

## Regulamin konkursu na najlepszy biznesplan

1. Organizatorem konkursu jest Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości przy PWSZ w Kaliszu oraz Wydział Zarządzania Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Kaliszu.
2. Konkurs rozpocznie się w styczniu 2014 i będzie trwał do końca czerwca 2014 roku, z zastrzeżeniem że prace studentów będą przyjmowane do 30 maja 2014 roku.
3. Uczestnikami konkursu mogą być studenci Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej posiadający aktualną i ważną legitymację studencką na dzień 30.05.2014 roku.
4. Uczestnicy przygotowują biznesplan w którym przedstawiają własny, autorski pomysł na założenie firmy z branży: produkcyjnej, usługowej lub usługowo - produkcyjnej, opisując zasady jej funkcjonowania.
5. Minimalny zakres biznesplanu powinien zawierać:
  - Strona tytułowa powinna zawierać: nazwę własną opracowania np. Biznesplan Firmy X, imię i nazwisko (- a) autora (- ów) biznesplanu, nazwę Uczelni, nazwę Wydziału , Kierunek (specjalność) studiów, oraz dane kontaktowe (nr telefonu, adres do korespondencji, adres e-mail ).
  - **Streszczenie**  
W streszczeniu należy przedstawić syntetycznie najistotniejsze elementy planu, tj.: cel przedsięwzięcia oraz opis spodziewanych korzyści, wysokość środków finansowych potrzebnych do realizacji przedsięwzięcia, krótki opis produktu (usługi) oraz rynku na którym zamierzamy działać,
  - **Profil i zakres działania przedsiębiorstwa**  
Informacja o przedsiębiorstwie tj. **nazwa firmy, forma prawna, sposób rozliczania z urzędem skarbowym a także informacje teleadresowe (adres, e-mail, adres strony internetowej), lokalizacja**, PKD planowanej działalności. W tej części biznes planu należy scharakteryzować motywy podjęcia planowanej działalności, uzasadnić wybór branży, misje i cele przedsiębiorstwa. Należy zamieścić ogólną charakterystykę rynku zbytu i dostawców. Przedstawić producentów/usługodawców już działających na rynku a także omówić zidentyfikowane potrzeby nabywców, oraz dlaczego proponowana usługa/produkt będzie lepsza/y od już istniejących na rynku? Na jakich przesłankach autor /- rzy/ biznesplanu opierają sukces ekonomiczny firmy. Określić formy dystrybucji, które będą wykorzystywane dla produktów lub usług.  
W przypadku firmy większej niż jednoosobowa, właściwe będzie określenie podziału zadań dla poszczególnych pracowników.
  - **Plan organizacyjny ( nie dotyczy firm jednoosobowych)**  
W tej części biznesplanu należy przedstawić opis struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa oraz kadry pracowniczej. Należy przedstawić charakterystykę pracowników, ich wykształcenie, kwalifikacje, doświadczenie, zakres posiadanych obowiązków, a także otrzymane nagrody, wyróżnienia oraz przysługujące wynagrodzenie na zajmowanym stanowisku, co pozwoli ustalić ogóle koszty zatrudnienia. Przedstawiamy w tej części również charakterystykę potrzebnej kadry pracowniczej do realizacji planowanego przedsięwzięcia, a także stosowany w przedsiębiorstwie system motywacji do pracy i narzędzia kontroli.
  - **Opis produktu lub usługi**  
Opis działalności gospodarczej, którą prowadzić będzie przedsiębiorstwo wraz z uzasadnieniem wyboru konkretnej branży. Należy dokładnie opisać produkt/usługę, który/a znajduje się na rynku lub który zamierzamy wprowadzić. Opisujemy cechy wyróżniające produkt/usługę na rynku, jego jakość, trwałość, funkcjonalność Należy scharakteryzować technologię wytwarzania produktu oraz możliwości modernizacji i

dalszego rozwoju produktu. Opisać należy zasady wprowadzenia nowego produktu na rynek, przedstawić potrzebny majątek produkcyjny w odniesieniu do planowanego przedsięwzięcia (hale produkcyjne, magazyny, urządzenia i maszyny produkcyjne, środki transportowe), zdolności produkcyjne, harmonogram produkcji oraz niezbędne materiały i surowce. W przypadku tych ostatnich należy wskazać źródło zaopatrzenia, dostawcę lub możliwość produkcji potrzebnych elementów we własnym zakresie. Wartość aktywów trwałych i obrotowych należy przedstawić w wartości pieniężnej. Usługi należy przedstawić w ilości ich realizacji w danym okresie oraz harmonogram ich świadczeń.

- **Harmonogram organizacyjny**

Harmonogram organizacyjny, który będzie przedstawiał szczegółowy plan, szczegółowe cele do realizacji oraz etapy ich osiągnięcia wraz z terminami realizacji. Przedstawione terminy realizacji powinny zostać przedstawione określając terminy rozpoczęcia realizacji poszczególnych czynności oraz terminy ich zakończenia.

- **Plan marketingowy**

Plan marketingowy ze szczególnym uwzględnieniem promocji, dystrybucji i ceny wraz z budżetem marketingowym na ten cel, poparty rozpoznaniem rynku. W planie marketingowym powinny zostać omówione szczegółowo cechy oferowanego produktu lub usługi, sposób prowadzenia sprzedaży oraz rynek zbytu, a także zamierzenia co do promocji i reklamy produktu lub usługi. Najczęściej wykorzystywanym modelem marketing jest tzw. model **4P** obejmujący:

- **Product (produkt)** – oferowane produkty, ich jakość, cechy, opakowanie, czy marka,
- **Price (cena)** - wysokość ceny, warunki płatności,
- **Place (miejsce)** - sposobem rozmieszczenia produktów na rynku, kanały dystrybucji,
- **Promotion (promocja)**- promocja i reklama sprzedaży, public relations.

W założeniach tej części biznesplanu leży szczegółowe przedstawienie branży w jakiej zamierzamy działać. Należy przedstawić analizę rynku, ich segmentów i wielkości udziałów, które chcemy osiągnąć, na tle konkurencji, którą należy dobrze określić i scharakteryzować. Należy dokonać charakterystyki klientów (np. dochodu czy stylu dokonywania przez klientów zakupów), a także szans i zagrożeń, które są związane z pojawieniem się produktu na rynku. Należy przedstawić to co zyskają klienci jeśli skorzystają z naszej usługi lub zakupią nasz produkt. W tym punkcie biznesplanu należy charakteryzować bariery wejścia przedsiębiorstwa na dany rynek oraz przeprowadza **analizę SWOT**. Należy zamieścić informację dotyczące przyjętej strategii sprzedaży, jakie będą planowane formy sprzedaży a także ilość składanych zamówień przez klientów. Wskazany jest przedstawienie prognoz popytu na przyszłość oraz przyjętą politykę cenową. Należy uwzględnić również prognozę sprzedaży i przychody.

- **Plan finansowy**

Wielkość środków finansowych przeznaczonych na uruchomienie działalności gospodarczej, wraz z opisem źródeł ich pozyskania. Dodatkowo należy umieścić harmonogram rzeczowo finansowy. W części tej powinny znaleźć się dane dotyczące prognozowanej sprzedaży, osiąganych zysków i strat, ponoszonych kosztów, a także majątku niezbędnego do prowadzenia działalności gospodarczej. Wyżej wymienione dane zawiera się w odpowiednio przygotowanych sprawozdaniach finansowych, tj. bilansie, rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów środków pieniężnych. W tej części przedstawia się źródła finansowania planowanego przedsięwzięcia oraz terminy ich spłaty. Z przeprowadzanych analiz w biznesplanie powinna znaleźć się **analiza prognozy rentowności, ocena efektywności planowanego przedsięwzięcia, wycena wartości przedsiębiorstwa, a także analiza wskaźnikowa, tj. analiza**

**płynności, zadłużenia, obrotowości oraz zyskowności.** Sprawozdania finansowe powinny dotyczyć prognozy na okres 3 lata od momentu uruchomieniu przedsięwzięcia.

• **Podsumowanie**

6. Biznesplan powinien zajmować nie mniej niż 10 stron formatu A4 przy pojedynczej interlinii i wielkości czcionki 12 punktów, marginesy standardowe.
7. Prace oceni Jury złożone z przedstawicieli PWSZ w Kaliszu, wielkopolskich instytucji finansowych oraz otoczenia biznesu, przedsiębiorców, a także ludzi świata nauki. Podczas oceny premiowane będą szczególnie odważne, oryginalne projekty biznesowe, przedstawiające innowacyjność założeń marketingowych, konkurencyjność oraz niebanalne pomysły na wypromowanie produktu (usługi).
8. Autor/autorzy najlepszych prac otrzymają atrakcyjne nagrody.
9. Autorstwo prac (biznesplanów) może być jednoosobowe, ale mogą je także przygotowywać zespoły złożone z maksymalnie dwóch członków.
10. Przygotowane opracowanie należy dostarczyć do Dziekanatu Wydziału Zarządzania w Kaliszu, ul. Nowy Świat 4, wraz z wersją elektroniczną na nośniku cyfrowym plik zapisany w formacie PDF.

Harmonogram konkursu:

1. Styczeń 2014 – wysyłka pism do potencjalnych sponsorów konkursu,
2. Styczeń – luty 2014 – ogłoszenie o konkursie ( strona internetowa, plakaty)
3. Luty – marzec 2014 – wybór najlepszych propozycji ofert sponsoringu,
4. Luty – maj 2014 – promowanie konkursu, zbieranie opracowań
5. Czerwiec 2014 – wybór najlepszego opracowania i wręczenie nagród