



Zadanie dodatkowe dla uczniów do wykorzystania podczas „Lekcji o Funduszach Europejskich. Przedsiębiorczość”.

## ZADANIE DODATKOWE NR 8

Zapoznaj się z wybranymi fragmentami **biznesplanu przykładowego startupu**. Następnie dokonaj jego analizy za pomocą jednego z elementów **analizy SWOT**.

**Analiza SWOT** służy do analizy strategicznej przedsiębiorstwa. Nazwa SWOT pochodzi od pierwszych liter angielskich określeń czynników mających wpływ na aktualną i przyszłą sytuację firmy, za pomocą których dokonuje się klasyfikacji potencjału przedsiębiorstwa: *strengths* (mocne strony), *weaknesses* (słabe strony), *opportunities* (szanse) i *threats* (zagrożenia). Aby sporządzić analizę SWOT nie trzeba dysponować fachową wiedzą z zakresu zarządzania – wystarczy obiektywnie i z dystansem spojrzeć na przedsiębiorstwo.

ANALIZA SWOT	
CZYNNIKI WEWNĘTRZNE – związane bezpośrednio ze startupem	
S (strengths) – MOCNE STRONY	W (weaknesses) – SŁABE STRONY
Mocne strony, które wyróżniają startup spośród konkurencji i będą sprzyjać jego dalszemu rozwojowi. <b>PRZYKŁAD:</b> doświadczenie i kwalifikacje pracowników, niska cena za usługę / produkt	Słabe strony, które nie stanowią przewagi konkurencyjnej i ich oddziaływanie może negatywnie wpływać na rozwój startupu. <b>PRZYKŁAD:</b> brak rozpoznawalności na rynku, zastosowanie przestarzałej technologii
CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE – związane z otoczeniem startupu	
O (opportunities) – SZANSE	T (threats) – ZAGROŻENIA
Szanse rozwoju i wszelkie możliwości zewnętrzne, jakie startup może wykorzystać na swoją korzyść. <b>PRZYKŁAD:</b> słabe strony konkurencyjnych firm, pojawienie się nowej grupy klientów	Zagrożenia, które w przyszłości mogą zaszkodzić startupowi, ale zwykle nie mamy na nie wpływu. <b>PRZYKŁAD:</b> niekorzystne zmiany prawne, utrata kluczowych pracowników

### FRAGMENT BIZNESPLANU PIEKARNI „Rogalik”

#### Ogólna charakterystyka startupu:

Pomysł polega na uruchomieniu nowej, nieznanej jeszcze na rynku piekarni „Rogalik” specjalizującej się w produkcji dietetycznych i bezglutenowych wyrobów piekarniczych. Autorkami pomysłu są dwie wykwalifikowane dietetyczki, które posiadają kilkuletnie doświadczenie w pracy w poradniach dietetycznych. Piekarnia zlokalizowana jest w centralnej części miasta liczącego nieco ponad 9 tys. mieszkańców, oddalonego od stolicy województwa o 40 km. Jej głównym atutem mają być innowacyjna linia produkcyjna i charakterystyczne produkty. Piekarnia ma stanowić również odpowiedź na wysokie zapotrzebowanie na świeże i zdrowe pieczywo.

#### Produkty i polityka cenowa:

W ofercie piekarni „Rogalik” znajdzie się przede wszystkim różnego rodzaju lekkie i zdrowe pieczywo, które nie stanowi asortymentu większości sklepów. Specjalnością zakładu będzie jednak bezglutenowy chleb przeznaczony dla osób z nietolerancją tego składnika i wszystkich, którzy ograniczają jego spożycie. Cena produktów oferowanych przez piekarnię będzie początkowo zbliżona do cen produktów konkurencyjnych z wyjątkiem pieczywa bezglutenowego, którego cena będzie o ok. 50-60% wyższa.



Fundusze  
Europejskie  
Polska Wschodnia



MINISTERSTWO  
ROZWOJU

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Rozwoju Regionalnego





### Zasoby finansowe:

Początkowo piekarnia dysponować będzie lokalem przeznaczonym do remontu o powierzchni 160 m<sup>2</sup> i wkładem własnym właścicielek w wysokości 30 tys. złotych. W związku z tym, że powierzchnia należy do jednego z członków rodziny właścicielki, koszty wynajmu będą niskie.

### Rynek zbytu i konkurencja:

Piekarnia podpisała już wstępną umowę współpracy z okoliczną siecią sklepów spożywczych, która włączy produkty piekarni do stałej oferty kilkunastu swoich sklepów zlokalizowanych w obrębie całego województwa. Konkurencję natomiast stanowi inna piekarnia, działająca na lokalnym rynku od ponad 20 lat, w ofercie której oprócz produktów piekarniczych są również wyroby cukiernicze. Dostarcza ona swoje produkty głównie do mniejszych prywatnych sklepów, a także prowadzi sprzedaż bezpośrednią we własnych kilkunastu punktach położonych w obrębie powiatu. W planach piekarni „Rogalik” jest również wygospodarowanie części wynajmowanego lokalu do małego punktu sprzedaży bezpośredniej i podjęcie współpracy z kolejnymi sieciami sklepów.

### Działania marketingowe:

Z uwagi na wysokie koszty uruchomienia linii produkcyjnej początkowe działania promocyjne piekarni będą stanowić głównie działania w Internecie (założenie strony internetowej, aktywność w mediach społecznościowych) i bezpośrednio w sklepach, z którymi została podjęta współpraca. W pierwszym miesiącu sprzedaży planowane są degustacje dla potencjalnych klientów, wcześniej zaś wydruk oraz dystrybucja ulotek i plakatów promocyjnych.

Miejsce na notatki:

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
SZANSE	ZAGROŻENIA



Fundusze  
Europejskie  
Polska Wschodnia



MINISTERSTWO  
ROZWOJU

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Rozwoju Regionalnego

