

1 2 3

---

4 5 6 7

---

8 9 0 :

---



---

Przewodnik po programie  
Oby Młodzież!

„MŁODZI  
PRZEDSIĘBIORCZY”

---



## WSTĘP

Drogie Opiekunki i Opiekunowie, Uczniowie i Uczennice!

Witamy Was w pierwszej edycji programu Oby Młodzież!, którego celem jest motywowanie młodych ludzi do aktywności obywatelskiej. Mamy nadzieję, że w niniejszej publikacji znajdziecie inspirację do wielu kreatywnych i zaskakujących przedsięwzięć.

W tym materiale opisane są kroki pozwalające na zrealizowanie zespołowego projektu edukacyjnego pod hasłem:

**JAK - DZIAŁAJĄC ZESPOŁOWO - ZAPROJEKTOWAĆ WŁASNĄ FIRMĘ?**

Niniejszy projekt wykorzystuje zagadnienia z zakresu przedsiębiorczości i ekonomii do praktycznego działania, polegającego na zaprojektowaniu własnej firmy prowadzącej działalność gospodarczą.

Dlaczego warto wziąć udział w tym projekcie?

Wspólna praca nad zadaniami tworzy wiele okazji do zabawy i kreatywności oraz zastanowienia się nad swoimi własnymi talentami, mocnymi stronami czy możliwościami rozwoju zawodowego. Zyskacie ogólną orientację w tym, jak się planuje własny biznes, co- być może- zachęci Was do założenia w przyszłości własnego przedsiębiorstwa. Angażując się w działania projektowe rozwinięcie przy okazji skutecznie niezbędne w dorosłym życiu kompetencje: obywatelskie, osobiste, społeczne, w zakresie umiejętności uczenia się oraz przedsiębiorczości, w tym w szczególności składające się na nie umiejętności takie, jak:

- zdolność określania swoich możliwości;
- podejmowania decyzji;
- zdolność uczenia się i pracy w grupie i indywidualnie;
- odporność oraz umiejętność radzenia sobie z niepewnością i stresem;
- zdolność do pracy zespołowej i negocjowania;
- wyrażanie i rozumienie różnych punktów widzenia;
- zdolność do określania i wyznaczania celów;
- motywowanie;
- rozwiązywanie problemów;
- kreatywność;
- krytyczne myślenie.

W realizacji Waszego projektu pomogą Wam:

- wskazówki zawarte w niniejszej publikacji;
- szkolenie dla zespołu;
- wsparcie mentora lub mentorki;
- grant na realizację działań w wysokości 1000 PLN przeznaczony na finansowanie działań związanych z realizacją projektu.
- zestaw materiałów pomocniczych wspierających Was w wykonywaniu zadań projektowych.

Uważamy, że praktyczną wartość projektu podniesie zapraszanie na zajęcia gości – ekspertów z dziedziny przedsiębiorczości i pasjonatów, którzy swoim namacalnym przykładem mogą być dla uczestników i uczestniczek inspiracją i motywacją do zmiany:

- spotkanie z przedsiębiorcą, który przedstawi swoją doświadczenia
- zajęcia z ekspertem, który przedstawi rodzaje form prawnych działalności gospodarczej przewidzianych w polskim prawie - na terenie szkoły lub poza nią.

Nie wyklucza to innych spotkań z dobrymi praktykami. Każdy temat może stać się pretekstem do wyjścia z murów szkoły w miejsce, gdzie praktycznie będziecie zapoznać się z tworzeniem elementów marketingu, badaniami rynku, finansową stroną działania firm etc.

#### JAKIE KORZYŚCI ODNIESIECIE REALIZUJĄC PROJEKT?

Metoda projektu to droga do zdobycia kompetencji niezbędnych w dorosłym życiu, takich jak:

- kreatywne rozwiązywanie problemów;
- samodzielność w szukaniu informacji i rozwiązań;
- skuteczność porozumiewania się w grupie i komunikowania swoich potrzeb;
- zdobywanie nowych umiejętności oraz poszerzanie wiedzy;
- współpraca w grupie;
- radzenie sobie ze stresem oraz zdobywanie większej pewności siebie.

Wasz konkretny projekt w pierwszej kolejności powinien odpowiadać na cele, które sami przed sobą postawicie, dlatego bardzo ważne jest ich właściwe zdefiniowanie, zajmiemy się tym jeszcze w dalszej części publikacji. Niezależnie jednak od celów specyficznych dla danego projektu, istnieją pewne uniwersalne kryteria jakości, które naszym zdaniem, powinien uwzględniać każdy dobry projekt uczniowski bez względu na temat.

#### KRYTERIA JAKOŚCI DOBREGO PROJEKTU UCZNIOWSKIEGO:

**1** Projekt jest dziełem uczniów i uczennic. Rola opiekuna lub opiekunki polega na inspirowaniu, motywowaniu i wspieraniu młodych ludzi, a nie wyręczaniu ich w realizacji poszczególnych zadań.

**2** Projekt ma jasno określone cele. Grupa projektowa wspólnie określa temat i cele projektu (czyli to, czego chce się dowiedzieć i co osiągnąć). W przypadku projektu społecznego niezbędne jest ustalenie celów na podstawie diagnozy lokalnych potrzeb i zasobów.

**3** Projekt jest rozpisany w formie harmonogramu (podział zadań, terminy itp.). Odpowiedzialność za poszczególne zadania leży po stronie konkretnych uczniów i uczennic. Młodzież powinna samodzielnie wykonywać zadania określone w harmonogramie, pracując w małych zespołach, parach lub indywidualnie i wywiązując się z wcześniej ustalonych terminów.

**4** Projekt „wychodzi” poza szkołę w celu zdobywania sojuszników i sojuszniczek. Kluczową cechą tego typu projektów powinno być otwieranie szkoły/instytucji na zewnątrz, czyli nawiązywanie współpracy z organizacjami, przedsiębiorcami czy

sąsiadami. Uczniowie i uczennice, działając razem ze społecznością lokalną i na jej rzecz, poznają nowe osoby, uczą się od nich, dzielą się świeżym spojrzeniem na otaczające ich problemy i wyzwania.

**5** Projekt jest zaprezentowany publicznie.  
Efekty projektu powinny zostać zaprezentowane publicznie i być widoczne szczególnie dla osób, do których przedsięwzięcie jest skierowane. Forma prezentacji może być dowolna, jednak w każdym przypadku przekaz powinien dotrzeć do osób spoza grupy projektowej.

**6** Projekt jest promowany lokalnie.  
Uczniowie i uczennice nawiązują kontakt z lokalnymi mediami, za pośrednictwem których promują swoje działania. Do promocji warto również wykorzystać media społecznościowe (np. Facebook, YouTube), media lokalne (np. portal gminy) oraz media szkolne (np. szkolna gazetka czy radiowęzeł).

**7** Realizacja projektu kończy się ewaluacją i podsumowaniem.  
Ważny element realizacji projektu stanowi jego podsumowanie i wyciągnięcie wniosków na przyszłość. Osoby tworzące projekt powinny ocenić, w jakim stopniu udało im się zrealizować zamierzone cele – stwierdzić, czego się nauczyły, co było wartościowe, a czego nie udało się osiągnąć. To także dobry czas, aby młodzież otrzymała od opiekuna lub opiekunki informację zwrotną na temat jakości swojej pracy. Warto chwalić młode osoby za wykonane zadania oraz ewentualnie wskazywać im, co powinny poprawić lub zmodyfikować.

Rozwinięcie powyższych punktów wraz z konkretnymi pomysłami i ćwiczeniami ułatwiającymi ich realizację znajdziecie w dalszej części publikacji. Zachęcamy Was, abyście wracali do powyższych kryteriów jakości w różnych momentach trwania projektu i sprawdzali, czy jesteście na dobrej drodze do szczęśliwego finału.

**1** Ustalcie, co jest ważne i ciekawe zarówno dla Was, jak i dla osób w Waszym otoczeniu.



**2** Uzgodnijcie, co wspólnie chcecie osiągnąć.



**3** Ustalcie, do kogo kierujecie swoje działania.



**4** Zaplanujcie działania.

**5** Działajcie.



**6** Podsumujcie działania.





## ZACZYNAMY PROJEKT

Jest wiele przyczyn, dla których młodzi ludzie zakładają własny biznes. Dla niektórych to po prostu oczywisty sposób na działalność zawodową. Innych motywuje chęć bycia niezależnym od szefów i korporacji, pracowania „na swoim”. Są tacy, którzy realizują tą drogą własne pomysły i pasje, samorealizują się. Własna firma może też być sposobem na pomaganie żywym istotom, na przykład zajmować się organizacją opieki nad chorymi czy niepełnosprawnymi ludźmi, prowadzeniem schronisk dla bezdomnych zwierząt albo rozwiązywaniem jakiegoś innego nabrzmiałego problemu społecznego.

Od osób, których firma odniosła rynkowy sukces, można często usłyszeć, że było to wyzwanie wymagające od nich ogromnego wysiłku. Na tym samym oddechu mówią jednak także, że nie wróciliby już do pracy na etacie. Przedsiębiorczość stała się dla nich sposobem na życie. Nie wynika z tego jednak, że każdy młody człowiek powinien się w ten sposób się realizować. Jak się jednak dowiedzieć, bez narażania na poważne wydatki i inne ryzyka, że ta ścieżka zawodowa naprawdę Cię kręci? Że cechy przedsiębiorcze to część Twojego charakteru, czego do tej pory sobie nie uświadamiałeś/aś?

Niniejszy projekt daje Ci taką szansę. Jest symulacją zespołowego procesu tworzenia własnego biznesu. Pozwoli bezpiecznie przejść przez typowe etapy tego procesu, w tym:

- wybór rodzaju działalności;
- określenie nazwy firmy i jej znaku rozpoznawczego;
- rozpoznanie potrzeb potencjalnych klientów;
- opracowanie planu działania, w tym finansów firmy, czy pomysłów na reklamę
- analizę szans na biznesowy sukces.

Biorąc aktywny udział w działaniu zespołowym będziesz zatem mógł/mogła ocenić i odczuć, czy tworzenie własnego biznesu jest to w tym momencie Twojego życia czymś odpowiednim dla Ciebie. Przy okazji doświadczysz też tego, na ile odnajdujesz się w kooperacji z innymi, którym przyświeca ten sam cel oraz w jakich rolach grupowych czujesz się najlepiej.



## KROK 1. TWORZYMYS ZESPÓŁ ZADANIOWY

Dlaczego będziecie pracowali w zespole? Tworzenie firmy oraz zarządzanie nią to niemal zawsze działania zespołowe. Prawidłowo zorganizowana praca zespołowa jest efektywniejsza, niż działanie indywidualne. Udowodniono to zarówno w odniesieniu do dużych korporacji, jak i codziennej pracy uczniów w klasie. Z tych powodów w symulacji procesu planowania własnego biznesu będziecie pracowali w grupie, którą nazywamy zespołem zadaniowym.

Warto na początku odwołać się do naszych osobistych doświadczeń w tym zakresie. Odpowiedzcie sobie w parach na poniższe pytania, po czym przedstawcie rezultaty rozmowy na forum:

- Czy pracowaliście już nad dłuższymi zadaniami w ramach zespołów?
- Jakie to były zadania i zespoły?

Grupa może składać się z dowolnej liczby osób. Zespół zadaniowy to specjalna, mała i świadomie dobrana grupa ludzi szczerze angażujących się w działania prowadzące do osiągnięcia wspólnych celów, za które wszyscy czują się odpowiedzialni. Nasz projekt zacznijmy zatem od ustalenia składu i przygotowania odpowiedniego zespołu zadaniowego/zespołów zadaniowych.

Wiadomo, że podczas pracy w klasie nad zadaniem edukacyjnym najbardziej efektywne są grupy liczące od 3 do 5 osób. Do opracowania planu działania firmy może przydać się większa ilość uczestników/uczestniczek, zwłaszcza wtedy, gdy powstaje bank pomysłów na rozwiązanie jakiegoś problemu. Dużą grupą, liczącą ponad 10 osób, będzie jednak trudniej zarządzać. Zauważono także, że wraz ze wzrostem liczebności zespołu spada indywidualny poziom poczucia odpowiedzialności jego poszczególnych członków. Na użytek niniejszego projektu proponujemy przyjąć, że w skład zespołu zadaniowego powinno wchodzić od 4 do 8 osób. Po pewnym czasie sami będziecie mogli ocenić, czy Wasz zespół ma odpowiednią ilość członków. Pomogą Wam w tym następujące oznaki:

- w razie każdej potrzeby możecie się łatwo i szybko zebrać w pełnym składzie,
- zawsze sprawnie komunikujecie się między sobą w kwestiach związanych z projektem,
- nie potrzeba nikogo więcej, byście byli w stanie wykonać zleconą pracę nad zadaniami.

Zakładamy, że w trakcie trwania projektu skład Waszego zespołu może się zmieniać. Może zdarzyć się, że trzeba będzie dokooptować kogoś nowego lub wymienić jakąś osobę. Nic w tym złego. Zawsze powinno się jednak zadbać o takie nowych ludzi w grupie i poświęcić czas na wprowadzenie ich w temat oraz przydzielenie im ról i funkcji. Jeśli z jakiegoś powodu spodziewacie się dużej rotacji uczestników, do każdego zadania wyznaczcie od razu więcej niż jedną osobę.

Dobra atmosfera jest kluczowa dla powodzenia projektu, dlatego warto poświęcić trochę czasu na integrację i zabawę w ramach utworzonych właśnie zespołów roboczych lub na forum. Bliższe poznanie się wszystkich osób z pewnością korzystnie wpłynie na poziom dalszej współpracy. Przydadzą się do tego tak zwane „rozgrzewki” - ćwiczenia temu służące, np.:

Co mnie łączy z innymi?- uczestnicy odnajdują i publicznie nazywają pięć rzeczy, które mają wspólne z każdą inną osobą w grupie, przy założeniu, że podobieństwa te nie mogą obejmować wspólnych części ciała lub ubrania.

Runda imion po kolei z dodaniem jakiejś cechy, którą uczestnik/uczestniczka proponuje, a która zaczyna się na tę samą literę, co jego imię, np. aktywna Agnieszka, rozmowny Ryszard; w następnej rundzie każdy uczestnik po kolei wymienia imiona i przydomki wszystkich osób przedstawiających się przed nim;

Historia mojego imienia – każda osoba przez minutę opowiada o okolicznościach, w których otrzymała swoje pierwsze imię; opowieść może być prawdziwa lub wymyślona na potrzeby ćwiczenia, przy czym warto to ćwiczenie poprzedzić rozmową w parach na ten temat.

### Ustalenie zasad współpracy w zespole

Teraz w zespole/zespołach zadaniowych ustalcie zasady współpracy. Propozycje każdej zasady może zgłosić każdy uczestnik/uczestniczka, a reszta zespołu decyduje, czy należy ją zaakceptować. Aby ułatwić sobie to zadanie, warto przez chwilę w parach odwołać się do Waszych doświadczeń w pracy grupowej i poszukać odpowiedzi na pytania:

- Co nam wtedy pomagało w pracy?
- Co nam przeszkadzało?
- W jaki sposób podejmowaliśmy decyzję, jeśli były różne zdania?

Wychodząc od tego, co pojawiło się w rozmowie w parach, wspólnie wypracujcie zespołowy zbiór zasad (nazywany także kontraktem). Następnie powinien zostać on spisany na kartce (lub elektronicznie) i podpisany przez wszystkich jego członków/członkinie. Dzięki temu

w każdym momencie można się będzie do niego odwołać. Warto sporządzić go w dwóch egzemplarzach – jeden pozostanie u opiekuna grupy, drugi będzie przechowywać wybrana osoba z danego zespołu.

Przykładowe zasady:

- Uczestniczymy we wszystkich spotkaniach zespołu.
- Przychodzimy na spotkania punktualnie.
- Wywiązujemy się z zadań, za które wzięliśmy odpowiedzialność.
- Słuchamy się wzajemnie i nie przerywamy sobie.
- W przypadku rozbieżnych pomysłów, decyzje podejmujemy za pomocą głosowania zwykłą większością głosów.

Wskazówki dla opiekunek/opiekunów grupy projektowej:

W trakcie realizowania kolejnych kroków projektu każdy zespół będzie opracowywał różnorodne dokumenty, czyli świadectwa wykonanej pracy. Kontrakt grupowy to pierwszy z nich. Są one ważne i należy je starannie gromadzić, gdyż m.in.:

- świadczą o wykonaniu danego zadania;
- niektóre – jak np. kontrakt grupowy – pozwalają uprzytomnić sobie w razie potrzeby ważne zasady i inne rozstrzygnięcia przyjęte przez zespół;
- czasem trzeba będzie wrócić do czegoś wcześniej opracowanego, by wykonać kolejny krok;
- czasem trzeba będzie nowych członków grupy zapoznać z tym, co grupa uprzednio zdecydowała;
- kolekcja dokumentów pozwoli opracować końcową prezentację.

W zależności od możliwości i Waszych ustaleń, dokumenty te mogą mieć formę materialną lub elektroniczną. Bardzo ważne jest, by określić na początku sposób, miejsce oraz odpowiedzialności związane z gromadzeniem dokumentów. Miejsce musi umożliwić zainteresowanym i uprawnionym w miarę swobodny dostęp do nich, edytowanie i pracę; a zarazem zabezpieczyć je przed zniszczeniem czy zaginięciem.

W celu gromadzenia materialnych dokumentów możesz zaproponować założenie projektowego portfolio czyli „teczki”. Kompletowanie teczek będzie się odbywać pod Twoją opieką. Przez cały okres pracy zespołu będziesz systematycznie śledził/a postępy w gromadzeniu zbioru,

wkazywał/a na możliwości uzupełniania i wzbogacania treści i formy zbioru. W miarę zbliżania się terminu finału projektu, podczas którego wykorzystane mają być materiały zgromadzone w teczce, możesz też wskazywać zespołowi ich przydatność ze względu tę aktywność (więcej o portfolio: <https://koss.ceo.org.pl/dla-nauczycieli/uczyc-inaczey/artykuly/co-wlozyc-do-portfolio-czyli-teczka-tematyczna-jako-forma>).

Portfolio może mieć także formę elektroniczną: może to być folder, w który będą wkładane pliki, grafiki i fotografie. Istnieją także programy dedykowane tej metodzie (zobacz np. <https://docplayer.pl/1416152-E-portfolio-jako-innowacyjna-metoda-nauczania-i-oceniaania.html>).

Należy pamiętać o rejestrowaniu wszelkich istotnych dla projektu działań, które nie polegają zapisowi tekstowemu, np. plakatów czy tablic z efektami burzy mózgów, np. za pomocą fotografii.

## KROK 2. WYMYŚLAMY FIRME

Waszym głównym zadaniem w tym kroku jest znalezienie ogólnego pomysłu na własny biznes. W niniejszym projekcie „biznes” oznacza firmę wytwarzającą dobra lub usługi w celach komercyjnych, czyli przynoszącą zyski. Zaczynicie od burzy mózgów, z której zrodzi się pomysł takiej firmy. Powinien w niej wziąć udział cały Wasz zespół. Pamiętajcie, żaden pomysł nie jest zły! Każdy warto przeanalizować, bo nawet najbardziej wariackie mogą okazać się możliwe do wykonania. Inspiracji może być wiele, w tym:

- Wasze zainteresowania (co lubimy robić? W czym jesteśmy dobrzy?);
- potrzeby środowiska/środowisk, w którym jesteście osadzeni? (Jaki problem społeczny mogłaby pomóc rozwiązać nasza firma?);
- poszukanie niszy rynkowej (jakich produktów lub usług brakuje na rynku?);
- łączenie dwóch pomysłów w jeden (np. jak połączyć kawiarnię z księgarnią?);
- ulepszenie jakości usług, czy produktów już istniejących na rynku (Jak lepiej może działać np. zakład fryzjerski?);
- nowe sposoby sprzedaży produktów (w jaki inny, innowacyjny sposób można dotrzeć z danym towarem do klienta?).

Rozważając pomysły ze wspólnej listy przy każdym z nich zastanówcie się przez kilka sekund, czy taka praca sprawiałaby Wam autentyczną przyjemność, czy jest to coś, co chcielibyście robić każdego dnia.

### Jak przeprowadzić burzę mózgów?

Podczas realizacji projektu wielokrotnie będziecie zespołowo poszukiwali różnych pomysłów na rozwiązanie pojawiających się zadań i problemów. Metoda burzy mózgów to bardzo użyteczne narzędzie przy takich okazjach. Polega ona na grupowym podawaniu i rejestrowaniu w krótkim czasie możliwie jak największej ilości rozwiązań, skojarzeń, idei związanych z określonym zagadnieniem.

### Etapy burzy mózgów

#### 1. Przygotowanie

Krótko przedyskutujcie przedmiot planowanej burzy mózgów.



## 2. Zdefiniowanie problemu

Burzę mózgów należy rozpocząć od jasnego określenia problemu, kwestii bądź pytania, który stanowić ma jej przedmiot:

- nie powinny one być zbyt szeroko zakreślone
- nie mogą sugerować rozwiązania
- powinny być sformułowane w sposób otwarty (np. Czym powinna się zajmować nasza firma?)

Propozycję należy zapisać u góry tablicy lub plakatu.

## 3. Określenie zasad

Warto omówić się co do zasad regulujących przebieg sesji, zapisując je jednocześnie na tablicy lub plakacie.

Przykładowe zasady:

- Każdy ma prawo do przedstawienia dowolnego pomysłu przez cały czas sesji.
- Nie krytykujemy ani nie oceniamy pojawiających się pomysłów – Powstrzymaj się z osądzaniem kogośkolwiek i czegokolwiek w trakcie niniejszej sesji.
- Ujawniamy wszelkie pomysły – Wszystko, co ci przyjdzie do głowy może okazać się użyteczne. Nawet szalone albo nierealistyczne idee czasem się do czegoś przydają.
- Obfitość jest pożądana – Im więcej pomysłów, tym lepiej. Łatwiej następnie skracać długą listę, niż wydłużać krótką.
- Wymyślaj, zmieniaj, ulepszaj – Dodawaj, modyfikuj, udoskonalaj pomysły innych ludzi. Sprawdzaj, czy jakiś pomysł może się wam przydać, można go będzie na nowo przemyśleć, zmienić, odwrócić, połączyć z innym.
- Twórz i baw się – Sesja burzy mózgów powinna być nie tylko edukacyjna, ale także pasjonująca i relaksująca. Gdy sprawy idą w dobrym kierunku, może to być naprawdę przyjemne i zabawne.
- Cisza też jest OK – Szanujmy momenty milczenia; wtedy uczestnicy prawdopodobnie tworzą nowe idee. Często zdarza się, że po chwili ciszy następuje erupcja ciekawych pomysłów.
- Wytwarzanie nowych pomysłów – Wszystkie pojawiające się propozycje są zapisywane na tablicy lub plakacie. Po zamknięciu sesji są one odczytywane, mogą pojawić się pytania lub prośby o wyjaśnienia, kierowane do autorów.
- Ocena i analiza pomysłów – Ostatni krok ma na celu weryfikację

i wybór propozycji do realizacji. Zapisane pomysły można pogrupować w kategorie, spośród których uczestnicy dokonają wyboru najlepszych. Na początku wykreślane są te nierealistyczne oraz niezwiązane z problemem. Następnie określa się jakąś formę głosowania w celu wyłonienia najcenniejszych rozwiązań, np. każdy uczestnik ma do rozdania po trzy plusy dla najciekawszych i najtrafniejszych propozycji i jednej błyskawicy dla pomysłu interesującego, ale z jakiegoś względu ryzykownego.

---

Po zespołowym określeniu rodzaju działalności opracujecie i opiszecie, czym, gdzie i jak będzie zajmować się Wasza firma, czyli zacznijcie tworzyć tak zwany biznesplan (plan biznesowy) Waszego pomysłu na firmę.

W przygotowaniu biznesplanu Waszej firmy pomogą Wam poniższe pytania oraz wydruk schematu biznesplanu, który znajdziecie pod linkiem: <https://przedsiebiorczy.ceo.org.pl/nasz-pomysl-na-biznes-biznesplan>

1. Na czym polega Wasz pomysł? Czym będzie zajmować się Wasza firma? Jakie produkty/usługi będziecie sprzedawać? Jaki jest rejon działania Waszej firmy? Czy będziecie prowadzić sprzedaż lub oferować usługi tylko we własnej miejscowości, w całym regionie, czy też firma będzie miała zasięg ogólnopolski?
2. Dla kogo przeznaczony jest produkt/usługa? Kto będzie odbiorcą produktów/usług? Zidentyfikujcie, co najmniej dwie grupy docelowe klientów dla Waszych produktów/usług oraz przedstawcie sobie wstępnie ich cechy szczególne. Opiszcie swoich potencjalnych klientów.
3. Jakie produkty/usługi zamierzacie oferować? Jakie potrzeby będzie zaspokajał Wasz produkt/usługa? Czym się będziecie wyróżniać, jakie unikatowe cechy będzie posiadać Wasz produkt/usługa? Jakie są planowane ceny sprzedaży?
4. Kim są konkurenci? Co jest ich mocną stroną na rynku? Scharakteryzujcie 3 głównych konkurentów (nazwa, lokalizacja, obszar działalności, wielkość firmy, oferowane produkty i ich ceny, marka, inne istotne informacje, które można wykorzystać w walce konkurencyjnej). Czy istnieje ryzyko pojawienia się nowych konkurentów?
5. Czego potrzebujecie? Co jest niezbędne do zrealizowania Waszego pomysłu? Co już posiadacie i czego jeszcze brakuje (zasoby finansowe i rzeczowe)? Jak zamierzacie to pozyskać (np. kredyt bankowy, dotacja



z Powiatowego Urzędu Pracy, fundusze venture capital)?

6. Jakie działania promocyjne i marketingowe podejmiecie, aby pozyskać klientów? Co zrobicie, aby zatrzymać klienta? Jak będzie budowany pozytywny wizerunek firmy?

7. Jakie macie cele? Jakich efektów realizacji swego pomysłu oczekujecie w pierwszym roku działalności i za 3 lata? Wskażcie przynajmniej po 3 główne zjawiska (czynniki), które mogą przyczynić się do rozkwitu bądź niepowodzenia realizacji Waszego pomysłu.

Na powyższe pytania do biznesplanu będziecie odpowiadać realizując kolejne kroki w tworzeniu Waszego pomysłu na firmę. Kończąc projekt powinniście mieć cały biznesplan uzupełniony. Możecie go przedstawić na schemacie, który Wam proponujemy, ale możecie wymyśleć własną formę jego przedstawienia np. w postaci plakatu czy prezentacji multimedialnej.

Wskazówki dla opiekunek/opiekunów grupy projektowej:

Wymyślanie firmy i praca nad jej biznesplanem to kluczowy moment projektu. Powiedzie się, jeśli w wyniku pracy całego zespołu powstanie dobrze opisany obraz firmy, z którym wszyscy jego członkowie/członkinie będą się identyfikować. Kolejne kroki będą wtedy dla każdego oczywiste i atrakcyjne.

W pierwszej części symulacji – burzy mózgów – powinni uczestniczyć wszyscy grupowicze. Warto im towarzyszyć. Pamiętaj jednak, że jeśli się na to zdecydujesz, Twoja rola powinna ograniczać się wyłącznie do ułatwiania zainteresowanym działania poprzez dostarczanie informacji o kolejnych krokach, zapisywaniu pomysłów, przypominaniu o zasadach itp.

Zespołowe tworzenie biznesplanu to z kolei istotny sprawdzian jakości pracy zespołowej podzielonej pomiędzy poszczególne osoby, wymagający wzięcia na siebie indywidualnej odpowiedzialności za fragment całego przedsięwzięcia. Warto zatem uważnie obserwować, jak sobie z tym wyzwaniem radzą uczniowie/uczennice i pomagać im w pokonywaniu ewentualnych barier i trudności.

### KROK 3. WYMYŚLAMY NAZWĘ I TWORZYMYS LOGO FIRMY

Teraz przyszedł czas na wymyślenie nazwy dla Waszej firmy oraz zaprojektowania znaku (loga) firmowego. Dobrym sposobem będzie skorzystanie z kolejnych zespołowych burz mózgów.

Przystępując do formułowania nazwy pamiętajcie, że jest ona bardzo ważnym elementem w działaniach rynkowych firmy. Od właściwego wyboru nazwy zależy to, czy przyciągnie ona, czy też zniechęci klienta do korzystania z usług firmy lub nawiązania z nią współpracy. Przy wyborze nazwy zwraca się zazwyczaj uwagę na to, że dobra nazwa:

- powinna być prosta i łatwa do zapamiętania, a także krótka – w niektórych rubrykach długa po prostu się nie zmieści;
- powinna przywoływać jakieś wizualne wyobrażenia;
- powinna budzić pozytywne skojarzenia w ramach dziedziny, którą firma się będzie zajmować;
- powinna w pewnym stopniu kojarzyć się z działalnością firmy lub jej cechami, np. miejscem lokalizacji, właścicielem, nazwą produktu itp.;
- ma związek z tym, kto będzie naszym klientem, co może oznaczać wykorzystanie m.in. nazw z młodzieżowego lub specjalistycznego żargonu, w rodzaju Slide and Flip (żargon snowboardowy) czy Błat Ocha (żargon kolarski);
- łatwo daje się używać w hasłach reklamowych;
- powinna być oryginalna - należy unikać wykorzystywania nazw zbliżonych do nazwy firmy znanej na rynku, np.: Addidas (Adidas), Panasonix (Panasonic) - stosowanie takich nazw w celu oszukania klientów może doprowadzić do procesu sądowego.

---

Po wymyśleniu nazwy firmy stwórzcie firmowe logo. Logo i identyfikacja wizualna firmy to dzisiaj jedno z podstawowych narzędzi budowania jej wizerunku. Logotypy informują odbiorców o zakresie działania firmy i pozwalają oszczędzać czas w dalszej komunikacji. Dobrze dobrane logo przekazuje zaplanowane informacje o firmie i jej charakterze.

Ogólny pomysł na logo łatwiej wybrać z puli stworzonej w wyniku kolejnej zespołowej burzy mózgów. Następną fazą to wspólne zaprojektowanie logo. Przystępując do niego warto kierować się następującymi kryteriami:

- logo powinno mieć dobrze skomponowane elementy, które tworzą spójną całość, proporcjonalnie zaprojektowane puste przestrzenie; dobrane kolory, dopracowany kształt;

- logo powinno być w pełni czytelne oraz mieć estetyczny znak;
- logo musi dobrze reprezentować firmę – odpowiadać charakterowi firmy, informować w jasny sposób, utożsamiać ideę i misję firmy, powinno budzić pozytywne skojarzenia;
- logo powinno być oryginalne, niepowtarzalne, wyróżniające;
- powinno umożliwiać komunikowanie się z odbiorcami w dowolnym miejscu na świecie;
- logo powinno dobrze kojarzyć się potencjalnym klientom, zwracać uwagę, bawić lub intrygować;
- należy pamiętać o znaczeniu symboli w różnych kulturach i religiach: logo nie może urażać niczych uczuć.

PAMIĘTAJCIE! Uzupełnijcie zbiór Waszych dokumentów o zapis nowych lub zmienionych ustaleń.

## KROK 4. BADAMY RYNEK I POTENCJALNYCH KLIENTÓW

W poprzednim kroku podjęliście decyzję, jakiego rodzaju działalność chcecie rozwinąć w Waszej firmie. Teraz waszym głównym zadaniem będzie poznanie Waszych potencjalnych klientów m. in. ich zainteresowań, oczekiwań, a także możliwości finansowych oraz zbadanie otoczenia rynkowego, w którym przyjdzie Wam działać – w tym Waszej konkurencji.

### 1. Przygotowanie do przeprowadzenia badań

Zanim przystąpicie do badań, sprawdźcie, czy cały zespół jest już w stanie opisać dokładnie rodzaj działalności, jaką chcecie prowadzić. Omówcie je, przedyskutujcie wszystkie mniej jasne kwestie. Poświęćcie wystarczająco dużo czasu, by upewnić się, że:

- każde z Was potrafi w kilku punktach ująć, czym zajmuje się Wasza firma/organizacja;
- każde z Was potrafi wymienić produkty lub usługi, które planujecie oferować;
- każde z Was potrafi opisać, czym będzie się wyróżniał Wasz produkt/usługa i na co chcielibyście zwrócić uwagę Waszych klientów.

W kolejnych etapach:

- Opracujecie projekt kwestionariusza ankiety, którą przeprowadzicie wśród potencjalnych klientów.
- Przeprowadzicie ankietę z minimum 5 przedstawicielami wybranej wcześniej grupy docelowej.
- Po wykonaniu ankiety opracujecie jej wyniki.
- Zbadajcie Waszą konkurencję.
- Sformułujecie wnioski z Waszych badań dotyczące potencjalnych klientów.

### 2. Poznajemy naszego klienta i konkurencję

Musicie wiedzieć, jakich produktów i usług oczekują Wasi odbiorcy – czego potrzebują, co chcą kupować. Z tego powodu należy uzyskać jak najwięcej informacji o Waszych potencjalnych klientach – ich zainteresowaniach, oczekiwaniach, możliwościach finansowych, czy o mediach, z których korzystają. Posiadając te informacje, łatwiej Wam będzie do nich dotrzeć.

## A. Opracowanie kwestionariusza ankiety

Ankieta to szeroko stosowana specyficzna, pisemna forma wywiadu, pozwalająca na pozyskanie interesujących nas informacji. Pozwoli ona Wam dostosować Wasz produkt, Waszą usługę i Waszą strategię działania do rzeczywistych potrzeb rynku, a dzięki temu zdobyć go i odnieść sukces.

Zaczynając pracę nad kwestionariuszem zastanówcie się w pierwszym rzędzie, do kogo będzie skierowane badanie, czyli z kim przeprowadzicie Waszą ankietę. Zidentyfikujcie, co najmniej dwie grupy docelowe klientów dla Waszych produktów/usług oraz przedstawcie sobie wstępnie ich cechy szczególne. Zapiszcie rezultaty dyskusji na kartce lub w wersji elektronicznej. Opis powinien zawierać dane na temat wieku Waszych klientów, ich zainteresowań, potrzeb związanych z oferowanym przez Was produktem itp.

Grupa docelowa to zbiór osób lub firm, do których kierujemy lub planujemy skierować nasze działania usługowe czy sprzedażowe. A chcemy to robić, ponieważ wierzymy (najlepiej gdybyśmy byli tego pewni), że to właśnie oni kupią nasze produkty lub usługi.

Celem Waszego badania jest pozyskanie istotnych z punktu widzenia Waszej firmowej oferty informacji na temat Waszych potencjalnych klientów. Tych, których jeszcze nie posiadacie lub co, do których chcecie się upewnić, a które mogą być istotne przy określaniu profilu Waszej działalności.

Stwórzcie na kartce bądź w wersji elektronicznej listę poszukiwanych informacji. Może być ona efektem burzy mózgów lub analizy potrzeb. W wersji elektronicznej w punktach, jeden pod drugim, wypiszcie wszystko to, czego byście chcieli się dowiedzieć o swoich potencjalnych klientach. W wersji papierowej dobrze wpisywać informacje od razu na samoprzylepnych karteczkach. Puśćcie wodze wyobraźni, to może być koncert życzeń.

Następnie dokonajcie selekcji wypisanych informacji i stwórzcie ranking od najważniejszej do bezużytecznej – z punktu widzenia rozwoju firmy, którą właśnie tworzycie. Do każdej informacji, którą uznaliście za użyteczną sformułujcie odpowiednie pytania. Takie, które dotkną istoty problemu, a jednocześnie nie będą sugerowały respondentowi odpowiedzi i będą dla niego jasne.

### Wskazówki do przygotowania pytań ankiety

Wybierzcie formę odpowiedzi – zdecydujcie czy zastosujecie pytania otwarte, czy zamknięte i jakiego rodzaju.



Pytania otwarte zapewniają swobodę wypowiedzi i nie narzucają z góry żadnego możliwego wariantu. Stosuje się kilka rodzajów pytań otwartych, w tym najczęściej całkowicie niesprofilowane, na które można odpowiedzieć w dowolny sposób (Co jest dla Ciebie najważniejszym kryterium przy wyborze kremu do twarzy, który kupujesz?). Do pytań otwartych zalicza się także uzupełnianie zdań – zadaniem respondenta jest wtedy dokończenie rozpoczętego zdania (Najchętniej kupuję kremy do twarzy, które...).

Pytania zamknięte posiadają wyznaczone z góry i wyskalowane możliwości odpowiedzi, spośród których respondent ma dokonać wyboru. Wyróżniamy pytania zamknięte typu:

- alternatywa (rozstrzygnięcie) – jest to pytanie, w którym można udzielić tylko jednej z wykluczających się odpowiedzi np. Czy osobiście kupujesz kremy do twarzy na swoje potrzeby? – tak lub nie. Pytania tego typu zaczynają się zawsze od słowa „czy”.
- kafeteria – to pytanie, w którym respondentowi przedstawia się do wyboru różne możliwości odpowiedzi, podając przy tym sposób wyboru odpowiedzi.

Kafeterie zawierają odpowiedzi słowne, najczęściej stopniowane (zwykle mają pięć stopni). Można ich używać w odniesieniu do niemal wszystkich określeń: dobry/zły, zadowolony/niezadowolony, wystarczający/niewystarczający, przyjemny/nieprzyjemny itp. Pytania tego typu powinny również dopuszczać możliwość braku opinii respondenta na dany temat, czyli zawierać opcję odpowiedzi nie wiem. Do mierzenia postaw wobec konkretnych problemów czy opinii używa się najczęściej tzw. skali Likerta. Skala ta składa z kafeterii liczącej pięć odpowiedzi ułożonych w porządku od stopnia całkowitej akceptacji, do całkowitego odrzucenia. Badany ma za zadanie określić w jakim stopniu zgadza się z danym twierdzeniem.

Przykład:

*Podana cena nowego rodzaju kremu do twarzy jest atrakcyjna:*

| zdecydowanie<br>zgadzam się | raczej<br>zgadzam się | nie mam<br>zdania | raczej nie<br>zgadzam się | zdecydowanie<br>nie zgadzam się |
|-----------------------------|-----------------------|-------------------|---------------------------|---------------------------------|
| 1                           | 2                     | 3                 | 4                         | 5                               |



Liczba możliwych do wyboru odpowiedzi powinna być nieparzysta (najczęściej 5), tak, żeby środkowe stwierdzenie było możliwie najbardziej neutralne.

Stosuje się także skale ważności, według której szereguje się cechy jakiegoś zjawiska od *w ogóle nie istotnych* do *bardzo istotnych*.

Przykład:

*Stosowanie kosmetyków wyprodukowanych wyłącznie z naturalnych składników jest dla mnie:*

| zupełnie<br>nieistotne | niezbyt<br>istotne | dość<br>istotne | istotne | bardzo<br>istotne |
|------------------------|--------------------|-----------------|---------|-------------------|
| 1                      | 2                  | 3               | 4       | 5                 |

Jeszcze inną skalą jest skala intencji – sygnalizuje zdecydowanie respondenta i jego zamiar.

Przykład:

*Czy masz zamiar wypróbować nowy rodzaj kremu do twarzy?*

| nie | prawdopodobnie<br>nie | nie<br>wiem | prawdopodobnie<br>tak | tak |
|-----|-----------------------|-------------|-----------------------|-----|
| 1   | 2                     | 3           | 4                     | 5   |

Konstruując kwestionariusz ankietę kierujcie się następującymi zasadami:

- nie powinien być zbyt długi – kilka do kilkunastu pytań, inaczej nikt jej nie wypełni!
- pytania powinny być ze sobą logicznie powiązane
- powinien zawierać:
  - tytuł,
  - wstęp, w którym krótko opisujemy, kto ją przeprowadza oraz w jakim celu,
  - instrukcję, jak należy wypełnić ankietę,
  - tzw. metryczkę, czyli kilka pytań charakteryzujących ankietowanego (np. płeć, wiek, wykształcenie itp.),
  - wasze pytania do ankietowanego,
  - podziękowanie za wypełnienie ankiety.

## B. Przeprowadzenie ankiety

Zanim ruszycie w teren z gotowym kwestionariuszem, przetestujcie go na sobie i na kimś spoza Waszego zespołu. Bywa, że jakieś pytanie/pytania są niejasne, niepoprawnie sformułowane. Poddanie zaprojektowanego kwestionariusza próbie umożliwi weryfikację pytań i przyjętych skal, uchroni Was przed powielaniem błędów i pozwoli ograniczyć wysiłek oraz czas, jaki musicie poświęcić, by osiągnąć oczekiwane rezultaty.

Upewniwszy się, że Wasz kwestionariusz jest OK, przeprowadźcie ankietę z przynajmniej 5 przedstawicielami wybranej wcześniej grupy docelowej.

## C. Opracowanie wyników ankiety

Po wykonaniu ankiety usystematyzujcie ją, zbierzcie odpowiedzi razem i dokonajcie ich analizy. Możecie podać wyniki liczbowe lub procentowe do każdego pytania lub przedstawić wyniki poszczególnych pytań Waszej ankiety przy pomocy wykresów.

## D. Przyjrzyjcie się swojej konkurencji

Sprawdźcie, czy w najbliższej okolicy znajdują się firmy/organizacje, które oferują produkty/usługi, które sami chcecie oferować. Kim są i jak działają? Jaką jest ich oferta produktów lub usług? Jakie oferują produkty, w jakich cenach, jak zapakowane? Jakie cechy mają ich produkty/usługi? Gdzie je sprzedają? Co powoduje, że konsumenci kupują ich produkty/usługi?

## E. Sformułowanie wniosków z badań

Wyciągnijcie i zapiszcie na kartce bądź w wersji elektronicznej wnioski z Waszych badań:

- Czy dobrze określiliście grupę Waszych potencjalnych klientów?
- Czy powinniście coś zmienić w swoim produkcie/usłudze?
- Czy przeprowadzone badania rynku i potencjalnych klientów wpłynęły na zmianę Waszych początkowych założeń dotyczących profilu Waszej firmy i jej oferty? Jeśli tak, tak to, w jaki sposób i na które elementy?
- Czy oczekiwania konsumentów w stosunku do Waszej oferty są zbieżne z Waszymi przewidywaniami?
- Jeśli będziecie konkurować w innych podobnych firmami w Waszym otoczeniu, to zastanówcie się, czy jesteście na to odpowiednio przygotowani i w jaki sposób możecie budować swoją pozycję na rynku.

W wykonaniu tego kroku pomogą Wam poniższe materiały:

Badania rynku i konsumenta – materiał  
dydaktyczny: [https://przedsiębiorczy.ceo.org.pl/  
badania-rynku-i-konsumenta-material-dydaktyczny](https://przedsiębiorczy.ceo.org.pl/badania-rynku-i-konsumenta-material-dydaktyczny)

PAMIĘTAJCIE! Po wykonaniu zadania uzupełnijcie zbiór Waszych  
dokumentów o zapis nowych lub zmienionych ustaleń.

## KROK 5. TWORZYMY STRATEGIĘ MARKETINGOWĄ FIRMY

W poprzednim module badaliście potrzeby potencjalnych klientów po to, aby dostarczyć im produkty i usługi, które dokładnie wpiszą się w ich potrzeby i oczekiwania. Aby sprzedać produkt/usługę należy trafić w gusta klientów. To jednak za mało, by odnieść sukces rynkowy. Muszą być one odpowiednio promowane, dostarczone w takie miejsce, gdzie klient będzie mógł je kupić oraz posiadać cenę, która pozwoli Wam na osiągnięcie oczekiwanych zysków, a konsumentów zachęci do kupna.

Wszystkie działania podejmowane przez przedsiębiorców po to, aby dotrzeć do kupujących ze swoim produktem/usługą, nazywane są strategią marketingową. Nadszedł zatem czas na zbudowanie strategii marketingowej dla Waszego przedsięwzięcia.

### 1. Przygotowanie planu strategii marketingowej.

Opiszcie strategię marketingową Waszej firmy. Wskażcie, jakie działania promocyjne (reklama tradycyjna i w sieci, promocja sprzedaży, public relations, sprzedaż osobista) zamierzacie podjąć. Wybierając rodzaj działania promocyjnego zastanówcie się, w jaki sposób najbardziej efektywnie możecie dotrzeć do grup klientów, które jest grupą docelową dla Waszego produktu/usługi.

W opisie Waszej strategii uwzględnijcie poniższe punkty:

- Zastanówcie się, jakie dwie cechy wyróżnią Wasz produkt lub usługę i zwrócą na niego uwagę grupy docelowej jako na coś atrakcyjnego.
- Wskażcie, jakie działania marketingowe zamierzacie podjąć. Napiszcie, do kogo będzie kierowana konkretna akcja reklamowa czy promocyjna. Pamiętajcie o swoich grupach potencjalnych klientów. Różne grupy docelowe mogą wymagać innej strategii promocyjnej.
- Zastanówcie się i napiszcie, czy i jakie elementy e-promocji (promocji w Internecie) planujecie zastosować.
- Wymieńcie jeden, dwa elementy public relations, które mogą Wam pomóc zbudować pozytywny wizerunek Waszego przedsiębiorstwa, jeśli w Waszym przypadku ta forma promocji może być skuteczna.
- Zastanówcie się i napiszcie, jakie formy promocji sprzedaży (promocje, obniżki, kupony, karty lojalnościowe itp.) moglibyście zastosować.
- Wybierzcie najbardziej skuteczne dla Waszego produktu kanały jego sprzedaży (dystrybucji).

W przygotowaniu Waszej strategii marketingowej pomocna może być poniższa tabelka:

| ELEMENT STRATEGII MARKETINGOWEJ                                                                                                                              | NASZ WYBÓR |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>PRODUKT</b><br>Jakie dwie cechy wyróżnią Wasz produkt lub usługę i zwróć na niego uwagę grupy docelowej jako na coś atrakcyjnego?                         |            |
| <b>PROMOCJA - REKLAMA</b><br>Które tradycyjne medium (czasopisma, media, ulotki, billboardy itp.) wykorzystacie do reklamowania Waszego produktu lub usługi? |            |
| <b>PROMOCJA - REKLAMA INTERNETOWA</b><br>Którą formę reklamy internetowej wykorzystacie do reklamowania Waszego produktu lub usługi?                         |            |
| <b>PROMOCJA - AKTYWIZACJA SPRZEDAŻY</b><br>Które dwie formy aktywizacji sprzedaży wykorzystacie do reklamowania Waszego produktu lub usługi?                 |            |
| <b>PROMOCJA - PUBLIC RELATIONS</b><br>Którą formę public relations wykorzystacie do reklamowania Waszego produktu lub usługi?                                |            |
| <b>DYSTRYBUCJA - KANAŁY SPRZEDAŻY</b><br>Które kanały dystrybucji wykorzystacie w Waszej firmie?                                                             |            |

W wykonaniu tego zadania pomogą Wam poniższe materiały:

Strategia marketingowa firmy: <https://przedsiębiorczy.ceo.org.pl/strategia-marketingowa-firmy-material-dydaktyczny>

## 2. Reklamujemy się.

---

Stwórzcie przykładowe hasło reklamowe, ulotkę lub całą reklamę. Zaprojektujcie ulotkę, napiszcie scenariusz Waszej reklamy albo narysujcie ją (może w formie klatek filmowych, komiksu lub plakatu) lub nagrajcie filmik reklamowy. Mogą one reklamować ogólnie Waszą firmę lub dotyczyć tylko konkretnego produktu czy usługi. Wybór formy przedstawienia Waszej reklamy pozostawiamy Wam.

W wykonaniu tego zadania pomogą Wam poniższe materiały:

Jak napisać tekst reklamowy? <https://www.copywriting.pl/jak-napisac-tekst-reklamowy/>

Jak dobrze nakręcić film telefonem komórkowym? <https://www.youtube.com/watch?v=Ta1uCRHGdI0>

5 prostych trików jak filmować telefonem <https://www.youtube.com/watch?v=O1x-uez2TvU>

PAMIĘTAJCIE! Uzupełnijcie zbiór Waszych dokumentów o zapis nowych lub zmienionych ustaleń – dotyczących tym razem Waszej strategii marketingowej.



## KROK 6. FINANSE W FIRMIE

### 1. Nasze zasoby

---

W tym module będziecie zajmować się zagadnieniami związanymi z finansami Waszego przedsięwzięcia. Sprawdzicie, jak wygląda Wasza sytuacja finansowa, zastanowicie się nad kosztami założenia Waszej firmy oraz możliwymi źródłami finansowania.

Wiecie, czym będzie się Wasza firma zajmować. Teraz musicie się zastanowić, czy macie wystarczającą ilość pieniędzy oraz innych zasobów materialnych i niematerialnych, by ruszyć z Waszym biznesem. Zaczniście od bilansu początkowego, czyli policzcie, co już macie. Ile macie własnych pieniędzy. Napiszcie, skąd będą pochodziły środki pieniężne potrzebne na założenie i prowadzenie działalności. Jakież inne zasoby posiadacie (np. własny lokal, sprzęt biurowy, ziemię, księgową w rodzinie itp.), które będą przydatne w rozwijaniu Waszego biznesu.

### 2. Potrzebne nakłady

---

Po pierwsze, oszacujcie, ile pieniędzy potrzebujecie na start. Zastanówcie się, jakie Was czekają główne wydatki związane z rozpoczęciem działalności. Np. wynajęcie lokalu, remont lokalu, kupno towaru, sprzętu potrzebnego do prowadzenia działalności, mebli, aut itp. – to wszystko kosztuje. Weźcie pod uwagę ceny, jakie występują na rynku i w Waszej miejscowości.

Teraz zastanówcie, czy wystarczy Wam kapitału na założenie działalności czy musicie sięgać po kredyt albo dotację. Jeśli musicie skorzystać z finansowania zewnętrznego, napiszcie, jakiego rodzaju to dofinansowanie i z jakiej instytucji moglibyście je uzyskać. Napiszcie także na pokrycie, których wydatków będziecie potrzebować dodatkowych pieniędzy.

PAMIĘTAJCIE! Uzupełnijcie zbiór Waszych dokumentów o zapis nowych ustaleń: ANALIZĘ FINANSOWĄ WASZEGO PRZEDSIĘWZIĘCIA.

Najczęściej kwota tych ponoszonych kosztów jest wysoka, dlatego też trzeba się zastanowić nad źródłami ich pozyskania. O ile nie dysponujemy własnymi oszczędnościami, które możemy przeznaczyć na

ten cel, musimy poszukać tzw. zewnętrznego finansowania. Możliwości związane z pozyskaniem pieniędzy na własną firmę możemy podzielić na wymagające późniejszego zwrotu, oraz bezzwrotne.

Przykładem pieniędzy, które musimy z czasem zwrócić to wszelkie pieniądze, które pożyczamy zarówno mówimy tu o kredycie bankowym, kredycie preferencyjnym (taki, który jest bardziej korzystny, bo środki pożyczają instytucja wspierająca przedsiębiorców), ale też o pieniądzach od rodziny czy znajomych, które będziemy musieli zwrócić.

Na rynku coraz większa liczba banków posiada w swojej ofercie ofertę kredytową stworzoną z myślą o początkujących oraz dopiero powstających firmach. Dzięki niemu nowe przedsiębiorstwa mogą uzyskać dofinansowanie, które pozwoli im realizować plany. Środki uzyskane można wykorzystać na wiele sposobów, zależnie od rodzaju prowadzonej działalności. Z góry jednak założyć należy, że bez zabezpieczenia i dobrej historii kredytowej trudno będzie uzyskać więcej niż kilkadziesiąt tysięcy złotych na start i to na dość trudnych warunkach, jeśli chodzi o oprocentowanie pożyczki. Najlepiej mają biznesmeni, którzy posiadają dobre zabezpieczenie w postaci hipoteki. Wtedy bank może zaoferować nawet kilka milionów złotych pożyczki pod hipotekę.

Środki bezzwrotne to takie, których nie trzeba będzie oddawać, jeżeli wykorzystamy je zgodnie z ustaleniami. Przykłady takich źródeł:

- Przyjęcie wspólnika - wspólnik to osoba, która gotowa jest zasilić nasze przedsięwzięcie określoną sumą pieniędzy w zamian za udziały w firmie, czyli prawa do współdecydowania o działalności firmy a także pobierania określonego procentu zysku z firmy (jeżeli firma taki zysk będzie wypracowywać).
- Dofinansowanie na rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej z Powiatowego Urzędu Pracy - są to pieniądze, którymi dysponuje Urząd Pracy i przeznacza je osobom bezrobotnym, które chcą założyć własne firmy. Kwota dofinansowania wynosi maksymalnie ok. 26 000zł i przeznaczona może być na zakup maszyn, urządzeń i wyposażenia do nowo zakładanej firmy.
- Środki z funduszy europejskich - Unia Europejska wspiera rozwój uboższych krajów, zapewniając ich rozwój oraz przyczyniając się do likwidowania bezrobocia. W tym celu przeznacza część swojego budżetu na działania związane m.in. wspieraniem przedsiębiorczości. O szczegółach można przeczytać [www.funduszeuropejskie.gov.pl](http://www.funduszeuropejskie.gov.pl)
- Anioły biznesu - są to inwestorzy mający doświadczenie biznesowe,

którzy inwestują swoje własne pieniądze w przedsięwzięcie w zamian z udziałem w firmie. Najczęściej anioł biznesu widząc potencjał firmy inwestuje w nią na początku jej działalności, starając się wesprzeć ją i zwiększyć jej wartość tak, aby z czasem (maksymalnie kilku lat) sprzedać swoje udziały komuś innemu z jak największym zyskiem.

- Fundusze Venture Capital – działające podobnie jak Anioły Biznesu, z tym zastrzeżeniem, że inwestowane środki pochodzą od grupy inwestorów (nie jest to jeden prywatny inwestor).
- Crowdfunding – jest formą finansowania przedsięwzięcia przez społeczność czyli grupę osób, które przekazują pieniądze na jego realizację (przypominająca zbiórkę publiczną). Ważne jest, żeby przy tego rodzaju finansowaniu projekt spełniał ponad biznesową wartość – tworzył produkt lub idee, które są innowacyjne i potrzebne lub zaspokajały oczekiwania społeczne.
- Jeremie – (Joint European Resources for Micro-to-Medium Enterprises – wspólne zasoby dla małych i średnich przedsiębiorstw) to inicjatywa poza dotacyjnego wsparcia powołana w 2007 r. przez Komisję Europejską i Europejski Bank Inwestycyjny. Ma na celu wsparcie mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw w dostępie do źródeł finansowania tj. pożyczki, kredyty i poręczenia. To oferta skierowana głównie do startupów, które nie mają zabezpieczeń potrzebnych do wzięcia komercyjnego kredytu.

### 3. Wybieramy konto firmowe

Prowadzenie bankowych rachunków firmowych jest typową usługą, którą oferują banki a wybór na rynku jest ogromny. Warto jednak przyrzeć się poszczególnym propozycjom i zdecydować na taką, która będzie najbardziej optymalna pod kątem prowadzenia naszego biznesu.

Na co warto zwrócić uwagę przy wyborze bankowego rachunku firmowego?

- Miesięczne prowadzenia konta – opłaty te są zróżnicowane i wynoszą od kilku do kilkudziesięciu złotych,
- Koszt posiadania karty debetowej – nie zawsze potrzebujemy posiadać taką kartę a jej koszt może być dość wysoki,
- Koszt wykonania przelewu w bankowości elektronicznej – opłata z tego tytułu uzależniona jest od banku i rodzaju posiadanego konta, więc warto przemyśleć ile takich przelewów wykonujemy i czy korzystniej wybrać rachunek, który ma wyższą opłatę za prowadzenie, ale przelewy są tańsze, czy też wybrać niższą opłatę za prowadzenie z wyższymi kosztami przelewów,

- Koszty wykonania przelewów do Urzędu Skarbowego i Zakładu Ubezpieczeń Społecznych – jest to inna grupa przelewów, która ma różnicowane koszty w stosunku przelewów zwykłych. Regularność wykonywania tych opłat sprawia, że koniecznie trzeba zwrócić uwagę na ich koszty,
- Dostęp do bankowości elektronicznej – prowadzenie biznesu wymaga łatwej dostępności do środków, sprawdzenia salda rachunku, możliwości wykonania płatności w dowolnym momencie oraz innych rozwiązań, które będą oszczędzały nasz czas,
- Oprocentowanie – najczęściej rachunki do rozliczeń firmowych są nieoprocentowane (czyli nasze pieniądze nie pracują), ale banki oferują rachunki dodatkowe do głównego konta, które są oprocentowane.

Udajcie się do banku lub przeszukajcie oferty banków w Internecie i dowiedzcie się, co należy zrobić, aby założyć konto przedsiębiorstwa. Sprawdźcie oferty kilku banków i wybierzcie bank/konto, które zamierzacie założyć dla swojej działalności gospodarczej. Na podstawie zebranych informacji przedstawcie w postaci zapisu na kartce lub elektronicznej ofertę wybranego przez Was banku/konta, uwzględniając poniższe informacje;

- bank, w którym chcielibyście założyć konto firmowe;
- nazwa konta (jeśli istnieje);
- link do strony www do wybranego konta/banku;
- usługi przewidziane przez bank dla wybranego konta;
- oprocentowanie konta w skali roku;
- opłaty za prowadzenie konta;
- opłaty za przelewy;
- dostępne karty;
- inne ważne informacje;

**PAMIĘTAJCIE!** Uzupełnijcie zbiór Waszych dokumentów o zapis nowego ustalenia: dane wybranego przez Was firmowego konta bankowego.

W wykonaniu tego zadania pomogą Wam poniższe materiały:  
Finanse w firmie: <https://przedsiębiorczy.ceo.org.pl/finanse-w-firmie-material-dydaktyczny>

## KROK 7. OCENIAMY NASZE SZANSE NA SUKCES

Analiza SWOT obejmuje przeanalizowanie oraz zrozumienie mocnych i słabych stron przedsiębiorstwa oraz rozpoznanie zagrożeń dla działalności, a także dodatkowych możliwości czyli szans na rynku, które firma może wykorzystać z powodzeniem dla rozwoju swojego biznesu.

Nazwa SWOT powstała od pierwszych liter kategorii jakie się na nią składają:

- S** - Strengths (mocne strony) – jest to wszystko to co robicie lub co posiadacie i co umożliwia Wam osiągnięcie sukcesu.
- W** - Weaknesses (słabe strony) – wszystko to, czego nie posiadacie lub czego nie robicie i co stoi na drodze do sukcesu Waszej firmy.
- O** - Opportunities (szanse w otoczeniu) – sprzyjające sytuacje, które możecie wykorzystać w celu osiągnięcia dobrych wyników działalności.
- T** - Threats (zagrożenia w otoczeniu) – zmiany zewnętrznych czynników, które mogą mieć ujemny wpływ na Twoją firmę.

Wykonując analizę SWOT postarajcie się spojrzeć obiektywnie na Waszą projektowaną firmę. Określcie, na czym polegają Wasze zalety i gdzie, w czym widzicie potencjał dla Waszego rozwoju. Pomyślcie jednak także o tym, gdzie leżą wasze słabe punkty i pojawiają się zagrożenia. Odpowiednie pogrupowanie tych informacji umożliwi Wam analizę i ich właściwe wykorzystanie. Ułatwi to Wam wykorzystanie mocnych stron i szans do rozwoju oraz pozwoli zastanowić się, w jaki sposób ograniczyć słabe strony Waszej firmy i jak się zabezpieczyć przed potencjalnymi zagrożeniami tak, by osiągnąć sukces biznesowy.

Przeprowadzając analizę SWOT należy pamiętać, że silne i słabe strony są czynnikami wewnętrznymi, a szanse i zagrożenia to elementy zewnętrzne wobec firmy.

W przygotowaniu analizy SWOT Waszej firmy pomocna będzie tabelka do analizy SWOT, która wygląda tak:





Tabelka do analizy SWOT

| czynniki wewnętrzne | MOCNE STRONY | SŁABE STRONY |
|---------------------|--------------|--------------|
|                     |              |              |
| czynniki zewnętrzne | SZANSE       | ZAGROŻENIA   |
|                     |              |              |



## KROK 8. FINAŁ PROJEKTU - PREZENTACJA

Każdy projekt edukacyjny zakłada, że uczestnicy/uczestniczki zademonstrują zaproszonej publiczności efekty swoich działań: to, nad czym pracowali i/lub czego się nauczyli. Finałowa prezentacja często odbywa się w szkole, a odbiorcami jest społeczność szkolna lub jej część, na przykład koledzy/koleżanki z klasy. Czasem finał jest adresowany do odbiorców poza szkołą, odbywa się poza jej murami i ma szerszy krąg odbiorców. Jak będzie w przypadku Waszego projektu? Zdecydujecie o tym we własnym gronie, we współpracy z opiekunem/opiekunką.

Finał służy demonstracji wypracowanych efektów projektu i jest okazją do publicznego świętowania Waszych sukcesów. Konkretnym efektem Waszych działań jest oczywiście wizja własnej firmy. Opisują ją na różne sposoby dokumenty zgromadzone w portfolio. Pamiętajcie jednak, że istnieje także inny efekt, ważny choć mniej widoczny - realizując krok po kroku projekt staliście się ekspertami. Wiecie teraz już wystarczająco dużo o procesie zakładania własnego biznesu i możecie się tą wiedzą podzielić z innymi, którzy jeszcze nie wędrowali tą ścieżką. Po tym jak ustalicie, czym chcecie się pochwalić przed gośćmi, powinniście określić okoliczności wydarzenia i przygotować rodzaj prezentacji. W jaki sposób zwizualizujecie pokażecie Waszą wizję? Jakie będą role poszczególnych członków/członkiń zespołu? Czy pokaz odbędzie się w klasie, szkole czy poza placówką? Kto będzie w nim uczestniczył?

---

Prezentacje mogą mieć różne formy. Nie musi mieć formy tradycyjnej prezentacji multimedialnej. O Decyzja należy do Was. Liczymy na Waszą kreatywność!

Oto kilka pomysłów na prezentację:

- Szkolne media o przedsiębiorczości. Przygotowanie gazetki szkolnej, filmu na stronę szkoły, plakatów, audycji w szkolnym radiowęźle lub w szkolnym radiu.
- Strona internetowa prezentująca działalność przedsiębiorstwa – na wzór stron realnie działających przedsiębiorstw.
- Seminarium lub debata na temat Czego nas nauczył projekt „Młodzi Przedsiębiorczy”?

- Otwarta narada współników, na którą zaprosicie innych uczniów Waszej szkoły, rodziców i nauczycieli.
- Komiks Jak zostałem przedsiębiorcą?
- Blog opowiadający o Waszym projekcie.
- Film na temat Czego nas nauczył projekt „Młodzi Przedsiębiorczy”?
- lub My w „Młodych Przedsiębiorczych”.
- Happening Być przedsiębiorczym lub Każdy może być przedsiębiorczy.
- Dyskusja lub debata panelowa z udziałem uczniów, nauczycieli, rodziców, lokalnych przedsiębiorczych i mediów na temat przedsiębiorczości.
- Dzień z osobą przedsiębiorczą. Spotkanie dla uczniów szkoły/klas.

Po podjęciu decyzji, co do formy Waszej prezentacji, rozpiszcie dokładny plan wydarzenia i upewnijcie się, że każdy wie, co ma robić. W dniu finału spotkajcie się wcześniej na odprawie, sprawdźcie, czy wszystko idzie zgodnie z planem, jeśli pojawią się jakieś trudności (np. ktoś nie będzie), przygotujcie plan B. Z wyprzedzeniem sprawdźcie stan sprzętu technicznego oraz zadbajcie o bezpieczeństwo i komfort osób uczestniczących w Waszym wydarzeniu. Nie wpadajcie w panikę, jeśli nie wszystko pójdzie po Waszej myśli. Pamiętajcie, że wokół Was jest wiele życzliwych osób, dla których drobne potknięcia nie będą miały najmniejszego znaczenia. Nie martwcie się jednak, jeśli nie wszystko pójdzie po Waszej myśli – o ile będziecie improwizować z uśmiechem na ustach, nikt nawet nie zauważy drobnych potknięć!

## KROK 9. ZESPOŁOWE PODSUMOWANIE PROJEKTU

Po finale umówcie się na ostatnie w tym projekcie, ale naprawdę ważne spotkanie, poświęcone podsumowaniu wszystkich działań. To okazja, abyście porozmawiali ze sobą o tym, jak Wam się pracowało przy realizacji projektu, zastanowili się nad tym, które umiejętności kształtowaliście w jego trakcie oraz czego nowego dowiedzieliście się na temat Waszego zaangażowania i talentów. Będzie to także okazja, by otrzymać informacje na swój temat od innych osób z zespołu i opiekuna/opiekunki, które uzupełnią Waszą samowiedzę i samoocenę. Poniżej znajdziecie propozycje ćwiczeń i towarzyszące im materiały, które będą pomocą w podsumowaniu działań. Wszystkie potrzebne do wykonania tego zadania karty znajdziecie w załącznikach lub pod linkiem: <https://przedsiębiorczy.ceo.org.pl/karty-do-samooceny-i-oceny-pracy-zespolowej>

Wskazówka dla opiekunek/opiekunów:

Bądź obecny/a przez cały czas spotkania podsumowującego. Dbaj w sposób szczególny o jego dobrą atmosferę. Zwracaj uwagę obecnych na przestrzeganie poniższych zasad:

- Każdy może się wypowiedzieć.
- Jeśli ktoś nie chce się wypowiedzieć, nie zmuszamy go do tego.
- Krytykujemy opinie, a nie ich autorów czy autorki.

### 1. Samoocena umiejętności

Przystępując do tego zadania przypomnijcie sobie, nad czym pracowaliście w Waszym zespole w kolejnych krokach projektu. Każdy z Was powinien zaopatrzyć się w osobistą *Skalę Samooceny Umiejętności*. (Załącznik). Są na niej wyszczególnione umiejętności, które mogliście kształtować. Oznaczcie samodzielnie (każdy na swojej karcie), jak szacujecie obecnie swój poziom danej zdolności. Pamiętajcie, że nie ma ani dobrych ani złych odpowiedzi. To zadanie ma na celu poznawanie przez Was własnych kompetencji.

Po samodzielnej pracy, jeśli macie ochotę, omówcie zadanie między sobą i podzielcie się refleksjami.

## 2. Dajemy sobie informację zwrotną

W tym zadaniu czekają na każdego z Was aż trzy karty pracy! Pierwszą Kartę Pracy – *Myślę o sobie...* wypełniacie samodzielnie. Drugą Kartę Pracy – *Moi koledzy/koleżanki myślą o mnie...* drukujecie tyle razy, by każdy z Was mógł ją rozdać wszystkim kolegom/koleżankom z zespołu. Karty znajdziecie w załącznikach. Wymieniacie się nawzajem kartami obserwacji i uzupełniacie na podstawie doświadczeń wspólnej pracy w grupie. Ostatnią Kartę Pracy – *Mój opiekun/opiekunka myśli o mnie...* wręczacie nauczycielowi, który wspierał Was podczas udziału w Młodzi Przedsiębiorczy i prosicie, by podzielił się własną obserwacją na temat Waszego zaangażowania i talentów, które warto dalej rozwijać.

Jeśli macie ochotę, omówcie zadanie między sobą i podzielcie się refleksjami po tym ćwiczeniu. Porównajcie odpowiedzi ze wszystkich kart. Zobaczcie, co się powtarza, a co różni. Czy coś Was zaskoczyło?

## 3. Nasza praca zespołowa

Na koniec poprosimy Was, by każda osoba dokonała oceny jakości Waszej pracy zespołowej. W tym celu wydrukujcie Kartę Pracy – *Ocena pracy w grupie*. Następnie nanieście na nią każdy indywidualnie Wasze oceny, przyznając punkty w poszczególnych obszarach całej grupie oraz sobie jako członkowi zespołu.

Omówcie zadanie między sobą i podzielcie się refleksjami z Waszej pracy zespołowej w projekcie.

## KARTA PRACY – SKALA SAMOOCENY UMIEJĘTNOŚCI

| ocena poziomu<br>umiejętności       | bardzo<br>słaby | raczej<br>słaby | raczej<br>dobry | bardzo<br>dobry |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| analiza i ocena<br>kosztów          |                 |                 |                 |                 |
| podejmowanie<br>decyzji             |                 |                 |                 |                 |
| określanie celów                    |                 |                 |                 |                 |
| analizowanie ofert<br>bankowych     |                 |                 |                 |                 |
| planowanie<br>działań               |                 |                 |                 |                 |
| proponowanie<br>własnych pomysłów   |                 |                 |                 |                 |
| projektowanie logo                  |                 |                 |                 |                 |
| badanie rynku                       |                 |                 |                 |                 |
| wyciąganie wniosków<br>z badania    |                 |                 |                 |                 |
| dobór najlepszego<br>kanału reklamy |                 |                 |                 |                 |
| tworzenie sloganów<br>reklamowych   |                 |                 |                 |                 |
| współpraca<br>w grupie              |                 |                 |                 |                 |
| terminowość<br>w realizacji zadań   |                 |                 |                 |                 |

## KARTA PRACY - MYŚLĘ O SOBIE

imię i nazwisko:

Moim zdaniem dobrze radzę sobie w...

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.

Rozpoznaję to po tym, że...

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



## KARTA PRACY - MOI KOLEDZY/KOLEŻANKI MYSLĄ O MNIE

imię i nazwisko osoby, której dotyczy opis:

imię i nazwisko osoby, która wypełnia kartę:

Według moich obserwacji ..... dobrze radzi sobie w...

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.

Rozpoznaję to po tym, że...

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.

## KARTA PRACY - MÓJ NAUCZYCIEL/NAUCZYCIELKA MYŚLI O MNIE

imię i nazwisko osoby, której dotyczy opis:

imię i nazwisko nauczyciela/ki:

Według moich obserwacji ..... dobrze radzi sobie w...

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.

Rozpoznaję to po tym, że...

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.

## KARTA PRACY - OCENA PRACY W GRUPIE

| kryteria                   | maksymalna ocena | ocena naszej grupy | moja ocena | moje uwagi |
|----------------------------|------------------|--------------------|------------|------------|
| porozumiewanie się         | 10 pkt           |                    |            |            |
| słuchanie innych           | 10 pkt           |                    |            |            |
| podejmowanie decyzji       | 10 pkt           |                    |            |            |
| rozwiązywanie konfliktów   | 10 pkt           |                    |            |            |
| pomaganie innym            | 10 pkt           |                    |            |            |
| zachęcanie innych do pracy | 10 pkt           |                    |            |            |
| inne                       | 10 pkt           |                    |            |            |

Wydawca:  
Centrum Edukacji Obywatelskiej  
Ul. Noakowskiego 10  
00-666 Warszawa  
Warszawa 2019

Autorka: Janusz Żmijski, Magdalena Świdorska  
Korekta i redakcja: Aneta Derda  
Projekt i skład graficzny: Marta Bielska  
Koordynacja: Monika Prus-Głaszczka

Oby Młodzież! to ogólnopolski program edukacyjny skierowany do młodzieży ze Szkół Branżowych, Młodzieżowych Ośrodków Wychowawczych, Młodzieżowych Ośrodków Socjoterapii i Centrów Kształcenia Ustawicznego. Uczestnicy mają możliwość przeprowadzania projektu w ramach jednej z czterech ścieżek – programów, które są z sukcesem prowadzone od wielu lat w CEO:Młodzi w Akcji, Młodzi Przedsiębiorczy, Klimat to Temat, Sztuka Zaangażowania.

Program Oby Młodzież! jest prowadzony przez Centrum Edukacji Obywatelskiej w partnerstwie z Credit Suisse EMEA Foundation.

