



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

INNOWACYJNE NARZĘDZIA EDUKACYJNE



Temat: „BIZNESPLAN – CZY WARTO PLANOWAĆ”

Tomasz Załona
Monika Danielska

I. Uzasadnienie wyboru tematu

Zajęcia oparte są na niezbędnej ilości wiedzy na temat biznesplanu i jego znaczenia w działalności firmy.

Uczniowie otrzymują praktyczne porady i ćwiczenia, które pomogą im w przygotowaniu biznesplanu działalności gospodarczej.

II. Ogólne cele kształcenia

- Zdobyć wiedzę na temat kluczowych zagadnień związanych z organizacją oraz prowadzeniem firmy,
- Zrozumienie w jaki sposób ta wiedza może przydać się na co dzień w realizowaniu planów o własnej działalności gospodarczej,
- Istotnym elementem realizacji tematu jest nabycie umiejętności związanych z uruchomieniem, funkcjonowaniem i rozwojem działalności przedsiębiorstwa.

III. Zakres tematyczny zajęć

1. Znaczenie planowania w tworzeniu firmy
2. Strategia działania
3. Istota i odbiorcy biznesplanu
4. Funkcje oraz cechy biznesplanu
5. Jak napisać biznesplan?
6. Elementy składowe biznesplanu
7. Ćwiczenia

IV. Metody prowadzenia zajęć

- 1) Mini wykład (w oparciu o prezentację)
- 2) Materiały poglądowe – interaktywny film
- 3) Praca pod kierunkiem
- 4) Praca w grupie

1. Znaczenie planowania w tworzeniu firmy

Czy wiesz, że planowanie oznacza myślenie przed działaniem?

Tak!

Tworzenie biznes planów oraz wszelkich planów strategicznych jest wyrazem perspektywicznego myślenia o przyszłości firmy.

1. Znaczenie planowania w tworzeniu firmy

Odpowiednie zaplanowanie swojego biznesu w oparciu o analizę otoczenia jednostki i jej struktury jest milowym krokiem do osiągnięcia sukcesu rynkowego.

Gdzie
jesteśmy

W jaki
sposób to
osiągniemy

Gdzie
chcemy
być

1. Znaczenie planowania w tworzeniu firmy

Planowanie działalności musi być:

- **Świadome**
- **Racjonalne**
- **Zmierza do zmiany**
- **Podporządkowane strategii decyzyjnej**
- **Uporządkowaną logicznie sekwencją reakcji**

1. Znaczenie planowania w tworzeniu firmy

Dlaczego planowanie działalności jest ważne?

- ▶ Jest podstawą zysków i rozwoju firmy w długim okresie czasu.
- ▶ Przygotowanie planu wymaga czasu i wysiłku co najmniej kilku osób, dlatego plan powinien być wykorzystany dla dobra firmy, a jeśli jego zawartość dezaktualizuje się z upływem czasu to powinien być modyfikowany.

2. Strategia działania

Podstawowe elementy analizy strategicznej

Analiza strategiczna - jest to etap działań diagnostycznych, których celem jest określenie aktualnych i przyszłych szans i zagrożeń, czyli zewnętrznych warunków rozwoju, a także ocena potencjału przedsiębiorstwa, jego zdolności do wykorzystania szans i przeciwdziałania zagrożeniom.



2. Strategia działania

Cele oraz zakres analizy strategicznej

Jej celem jest określenie kluczowych wpływów na obecną i przyszłą sytuację firmy, a przez to wybór strategii, która dostosowuje firmę do tych wpływów.

2. Strategia działania

**Analiza strategiczna określa pozycję strategiczną firmy
obecną oraz w przyszłości.**

Odnosnie aktualnej pozycji strategicznej określa:

- pozycję konkurencyjną firmy na tle sektora,**
- podstawowe czynniki kształtujące obecna pozycję strategiczną firmy.**



2. Strategia działania

Odnosnie pozycji strategicznej w przyszłości analiza strategiczna określa:

- **jakie zmiany nastąpią w otoczeniu,**
- **jakie zmiany będą miały wpływ na działalność firmy, przy założeniu obecnej struktury działalności i zasobów firmy.**



2. Strategia działania

Z celów analizy strategicznej wynika jej zakres. Obejmuje on następujące obszary:

- cele i oczekiwania ludzi oraz grup związanych z organizacją (obecne i ewentualne zmiany).
- zasoby organizacji (posiadane oraz dostępne),
- otoczenie dalsze i bliższe organizacji (obecne oraz przyszłe).

2. Strategia działania

Zakres i metody analizy strategicznej zależą w znacznej mierze od:

- wizji strategii rozwoju firmy,
- sytuacji przedsiębiorstwa,
- cech przedsiębiorstwa (np. zdywersyfikowane, wyspecjalizowane, duże, małe),
- modelu otoczenia,
- zakresu zmian otoczenia

2. Strategia działania

Analiza otoczenia przedsiębiorstwa

Powszechnie uznany jest podział otoczenia przedsiębiorstwa na makrootoczenie (otoczenie dalsze) oraz otoczenie konkurencyjne, inaczej przemysłowe lub sektorowe (otoczenie bliższe).

2. Strategia działania

Analiza Makrootoczenia

Do otoczenia dalszego zaliczamy:

- ▶ otoczenie ekonomiczne,
- ▶ polityczno-prawne,
- ▶ socjokulturowe
- ▶ technologiczne.

2. Strategia działania

Analiza mikrootoczenia

Obejmuje ono: konkurentów, klientów, dostawców, regulatorów, siłę roboczą, właścicieli, sojuszników strategicznych (inne podmioty gospodarcze, które z firmą łączą różne porozumienia, które w istotny sposób kształtują sektor, np. fuzja banków. Przedsiębiorstwa współpracują ze sobą w ramach wspólnych przedsięwzięć).

2. Strategia działania

Celem analizy wewnętrznej jest zidentyfikowania mocnych i słabych stron przedsiębiorstwa.

- Mocne strony są pozytywnymi, wewnętrznymi cechami, które przedsiębiorstwo może wykorzystać do osiągnięcia swoich celów strategicznych. Mocne strony decydują o przewadze konkurencyjnej i umocnieniu pozycji konkurencyjnej na rynku.
- Słabe strony, są takimi cechami wewnętrznymi, które nie pozwalają lub ograniczają możliwości wykorzystania szans występujących w otoczeniu.

2. Strategia działania

Analiza zasobów przedsiębiorstwa

- Materialne składniki zasobów to zasoby fizyczne takie jak budynki, urządzenia, maszyny surowce, wyroby, a ponadto zasoby finansowe organizacji będące w jej posiadaniu oraz możliwe do zdobycia.
- Zasoby niematerialne to umiejętności zarządzania oraz technologiczne, na które składają się umiejętności jednostek, grup i ich organizacja.

3. Istota i odbiorcy biznesplanu

Biznesplan - opis krótko i długoterminowych celów przedsiębiorstwa, oferowanych produktów i usług, analiza możliwości rynkowych oraz środków umożliwiających osiągnięcie założonych celów w konkretnym otoczeniu (zawiera zestaw dokumentów, analiz, programów)

3. Istota i odbiorcy biznesplanu

Biznesplan służy, jako:

- Narzędzie informacyjne niezbędne do organizacji pracy wewnątrz firmy;
- Narzędzie planowania pozwalające ustalić koncepcję działania oraz uszczegółowić i udoskonalić strategię firmy;
- Ocena szans powodzenia zaplanowanego przedsięwzięcia;
- Narzędzie kontroli pozwalające zestawić aktualne wyniki przedsiębiorstwa z poczynionymi planami.

3. Istota i odbiorcy biznesplanu

Biznesplan pomaga również:

- Uzyskać finansowanie dla naszego projektu – jest narzędziem, za pomocą którego można przekonać instytucję finansującą do przedsięwzięcia;
- Zweryfikować pomysł – dokument ten pozwala na dogłębną analizę opłacalności naszego projektu;
- Zarządzać firmą – biznes plan przypomina w jakim kierunku się dąży i pomaga utrzymać obraną drogę.
- Jest drogowskazem i spisem rzeczy do zrobienia 😊

3. Istota i odbiorcy biznesplanu

Biznesplan sporządzany jest:

- Do użytku wewnętrznego w celu określenia dokładnego planu działania, zdefiniowania celów, określenia zadań oraz sposobów i terminów ich realizacji.
- Do użytku zewnętrznego celem uzyskania z zewnątrz środków do realizacji przedsięwzięcia.

4. Funkcje oraz cechy biznesplanu

Funkcje biznes planu:

- Informacyjna,
- Kontrolna,
- Informacja wewnętrzna.

4. Funkcje oraz cechy biznesplanu

Cechy właściwie sporządzonego biznesplanu:

- ▶ dokładnie przemyślany pomysł,
- ▶ jasny i zwięzły język,
- ▶ jasna i logiczna struktura,
- ▶ ilustruje Twoją zdolność do odniesienia sukcesu w przedsięwzięciu,
- ▶ pokazuje jakie możesz osiągnąć zyski.

5. Jak napisać biznesplan?

Biznesplan ma udowodnić, że:

- ▶ projekt jest wykonalny technicznie oraz marketingowo i finansowo,
- ▶ projekt będzie miał charakter trwały,
- ▶ projekt jest ekonomicznie opłacalny i uzasadniony społecznie (oddziaływanie na miejsca pracy).

5. Jak napisać biznesplan?

Biznesplan ma spełniać trzy podstawowe kryteria.

Powinien być:

- ▶ prosty,
- ▶ precyzyjny,
- ▶ użytkowy.

Biznesplan jest tworzony po to, aby pokazać pomysł na rozsądne (świadome i racjonalne) wykorzystanie istniejących zasobów oraz dostarcza kryteria oceny wyników działania.

5. Jak napisać biznesplan?

Misja, wizja...

Przed przystąpieniem do przygotowania biznes planu należy sformułować misję oraz wizję jednostki.

Misja – jest najczęściej jednozdaniowym sformułowaniem określającym istotę funkcjonowania jednostki.

5. Jak napisać biznesplan?

Wizja powinna zawierać odpowiedzi na pytania:

- ▶ Czyje potrzeby zaspokajasz?
- ▶ Jaki produkt lub usługa zaspokaja te potrzeby?
- ▶ Jakie masz kwalifikacje, wiedzę, zasoby?
- ▶ Jakie możliwości stwarza dla twojego produktu lub usługi rynek oraz jakie zagrożenia stwarza konkurencja?
- ▶ Co daje ci najwięcej zadowolenia?
- ▶ Co zamierzasz osiągnąć teraz i w przyszłości?

6. Elementy składowe biznesplanu

Układ biznesplanu:

1. Ogólna charakterystyka przedsiębiorstwa (dane o firmie);
2. Analiza rynku i plan marketingowy;
3. Analiza strategiczna;
4. Plan techniczny (działalności bieżącej);
5. Struktura organizacyjna i plan zatrudnienia;
6. Plan finansowy działalności i analiza wskaźnikowa;
7. Analiza szans powodzenia i ryzyka, bariery w realizacji pomysłu (podsumowanie);
8. Harmonogram działań.

6. Elementy składowe biznesplanu

Ad. 1. Ogólna charakterystyka przedsiębiorstwa (dane o firmie)

- Misja, wizja firmy i podstawowe cele działalności
(streszczenie projektu przedsiębiorstwa)
- Nazwa i znak firmowy
- Forma organizacyjno-prawna
- Dane o właścicielach (struktura własnościowa)
- Przedmiot działalności (profil i zakres działania firmy)
- Lokalizacja
- Obszar działania

6. Elementy składowe biznesplanu

Ad. 2. Analiza rynku i plan marketingowy

- ▶ Produkt / usługa
- ▶ Uproszczona analiza strategiczna
- ▶ Rynek
- ▶ Konkurencja na rynku
- ▶ Dystrybucja, metody sprzedaży, promocja
- ▶ Cena
- ▶ Prognoza sprzedaży
- ▶ Przychody

6. Elementy składowe biznesplanu

Ad. 3. Analiza strategiczna

1. Analiza SWOT
2. Warianty strategii rozwoju
3. Strategia pozyskania inwestorów (źródeł finansowania).

6. Elementy składowe biznesplanu

Ad. 4. Plan techniczny (działalności operacyjnej)

1. Opis planowanej inwestycji
2. Aktualne zdolności wytwórcze
3. Opis technologii produkcji lub procesu świadczenia usług
4. Plan ilościowy produkcji/usług
5. Zaopatrzenie w materiały i surowce, współpraca z dostawcami

6. Elementy składowe biznesplanu

Ad. 5. Struktura organizacyjna i plan zatrudnienia

1. Kadra zarządzająca
2. Plan kadrowy
3. Płace
4. Schemat organizacyjny

6. Elementy składowe biznesplanu

Ad. 6. Plan finansowy działalności i analiza wskaźnikowa

1. Założenia w poszczególnych kategoriach działalności
2. Kalkulacja przewidywanych wydatków związanych z podjęciem działalności gospodarczej oraz źródła ich finansowania
3. Sprawozdania finansowe, Analiza wskaźnikowa

6. Elementy składowe biznesplanu

**Ad. 7. Analiza szans powodzenia i ryzyka, bariery
w realizacji pomysłu (podsumowanie)**

Ad. 8. Harmonogram działań

6. Elementy składowe biznesplanu

Najczęściej popełniane błędy:

- Odkładanie;
- Płynność finansowa;
- Pomysły;
- Lęki i obawy;
- Zawite i mgliste cele;

6. Ćwiczenia praktyczne



Dziękuję za uwagę

