Na końcu znajduje się ćwiczenie do tych tematów. Proszę je wykonać i wykonane wysłać na adres: eugeniadabrowska2@wp.pl. Pracę proszę wykonać do 30.03.2020.

**Temat: Czynniki wpływające na sukces lub niepowodzenie przedsiębiorstwa**

Czynniki wewnętrzne: właściciel, pomysł, biznesplan, plan marketingowy, zadowolenie klienta, pracownicy, zarządzanie majątkiem, inwestycje

Czynniki zewnętrzne: zmiany koniunktury, zasoby surowców, dochody ludności, polityka państwa, wahania kursów walut, odzyskanie należności od nieuczciwych kontrahentów

**Temat: Biznesplan własnego przedsiębiorstwa**

Biznesplan jest dokumentem zawierającym cele firmy oraz sposoby ich osiągania, z uwzględnieniem uwarunkowań finansowych, marketingowych, organizacyjnych i technologicznych.

Biznesplan opracowuje się przy: zakładaniu firmy, łączeniu przedsiębiorstw, pozyskiwaniu kapitału, np. kredytów, podejmowaniu działań w nowych obszarach działalności

Struktura biznesplanu:

**Pismo przewodnie** – wyjaśnia cel stworzenia biznesplanu i opisuje główne źródła pomysłu na działalność gospodarczą

**Streszczenie planu** - krótka informacja stanowiąca zarys przedsięwzięcia   
- wysokość i przeznaczenie potrzebnych środków   
- krótki opis produktów/usług i rynków zbytu ze szczególnym uwzględnieniem korzyści dla klienta  
- doświadczenie i umiejętności kierownictwa w kontekście przydatności do danego przedsięwzięcia

- koncepcję rozwoju firmy  
- główne dane finansowe, przewidywane zyski z zaangażowanych środków

**Ogólna charakterystyka przedsiębiorstwa i produktu -** ta cześć zawiera podstawowe informacje o firmie. Ten fragment biznesplanu jest stosunkowo krótki i zazwyczaj przedstawiamy w nim:  
I Dane przedsiębiorstwa:

- nazwę i formę prawną przedsiębiorstwa  
- przedmiot działalności  
- pełne dane teleadresowe

II Podstawowe cele działalności  
- charakterystyka właścicieli

- istota produktu, usługi

- jaki sposób to przedsięwzięcie jest inne od podobnych, konkurencyjnych

- obszar działania

**Analiza rynku i konkurencji** – analiza wielkości rynku, trendy na nim panujące, określenie grupy docelowej

- charakterystyka branży  
- wielkość rynku oraz panujące na nim tendencje  
- segmentacja rynku   
- nasi klienci (typy klientów, kim są, jakie mają wymagania, kiedy i gdzie kupują, dlaczego wybiorą lub wybierają naszą ofertę)   
- charakterystyka konkurencji i jej pozycji rynkowej   
- bariery wejścia i wyjścia z rynku

Analizę rynku i konkurencji możemy zrobić przy pomocy analizy SWOT

**S** jak Strenths – **mocne strony** organizacji, które należycie wykorzystane będą sprzyjać jej rozwojowi, a w chwili obecnej pozytywnie wyróżniające organizację w otoczeniu; są przewagą w stosunku do konkurencji,

**W** jak Weaknesses – **słabe strony** organizacji, których nie wyeliminowanie bądź nie zniwelowanie siły ich oddziaływania będzie hamować rozwój organizacji; mogą nimi być: brak wystarczających kwalifikacji, podziału zadań, złej organizacji pracy lub brak innych zasobów,

**O** jak Opportunities – **szanse** – uwarunkowania, które przy umiejętnym wykorzystaniu mogą wpływać pozytywnie na rozwój firmy,

**T** jak Threats – **zagrożenia** – czynniki , które obecnie nie przeszkadzają funkcjonować organizacji, ale mogące być zagrożeniem w przyszłości dla sprawności firmy.

**Plan marketingowy –** opis działań zmierzających do osiągnięcia zakładanego poziomu sprzedaży. Zawiera informacje dotyczące ceny produktu, sposobów promocji i dystrybucji

**Plan wytwarzania i zarządzania** – sposób wytwarzania, potrzebne maszyny, wyposażenie, lokale, pracownicy i ich koszty

**Harmonogram działań** – spis wszystkich czynności związanych z realizacją przedsięwzięcia z podaniem dat ich rozpoczęcia i zakończenia

**Plan finansowy** - źródła pozyskiwania kapitału i ogólna kwota konieczna do przeprowadzenia przedsięwzięcia

**Ocena ryzyka** – analiza zagrożeń przedsięwzięcia, działania konkurencji, zmiany popytu, utrata źródeł finansowania

**Załączniki –** dane techniczne produktu, analizy rynkowezlecone profesjonalnym firmom, zdjęcia, życiorysy osób zarządzających

Dobrze opracowany biznesplan powinien być: logiczny, rzetelny, oparty na danych liczbowych, elastyczny, poprawny językowo, tworzony przez samych przedsiębiorców lub we współpracy z nimi

Ułóż we właściwej kolejności biznesplan. Uwaga niektóre nazwy zostały zmienione.

|  |  |
| --- | --- |
| **a** **Plan finansowy** kiedy jakie pieniądze będą potrzebne i skąd się wezmą = Zyskowność przedsięwzięcia Break Even Point, czyli ile sztuk trzeba sprzedać, żeby wyjść na 0, a ile żeby zarobić | **b** **Plan marketingowy** Badanie konkurencji, czy coś podobnego już istnieje, ile kosztuje = analiza rynku Cena Sposoby promocji Dystrybucja |
| **c** **Plan techniczno-organizacyjny** Zdolność firmy do wyprodukowania danego towaru czy świadczenia usługi Jaka jest organizacja firmy, kluczowe osoby i ich doświadczenie | **d** **Dane o przedsiębiorstwie** Nazwa i dane adresowe, charakterystyka firmy doświadczenie i sytuacja finansowa firmy |
| **e** **Streszczenie** Krótki opis przedstawiający zarys przedsięwzięcia | **f Podsumowanie**  Także opis ewentualnego ryzyka |
| **g Harmonogram** Czy przedsięwzięcie jest realne ze względów czasowych, terminy, kiedy co, cele szczegółowe wraz z terminami ich osiągnięcia | **h Pismo wprowadzające.** Opis pomysłu na działalność gospodarczą |
| **i Opis przedsięwzięcia** Na czym polega przedsięwzięcie – istota produktu, usługi. Jaka korzyść dla klientów. W jaki sposób to przedsięwzięcie jest inne od podobnych, konkurencyjnych | Właściwa kolejność: |