

Załącznik nr 3  
do Regulaminu konkursu „Młodzi Przedsiębiorczy w Hrubieszowie”

-Wzór -

BIZNESPLAN

w ramach konkursu pn. „Młodzi Przedsiębiorczy w Hrubieszowie”

IMIĘ I NAZWISKO UCZNIA/UCZNIÓW	
NAZWA I ADRES SZKOŁY/SZKÓŁ	

PROPONOWANA NAZWA FIRMY	
FORMA ORGANIZACYJNO - PRAWNA PROPONOWANEJ FIRMY	

<b>STRESZCZENIE (maksymalnie 1 strona)</b>
<b>Prezentacja firmy</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Charakterystyka przedsiębiorstwa, przedmiot działalności, lokalizacja i obszar działania.</li><li>• Wizja, misja i cele do osiągnięcia.</li><li>• Struktura organizacyjna firmy (działy, stanowiska i pracownicy, podział obowiązków).</li><li>• Kwalifikacje, doświadczenie i umiejętności osób prowadzących firmę.</li><li>• Analiza strategiczna SWOT (mocne strony, słabe strony, szanse, zagrożenia).</li></ul>
<b>Produkt</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Szczegółowy opis produktu/usługi (jakiś potrzeby zaspokaja, jakie elementy wpływają na jego wyjątkowość, w jaki sposób wyróżnia się on na tle konkurencji).</li></ul>



- Perspektywy rozwoju produktu/usługi.
- Opis procesu produkcyjnego/świadczenia usługi, dostaw materiałów, sposobu sprzedaży.

#### Wykorzystanie zasobów lokalnych, potencjałów regionu

- Jakie zasoby i potencjały regionu zostaną wykorzystane w planowanym przedsięwzięciu?, np. naturalne (przyrodnicze), ludzkie (pracownicy, wykształcenie), kapitał (maszyny, lokalna infrastruktura, np. stare hale przemysłowe), kultura, historia regionu.

#### Rynek i plan marketingowy

- Analiza rynku (jego wielkość, jakie są cechy tego rynku/branży, prognozy rozwoju).
- Plan wejścia na rynek, w tym bariery wejścia.
- Opis kontrahentów (kim są nabywcy, dostawcy, kooperanci).
- Analiza konkurencji (identyfikacja i opis konkurentów, jakie są ich mocne strony i słabości, identyfikacja cech wspólnych).
- Plan sprzedaży wraz z założeniami marketingowymi – strategia marketingowa (zachęty dla klientów do zakupu, dla kontrahentów do współpracy) i planowana wielkość sprzedaży.

#### Finansowanie

- Zakres planowanej inwestycji (przewidywane nakłady na rozpoczęcie działalności, np. zakup maszyn i urządzeń, zaopatrzenie w materiały i surowce).
- Plan finansowy przedsięwzięcia (w tym źródła pozyskania kapitału oraz przewidywane przychody, koszty i zysk), łącznie z harmonogramem finansowym na okres minimum 1 roku.

