

HET ONDERNEMINGSPLAN



Theorieboek

Serienummer:

Licentie

Voor het activeren van deze licentie kijk je op de volgende pagina.

Te activeren tot:

INLOGGEN OP DE METHODESITE

Voor in dit boek vind je de licentie voor de methodesite van Tendens Ondernemer horeca: www.tendens-oh.nl. Op deze methodesite vind je video's en aanvullende bronnen ter ondersteuning van de theorie.

Beschrijving inlogproces

Als je voor het eerst wilt inloggen op de methodesite, moet je eerst de licentie activeren. Deze licentie vind je voor in het boek. De licentie is 24 maanden geldig vanaf het moment waarop je deze hebt geactiveerd.

Hoe moet je de licentie activeren?

- Open je browser en ga naar licentie.edu-actief.nl.
- Op deze pagina staan vier lege vakken. Vul hier de licentiecode in. De licentie bestaat uit 4 maal 6 tekens en is niet hoofdlettergevoelig.
- Klik op de knop 'Activeren' en volg de verdere instructies op de website.

Met behulp van je gebruikersnaam en wachtwoord kun je inloggen op de methodesite www.tendens-oh.nl.

WERKEN MET WWW.TENDENS-OH.NL

Wanneer je wordt verwezen naar een video of andere soort bron op de methodesite, doe je het volgende:

- Ga naar www.tendens-oh.nl.
 - Klik op 'Studentenmateriaal'.
 - Klik vervolgens op het omslag van 'Het ondernemingsplan' om alleen de materialen bij dit theorieboek te zien.
 - Wil je de selectie verder verfijnen, dan kun je dit doen door te filteren op hoofdstuk of bronsoort.
-

COLOFON

Uitgeverij: Edu'Actief b.v.
0522-235235
info@edu-actief.nl
www.edu-actief.nl

Auteurs: Carolien Hurkx-Jansen, Hans Veelers en Tanja Röscher
Eindredactie: Daphne Ariaens
Omslagfoto: Erik Karst Fotografie
Foto's: KHN, Rob Crandall

Titel: Theorieboek Het ondernemingsplan
ISBN: 978 90 3722 888 5

© Edu'Actief b.v. 2017

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in compilatiewerken op grond van artikel 16 Auteurswet kan men zich wenden tot de Stichting PRO (www.stichting-pro.nl).

De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Door het gebruik van deze uitgave verklaart u kennis te hebben genomen van en akkoord te gaan met de specifieke productvoorwaarden en algemene voorwaarden van Edu'Actief, te vinden op www.edu-actief.nl.

INHOUD

Over dit boek	6
1. Een ondernemingsplan ontwikkelen	7
1.1 Het fundament van een eigen horecabedrijf	7
1.2 Waarom een ondernemingsplan?	10
1.3 Een ondernemingsplan schrijven	12
2. Een eigen horecabedrijf starten	16
2.1 Rechtsvormen	16
2.2 Franchise in de horeca	18
2.3 Een pand huren of kopen	19
2.4 Het bestemmingsplan	21
2.5 Start van de onderneming	22
2.6 Een bedrijfsnaam kiezen	23
3. Je ondernemingsplan ten uitvoer brengen	25
3.1 Het ondernemingsplan vertalen naar operationeel niveau	25
3.2 Een activiteitenplan maken	30
4. Van idee naar concreet marketingplan	34
4.1 Het marketingplan	34
4.2 Kansen en bedreigingen	35
4.3 De bedrijfsformule	40
5. Wet- en regelgeving	42
5.1 Wetten	42
5.2 Vergunningen	47
5.3 Drank- en horecavergunning	47
5.4 Verordeningen	51
5.5 Algemene Maatregel van Bestuur (AMvB)	51
5.6 Voorwaarden	53
5.7 Verplichte en vrijwillige inschrijving bij externe bedrijven of instanties	54
5.8 Rookverbod	58
5.9 Diploma's	59
5.10 Brouwerijcontracten	59
6. Verzekeringen	61
6.1 Definitie	61
6.2 Persoonlijke verzekeringen	62
6.3 Bedrijfsverzekeringen	65
7. Het organisatieplan	69
7.1 Organisatiestructuur	69
7.2 Personeel	70
7.3 Een administratie opzetten	71

OVER DIT BOEK

Methode Tendens Ondernemer horeca

Voordat je een horecabedrijf start, is het belangrijk om eerst je plannen en doelen op papier te zetten: je schrijft een ondernemingsplan. Hierin denk je na over wat jij je gasten wilt bieden, hoe jij je marketing uitvoert en hoe je aan een startkapitaal komt. Je moet duidelijke keuzes maken: welke ondernemingsvorm kies je bijvoorbeeld, en waar ga je je bedrijf vestigen? Doe je dit alleen, of met anderen? Is je ondernemingsplan goedgekeurd en beschik je over de benodigde financiële middelen, dan kun je je plan ten uitvoer brengen. Om de opstartfase goed te laten verlopen, stel je een activiteitenplan op. Ook krijg je met wet- en regelgeving te maken en is het belangrijk om je verzekeringen in orde te hebben. Om de dagelijkse gang van zaken in je bedrijf of vestiging goed te regelen, stel je een organisatieplan op. Deze gaat grotendeels over je personeel: welke functies heb je binnen je organisatie en hoe zijn deze in de organisatiestructuur verdeeld?

Het boek *Het ondernemingsplan* is onderdeel van de methode **Tendens Ondernemer horeca**. Tendens Ondernemer horeca is een mbo-lesmethode gebaseerd op het kwalificatiedossier Ondernemer horeca/bakkerij. Opdrachten worden gepresenteerd werkboeken en de bijbehorende theorie wordt behandeld in theorieboeken.

Indeling van het boek

In *Het ondernemingsplan* staat het opstellen en uitvoeren van een ondernemingsplan voor een horecabedrijf centraal. Dit wordt behandeld in de volgende hoofdstukken:

1. Een ondernemingsplan ontwikkelen
2. Een eigen horecabedrijf starten
3. Je ondernemingsplan ten uitvoer brengen
4. Van idee naar concreet marketingplan
5. Wet- en regelgeving
6. Verzekeringen
7. Het organisatieplan.

Combinatie met werkboeken

Dit theorieboek kan worden gebruikt in combinatie met het volgende werkboek:

- Het ondernemingsplan.

In het werkboek vind je vragen en opdrachten.

Methodesite Tendens Ondernemer horeca

Wanneer je www.tendens-oh.nl kunt raadplegen, staat er een pictogram in het theorieboek. Bij dit pictogram lees je welke bron je kunt opzoeken. Je komt in dit boek twee verschillende pictogrammen tegen:



BRON OP WWW.TENDENS-OH.NL

Hier lees je wat voor soort bron je kunt opzoeken en welke dit is.



VIDEO OP WWW.TENDENS-OH.NL

Hier lees je welke video je kunt bekijken.

1. EEN ONDERNEMINGSPLAN ONTWIKKELEN

Ondernemen is vooral: doen! Maar om een succesvol bedrijf op te zetten, kun je je plannen voor jouw bedrijf beter eerst goed op papier zetten. Bedenk waarom jij voor jezelf wilt beginnen. En beantwoord ook de vraag: waarom zullen anderen (gasten) het een goed idee vinden dat ik een bedrijf begin? Je maakt een marketingplan. Vervolgens moet je ook nadenken over de financiën. Zonder startkapitaal kun je niets beginnen in de horeca. Vaak moet je daarvoor anderen benaderen. Achter een succesvol horecabedrijf staat meestal een horecaondernemer met een groot netwerk; een ondernemer die weet hoe hij zich moet presenteren, zodat mensen graag zaken met hem doen.



Als horecaondernemer weet je hoe je je moet presenteren.

De volgende onderwerpen worden behandeld:

- het fundament van een eigen horecabedrijf
- het stappenplan
- waarom een ondernemingsplan
- een ondernemingsplan schrijven.

1.1 HET FUNDAMENT VAN EEN EIGEN HORECABEDRIJF

Voordat je daadwerkelijk van start gaat als horecaondernemer, is het zinvol om te bedenken wat je belangrijk vindt. Je gaat voor jezelf na waar je met je bedrijf voor staat en wat je wilt bereiken. Als je doelstellingen formuleert, geeft dat richting en houvast. De manier waarop je aan jouw doelstellingen werkt, is jouw strategie.

Missie en visie

Als je ondernemer wilt worden, is het verstandig om na te denken over de **missie** en de **visie** van je bedrijf. De missie zegt waar het bedrijf en de mensen die er werken voor staan, wat hun identiteit is en wat hun waarden zijn. Een visie is de toekomstdroom van een bedrijf, waar het bedrijf voor gaat. De missie en visie zijn vaak kernachtig omschreven, onderscheidend en inspirerend.

De missie

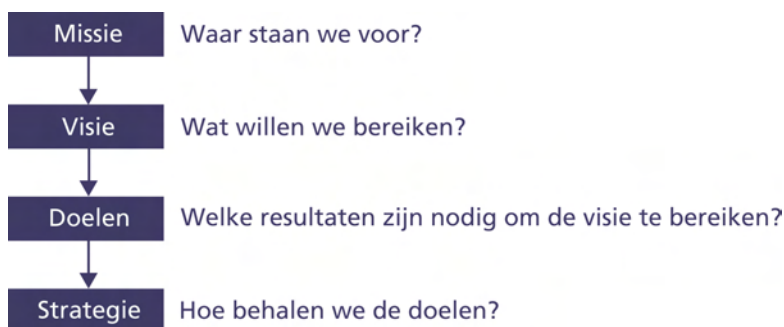
Bij het formuleren van een missie stel je jezelf de vraag: waar staan wij als bedrijf voor?

De missie geeft richting. Een aantal vragen die je jezelf kunt stellen bij het bepalen van een missie zijn: Welke waarden vind ik als horecaondernemer belangrijk? Waar sta ik als ondernemer voor? Waarin onderscheidt mijn bedrijf zich van anderen? Een missie geeft aan wat je naar buiten toe wilt uitdragen, en laat zien welke betekenis je als bedrijf wilt hebben.

De visie

Bij het formuleren van een visie stel je de vraag: waar gaan wij als bedrijf voor? Een visie is toekomstgericht.

Enkele vragen die je kunt stellen om je visie te bepalen: Wat willen de gasten, maar krijgen ze nu niet? Wat moet mogelijk zijn of worden? Wat heeft nog niemand gezien of in de praktijk gebracht? Een visie is een 'realistische dagdroom'.



Een grafische weergave van missie, visie, doelen en strategie.

Waarden

Waarden zijn de kern van wat jij als mens en als ondernemer belangrijk vindt. Bijvoorbeeld: vertrouwen, onafhankelijkheid en creativiteit. Waarden geven weer welke dromen je hebt en wat jou motiveert. Daarnaast zijn waarden opvattingen over wat wenselijk is binnen en rondom jouw horecabedrijf.

Een voorbeeld: jij vindt de waarde 'kwaliteit' belangrijk. Dat blijkt uit het feit dat je liever € 0,50 per kilo sinaasappels meer betaalt, omdat je dan de allerbeste sinaasappels hebt. En je wilt dus ook dat er medewerkers bij je werken die kwaliteit leveren. Met deze waarde in je achterhoofd kun je een betere vacaturetekst schrijven, om de juiste medewerkers aan te spreken.

Als je weet welke waarden jij als horecaondernemer belangrijk vindt, kun je deze waarden gebruiken bij het nemen van beslissingen. Waarden worden binnen een bedrijf vaak **kernwaarden** genoemd.

Kernwaarden, missie, visie en strategie

Kernwaarden, missie en visie, zijn nauw met elkaar verbonden. Deze drie begrippen zijn het fundament van een **strategie**. Vaak wordt het begrip **doelstelling** hier ook bij betrokken. De strategie beschrijft de manier waarop het bedrijf het doel wil gaan behalen. Daarbij wordt rekening gehouden met de kernwaarden, de missie én visie van het bedrijf. In de afbeelding hierna zie je de verbanden tussen de begrippen kernwaarden, doelstellingen, missie, visie en strategie.