

Autor: Joanna Grącka

Temat: BIZNESPLAN

SKRÓCONY OPIS LEKCJI

Uczniowie poznają zasady konstruowania biznes planu, zapoznają się z przykładami prostych biznesplanów, na przykładzie firmy „Gwiazda Polarna – Biuro Podróży” poznają kolejne kroki konstruowania planów przedsięwzięć, przeprowadzają ćwiczenie konstruowania przykładowych biznesplanów..

SŁOWO KLUCZOWE

BIZNESPLAN

CELE LEKCJI:

Uczeń powinien

- poznać metodę planowania biznesowego,
- zrozumieć znaczenie planowania działań gospodarczych i prognozowania zjawisk ekonomicznych,
- przekonać się do systematycznego kontrolowania, jak przebiega realizacja zamierzeń,
- nabyć umiejętność postępowania według planu, systematycznej kontroli przebiegu zjawisk, panowania nad sytuacją
- umieć zbudować prosty biznesplan

TREŚĆ

Założenia, definicja i konstruowanie biznes planu

ADRESAT

Uczniowie klas licealnych, po uproszczeniu – uczniowie klas gimnazjalnych

METODY REALIZACJI ZAJĘĆ

- wykład,
- praca indywidualna z materiałami źródłowymi,
- praca w grupach,
- symulacja

CZAS REALIZACJI ZAJĘĆ

2 godz. lekcyjne + praca domowa (opracowanie wykonane poza lekcjami około 2 godzin pracy indywidualnej każdego ucznia + 2 godziny uzgodnień)

MATERIAŁY

- Ankieta z pytaniami wstępnymi o przedsięwzięciu.
- Strony biznesplanu
- Tabela punktu pojawienia się zysku
- Przykłady przedsięwzięć do analizy

WSTĘP MERYTORYCZNY

Definicja: biznes plan to zestaw dokumentów – analiz i programów, w których na podstawie oceny sytuacji w firmie i analizy otoczenia, zawarte są cele firmy i sposoby ich osiągnięcia, przy uwzględnieniu uwarunkowań finansowych, rynkowych, organizacyjnych, kadrowych i technologicznych. Obejmuje działalność bieżącą oraz okres 3 do 5 lat.

Kiedy konieczny jest biznes plan?

- przed założeniem nowego przedsiębiorstwa,
- podczas łączenia przedsiębiorstw
- przy zdobywaniu zewnętrznych środków finansowych, lub ryzykownych przedsięwzięciach,
- w krytycznym okresie dla firmy (przekształceniu, zmianie profilu działalności, modernizacji, inwestycjach)

Zasady planowania:

1. celowość – określenie środków do osiągnięcia wyznaczonego celu,
2. wykonalność – realistyczne określenie celów, ocena możliwości osiągnięcia wyznaczonych etapów w oznaczonych terminach,
3. zgodność wewnętrzna – niesprzeczność celów częściowych z celem nadrzędnym,
4. operatywność – przejrzystość i prostota założeń, która pozwala na sprawne wdrożenie planu,
5. wielowariantowość – przygotowanie przynajmniej trzech wariantów planu: prawdopodobnym optymistyczny i pesymistyczny,
6. ograniczenie szczegółowości – im krótszy horyzont czasowy, tym plan bardziej szczegółowy,
7. zupełność – wyczerpujący opis całego przedsięwzięcia,
8. racjonalność – budowanie planu zgodnie z przyjętymi normami oraz wymaganymi standardami.

Biznes plan odnosi się tylko do samodzielnych podmiotów gospodarczych (a nie np. jednostek budżetowych). Spośród nieskończenie wielu czynników zewnętrznych wybiera się ich ograniczoną ilość i konsekwentnie opiera na nich plan. Planowanie rozumiane jest jako selektywny sposób zdobywania i przetwarzania informacji. Rezultatem planowania powinno być ograniczenie niepewności podejmowania decyzji i zmniejszenie ryzyka podejmowania błędnych decyzji. Kontrola działa jako sprzężenie zwrotne, między zamierzonymi celami a ich osiągnięciem.

Trzeba jednak pamiętać, że nie istnieje jedna, jedyna formuła biznes planu. Każdy może zastosować najbardziej egzotyczne składniki, które uważa za przydatne, ale nie powinien zapominać, po co tworzy biznes plan. Liczy się jakość produktu końcowego.

Biznes Plan dla małych firm

Fazy planowania: I – Wstępna: sformułowanie celów, założeń i strategii firmy.

Odpowiedz sobie na pytania:

1. Jakiego typu firmę prowadzę?
2. Jakie zajmuje miejsce w branży?
3. Kim są klienci firmy, gdzie jest zlokalizowany rynek?
4. Czego oczekują klienci od firmy?
5. Jak będzie wyglądała firma za pięć lat?
6. Co można zrobić, aby wzrósł zysk?
7. Co zrobić, by udoskonalić produkt?
8. Jakie są źródła przewagi mojej firmy nad konkurencją?
9. Jaką część rynku chcę opanować za miesiąc, rok, pięć lat?
10. Jak prowadzić politykę personalną w firmie?
11. Jak finansować rozwój firmy?

Właściwy biznesplan

Struktura – konieczne części, biznes planu (jedna z wielu proponowanych w opracowaniach na temat biznesplanu).

1. spis treści, streszczenie projektu przedsięwzięcia,
2. dane o przedsiębiorstwie, profil i zakres działania firmy, krótka historia firmy, dane o właścicielach,
3. założenia planu strategicznego przedsięwzięcia, opis przedsięwzięcia
4. plan techniczny,
5. plan marketingowy,
6. plan organizacyjny – plan funkcjonowania firmy,
7. plan finansowy,

8. dane niezbędne do wypełnienia typowego wniosku kredytowego,
9. wnioski i podsumowania,
10. załączniki

Przygotować na osobnych kartach (tyle kart ile jest grup) części biznesplanu, uczniowie wybierają sobie te części, które będą opracowywali jako indywidualną pracę domową).

Streszczenie

Przeważnie wykonuje się po napisaniu zasadniczych części planu, powinno mieć jedną – dwie strony, ma zainteresować i zachęcić inwestorów, powinno zawierać informacje o stanie wyjściowym i zamierzeniach na przyszłość, zestawienie najważniejszych elementów planu finansowego (sprzedaż, zysk), opis kadry menedżerskiej.

Dane o przedsiębiorstwie

- historia firmy (data założenia, forma, najbardziej znaczące osiągnięcia z przeszłości, obecny stan prawny, finansowy, organizacyjny przedsiębiorstwa, opis produktów).
- zamierzenia na przyszłość

Opis przedsięwzięcia

- analiza otoczenia,
- analiza czynników będących w zasobach firmy,
- wybór strategii działania,
- wdrożenie strategii

Plan techniczny

- opis wyrobu lub usługi wraz z opisem technologii produkcji,
- opis niezbędnego majątku produkcyjnego,
- sposób zorganizowania dostaw materiałów i surowców,
- program produkcji,
- specyfikacja kosztów produkcji

Plan marketingowy

- opis strategii marketingowej,
- wyniki analizy rynku,
- opis polityki kształtowania cen
- dystrybucja wyrobów i usług,
- działania na rzecz reklamy i promocji sprzedaży,
- koszty działań marketingowych

Plan organizacyjny

- organizacja pracy i posiadane zasoby ludzkie,
- kalendarz organizacji przedsięwzięcia
- koszty zatrudnienia

Plan finansowy: (w planach grup uczniów, w zależności od szczegółowości nauczania w szkole, uwzględnienie różnych wskaźników – w wersji minimalnej analiza wskaźników zyskowności, np. obliczenie punktu pojawienia się zysku)

- dane wejściowe,
- prognozy finansowe,
- warianty prognoz finansowych,
- rachunek wyników,
- bilans,
- zestawienie przepływu środków pieniężnych,
- analiza wskaźników,
- ocena efektywności przedsięwzięcia

Dane dotyczące wypełnienia wniosku kredytowego (fakultatywnie)

Biznes plan bardzo często powstaje na potrzeby wniosku kredytowego, dlatego niezbędne jest zamieszczenie w takim przypadku

- historii kredytowej firmy
- przeznaczenia kredytu.

Podsumowanie

We wnioskach i podsumowaniach trzeba wykazać zagrożenia, jakie mogą wystąpić trakcie realizacji planu

- niekorzystne trendy w branży,
- zachowanie konkurencji,
- braki kadrowe,
- przekroczenie kosztów,
- złe oszacowania dotyczące sprzedaży, wyniku finansowego,
- złe zaplanowanie terminów

Załączniki

- słownik używanych zwrotów i terminów,
- harmonogram realizacji planu,
- dane techniczne,
- badania rynku
- stan zamówień,
- lista akcjonariuszy, udziałowców,
- schemat organizacyjny,
- życiorysy kadry kierowniczej,
- dane finansowe niezamieszczone w planie finansowym.

OPIS PRZEBIEGU LEKCJI

1. Po czynnościach wstępnych i podziale na grupy uczniowie jeszcze indywidualnie poznają podstawowe pojęcia związane z biznes planem (wykład lub praca z materiałem pisanym)
2. Rozdaj przykłady działalności firm oraz pytania wstępne dotyczące przedsięwzięcia. Uczniowie, analizując przykłady zastanawiają się nad odpowiedziami na pytania wstępne. – to pozwoli uczniom zapoznać się z zakresem zagadnienia.
3. Uczniowie losują przedsięwzięcia do opracowania biznesplanów.
4. Rozdaj uproszczony biznes plan firmy Biuro Podróży „Gwiazda Polarna”.
5. Na podstawie analizy wstępnej przedsięwzięć oraz rozdane go biznesplanu biura podróży

uczniowie dzielą między siebie zadania opracowania części biznesplanu swojego przedsięwzięcia.

6. Opracowania poszczególnych części wykonują indywidualnie jako pracę domową, konsultując między sobą szczegóły.

7. Na kolejnych zajęciach koordynują poszczególne części biznesplanu,

W grupie jedna osoba powinna być odpowiedzialna na opracowanie graficzne i wydrukowanie biznesplanu, może mieć inne osoby do pomocy.

8. Opracowanie powinno być zachowane jako dokumentacja pracy grupy i stanowić podstawę do kolejnych symulacji związanych z nauczaniem przedsiębiorczości.

UWAGI DLA PROWADZĄCEGO

Zakres tematyczny lekcji w zasadzie wykracza poza tematykę „podstaw przedsiębiorczości”, ale ze względu na znaczenie planowania w przeprowadzeniu jakiegokolwiek przedsięwzięcia – nawet szkolnego, trzeba temu tematowi poświęcić przynajmniej 2 godz. lekcyjne, jeszcze lepiej 4. Wówczas na 2 godz. uczniowie poznają teorię biznes planu, ćwiczą na „ślepych” biznes planie rozpisanie przykładów działalności gospodarczej i porównują propozycje. W domu przygotowują biznesplan swojego przedsięwzięcia. Na kolejnych dwóch godzinach koordynują przedsięwzięcie grupowe, a mając dostęp do komputera wykonują opracowanie graficzne.

MATERIAŁY POMOCNICZE

MATERIAŁ POMOCNICZY 1

Opisy przykładów biznesowych (do rozdania wśród uczniów i opracowania odpowiedzi na pytania wstępne).

a) Janek nie spodziewał się, że tak wspaniały punkt sprzedaży kanapek w biurowcu może się nie opłacać. A jednak...

Janek sprzedawał znakomite kanapki, pracownicy biura chętnie je kupowali na drugie śniadanie, ale jego barek kanapkowy nie przynosił zysków. Dlaczego? Aby odpowiedzieć na to pytanie Janek usiadł do obliczeń:

Miesięczne wydatki firmy:

Czynsz	800 zł,
Ubezpieczenia, średnio miesięcznie	100 zł,
Splata kredytu	400 zł,
Prąd, woda, gaz miesięcznie	200 zł,
Płace	800 zł,
Razem	2300 zł,

Przeciętnie jeden klient kupował kanapki za 4 zł, z czego koszty surowców wynosiły 2 zł

Ile kanapek musi sprzedać Janek, by pokryć koszty stałe?

$$2300 / (4 \text{ zł} - 2 \text{ zł}) = 1150$$

W ciągu 22 dni roboczych dziennie musiał sprzedać 93 kanapki. Jeśli każdego klienta obsługiwałby tylko 5 minut, to łącznie czas sprzedaży musiałby wynosić 465 minut, czyli niemal 8 godzin – a w biurówcu na śniadania zaledwie przeznaczają 2 godziny. W jego barku nie można więc nawet było sprzedawać tylu kanapek, by osiągnąć punkt pojawienia się zysku.

Jakie działania powinien podjąć Janek, jeśli nie mógł podwyższać ceny kanapek?

(na podstawie „Mała firma, to takie proste” Richard R. Gallagher wyd. Signum 1992 r.)

b) Maria i Zbigniew zaczęli w latach dziewięćdziesiątych od eksportu suszonych kwiatów do Norwegii. Potem zaczęła się moda na skandynawskie meble i sprzęt wyposażenie mieszkań, więc przez kolejne lata sprowadzali do Polski gustowne drobiazgi. Pierwsze dziesięć lat prowadzili handel hurtowy zaopatrując hipermarkety w ozdoby dla domu. Okres prosperity skończył się pięć lat temu. Trzeba było zmienić formułę sprzedaży. Wiedzieli, że mają dobry towar, tylko trzeba go odpowiednio wyeksponować. W centrach handlowych zaczęli urządzać swoje saloniki sprzedaży, w których pokazują, jak stworzyć ciepłe, pełne uroku wnętrza. Teraz towar sprowadzają z Azji. By to się opłacało, muszą zamawiać całe kontenery, a to z kolei wymaga jak najszybszego zbytu. Dlatego wymyślili sieć własnych sklepów. Koszt otwarcia jednego sklepu to wydatek rzędu 100 tys. złotych, drugie tyle trzeba zainwestować w towar. Jakie działania powinni podjąć, by sprzedaż w ich sklepach była opłacalna?

(Na podstawie mies. Profit)

MATERIAŁ POMOCNICZY 2

Opis przedsięwzięcia; przykładowy biznesplan Szkolne Biuro Podróży „Gwiazda Polarna”

1. Streszczenie

Szkolne Biuro Podróży „**Gwiazda Polarna**” (zwane dalej **Biurem**) będzie zajmowało się organizowaniem wycieczek jednodniowych i kilkudniowych przede wszystkim dla młodzieży zielonych szkół, wyjazdów wakacyjnych. Biuro będzie zapewniało fachową opiekę nad dziećmi i młodzieżą poprzez zatrudnienie wyspecjalizowanej kadry instruktorskiej – przewodników górskich, instruktorów żeglarskich, wspinaczkowych, instruktorów od zajęć sportowych.

W ofercie będzie sprzedaż biletów na imprezy kulturalno-rozrywkowe.

Uczestnicy poza wypoczynkiem będą mieli możliwość zdobycia pewnych sprawności – np. patentu sternika, uprawnień pilotów lub kolejnych stopni odznak turystycznych..

1. Dane właściciela
2. Forma organizacyjno - prawna przedsiębiorstwa - jednoosobowa gospodarcza działalność
3. Rodzaj działalności: działalność turystyczno - usługowa.

Biuro podróży – organizowanie wycieczek dla młodzieży szkolnej – kilkugodzinnych, jednodniowych, wielodniowych, dłuższych form wypoczynku, zielonych szkół, miejscowych i zamiejscowych, pośrednictwo w sprzedaży biletów podróży oraz biletów na imprezy kulturalno-rozrywkowe.

Właściciel posiada wyższe wykształcenie pedagogiczne, jest geografem, przewodnikiem PTTK, pracował w biurze podróży jako rezydent firmy za granicą.

Biuro podróży umiejscowione byłoby w szkole i obsługiwało przede wszystkim młodzież tej szkoły, choć w przyszłości może rozszerzyć działalność na inne placówki.

Biuro Podróży „Gwiazda Polarna” mieści się w szkole, do której uczęszcza około 1000 dzieci w około 40 klasach jest bardzo duże zapotrzebowanie na tego rodzaju działalność – każda klasa

wyjeżdża, co najmniej raz w roku szkolnym na kilkudniową wycieczkę, raz lub dwa na jednodniową, kilka razy do roku chodzi do teatru lub kina oraz wycieczki po najbliższej okolicy. Umieszczenie biura podróży w szkole gwarantuje uzgodnienie tematyki wycieczek z nauczycielami, tak by uzupełniały one wiedzę nabywaną w klasach, byłyby zsynchronizowane pod względem wyjazdów dzieci i nauczycieli. Takie biuro podróży gwarantowałoby niższe ceny, ze względu na niższe koszty działalności niż inne placówki.

Zapotrzebowanie na usługi biura jest także w okresie ferii i wakacji, gdyż rodzice chętniej wysyłają dzieci na wyjazdy organizowane przez sprawdzone biuro, gwarantujące właściwą opiekę a jednocześnie mające tańszą ofertę niż inne instytucje.

Marketing Plan Biura Podróży „Gwiazda Polarna”

Działania marketingowe

1. Powiadomienie nauczycieli szkoły na Radzie pedagogicznej o istnieniu Biura oraz przedstawienie oferty.
2. Rozpisanie wśród nauczycieli ankiet i zebranie od nich zapotrzebowania na organizowanie przez nich wycieczek tematycznie związanych z programem nauczania. Dopasowanie do tego zapotrzebowania oferty biura.
3. Wywieszenie tablicy ogłoszeń z ofertą.
4. Rozdanie ulotek dzieciom w szkole i poza szkołą z ofertą kilkudniowych wycieczek oraz wyjazdów feryjnych i wakacyjnych.
5. Rozdawanie ulotek rodzicom na zebraniach
6. Duże plakaty promujące nazwę firmy i szczególnie atrakcyjne wyjazdy.
7. Organizowanie konkursów dla dzieci z wiedzy zdobytej w trakcie wycieczek, na najpiękniejszą kronikę wycieczki, wystawy fotograficzne z wycieczek.
8. Własna strona internetowa

Charakterystyka klientów

1. Nauczyciele zamawiający wycieczki szkolne lub korzystający z oferty przygotowanej przez Biuro
2. Rodzice dzieci uczęszczających do szkoły,
3. Rodzice dzieci uczęszczających do innych szkół.

4. Dyrekcja szkoły zamawiająca szkolne wycieczki organizowane dla dzieci, z różnych klas – np. jako nagrody za dobre wyniki w nauce, zbiorowo organizowane wyjścia np. do kina dla całej szkoły, organizowanie wyjazdowych rad pedagogicznych oraz wycieczek dla nauczycieli.
5. Gmina, która prowadzi szkołę: zamawiająca usługi biura dla swoich pracowników, mieszkańców gminy, w czasie wakacji zlecająca organizację wycieczek dla organizowanych przez gminę akcji półkolonii.

Konkurencja:

Inne biura podróży, które w swojej ofercie mają organizacje wycieczek szkolnych, zielonych szkół.

Cena

Cena: konkurencyjna wobec oferty innych biur ze względu na niskie koszty wynajmu pomieszczeń, niskie koszty osobowe firmy, niewielkie koszty marketingu. Cena powinna być niższa o około 20 proc. od analogicznej ceny firm konkurencyjnych.

Organizacja firmy

1. Lokal: wynajęte pomieszczenie w szkole – jeden pokój 20 m². Cena wynajmu wraz z ochroną oraz korzystaniem z mediów – energia elektryczna, woda, oraz doprowadzoną linią telefoniczną i połączeniem internetowym, – 2 tys. zł mies.
2. Wyposażenie – komputer ze stałym łączem internetowym, linia telefoniczna, fax., kserokopiarka, wyposażenie meblowe biura, materiały biurowe – koszt około 15 tys. zł.
3. Pracownicy – poza właścicielem, 2 osoby zatrudnione na stałe etaty w pełnym wymiarze godzin, wykształcenie, co najmniej średnie policealne, w kierunku administracyjno-ekonomicznym z umiejętnością obsługi komputera i urządzeń biurowych, znajomość biegła przynajmniej jednego lub dwóch języków obcych. – koszt zatrudnienia jednego pracownika – 4 tys. zł mies.
4. Korzystanie z profesjonalnego biura rachunkowego – koszt 1 tys. zł mies.

Plan finansowy

Jaka suma jest potrzebna do rozpoczęcia działalności (można opracować w trzech wersjach)

- a) wersja minimalna, (np. co pozwoli funkcjonować: używane biurko samochód: stary maluch itd.),
- b) wersja rozsądna, (czego prawdopodobnie będziesz używał: tanie, lecz nowe biurko, samochód za około 30 tys. zł)
- c) wersja optymalna, (co nabyłbyś, gdyby pieniądze nie stanowiły problemu: projektowane meble, nowy samochód średniej wielkości)

Wersja średnia:

Koszty uruchomienia firmy:

1. koszty uruchomienia działalności gospodarczej (wpis do rejestru w gminie od 100 zł lub rejestracja w KRS – 150 zł, opłaty skarbowe: NIP, REGON, odpowiednie rejestracje w urzędach 100 zł, opłata za otwarcie rachunku bankowego – 20 –30 zł, pieczętka 200 zł) trzeba przeznaczyć min. 500 zł.
2. wyposażenie biura – meble, wyposażenie, materiały biurowe, zabezpieczenia, sprzęt biurowy: telefony, komputery, drukarki, oprogramowanie, instalacja – 20 000 zł)
3. odnowienie biura, kraty w oknach lub żaluzje – 2000 zł
4. ubezpieczenie majątkowe 1000 zł
5. samochód (własny, stary)
6. czynsz za lokal i opłaty związane z użytkowaniem przez pierwszy miesiąc biura - 3000 zł
7. reklama na początek działalności – 1000 zł
8. płace z narzutami za pierwszy miesiąc działalności – 10 000 zł

Razem: 37 500 zł

Koszty miesięczne prowadzenia działalności:

1. czynsz i opłaty związane z wynajmowaniem lokalu – 3000 zł
2. płace i narzuty na płace – 10 000 zł
3. koszty materiałów biurowych – 1000 zł

4. telefon i internet – 5000 zł
5. koszty reklamy, opłaty pocztowe – 1000 zł
6. amortyzacja – 500 zł
7. koszty samochodu – 500 zł

Razem 21 500 zł

Koszty 1 osobodnia wycieczkowego:

1. wynajem kwater – 20 zł od osoby za dobę
2. wyżywienie – 20 zł od osoby
3. koszt opieki 10 zł na uczestnika wycieczki
4. inne koszty 10 zł

Razem – 60 zł

koszty przejazdu liczone osobno

Sprzedaż 1 osobodnia wycieczki – 90 zł

zysk na 1osobodniu – 30 zł

np. wycieczka 2-dniowa: 2 noclegi, dwa pełne wyżywienia, będzie sprzedawana w cenie 180 zł + koszty podróży rozłożone na wszystkich uczestników będących w autokarze, czyli za około 200 zł,

obóz 12-dniowy: 1080 zł + koszty przejazdu

Wyliczenie punktu pojawienia się zysku:

aby pokryć miesięczne koszty działalności biura należy sprzedać:

$$\frac{21\ 500}{30} = 717 \text{ osobodni wycieczek}$$

to oznacza – przy średnich 40-osobowych wycieczkach 18 dni wycieczkowych w miesiącu.

aby pokryć koszty rozpoczęcia działalności:

$$\frac{37\ 500}{30} = 1250 \text{ osobodni wycieczek}$$

Czynniki ryzyka i powodzenia; Analiza SWOT

Analiza ryzyka

Mocne strony przedsięwzięcia

- oryginalność oferty
- niewysokie koszty
- dobra znajomość branży przez właściciela
- wysokokwalifikowana kadra potrafiąca organizować zajęcia dla dzieci i młodzieży

Szanse

- reforma oświaty wymusza prowadzenie zajęć poza szkołą
- nauczycielom trudno jest organizować samodzielnie wycieczki tematyczne
- mimo ubożenia społeczeństwa, rodzice sami nie mogą wyjechać na wakacje wysyłają przynajmniej dzieci
- moda na aktywne spędzanie wolnego czasu

Słabe strony przedsięwzięcia

- niedoświadczenie organizatorów w prowadzeniu działalności gospodarczej
- niewielkie zabezpieczenie finansowe w razie nieprzewidzianych okoliczności
- mała obsada kadrowa

Zagrożenia

- liczne biura podróży konkurujące w ofercie dla szkół
- możliwa niechętna postawa dyrekcji szkół i nauczycieli
- niepewna sytuacja polityczna, która nie sprzyja turystyce
- ubożenie społeczeństwa – turystyka synonimem luksusu
- ewentualny nieszczęśliwy wypadek na wycieczce podważa zaufanie do firmy

Harmonogram

- W pierwszym miesiącu działalności załatwianie formalności związanych z zakładaniem firmy, reklamowanie Biura w szkołach, podpisywanie umów ze szkołami.
- W drugim miesiącu działalności zamawianie miejsc wycieczkowych, zbieranie zamówień
- W drugim miesiącu działalności rozpoczęcie systematycznej obsługi grup wycieczkowych.
- Marzec – kwiecień: organizacja wyjazdów wakacyjnych,
- Maj i czerwiec: nasilenie sprzedaży dłuższych wyjazdów wakacyjnych
- Lipiec, sierpień: obsługa wyjazdów wakacyjnych
- Sierpień wrzesień: przygotowanie i sprzedaż „zielonych szkół”
- Październik, listopad, grudzień, styczeń: przygotowanie i sprzedaż wyjazdów zimowych

Załączniki

1. uprawnienia właściciela
2. rekomendacje kadry
3. zezwolenia z kuratorium
4. rejestracja w Polskiej Izbie Turystyki

MATERIAŁ POMOCNICZY 3

Przykłady do rozlosowania między grupy:

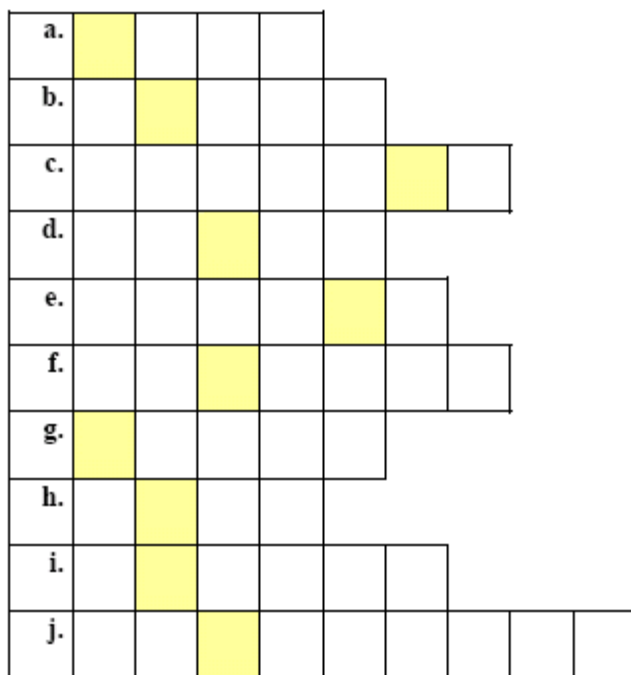
- agencja sprzątania mieszkań,
- agencja opiekunek do dzieci
- biuro pisania podań
- zakład naprawy sprzętu komputerowego
- wydawnictwo lokalnej gazetki osiedlowej
- wyrób ozdób i biżuterii z surowców naturalnych
- dziewiarstwo ręczne (projektowanie i wyrób odzieży ręcznie robionej)
- zespół muzyczny

PROPOZYCJE SPRAWDZENIA WIEDZY

Ćwiczenie: 1

Jakie jest hasło krzyżówki?

- a. Pomyłka
- b. Przedsiębiorstwo
- c. Rozważania za i przeciw
- d. Otrzymują ją przewlekle chorzy
- e. Wpływy i wydatki pieniężne
- f. Dochody, nie pochodzące z pracy
- g. Oferta rynkowa
- h. Przewidywanie
- i. Odkrywca hierarchii potrzeb
- j. Ten, kto kupuje na własne potrzeby



Odpowiedzi do krzyżówki: (BIZNESPLAN)

- a. BŁĄD
- b. FIRMA
- c. ANALIZA
- d. RENTA
- e. BUDŻET
- f. ZASIŁEK
- g. PODAŻ
- h. PLAN
- i. MASLOW
- j. KONSUMENT

Ćwiczenie 2

Poukładaj rozsypane części biznesplanu:

harmonogram(9)

firma(2)

analiza rynku(4)

analiza ryzyka(8)

projekt(3)

organizacja firmy(6)

strategia marketingowa(5)

analiza finansowa(7)

załączniki(10)

Streszczenie(1)

Ćwiczenie 3

Wymień 10 działań marketingowych charakterystycznych dla małej działalności gospodarczej

Ćwiczenie 4.

Sporządź plan organizacyjny przedsięwzięcia w sferze usług dla ludności.

BIBLIOGRAFIA

Ewa Filar Jerzy Skrzypek BIZNES PLAN Poltext Warszawa 2002

Agnieszka Mikinia; Małgrzata Sienna. Przedsiębiorczość dla szkół zasadniczych.

Podręcznik do podstaw przedsiębiorczości dla zasadniczej szkoły zawodowej i szkoły zawodowej. WSIP Warszawa 2002

PRZYDATNE ADRESY

www.biznesplan.pl

www.exporter.pl

www.rzeczpospolita.pl

www.gratka.pl

www.gofin.pl

www.elfin.pl