara uygun hareket edilmektedir.

İş sağlığı ve güvenliği konusunda yasal mevzuata uygun önlem ve tedbirler ile çalışanlara eğitimler bilgilendirmeler yapılacaktır.

BÖLÜM 5: YÖNETİM PLANI

5.1 Organizasyon Şeması:

(Organizasyon içerisinde yer alacak personeli tablo/şema yardımıyla açıklayınız.)



5.2 Personelin Niteliği, Görev ve Sorumlulukları:

(Mesleki yeterlilik belgesi sahipleri varsa belirtilecektir.)

İşletme Yöneticisinin Görev ve Sorumlulukları;

- İşletmenin resmi işleri ve yönetimini gerçekleştirmek
- İşletmenin nakit akışını sağlamak
- İşyeri sahibi olarak müşteriye gereken ilgiyi göstermek
- Müşterinin beklenti ve talepleri doğrultusunda gerekli gelişimi sağlamak
- İşletmenin iş akışını belirlemek
- Personelin idare ve kontrolünü sağlamak
- Tedarikçiler ile bağlantı kurarak, hammadde ve malzeme teminini sağlamak
- Pazarlama ve tanıtım faaliyetlerini gerçekleştirmek
- İşletmenin finansman ihtiyaçlarını belirlemek ve en uygun şartlarda sağlamak
- Ürün/hizmetlerin çeşitlerini, menüleri ve fiyatlarını belirlemek
- İşletmenin kar/zarar tespitini yaparak gerekli önlemleri almak
-

İşletme yöneticisi yukarıda belirtilen tüm görevlerin zamanında ve eksiksiz olarak yerine getirilmesinden sorumludur.

Tezgahtar/Garson Görev ve Sorumlulukları:

- Müşterileri güzel yüzle karşılamak,
- Müşterilerin istekleri doğrultusunda masa seçimi ve müşterilerin masaya yerleşimini sağlamak
- Müşterilerin siparişini almak ve mutfağa siparişi iletmek,
- Müşteri masasına yiyecek/içecek servisi yapmak,
- Müşteri isteklerini hızlı ve etkin bir şekilde karşılamak
- Müşteri memnuniyetini ölçmek ve işletme yöneticisine aktarmak
- Kendisine bağlı olan garsonları yönetmek ve motivasyonlarını sağlamak,
- Müşteri adisyonunun kapatılmasını sağlamak ve müşteriye uğurlamak
- Masanın temizliğini yaparak bir sonraki müşterilere hazır hale getirmek
- Temizlik ve hijyen kurallarına uygun hareket etmek,

Garson, yukarıda belirtilen tüm görevlerin zamanında ve eksiksiz olarak yerine getirilmesinden sorumludur.

Komi/Paketçi Görev ve Sorumlulukları:

- Garsonun verdiği görevleri yerine getirmek
- Temizliğe ve hijyen kurallarına uymak
- Müşteriye karşı saygılı davranmak

Halkla İlişkiler /Ön Muhasebe Görevlisinin Görev ve Sorumlulukları:

- Telefon ile gelen siparişleri almak ve mutfağa iletmek
- Müşteri bilgilerini sisteme kaydetmek
- Adisyon ve masa hesaplarını takip etmek
- Müşteriden ödemeyi almak

- Müşteriye karşı güler yüzlü davranmak
- Müşteriye kartvizit, magnet, ıslak mendil, menü vb. tanıtıcı metaryalleri sunmak
- Gün sonunda işletme yöneticisine hesap ve kasayı teslim etmek,
- Elektrik, su, internet, maaş vb fatura ve ödemeleri gerçekleştirmek ve takip etmek.

Kasa ve Ön Muhasebe Görevlisi, yukarıda belirtilen tüm görevlerin zamanında ve eksiksiz olarak yerine getirilmesinden sorumludur.

Usta/Barmen Görev ve Sorumlulukları:

- Temin edilen malzemelerin kalitesini uygunluğunu kontrol etmek
- Sunulacak ürünlerin ön hazırlığını yapmak
- Gelen siparişler doğrultusunda pişirim yapmak ve servise hazır hale getirmek
- Müşterilerin isteklerine uygun farklı lezzetler üzerinde çalışmak,
- Hazırlık ve pişirim aşamalarının tamamında hijyen kurallarına uygun olarak hareket etmek,
- Malzeme eksikliklerini ve günlük kullanımları tespit ederek gerekli alımların yapılmasını sağlamak
- Bulaşıkçı ve yardımcısının görev dağılımını ve yönetimini sağlamak

Aşçı, yukarıda belirtilen tüm görevlerin zamanında ve eksiksiz olarak yerine getirilmesinden sorumludur.

Bulaşıkçı/Temizlikçi Görev ve Sorumlulukları:

- Aşçının verdiği görevleri yerine getirmek
- Mutfakta gerekli hazırlıklarını yapmak
- Mutfağı her zaman düzenli ve temiz tutmak
- Hijyen kurallarına uygun olarak hareket etmek
- Gerekli temizlik malzemesi, tabak, bardak v.n malzeme ve materyallerin teminini yöneticisine bildirmek
- Bulaşıkları yıkamak ve kurulamak
- Tertipli ve düzenli olmak

Bulaşıkçı ve temizlikçi, yukarıda belirtilen tüm görevlerin zamanında ve eksiksiz olarak yerine getirilmesinden sorumludur.

5.3 Görev Tanımlarına Göre Alınacak Personel Nitelikleri

(Mesleki yeterlilik belgesi sahipleri varsa belirtilecektir.)

İşletme Yöneticisi:

- Sektör ile ilgili en az 3 yıl tecrübesi olmalı
- Tercihen Üniversite mezunu olmalı
- Tercihen İngilizce ve/veya Arapça Yabancı Dil bilgisi olmalı
- Yönetimsel ve Liderlik becerileri olmalı
- Çalışma ekibini motive eden ve işletme hedeflerine yönelten biri olmalı
- Kendisini ve ekibini sürekli geliştiren ve eğiten biri olmalı

Usta/Barmen:

- Konusunda en az 3 yıl deneyimli
- Tercihen en az Lise mezunu

- Tercihen Aşçılık eğitimi almış olmalı
- Temizliğe ve hijyene önem vermeli
- Yoğun çalışma temposuna ayak uydurabilmeli
- Takım çalışmasına önem vermeli

Halkla İlişkiler/Ön Muhasebe:

- Sektör ile ilgili en 1 yıl deneyimi olmalı
- Ön Muhasebe – Satınalma konularına hakim
- İnsan ilişkileri konusunda başarılı, güler yüzlü, iyi iletişim kurabilen,
- Sorumluluk sahibi olmalı
- Temizlik ve hijyene önem vermeli
-

Garson/Tezgahtar:

- Sektörde en 1 yıl deneyimli olmalı
- Tercihen en az Lise mezunu olmalı
- İnsanlar iyi iletişim kurabilme becerisi olmalı
- Çözüm odaklı olmalı
- Temizliğe ve hijyene önem vermeli
- Diksiyonu düzgün olmalı

Komi/Paketçi:

- Sektörde en 1 yıl tecrübesi olmalı
- Tercihen en az Ortaokul mezunu olmalı
- Diksiyonu düzgün olmalı
- Temizliğe ve hijyene önem vermeli



GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI

YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİ GİRİŞİMCİ İŞ PLANI

BÖLÜM 6: FİNANSAL PLAN

6.1 Başlangıç Maliyetleri ve Diğer Başlangıç Giderleri:

(İş kurma sürecinde makine, teçhizat ve ofis donanımı, tadilat, bakım ve onarım işleri, depozito vb. yapılan tüm giderleri açıklayınız.)

YATIRIM HARCAMALARI	TUTAR (TL)	AÇIKLAMA
TADİLAT GİDERLERİ	10.000	Yer, Duvar, Bahçe Düzenleme vs.
MOBİLYA	15.000	Raf, Tezgah, Dolap, Masa, Sandalye, Koltuk
ELEKTRİK TESİSAT	5.000	Bina elektrik tesisatı malzeme ve işçilik
OFİS DONANIMI	20.000	Yazar Kasa, Bilgisayar, TV, Ses Sistemi,
MUTFAK GEREÇLERİ	30.000	Kahve Makinesi, Buzdolabı, Pasta Dolabı, Tabak, Bardak vs
REKLAM VE TANTİM	10.000	Kurumsal Kimlik, Logo, WEB Sayfası, Katalog, Broşür, Tabela
DİĞER	10.000	Muhtelif Masraflar
TOPLAM SABİT YATIRIM	100.000	

İŞLETME KURULUŞ MASRAFLARI

KURULUŞ MASRAFLARI	TUTAR (TL)	AÇIKLAMA
Noter Masrafı- İmza Sirküleri	150	
Numarataj (Adres tespiti)	100	
Esnaf Sicili Kaydı	600	
Esnaf Odası Kaydı	600	
Açma Ruhsatı	300	
Vergi ve Harçlar	1.000	
Fatura Baskı	300	
İtfaiye Yangın Raporu	300	
Diğer (%10)	350	
TOPLAM	3.700	



GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI

YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİ GİRİŞİMCİ İŞ PLANI

6.2 İşletme Giderleri:

(İşletme malzemeleri, hammadde, kira, elektrik, yakıt, su, haberleşme, personel, bakım onarım, genel giderler ve beklenmeyen vb. giderleri sabit ve değişken gider ayrımı yapılarak yıllık bazda açıklayınız.)

AYLIK İŞLETME GİDERLERİ (İLK AY)

GİDER ÇEŞİDİ	TAHMİNİ TUTAR (KDV-STOPAJ HARİÇ)
KİRA (Yıllık 24.000)	2.000.-TL
PERSONEL (3 KİŞİ)	6.000.-TL
TELEFON-İNTERNET	100.-TL
ELEKTRİK	300.-TL
SU	100.-TL
MUHASEBE	200.-TL
HAMMADDE MALZEME (ÜRÜN) GİDERİ (Ortalama) (Kahve, Tatlı, Kuruyemiş vs.)	10.000.-TL
Diğer	1.300.TL
TOPLAM	20.000.TL

1. YIL İŞLETME GİDERLERİ (TAHMİNİ ORTALAMA)

AYLAR	1.ay	2.ay	3.ay	4.ay	5.ay	6.ay	7.ay	8.ay	9.ay	10.ay	11.ay	12.ay
KİRA	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
PERSONEL	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
TEL-İNT	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ELEKTRİK	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
SU	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MUHASEBE	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
HAMMADDE	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
DİĞER	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300
TOPLAM	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000

5 YILLIK GİDER PROJEKSİYONU

YILLAR	GİDER TOPLAMI
1. YIL	240.000
2. YIL	510.000
3. YIL	720.000
4. YIL	960.000
5. YIL	1.200.000



GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI

YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİ GİRİŞİMCİ İŞ PLANI

6.3 Nakit Projeksiyonları:

(Aylık gelir, gider ve gelir/gider farkını içerecek şekilde en az 1 yıllık tablo oluşturunuz)

NAKİT PROJEKSİYONLARI (Bin TL)

	1.ay	2.ay	3.ay	4.ay	5.ay	6.ay	7.ay	8.ay	9.ay	10.ay	11.ay	12.ay
Dönem Başı Nakit Mevcudu	40	-50	-40	-30	-20	-10	20	35	50	65	80	95
Satış Gelirleri Nakit Girişi	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Toplam Nakit	70	-20	-10	0	10	20	50	65	80	95	110	125
Nakit Çıktıları (-)	-100 -20	-20	-20	-20	-20	-20	-20	-20	-20	-20	-20	-20
Nakit Fazlası/Açığı	-50	-40	-30	-20	-10	0	30	45	60	75	90	105
Finansman (Kredi)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finansman (KOSGEB)	0	0	0	0	0	20	5	5	5	5	5	5
Dönem Sonu Nakit Mevcudu	-50	-40	-30	-20	-10	20	35	50	65	80	95	110

6.4 Kâra Geçiş Noktası:

(Ne kadar süre/satış miktarı/satış tutarı sonrasında kara geçileceğini hesaplayarak açıklayınız.)

KARA GEÇİŞ NOKTASI (Yatırımın Geri Dönmesi)

	1.ay	2.ay	3.ay	4.ay	5.ay	6.ay	7.ay
Dönem Başı Nakit Mevcudu	40	-50	-40	-30	-20	-10	20
Satış Gelirleri Nakit Girişi	30	30	30	30	30	30	30
Toplam Nakit	70	-20	-10	0	10	20	50
Nakit Çıktıları (-)	-100 -20	-20	-20	-20	-20	-20	-20
Nakit Fazlası/Açığı	-50	-40	-30	-20	-10	0	30
Finansman (Kredi)	0	0	0	0	0	0	0
Finansman (KOSGEB)	0	0	0	0	0	20	5
Dönem Sonu Nakit Mevcudu	-50	-40	-30	-20	-10	20	35

Kara Geçiş Noktası 6.Ay (Haziran) ayı olarak görülmektedir. KOSGEB desteği alınmaya başladıktan sonra Karlılık artmaya başlamıştır.



GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI

YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİ GİRİŞİMCİ İŞ PLANI

6.5 Öz kaynak ve/veya Diğer Kaynaklardan Sağlanacak Finansman:

(Girişimcinin sahip olduğu öz kaynak ile borç/kredi/KOSGEB Desteği ayrımı yaparak iş fikrine ait toplam finansman kaynağını açıklayınız)

Özkaynak ve/veya Diğer Kaynaklardan Sağlanacak Finansman (Bin TL)

1. Yıl

AYLAR	1.ay	2.ay	3.ay	4.ay	5.ay	6.ay	7.ay	8.ay	9.ay	10.ay	11.ay	12.ay
Özkaynak	40											
Kredi												
KOSGEB	0	0	0	0	0	20	5	5	5	5	5	5

5 YILLIK PROJEKSİYON

Yıllar	1. Yıl	2. Yıl	3. Yıl	4. Yıl	5. Yıl
Özkaynak	40	40	60	80	100
KOSGEB Hibe	50				
KOSGEB Geri Ödemeli		100	0	0	0
KOSGEB Genel Destek	50	50	50	50	50