



UKRAINIANS INTERNATIONAL e.V.

Нижче наведено короткий огляд нової компанії, яка буде заснована. Це ще не до кінця опрацьована концепція або короткий портрет, а лише покликана познайомити читача з основним поняттям.



Короткий портрет для починаючої компанії в сфері громадського харчування

1. Підсумок

Стартап-компанія "Kulinarische Vielfalt GmbH & Co. KG" - це проект самопомогі мігрантів для мігрантів, який спеціалізується на гастрономії. Спочатку вона заснована в Оберндорфі-на-Неккарі і має на меті підтримати інвесторів, спонсорів та донорів на етапі запуску та розвитку. Організаційно-правова форма GmbH & Co. KG дозволяє мігрантам, які хочуть розпочати бізнес, брати участь як обмежені партнери та адміністративна підтримка GmbH як генерального партнера. У довгостроковій перспективі, в разі успіху, компанія зробить свої послуги доступними для більш широкої цільової групи і працюватиме по всій країні. 100% приналежність GmbH до неприбуткової асоціації «Ukrainian International e.V.» підкреслює некомерційний аспект проекту.

2. Бізнес-ідея

«Culinary Diversity GmbH & Co. KG» має стати гастрономічною платформою, яка представляє кулінарні скарби різних країн і культур і робить їх доступними. Основна мета на етапі стартапу та розробки – запропонувати мігрантам можливість представити свої традиційні страви та делікатеси широкій аудиторії. Компанія надасть необхідну інфраструктуру та підтримку, щоб мігрантам було простіше розпочати власну справу. Засновники також переслідують соціальні цілі для сприяння інтеграції мігрантів та посилення міжкультурного обміну.

3. Аналіз ринку

3.1 Цільова група

На етапі стартапу компанія в першу чергу орієнтована на цільову групу мігрантів, які хочуть використовувати свої кулінарні навички для відкриття власної справи. Ця цільова група різноманітна і має великий потенціал. Однак у довгостроковій перспективі компанія прагне розширити цільову групу, щоб звернутися до місцевих жителів та зацікавлених сторін, які мають м'яке місце для міжнародної кухні.



3.2 Ринковий потенціал

Потенціал для такої компанії багатообіцяючий, так як попит на автентичні інтернаціональні страви в Німеччині неухильно зростає. Різноманітність кулінарних пропозицій по достоїнству оцінять як туристи, так і місцеві жителі. Включення мігрантів як провайдерів дає компанії конкурентну перевагу та зміцнює її імідж як міжкультурної гастрономічної платформи.

3.3 Wettbewerbsanalyse

Індустрія громадського харчування є висококонкурентною, але спеціалізація на міжнародних продуктах харчування та включення мігрантів як постачальників пропонують диференціацію від звичайних ресторанів. Потенційними конкурентами в основному є етнічні ресторани, ринки вуличної їжі і кейтерингові служби зі схожою концепцією.

4. Бізнес-модель

4.1 Продукти та послуги

- Створення онлайн-платформи, де мігранти можуть представити свої кулінарні пропозиції.
- Організація кулінарних заходів, ярмарків та фестивалів для представлення різноманіття страв інтернаціональної кухні.
- Кейтерингові послуги для проведення заходів та приватних вечірок.
- Тренінги та семінари для мігрантів, щоб допомогти їм стати самозайнятими в індустрії громадського харчування.

4.2 Джерела доходу

- Комісія від продажів, здійснених через онлайн-платформу.
- Дохід від заходів та фестивалів через вхідні та стендові внески.
- Тарифи на послуги кейтерингу.
- Вартість участі у тренінгах та майстер-класах.

5. Маркетинг і продажі

5.1 Маркетингова стратегія

На етапі запуску маркетингова стратегія фокусується на рекламі проекту самопомоги та залученні мігрантів як постачальників. З цією метою вживаються такі заходи:

- Кампанії в соціальних мережах для просування проекту та охоплення потенційних учасників.
- Співпраця з місцевими організаціями мігрантів з метою цілеспрямованого вирішення цільової групи.
- Участь у заходах та ярмарках для того, щоб зробити компанію відомою.



5.2 Стратегія продажів

Дистрибуція відбувається через онлайн-платформу та участь у кулінарних заходах та фестивалях. Крім того, до потенційних клієнтів і організаторів заходів активно звертаються, щоб запропонувати послуги кейтерингу.

6. Розташування та інфраструктура

Штаб-квартира компанії буде знаходитися в Оберндорфі-на-Неккарі. Тут адміністративними питаннями займається генеральний партнер GmbH. Однак онлайн-платформа дозволяє забезпечити загальнонаціональну присутність та участь у заходах та фестивалях у різних регіонах.

7. Фінансовий план

7.1 Стартовий капітал

Початковий капітал становить 25 000 євро і в основному вноситься GmbH та інвесторами, спонсорами та пожертвуваннями.

7.2 Прогноз доходу

Очікується, що на етапі запуску та розробки дохід буде генеруватися за рахунок комісій онлайн-платформи та доходів від подій та фестивалів. У міру зростання і розширення компанії на більш широку аудиторію очікується збільшення продажів.

7.3 Структура витрат

- До основних факторів витрат можна віднести:
- Витрати на персонал для співробітників генерального партнера GmbH і, якщо застосовно, зовнішніх постачальників послуг.
- Маркетингові та рекламні витрати на просування проекту.
- Витрати на заходи та фестивалі.
- Витрати на технології та платформу для присутності в Інтернеті.

7.4 Rentabilitätsplan

План рентабельності показує очікуваний розвиток компанії в перші кілька років. Зосереджуючись на мігрантах як постачальниках послуг та використовуючи низькі постійні витрати через онлайн-платформу, метою є досягнення позитивної прибутковості в перші кілька років.

8. Організаційно-правова форма та організація

Компанія заснована як GmbH & Co. KG. Обмеженими партнерами є мігранти, які хочуть розпочати бізнес, тоді як генеральний партнер GmbH бере на себе адміністративні завдання. 100% приналежність GmbH до неприбуткового об'єднання "Ukrainian International e.V." ілюструє некомерційний аспект компанії.



UKRAINIANS INTERNATIONAL e.V.

9. Стійкість та соціальна відповідальність

"Culinary Diversity GmbH & Co. KG " проводить стійку та соціальну ділову практику. Вона сприяє інтеграції мігрантів і посилює міжкультурний обмін у суспільстві. Крім того, акцент робиться на регіональних продуктах і ресурсозберігаючих процесах.

10. Перспективи

Довгострокова мета компанії - зарекомендувати себе як провідна гастрономічна платформа для міжнародної кухні та бути активною по всій країні. Просуваючи мігрантів як постачальників послуг та поєднуючи кулінарне різноманіття та соціальну прихильність, компанія прагне мати позитивний вплив на суспільство та сприяти інтеграції.





UKRAINIANS INTERNATIONAL e.V.

Kontakt:
Siegfried Kraus
Vorstand

UKRAINIANS INTERNATIONAL e.V.

Existenzgründungsprojekte – StartUps

Theodor-Quehl-Str. 10
c/o Maksym Pozhydaiev (Vorstand)
D-78727 Oberndorf am Neckar

Tel.: +49 1577 4279710

E-Mail: info@ukrainians-international.com

URL: www.ukrainiansinternational.com und www.ukrainiansinternational.de

