

BIZNES PLAN uproszczony

Material pomocniczy opracowany przez Stowarzyszenie „Partnerstwo dla Doliny Baryczy”

Instytucja Zarządzająca PROW 2014-2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju
Wsi

Materiał współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Poddziałanie 19.4 Wsparcie na rzecz kosztów bieżących i aktywizacji Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

UWAGA!!!**WSKAZÓWKI WPISANO CZERWONYM KOLOREM-MAJĄ ONE JEDYNIĘ CHARAKTER POGLĄDOWY!****NIE POWIELAMY INFORMACJI ZARÓWNO W JEDNYM DOKUMENCIE JAK I W ODNIESIENIU DO INNEGO DOKUMENTU NP. BP-WOPP:****SKRÓTY:****BP- BIZNESPLAN****WD- WNIOSEK O DOFINANSOWANIE****WOP- WNIOSEK O PŁATNOŚĆ****SW/UMWD- SAMORZĄD WOJEWÓDZTWA****LGD- LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA („PARTNERSTWO DLA DOLINY BARYCZY”****ARIMR- AGENCJA RESTRUKTURYZACJI I MODERNIZACJI ROLLNICTWA****BIZNESPLAN****DOKUMENT, KTÓRY OKREŚLA DOKĄD IDZIEMY I CO ZAMIERZAMY OSIĄGNĄĆ
KONSTRUUJĄC BIZNESPLAN POWINNIŚMY UWZGLĘDNIĆ 3 WARIANTY****RYZYKOWNY, OPTYMALNY, PESYMISTYCZNY****ISTOTA BIZNESPLANU****ISTOTĄ BP JEST SFORMUŁOWANIE ZAMIERZEŃ NA BLIŻSZĄ LUB DALSZĄ PRZYSZŁOŚĆ FIRMY, Z OSZACOWANIEM ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH WŁASNYCH LUB OBCYCH ORAZ SPOSOBÓW DZIAŁANIA, ABY ZREALIZOWAĆ ZAŁOŻONE CELE.****W PRZYPADKU PODDZIAŁANIA 19.2 PRZYSZŁOŚĆ FIRMY DOTYCZY OKRESU 3 LAT OD DOKONANIA PRZEZ ARIMR PŁATNOŚCI OSTATECZNEJ, W ZALEŻNOŚCI OD RODZAJU WSPARCIA I PODMIOTU.****BP MA WYMIAR STRATEGICZNY:****–Z JEDNEJ STRONY SPORZĄDZA SIĘ GO DLA POTRZEB UZYSKANIA WSPARCIA,****–Z DRUGIEJ ZAŚ –JEST PLANEM OPERATYWNYM (ZAWIERA CHARAKTERYSTYKĘ OBECNEJ/PRZYSZŁEJ DZIAŁALNOŚCI FIRMY ORAZ PRZEDSTAWIA OBECNE/PRZYSZŁE CELE MARKETINGOWE, FINANSOWE ORAZ EKONOMICZNE FIRMY). TEN DUALIZM SPRAWIA, ŻE BP SŁUŻY PODEJMOWANIU DECYZJI ZARÓWNO STRATEGICZNYCH, JAK I OPERACYJNYCH.****JEST ZATEM TWORZONY W CELACH PLANISTYCZNYCH, ZARÓWNO NA WEWNĘTRZNE, JAK I ZEWNĘTRZNE POTRZEBY FIRMY.****CECHY BIZNESPLANU****KOMPLEKSOWOŚĆ –BP POWINIEN PORUSZAĆ WSZYSTKIE NAJISTOTNIEJSZE ASPEKTY, TAKIE JAK: SPRZEDAŻ, ODBIORCY I DOSTAWCY, KOSZTY, NAKŁADY, ŹRÓDŁA FINANSOWANIA, STRUKTURA ORGANIZACYJNA, ZATRUDNIENIE I INNE. NALEŻY PAMIĘTAĆ O UNIKANIU POWTÓRZEŃ.****DŁUGOFALOWOŚĆ –BP OBEJMUJE SWOIM ZAKRESEM KILKA LAT (ZWYKLE OD TRZECH DO PIĘCIU). ZE WZGLĘDU JEDNAK NA CEL TWORZENIA BP MOŻE ON DOTYCZYĆ TAKŻE KILKU LUB KILKUNASTU MIESIĘCY.****ADEKWATNOŚĆ –BP POWINIEN BYĆ DOSTOSOWANY POD WZGLĘDEM FORMY I TREŚCI DO CELU, KTÓREMU SŁUŻY, A TAKŻE DO WYMAGAŃ ORAZ POTRZEB JEGO ODBIORCY. UMIESZCZENIE INFORMACJI, JAKICH OCZEKUJE ADRESAT. JEST NIEZBĘDNYM DOKUMENTEM DO OCENY PRZEZ RADĘ LGD I UMWD. NALEŻY ZWRÓCIĆ UWAGĘ, BY INFORMACJE BĘDĄ CE PRZEDMIOTEM OCENY BĄDŹ BADANIA RACJONALNOŚCI BP BYŁY WYRÓŻNIONE, USZCZEGÓLOWIONE, BY JASNO DAWAŁY ODPOWIEDŹ, W JAKIM STOPNIU REALIZUJĄ LOKALNE KRYTERIA WYBORU.****UWAGA!!!!PODKREŚLONO I POGRUBIONO W TEKŚCIE ODNIESIENIE DO KONKRETNÝCH KRYTERIÓW.****CZYTELNOŚĆ –BP MUSI BYĆ CZYTELNY ORAZ POSIADAĆ PRZEJRZYSTE WNIOSKI. BARDZO ISTOTNE JEST ZACHOWANIE ODPOWIEDNIEJ KOLEJNOŚCI I SPÓJNOŚCI PORUSZANYCH ZAGADNIĘŃ. UŻYWANIE ZBYT SPECJALISTYCZNEGO JĘZYKA NIE WPŁYWA NA LEPSZĄ CZYTELNOŚĆ DOKUMENTU. JEŚLI UŻYWA SIĘ JĘZYKA FACHOWEGO, MUSI BYĆ ZRO-**

ZUMIAŁY. SPRAWDZAJĄCY BP NIE KONIECZNIE BĘDĄ SIĘ ZNALI NA PLANOWANYM BIZNESIE. **NALEŻY ZADBAĆ O TO, BY INFORMACJE ZAWARTE W BP BYŁY ZROZUMIAŁE, WYCZERPUJĄCE I KONKRETNE („TEST SZEŚCIOLATKA”).**

RZETELNOŚĆ ZAŁOŻEŃ I WIARYGODNOŚĆ DANYCH –NAJWAŻNIEJSZA ZASADA TWORZENIA BP. WSZYSTKIE DANE I INFORMACJE (PROGNOZY I SZACUNKI) POWINNY BYĆ PRAWDZIWE I POPARTE ODPOWIEDNIMI DOWODAMI, FAKTYCZNYMI ANALIZAMI. NAPOTKANIE PRZEZ OCENIAJĄCEGO FAŁSZYWYCH I ZAKŁAMANYCH INFORMACJI MOŻE SKUTKOWAĆ TYM, ŻE CAŁY BP ZOSTANIE KRYTYCZNIE OCENIONY. NALEŻY PRZEPROWADZIĆ:

- RZETELNĄ ANALIZĘ RYNKU W TYM KONKURENCJI, CEN, ZAGROZEŃ, W TYM UWARUNKOWAŃ PRAWNYCH, NP. ZOBOWIĄZAŃ PODATKOWYCH, ITP.
- RZETELNĄ ANALIZĘ PLANOWANYCH KOSZTÓW ZWIĄZANYCH Z REALIZACJĄ PROJEKTU (ZGROMADZENIE KOSZTORYSÓW, OFERT, NP. WYDRUK ZE STRON, LINKI, ITP.))
- RZETELNĄ ANALIZĘ KOSZTÓW ZWIĄZANYCH Z OFEROWANYM PRODUKTEM BĄDŹ USŁUGĄ, NP. KOSZTÓW PRACY, DOSTAW, OPODATKOWANIE)
- RZETELNĄ ANALIZĘ PRZYCHODÓW- CZY ZNAJDIEMY KLIENTÓW NA PRODUKT/USŁUGĘ PO PLANOWANEJ CENIE.

UWAGA! PRZYCHODY MUSZĄ BYĆ WIĘKSZE NIŻ KOSZTY-> ZYSK, KTÓRY ŚWIADCZY O EKONOMICZNYM UZASADNIENIU BINESPLANU

WARIANTOWOŚĆ –ZALECANE JEST UMIESZCZANIE W BP KILKU SPOSOBÓW REALIZACJI OKREŚLONYCH W NIM CELÓW. BP POWINIEN BYĆ ŚREDNIĄ POMIĘDZY NAJBARDZIEJ OPTYMISTYCZNYM I PESYMISTYCZNYM SCENARIUSZEM.

ELASTYCZNOŚĆ –BP POWINIEN ZOSTAĆ PRZYGOTOWANY W TAKI SPOSÓB, ABY MOŻLIWE BYŁO WPROWADZANIA DO NIEGO KOREKT W TRAKCIE REALIZACJI OPERACJI. NIE WSZYSTKIE KOSZTY ZWIĄZANE Z REALIZACJĄ BIZNESPLANU BĘDĄ PRZEDMIOTEM WNIOSKU O PP. SUGERUJEMY WPROWADZENIE SZEROKIEGO KATALOGU KOSZTÓW, BY W RAZIE OSZCZĘDNOŚCI MÓC ANEKSOWAĆ UMOWĘ PP, POWOŁUJĄC SIĘ NA ZAPISY BP.

UCZESTNICTWO KADRY KIEROWNICZEJ –DOTYCZY TO BP PRZEDSIĘBIORSTWA DZIAŁAJĄCEGO JUŻ NA RYNKU. NIE-MOŻLIWYM JEST CAŁKOWITE JEGO WYKONANIE PRZEZ ZEWNĘTRZNYCH KONSULTANTÓW. KADRA KIEROWNICZA POWINNA OKREŚLIĆ CELE ORAZ GŁÓWNE ZAŁOŻENIA.

BIZNESPLAN PRZYGOTOWUJE OSOBA, KTÓRA BĘDZIE GO REALIZOWAŁA, NAJLEPIEJ Z OSOBAMI, KTÓRE BĘDĄ ZA NIEGO ODPOWIEDZIALNE!

POUFNOŚĆ –BP ZAWIERA SZEREG TAJEMNIC PRZEDSIĘBIORSTWA, W ZWIĄZKU Z CZYM NIE POWINIEN BYĆ SZEROKO UDOSTĘPNIANY. DOBRĄ PRAKTYKĄ JEST SKŁADANIE PRZEZ OCENIAJĄCYCH DEKLARACJI POUFNOŚCI. CZŁONKOWIE RADY I BIURO LGD ZOBOWIĄZANI SĄ DO ZACHOWANIA PUFNOŚCI.

§ 15 Rozporządzenia MG MiŻS z 6 września 2016

1. Powstanie trwałych korzyści gospodarczych stwierdza się na podstawie informacji zawartych w uproszczonym planie biznesowym operacji.
2. Trwałe korzyści gospodarcze powstaną, gdy proponowany przez wnioskodawcę sposób finansowania i realizacji operacji **NIE SPOWODUJE UTRATY PŁYNNOŚCI FINANSOWEJ** tego wnioskodawcy w okresie 3 lat, licząc od roku, w którym dokonano płatności końcowej.
3. Plan biznesowy, o którym mowa w ust. 1, wnioskodawca sporządza na formularzu, którego wzór opracowuje instytucja zarządzająca i udostępnia na administrowanej przez siebie stronie internetowej.

Spis treści

I. Charakterystyka przedsiębiorstwa/wnioskodawcy	5
- Zasoby	
- Opis wyjściowej sytuacji	
- Motywy realizacji operacji	
II. Opis operacji - cel i zakres	6
- Cele pośrednie i końcowe	
- Etapy realizacji operacji (ważna logistyka, należy wziąć pod uwagę terminowość weryfikacji WOD, WOP)	
III. Źródła finansowania operacji	7
czyli scenariusz finansowy	
IV. Analiza SWOT i uzasadnienie operacji	8
- Silne i słabe strony, szanse i zagrożenia	
V. Plan działań marketingowych	10
- Promocja i dystrybucja	
- Analiza klienta	
- Analiza konkurencji	
- Analiza rynku	
- Poziom sprzedaży	
VI. Uproszczona analiza finansowa operacji	11
- Bilans (majątek trwały i obrotowy, kapitał stały, zobowiązania)	
- Rachunek zysków i strat	
- Analiza wskaźnikowa	

I. Charakterystyka przedsiębiorstwa/wnioskodawcy

Dane przedsiębiorstwa/wnioskodawcy	
Proszę o podanie następujących danych dotyczących wnioskodawcy	
1. Pełna nazwa przedsiębiorstwa, nazwisko i imię osoby fizycznej prowadzącej działalność gospodarczą lub nazwiska i imiona wspólników spółki cywilnej	Spójność z WOD
2. Adres, siedziba przedsiębiorstwa lub adres/y osoby fizycznej prowadzącej działalność gospodarczą/wspólników spółki cywilnej	Spójność z WOD
3. Lokalizacja działalności przedsiębiorstwa – (miejsce wykonywania działalności)	Ważne miejsce realizacji operacji, wnioskodawca może mieć zameldowanie czy siedzibę poza obszarem objętym LSR
4. Osoba uprawniona do kontaktu w sprawach dotyczących wniosku	Spójność z WOD- dane osoby, która była obecna na szkoleniach organizowanych przez LGD

Charakterystyka działalności przedsiębiorstwa	
Dotyczy istniejących przedsiębiorstw/gospodarstw rybackich	
Proszę zaprezentować w skrócie przedsiębiorstwo, zakres działalności, rodzaj wytwarzanych produktów / świadczonych usług.	
1. Data uzyskania wpisu do ewidencji działalności gospodarczej lub nadania numeru w KRS (dd/mm/rr)	
2. Data rozpoczęcia działalności (dd/mm/rr)	
3. Przedmiot i zakres działalności wraz z numerami PKD	
4. Forma prawna działalności	

O przedsiębiorstwie

Proszę krótko opisać powstanie, historię i pozycję przedsiębiorstwa na rynku

Dotyczy istniejących przedsiębiorstw/gospodarstw rybackich

KRYTERIUM: KOMPLEMENTARNOŚĆ I POWIĄZANIE Z REALIZOWANYMI PROJEKTAMI (PREFERUJE OPERACJE POWIĄZANE Z INNYMI REALIZOWANYMI PROJEKTAMI)

KRYTERIUM: WYKORZYSTANIE LOKALNYCH ZASOBÓW (PREFERUJE OPERACJE, KTÓRE ZACHOWUJĄ I BAZUJĄ NA LOKALNYM POTENCJALE: KULTURALNYM, HISTORYCZNYM, PRZYRODNICZYM ARCHITEKTONICZNYM).

W PKT. 3 WNIOSKODAWCA OPISUJE DZIAŁALNOŚĆ, KTÓRĄ WYKONUJE, BEZPOŚREDNIO ZWIĄZANĄ Z PLANOWANĄ DO REALIZACJI OPERACJĄ.

POWYŻSZE WARUNKI BĘDĄ POTWIERDZANE DOKUMENTAMI STANOWIĄCYMI ZAŁĄCZNIK DO WOPP.

PODEJMUJĄCY DZIAŁALNOŚĆ **MOGĄ** OPISAĆ SWOJE DOŚWIADCZENIE CZY WYKSZTAŁCENIE- CZY INNE CZYNNIKI, KTÓRE POKAZĄ, ŻE WNIOSKODAWCA MA POTENCJAŁ, ABY PROWADZIĆ DZIAŁALNOŚĆ.

MOŻEMY W TYM PUNKCIE ZAWRZEĆ TAKIE INFORMACJE JAK NP. FORMĘ ZAŁOŻENIA PRZEDSIĘBIORSTWA, DATĘ POWSTANIA FIRMY ORAZ INNE ZNACZĄCE DLA FIRMY DATY, NAJWAŻNIEJSZE DANE FINANSOWE, GŁÓWNE CELE, NAJWIĘKSI KONTRAHENCI I PARTNERZY, NAJWAŻNIEJSZE ETAPY REALIZOWANYCH PRZEDSIĘWZIĘĆ, OBSZAR DZIAŁANIA, JAKIE DZIAŁANIA POWODOWAŁY, ŻE FIRMA UZYSKIWAŁA PRZEWAGĘ NAD KONKURENCJĄ -CZY KONKUROWALIŚMY CENĄ, MOŻE JAKOŚCIĄ LUB SPOSOBEM PROMOCJI I INFORMACJI?, NA JAKIM POTENCJALE OPIERAŁA SIĘ DZIAŁALNOŚĆ?

KRYTERIUM: POTENCJAŁ TURYSTYCZNY OBSZARU (PREFERUJE OPERACJE UZUPEŁANIAJĄCE OFERTĘ SIĘCIOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH)

KRYTERIUM: PRZYNALEŻNOŚĆ DO SYSTEMU DOLINA BARYCZY POLECA (PREFERUJE OPERACJE REALIZOWANE PRZEZ UŻYTKOWNIKÓW LUB KANDYDATÓW DO ZNAKU DOLINA BARYCZY POLECA)

Charakterystyka kluczowych osób dla działalności przedsiębiorstwa (kadry zarządzające)

Proszę wymienić i opisać kluczowe dla funkcjonowania przedsiębiorstwa osoby podając: stanowisko, zakres działania (np. finanse, sprzedaż, produkcja), imię i nazwisko, wykształcenie, doświadczenie związane z wykonywaną funkcją, itp. Dołączyć schemat organizacyjny przedsiębiorstwa (o ile przedsiębiorstwo taki posiada).

Dotyczy istniejących przedsiębiorstw/gospodarstw rybackich

Podejmujący działalność **mogą** opisać wizję osobową osób uczestniczących w prowadzeniu przyszłej działalności.

Personel - Proszę o podanie w etatach lub częściach etatów.

Dotyczy istniejących przedsiębiorstw/gospodarstw rybackich

- Dane powinny być spójne z WOD i załącznikami potwierdzającymi istniejące miejsca pracy
 - W tym miejscu można wskazać, które stanowisko zostałyby zlikwidowane, gdyby nie uzyskanie dofinansowania

Nazwa stanowiska	Liczba zatrudnionych na umowę o pracę osób/etatów (wymagane kwalifikacje)	Liczba zatrudnionych na podstawie umowy cywilno-prawnej (wymagane kwalifikacje)
Suma:		Suma:

Stan wartościowy rzeczowego majątku trwałego przedsiębiorstwa/wnioskodawcy:

Podejmujący działalność wykazują zasoby, które posiadają i które będą wykorzystywane do prowadzenia przyszłej działalności

WERYFIKACJA – NA PODSTAWIE ZŁOŻONYCH DOKUMENTÓW LUB W MIEJSCU REALIZACJI OPERACJI. UWAGA! KONTROLA MOŻE NASTĄPIĆ PRZED PODPISANIEM UMOWY

Lp.	Rodzaj majątku rzeczowego	Wartość (zł)*
1.	Grunty własne	
2.	Budynki i budowle	
3.	Urządzenia techniczne	
4.	Środki transportu	
5.	Pozostałe środki trwałe	
	Razem:	

* wartość księgowa netto (po odliczeniu amortyzacji)

W tabeli tej należy wyszczególnić majątek stanowiący własność przedsiębiorstwa, a także używany w przedsiębiorstwie na podstawie umów najmu, dzierżawy i leasingu lub innej umowy cywilno-prawnej*
 Podejmujący działalność wykazują zasoby, które posiadają i które będą wykorzystywane do prowadzenia przyszłej działalności

WERYFIKACJA – NA PODSTAWIE ZŁOŻONYCH DOKUMENTÓW LUB W MIEJSCU REALIZACJI OPERACJI. UWAGA! KONTROLA MOŻE NASTĄPIĆ PRZED PODPISANIEM UMOWY

Grunty (podać grunty stanowiące własność przedsiębiorstwa lub użytkowane na podstawie umów dzierżawy lub użyczenia)

Lokalizacja	Powierzchnia	Forma władania (własność, użyczenie, dzierżawa)	Szacowana wartość**

Material pomocniczy

*Uwaga! Zawarte w dokumencie uwagi są materiałem szkoleniowym, zawierają uwagi dot. Konkursu 3/2017/PORiM
 Za wypełnienie, opis oraz spójność Biznesplanu odpowiada Wnioskodawca!!!*

Budynki i budowle (podać budynki stanowiące własność przedsiębiorstwa lub użytkowane na podstawie umów najmu, użyczenia lub leasingu)			
Lokalizacja i przeznaczenie	Powierzchnia	Forma władania (własność, użyczenie, najem, leasing)	Szacowana wartość**
Maszyny i urządzenia (podać urządzenia stanowiące własność przedsiębiorstwa lub użytkowane na podstawie umów dzierżawy, użyczenia lub leasingu)			
Rodzaj (typ, producent, model)	Rok produkcji	Forma władania (własność, użyczenie, dzierżawa, leasing)	Szacowana wartość**
Środki transportu (podać środki transportu stanowiące własność przedsiębiorstwa lub użytkowane na podstawie umów najmu, użyczenia lub leasingu)			
Rodzaj (typ, producent, model)	Rok produkcji	Forma władania (własność, użyczenie, dzierżawa, leasing)	Szacowana wartość**
Pozostałe środki trwałe i wartości niematerialne i prawne (wymienić najważniejsze, dla pozostałych podać szacunkowe wartości dla poszczególnych grup np. narzędzia czy meble)			
Rodzaj		Forma władania (własność, użyczenie, dzierżawa, leasing)	Szacowana wartość**

* Środki trwałe można pogrupować podając łączną wartość grup środków trwałych (np. samochody dostawcze, samochody osobowe, sprzęt komputerowy, programy komputerowe, licencje i patenty, itp.)

** W przypadku trudności z oszacowaniem wartości proszę podać wartość księgową netto (po odpisach amortyzacyjnych). W przypadku wartości księgowej zaznaczyć, że jest ona tą wartością.

II. Opis operacji - cel i zakres

W opisie proszę odnieść się do następujących zagadnień:

1. Czego dotyczy operacja (np. zakup maszyn i urządzeń bądź linii technologicznej, remont budynków, budowa nowego obiektu itp.)

Dane powinny być spójne z Opisem operacji we WOD

KRYTERIUM INNOWACYJNOŚĆ (Preferuje operacje niespotykane w skali, gminy i przedsiębiorstwa lub organizacji, tj. wykorzystujące niepraktykowane dotąd zastosowania zasobów, rozwiązań i potencjału (przyrodniczego, wodnego kulturowego, rybackiego, architektonicznego itp.).

KRYTERIUM PRZECIWDZIAŁANIE ZMIANOM KLIMATU W INWESTYCJACH (Preferowane operacje w prowadzące do przeciwdziałania zmianom klimatu).

2. Czy i dlaczego operacja zapewnia komplementarność technologiczną z istniejącym wyposażeniem, parkiem maszynowym itd. – uzasadnić
3. Jakiego rodzaju korzyści zamierza przedsiębiorstwo osiągnąć w wyniku realizacji operacji i jak ona wpłynie na jego przyszłą pozycję przedsiębiorstwa na rynku?

Określenie celów pośrednich i końcowych

TUTAJ POWINNO ACHARAKTERYZOWAC PRODUKT/USŁUGĘ, KTÓRA WEJDZIE NA RYNEK PO REALIZACJI OPERACJI

• PRZY IDENTYFIKOWANIU RODZAJU PRODUKTU/USŁUGI/TOWARU, KTÓRE PODMIOT ZAMIERZA ŚWIADCZYĆ/SPRZEDAWAĆ W RAMACH PLANOWANEJ DZIAŁALNOŚCI – OPIS POWINIEN BYĆ PRECYZYJNY, TAK ŻEBY PRZEDSTAWIAŁ RZECZYWISTĄ OFERTĘ FIRMY. PODMIOT OKREŚLA I CHARAKTERYZUJE DZIAŁALNOŚĆ GŁÓWNA ORAZ DZIAŁALNOŚĆ POBOCZNA, JEŚLI BĘDZIE PROWADZONA.

• W OPISIE PRODUKTU/USŁUGI/TOWARU NALEŻY ZWRÓCIĆ RÓWNIEŻ UWAGĘ NA TE ELEMENTY, KTÓRE BĘDĄ WYRÓŻNIAŁY OFERTĘ NA TLE KONKURENCJI. WARTO WSKAZAĆ, W CZYM TA WŁAŚNIE OFERTA MOŻE BYĆ LEPSZA OD JUŻ DOSTĘPNEJ NA RYNKU. NALEŻY ZWRÓCIĆ ZWŁASZCZA UWAGĘ NA CENY ORAZ JAKOŚĆ ORAZ INNE CECHY. WARTO TAKŻE OCENIĆ JAK MOŻE BYĆ ODEBRANY PRZEZ RYNEK TEN PRODUKT/USŁUGA.

• JEŚLI NP. WPROWADZONE PRODUKTY LUB USŁUGI OPARTE SĄ NA INNOWACYJNYCH ROZWIĄZANIACH, NALEŻY WYJAŚNIĆ, NA CZYM ONE POLEGAJĄ I CO DZIĘKI ZASTOSOWANYM ROZWIĄZANIOM MOGĄ ZYSKAĆ ICH ODBIORCY.

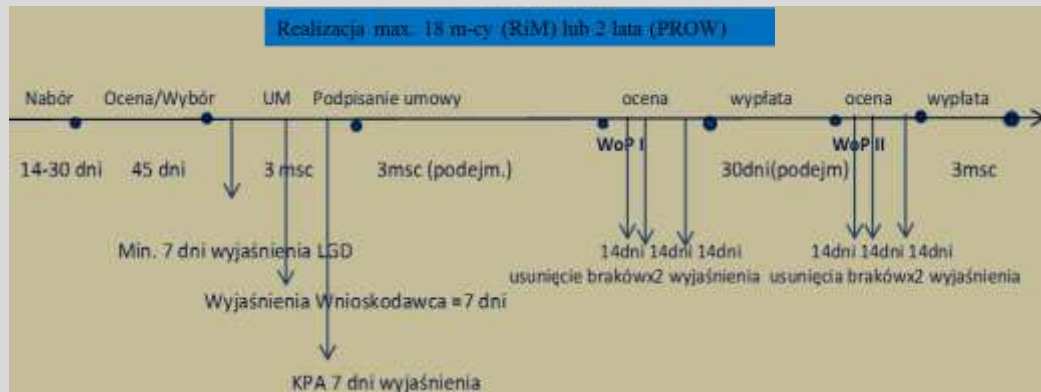
• PRODUKTY/USŁUGI/TOWARY BĘDĄ KIEROWANE DO KONKRETNEJ GRUPY ODBIORCÓW. NALEŻY OCENIĆ, CZY DOBRZE ZIDENTYFIKOWANO POTRZEBY PRZYSZŁYCH KLIENTÓW, BIORĄC OCZYWIŚCIE POD UWAGĘ RÓWNIEŻ ICH MOŻLIWOŚCI FINANSOWE.

• DOKONANA W TYM ZAKRESIE ANALIZA BĘDZIE PODSTAWĄ DO OKREŚLENIA WYSOKOŚCI PRZYCHODÓW ZE SPRZEDAŻY.

CO MOŻNA OPISAĆ?:

1. Należy opisać produkt / usługę / towar, jakie będą oferowane na rynku
2. Należy podać, w jaki sposób oferta różni się od oferty konkurencji oraz czy jest to nowy produkt / usługa / towar na rynku
3. Należy wskazać, czy produkty / usługi / towary są przeznaczone na rynek lokalny, regionalny, krajowy czy eksport.
Należy wskazać geograficzny rynek docelowy.
4. Należy opisać oczekiwania i potrzeby klientów oraz wyjaśnić, w jakim stopniu proponowana oferta odpowiada na te oczekiwania
5. Należy opisać, na czym polega przewaga rynkowa produktu / usługi / towaru oferowanego przez podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy i wskazać, dlaczego klienci zainteresowani będą tym właśnie produktem / usługą / towarem
4. Czy operacja będzie realizowana na terenie bądź w budynkach, których wnioskodawca jest właścicielem/posiadaczem
Jeśli posiadanie zależne, wskazać, na podstawie jakich dokumentów (powinny obejmować ok. 7 lat = 2 lata (okres weryfikacji WOD i 18 miesięcy realizacji) + 5 lat trwałości po wypłacie środków
5. Planowany czas realizacji operacji (w miesiącach bądź latach)
Warto rozpisać sobie harmonogram szczegółowo, aby samemu się orientować, w którym wskażemy kluczowe daty, np.:
Złożenie wniosku o dofinansowanie
Podpisanie umowy o dofinansowanie

Wypłata zaliczki/transzy zaliczki, jeśli operacja będzie etapowana
 Początek realizacji zakresu rzeczowego operacji (remont, zakup maszyn i urządzeń, działania promocyjne i wizerunkowe)
 Zakończenie realizacji zakresu rzeczowego
 Od kiedy możliwa będzie produkcja i sprzedaż?
 Złożenie wniosku o płatność końcową
 Weryfikacja wniosku o płatność ostateczną
 Płatność ostateczna
 Termin utrzymania miejsc pracy (3 lata od płatności końcowej)
 Termin trwałości operacji (5 lat od płatności końcowej)



PODMIOT POWINIEN POKAZAĆ RZECZYWISTE POWODY NP. WZGLĘDY BIZNESOWE LUB SZANSE NA REALIZACJĘ WŁASNYCH PASJI. WYBÓR BRANŻY LUB KONKRETNEGO RODZAJU DZIAŁALNOŚCI WYMAGA PRZEDSTAWIENIA ARGUMENTÓW, KTÓRE BĘDĄ UZASADNIAŁY SŁUSZNOŚĆ PODJĘTEJ DECYZJI. W TEJ CZĘŚCI POWINNYŚMY ZNALEŹĆ ODPOWIEŹ NA PYTANIA:

- CO TAK NAPRAWDĘ MOTYWUJE PODMIOT DO TEGO, ŻEBY STWORZYĆ DANE PRZEDSIĘWZIĘCIE,
- DLACZEGO AKURAT W WYBRANYM OBSZARZE PODMIOT WIDZI SZANSE NA OSIĄGNIĘCIE SUKCESU I PERSPEKTYWY ROZWOJOWE DLA SWOJEGO PRZEDSIĘWZIĘCIA.

CELE OPERACYJNE -TO CELE KRÓTKOTERMINOWE, DOTYCZĄCE DZIAŁAŃ ORGANIZACYJNYCH I GOSPODARCZYCH

- **POŚREDNIE** (SĄ JEDNOCZEŚNIE CELAMI EKONOMICZNYMI NP. PRZYCHÓD ZE SPRZEDAŻY, MARŻA HANDELOWA, PRODUKCJA, OSZCZĘDNOŚCI W KOSZTACH), NP. POPRZEC ZAKUP MASZYNY ROZWIINIEMY OFERTĘ W ZAKRESIE(WSKAZUJEMY PRODUKTY LUB USŁUGI)
- **KOŃCOWE/FINALNE**(ZYSK, GDYŻ JEST MIARĄ BIZNESU), ORGANIZACYJNE, GOSPODARCZE, FINANSOWE. NP. DZIĘKI ZAKUPIENIU NOWEJ MASZYNY ZMNIĘSZE KOSZTY PRODUKCJI LUB ZWIĘKSZE ILOŚĆ PRODUKCJI, CZEGO EFEKTEM BĘDZIE WZROST ZYSKU. NP. CELE KOŃCOWE DLA RESTAURACJI:
 - UGRUNTOWANIE DOBREJ POZYCJI NA RYNKU
 - ZASPOKAJANIE POTRZEB KLIENTÓW, ZWŁASZCZA ŚREDNIEJ KLASY,
 - OFEROWANIE SMACZNYCH POSIŁKÓW W NIEWYGÓROWANYCH CENACH,
 - REALIZACJA PLANÓW I ZAMIERZEŃ ZWIĄZANYCH Z WŁASNYM BIZNESEM,
 - ZDOBYCIE LOJALNOŚCI KLIENTÓW,
 - WPROWADZENIE NOWEJ FORMY SPRZEDAŻY
 - OBSŁUGA KLIENTÓW Z ZAGRANICY

JEŚLI JAKIEŚ INFORMACJE SIĘ POWTARZAJĄ NALEŻY OPISAĆ, NP. ŻE DANE ZNAJDUJĄ SIĘ WE WOPP W CZĘŚCI TAKIEJ I TAKIEJ LUB INFORMACJE W TYM ZAKRESIE ZNAJDUJĄ SIĘ LUB W TAKIM FORMULARZU ZNAJDA ODZWIERCIEDLENIE. NIE PRZEPISUJEMY TEGO SAMEGO!

Przygotowanie do realizacji operacji i wykonane działania

Proszę opisać podjęte działania w celu realizacji operacji.
(podpisanie wstępnych umów z wykonawcami, projekt budowlany, szczegółowy kosztorys, uzyskanie niezbędnych pozwoleń, realizacja określonego etapu inwestycji itp.)*

W TEJ CZĘŚCI SPRAWDZAMY, CZY PODMIOT PRZEDSTAWIŁ W SPOSÓB SYNTETYCZNY SPOSÓB ZORGANIZOWANIA I REALIZACJI OPERACJI ORAZ UZASADNIŁ, DLACZEGO W TAKI SPOSÓB PLANUJE JĄ REALIZOWAĆ.
TUTAJ POWINNA ZNALEŻĆ SIĘ ODPOWIEDŹ NA PYTANIA: UWAGA! ROZSZERZENIE ODPOWIEDZI NA TE PYTANIA ZAWARTE BĘDĄ W KOLEJNYCH PUNKTACH BIZNESPLANU. UWAGA! OPISY MUSZĄ BYĆ SPÓJNE.

- CZY WIEM JAK W SWOIM PRZEDSIĘWZIĘCIU WYKORZYSTAM TO, CO JUŻ WIEM TO CO JUŻ POSIADAM?
NP. JEŚLI POSIADAMY SAMOCHÓD, TO OPISUJEMY DO CZEGO ON BĘDZIE WYKORZYSTYWANY, NP. DOSTARCZANIE TOWARU DO RESTAURACJI, ROZWOŻENIE POSIŁKÓW. NIE MOŻEMY WÓWCZAS W INNYM MIEJSCU NAPISAĆ, ŻE NP. TOWARY I PRODUKTY BĘDĄ ZAMAWIANE PRZEZ INTERNET.
NP. JEŚLI W PKT. 2.2 WYKAZANO NP. WYPOSAŻENIE I INFRASTRUKTURĘ POMIESZCZEŃ (PODMIOT DYS-PONUJE JUŻ ODPOWIEDNIM LOKALEM NA POTRZEBY PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI), A PROWADZENIE DZIAŁALNOŚCI WIĄŻE SIĘ ZE SPEŁNIENIEM KONKRETNÝCH WYMAGAŃ DOTYCZĄCYCH MIEJSCA JEJ PRO-WADZENIA –WNIOSKODAWCA POWINIEN Podać SPOSÓB SPEŁNIENIA TYCH WYMAGAŃ.
JEŚLI DO PLANOWANEGO PRZEDSIĘWZIĘCIA WYKORZYSTYWANY BĘDZIE LOKAL W OKREŚLONYM PRZEZ NAS MIEJSCU, NALEŻY NAJPIERW SPRAWDZIĆ I WSKAZAĆ, CZY MOŻNA W NIM PROWADZIĆ WYBRANĄ PRZEZ NAS DZIAŁALNOŚĆ, NAJLEPIEJ WSKAZAĆ PLANOWANE PKD. GDZIE SPRAWDZAĆ: GMI-NA/STAROSTWO (PLAN ZAGOSPODAROWANIA, WARUNKI ZABUDOWY).
- CZY JESTEM PRZYGOTOWANY, ABY ZREALIZOWAĆ PROJEKT ORAZ BIZNESPLAN?
KRYTERIUM: WYKORZYSTANIE LOKALNYCH ZASOBÓW (PREFERUJE OPERACJE, KTÓRE ZACHOWUJĄ I BAZUJĄ NA LOKALNYM POTENCJALE KULTUROWYM, HISTORYCZNYM, PRZYRODNICZYM CZY ARCHI-TEKTONICZNYM).
- CO JUŻ ZROBIŁEM, NP. ZAKUPIŁEM, PRZYGOTOWAŁEM DOKUMENTACJĘ, ITP.?
NP. NALEŻY OPISAĆ DOSTOSOWANIE OBIEKTU DO WYMAGAŃ OKREŚLONYCH ODREBNYMI PRZEPISAMI. (PRZEPISY SANITARNE, PRZECIWPOŻAROWE ITP.) NP. DOSTOSOWANIE TOALET DLA OSÓB NIEPEŁNO-SPRAWNYCH.
ZMIANA UŻYTKOWANIA BUDYNKU-GDY JEST WYMAGANA TRWA OKOŁO 3 MSC.
W PRZYPADKU, GDY „GONIĄ NAS TERMINY” I NIE ZDAŻYMY ZROBIĆ WSZYSTKIEGO NA MOMENT SKŁA-DANIA WOD MOŻNA OPISAĆ W BIZNESPLANIE, ŻE PROJEKT WYMAGA ZAADAPTOWANIA LOKALU ORAZ, ŻE NIEZBĘDNA DOKUMENTACJA BĘDZIE DOŁĄCZONA DO WNIOSKU O PŁATNOŚĆ.
KRYTERIUM: GOTOWOŚĆ WNIOSKU DO (PREFERUJE OPERACJE NAJDALEJ ZAWANSOWANE W UZY-SKANEJ DOKUMENTACJI)
- W JAKIM STOPNIU ZNAM JUŻ RYNEK I CZY POWINIENEM GO DALEJ BADAĆ?
NP. JEŚLI PODJĘTE ZOSTAŁY DZIAŁANIA W CELU REALIZACJI OPERACJI NP. PROMOCJA, POZYSKANIE KLIENTÓW, ZAANGAŻOWANIE ŚRODKÓW, BADANIE RYNKU –TO W TYM MIEJSCU PODMIOT OPISUJE TE DZIAŁANIA.

KRYTERIUM: ROZWIJANIE OFERTY OBSZARU (PREFERUJE OPERACJE WYKONYWANE PRZEZ PODMIOTY TWORZĄ-CE LUB ROZWIJAJĄCE OFERTĘ OBSZARU)- TUTAJ OPISUJEMY DZIAŁANIA PROMOCYJNE, A WIĘC WSKAZUJEMY, ŻE PODMIOT/OFERTA ZOSTAŁY JUŻ ZAREJESTROWANE NA SERWISIE DBOLECA.BARYCZ.PL,

KRYTERIUM: WSPARCIE OFERTY OBSZARU (PREFERUJE OPERACJE WSPIERAJĄCE PODMIOTY AKTYWNE DZIAŁA-JĄCE NA RZECZ OBSZARU LUB TWORZĄCE OFERTĘ OBSZARU)

* Pomocą z PO RYBY 2014-2020 mogą być objęte wyłącznie operacje realizowane w sposób i terminach określonych w odpowiednich rozporządzeniach wykonawczych Ministra Gospodarki Morskiej i Żeglugi Śródlądowej do ustawy o wspie-raniu zrównoważonego rozwoju sektora rybackiego z udziałem Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego

Wizja strategiczna

Opisz krótko jak będzie wyglądać Twoje przedsiębiorstwo za rok i 3 lata. Wizerunek, pozycja rynkowa, za-

awansowanie technologiczne, organizacja itp.

- Można nawiązać do celów pośrednich i końcowych wskazanych w cz. II Opis operacji
- Można opisać możliwość rozszerzenia działalności lub zmiany jej profilu
- Opisujemy wariant optymalny, ani nie pesymistyczny, ani nie optymistyczny

Materiał szkoleniowy 3/2017/PORiM

III. Źródła finansowania operacji

Wyszczególnienie etapów operacji*

W tej tabeli należy przedstawić informację na temat zakładanego podziału operacji na etapy (o charakterze technologicznym) i określić szacowany koszt ich realizacji Jest to uszczegółowienie harmonogramu realizacji operacji opisanego w cz. II Opis operacji- odnosimy się tutaj do zakresu rzeczowego (zakupy z zestawienia rzeczowo- finansowego z WOD)	
Nazwa etapu	Szacowany koszt realizacji**
1.	
2.	
3.	
4.	
Razem:	

* Nie muszą pokrywać się z etapami we wniosku o dofinansowanie

** z VAT

Źródła finansowania	Kwota w PLN
Nie ma wymogu pokazywania na etapie WOD, że wnioskodawca posiada wkład własny- tutaj raczej informacyjnie	
1. Środki własne	
a) gotówka i bony skarbowe	
b) inne (nakłady poniesione)	
2. Kredyty bankowe i pożyczki	
a) kredyty długoterminowe	
b) kredyty krótkoterminowe	
c) pożyczki	
3. Leasing	
4. Dofinansowanie ze środków PO RYBY 2014-2020 w formie*:	
a) zaliczek	
b) refundacji kosztów kwalifikowalnych po zakończeniu etapu**	
c) refundacji kosztów kwalifikowalnych po zakończeniu operacji***	
Razem:	

*proszę wybrać jedną opcję zgodną z przyjętym przez wnioskodawcę planem dofinansowania operacji z PO RYBY 2014-2020

** w przypadku refundacji kosztów kwalifikowalnych po zakończeniu etapu operacji, wartość dofinansowania może być zakwalifikowana do źródeł finansowania kolejnego etapu.

*** nie jest źródłem finansowania i nie sumuje się z pozostałymi źródłami finansowania operacji (występuje informacyjnie).

DANE POWINNY POKAZYWAĆ ŹRÓDŁA FINANSOWANIA OPERACJI ORAZ FINANSOWANIE DZIAŁALNOŚCI DLA OKRESU BIEŻĄCEGO ORAZ WYMAGANEGO OKRESU PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ, W SZCZEGÓLNOŚCI ZAKRESU RZECZOWEGO OPERACJI.

PODMIOT POWINIEN WYKAZAĆ WYSTARCZAJĄCE ŹRÓDŁA FINANSOWANIA OPERACJI ORAZ DZIAŁALNOŚCI DLA OKRESU BIEŻĄCEGO ORAZ WYMAGANEGO OKRESU PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ.

ŚRODKI FINANSOWE POWINNY UMOŻLIWIĆ REALIZACJĘ DZIAŁAŃ ZGODNIE Z PRZYJĘTYM HARMONOGRAMEM. POSIADANE ŚRODKI POWINNY POKRYWAĆ KOSZTY (KWALIFIKOWALNE ORAZ NIEKWALIFIKOWALNE). ŚRODKI POSIADA-

NE ORAZ PRZYSZŁE POWINNY TAKŻE ZAPEWNIĆ UTRZYMANIE PŁYNNOŚCI FINANSOWEJ W OKRESIE REALIZACJI OPERACJI.

Należy przedstawić źródła finansowania operacji oraz finansowanie działalności dla okresu bieżącego oraz wymaganego okresu prowadzenia działalności gospodarczej.

INFORMACJE POWINNY BYĆ SPÓJNE Z PLANOWANYM ZAKRESEM DZIAŁAŃ (PKT. 6.1), Z PLANEM FINANSOWYM WE WNIOSKU O DOFINANSOWANIE.

KRYTERIUM: WKŁAD WŁASNY (PREFEROWANE BĘDĄ OPERACJE W KTÓRYCH DEKLAROWANY WKŁAD WŁASNY JEST WIĘKSZY OD MINIMALNEGO WKŁADU WYMAGANEGO W LSR)

W tej tabeli należy przedstawić syntetyczną informację o zaciągniętych kredytach, ustanowionych zabezpieczeniach i terminach ich spłaty.

Bank, instytucja kredytująca	Rodzaj i przeznaczenie kredytu	Data uruchomienia m-c, rok	Kwota kredytu (w tys. zł)	Ustanowione zabezpieczenie/a	Termin spłaty m-c, rok	Rata roczna (w tys. zł)

IV. Analiza SWOT i uzasadnienie operacji

ANALIZA SWOT JEST WAŻNYM PUNKTEM BIZNESPLANU, PONIEWAŻ POZWALA SPRAWDZIĆ, NA JAKICH FILARACH BĘDZIE TAK NAPRAWDĘ OPARTA PRZYSZŁA INWESTYCJA, A CO MOŻE EWENTUALNIE UTRUDNIAĆ JEJ PROWADZENIE.

- ANALIZA TYCH CZTERECH OBSZARÓW, CZYLI MOCNYCH I SŁABYCH STRON ORAZ SZANS I ZAGROŻEŃ POZWALA ZOBACZYĆ, JAKIE ELEMENTY BĘDĄ DECYDOWAŁY O PRZEWADZE PODMIOTU NA RYNKU, A NAD KTÓRYMI BĘDZIE PODMIOT MUSIAŁ POPRACOWAĆ, ŻEBY NIE STANOWIŁY BARIERY ROZWOJU PLANOWANEGO PRZEDSIĘWZIĘCIA.
 - ANALIZA SWOT JEST NARZĘDZEM, KTÓRE POZWOLI W PRZEJRZYSTY SPOSÓB ZAPREZENTOWAĆ WSZYSTKIE TE OBSZARY, KTÓRE MOGĄ MIEĆ REALNY WPŁYW NA FUNKCJONOWANIE PLANOWANEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCHEJ. DOBRZE PRZYGOTOWANA ANALIZA SWOT POWINNA BYĆ:
 - OBIEKTYWNA,
 - PRZEPROWADZONA NIEZALEŻNIE DLA KAŻDEGO OBSZARU PLANOWANEJ DZIAŁALNOŚCI.
- POMOCNE WNIOSKI Z BADAŃ OBSZARU – WWW.PROJEKTY.BARYCZ.PL

Analiza SWOT – opisać bieżącą sytuację przedsiębiorstwa dokonując analizy mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń dla jego funkcjonowania

Mocne strony to przykładowo: znacząca pozycja na rynku; wystarczające zasoby; duża zdolność konkurencyjności; dobra opinia wśród klientów; zdolność do korzystania z efektu doświadczeń; przemyślane strategie funkcjonalne (marketingowa, finansowa, produkcyjna, dotycząca zasobów ludzkich oraz badawczo-rozwojowa); dysponowanie unikalną technologią; nowoczesnym i wydajnym parkiem maszynowym; nowoczesnym zapleczem budowlanym; dysponowanie przewagą kosztową; zdolnością do innowacji produktowych; doświadczoną kadrą kierowniczą itp.

Słabe strony to przykładowo: brak jasno wytyczonej strategii; słaba pozycja konkurencyjna; brak środków na rozwój; niska rentowność działalności; brak liderów wśród kadry kierowniczej; brak kluczowych umiejętności; zapóźnienie techniczne i technologiczne; zły wizerunek firmy; słaby poziom marketingu; koszt jednostkowy wyższy od głównych konkurentów; przestarzały park maszynowy, biurowy i produkcyjny, niewykorzystane moce produkcyjne, duża fluktuacja kadr itp.

Szanse to przykładowo: pojawienie się nowych grup klientów; wejście na nowe rynki; możliwość poszerzenia asortymentu; możliwość dywersyfikacji wyrobów; możliwość podjęcia produkcji wyrobów komplementarnych; integracja pozioma bądź pionowa; ograniczona rywalizacja w sektorze; szybszy wzrost rynku; korzystne zmiany podatkowe bądź prawne itp.

Zagrożenia to przykładowo: możliwość pojawienia się lub pojawienie się nowych konkurentów; wzrost sprzedaży substytutów naszych produktów; wolniejszy wzrost rynku; niekorzystne rozwiązania systemowe (prawne i polityczne); wzrost obciążeń podatkowych; podatność firmy na regresję i wahania koniunktury; wzrost siły przetargowej nabywców lub dostawców; zmiana potrzeb i gustów nabywców; niekorzystne zmiany demograficzne, niska dostępność wykwalifikowanej siły roboczej itp.

Czynniki wewnętrzne	
Silne strony	Słabe strony
<p>DOBRA LOKALIZACJA FIRMY MAŁA KONKURENCJA NA RYNKU POSIADANE ZASOBY WŁASNE (FINANSOWE, KADROWE) ZAPEWNIENIE KONKURENCYJNOŚCI OFERTY INNOWACYJNOŚĆ OFEROWANYCH PRODUKTÓW/USŁUG WYSOKA JAKOŚĆ OFEROWANYCH PRODUKTÓW/USŁUG ZAPEWNIENIE ODPOWIEDNIH NAKŁADÓW FINANSOWYCH NA PROMOCJĘ/REKLAMĘ FIRMY</p> <p>PRZYKŁAD DLA RESTAURACJI: ŚWIETNA LOKALIZACJA W CENTRUM MIASTA, NA RYNKU, WŚRÓD NAJWIĘKSZYCH ATRAKCJI I ZABYTKÓW BARDZO DOBRA KOMUNIKACJA - W POBLIŻU PRZY-</p>	<p>SŁABA LOKALIZACJA FIRMY DUŻA KONKURENCJA NA RYNKU BRAK DOŚWIADCZENIA BIZNESOWEGO BRAK WŁASNYCH ŚRODKÓW FINANSOWYCH WYSOKIE KOSZTY ZAKUPU URZĄDZEŃ, MASZYN NISKA JAKOŚĆ OFEROWANYCH PRODUKTÓW/USŁUG WYSOKIE KOSZTY BIEŻĄCE PROWADZENIA FIRMY NISKIE NAKŁADY NA PROMOCJĘ/REKLAMĘ BRAK ŚRODKÓW FINANSOWYCH NA NOWE INWESTYCJE W FIRMIE</p> <p>PRZYKŁAD DLA RESTAURACJI: KONIECZNOŚĆ WYKREOWANIA POZYTYWNEGO WIZERUNKU TRUDNOŚCI W POZYSKANIU PIERWSZYCH KLIENTÓW</p>
Czynniki zewnętrzne	
Szanse	Zagrożenia
<p>POJAWIENIE SIĘ NOWYCH GRUP ODBIORCÓW WEJŚCIE NA NOWE RYNKI MOŻLIWOŚĆ POSZERZENIE ASORTYMENTU PRODUKTÓW/USŁUG SZYBKI ROZWÓJ BRANŻY MOŻLIWOŚĆ ZASTOSOWANIA NOWSZYCH TECHNOLOGII PRODUKCJI</p> <p>PRZYKŁAD DLA RESTAURACJI: SZYBKO ROZWIJAJĄCA SIĘ TURYSTYKA NA DANYM OBSZARZE</p>	<p>POJAWIENIE SIĘ NA RYNKU FIRM OFERUJĄCYCH NOWE PRODUKTY/USŁUGI STAGNACJA GOSPODARCZA/RECESJA NA RYNKU WZROST PODATKÓW/OPŁAT ZA MEDIA SPADEK ZAINTERESOWANIA WŚRÓD KLIENTÓW PRODUKTAMI/USŁUGAMI SEZONOWOŚĆ DZIAŁALNOŚCI</p> <p>PRZYKŁAD DLA RESTAURACJI: ZNACZĄCA SEZONOWOŚĆ RUCHU TURYSTYCZNEGO</p>

Uzasadnienie operacji w kontekście dokonanej analizy SWOT	
<p>Opisać czy i w jaki sposób operacja przyczyni się do wzmocnienia <u>silnych stron</u> przedsiębiorstwa</p>	

Opisać w jaki sposób i w jakim zakresie operacja przyczyni się do wyeliminowania <u>starych stron</u> przedsiębiorstwa	
Opisać czy i w jaki sposób operacja pomoże wykorzystać zidentyfikowane w analizie <u>szanse</u> dla rozwoju i funkcjonowania przedsiębiorstwa	
Opisać czy i w jaki sposób operacja przyczyni się do zmniejszenia zidentyfikowanych <u>zagrożeń</u> dla sprawnego funkcjonowania przedsiębiorstwa	

V. Plan działań marketingowych

ANALIZA MARKETINGOWA OPERACJI POWINNA POTWIERDZAĆ MOŻLIWOŚĆ REALIZACJI PRZYJĘTYCH ZAŁOŻEŃ W OKREŚLONYCH WARUNKACH RYNKOWYCH.

MUSI OPIERAĆ SIĘ NA DIAGNOZIE SYTUACJI, OKREŚLENIU I WYBORZE ODPOWIEDNIEJ OFERTY, DOBORZE KLIENTÓW, RYNKÓW, WŁAŚCIWEJ DYSTRYBUCJI I PROMOCJI ORAZ TRAFNEJ IDENTYFIKACJI KONKURENCJI NA RYNKU.

PLANUJĄC BIZNES WARTO ZNALEŹĆ TAKIE MIEJSCE LUB BRANŻĘ, W KTÓREJ ISTNIEJE JESZCZE PEWNA NISZA, A TYM SAMYM ZAOFEROWAĆ TAKIE PRODUKTY LUB USŁUGI, NA KTÓRE BĘDZIE ZAPOTRZEBOWANIE.

DOSTRZEŻENIE TAKIEJ NISZY NA RYNKU MOŻE GWARANTOWAĆ SUKCES PRZEDSIĘWZIĘCIA.

FUNDAMENTEM BP W ZAKRESIE ANALIZY MARKETINGOWEJ JEST **DIAGNOZA SYTUACJI, OKREŚLENIE I WYBÓR RYNKÓW DOCELOWYCH ORAZ WYBÓR OGÓLNYCH STRATEGII, A TAKŻE PRZEDSTAWIENIE PROGRAMU REALIZACJI PRZYJĘTYCH CELÓW W BIZNESPLANIE.**

POMOCNE WNIOSKI Z BADAŃ OBSZARU – WWW.PROJEKTY.BARYCZ.PL

Dystrybucja i promocja
Proszę opisać w jaki sposób będzie odbywać się dystrybucja produktów i usług, za pomocą jakich działań promocyjno-reklamowych klienci będą informowani o produktach i usługach.
<p>W TABELI POWINIEN ZNALEŹĆ SIĘ M.IN. OPIS:</p> <ul style="list-style-type: none"> -W JAKI SPOSÓB BĘDZIE PROWADZONA SPRZEDAŻ I PROMOCJA PO ZREALIZOWANIU OPERACJI, -W JAKI SPOSÓB KLIENTY BĘDĄ INFORMOWANI O PRODUKTACH/ TOWARACH/USŁUGACH, -JAKIE NARZĘDZIA PROMOCJI ORAZ REKLAMY ZOSTANĄ ZASTOSOWANE W ZWIĄZKU Z ZREALIZOWANĄ INWESTYCJĄ -JAKIE KANAŁY DYSTRYBUCJI BĘDĄ STOSOWANE. <p><u>KRYTERIUM: PROMOCJA OBSZARU (PREFERUJE OPERACJE, KTÓRE ZAKŁADAJĄ PROMOCJĘ (ZGODNE Z SIW) CAŁEGO OBSZARU DOLINY BARYCZY)</u></p> <p><u>KRYTERIUM: WSPARCIE OFERTY OBSZARU (PREFERUJE OPERACJE WSPIERAJĄCE PODMIOTY AKTYWNE</u></p>

DZIAŁAJĄCE NA RZECZ OBSZARU LUB TWORZĄCE OFERTĘ OBSZARU)

OPISUJEMY METODĘ WEJŚCIA NA RYNEK I ZDOBYCIA KLIENTÓW.

ZAKRES DZIAŁAŃ ZWIĄZANYCH Z PROMOCJĄ ORAZ REKLAMĄ POWINNY BYĆ DOPASOWANE DO MOŻLIWOŚCI FINANSOWYCH ORAZ OCENY BIEŻĄCEJ SYTUACJI NA RYNKU.

ZWŁASZCZA W PIERWSZYM OKRESIE FUNKCJONOWANIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ, TEGO RODZAJU DZIAŁANIA MOGĄ ODEGRAĆ KLUCZOWĄ ROLĘ W POWODZENIU CAŁEGO PRZEDSIĘWZIĘCIA.

DZIAŁANIA MARKETINGOWE NALEŻY ZAPLANOWAĆ W OBSZARZE:

•**PRODUKTU/USŁUGI**—WSKAZYWANE SĄ DZIAŁANIA, KTÓRE WNIOSKODAWCA ZAMIERZA PODJĄĆ W CELU ZAPREZENTOWANIA OFERTY, NP. REKLAMA W PRASIE LUB INTERNECIE, ULOTKI, KATALOGI, UDZIAŁ W TARGACH LUB KIERMASZACH, WYSYŁANIE OFERTY ZA POMOCĄ POCZTY ELEKTRONICZNEJ, SPRZEDAŻ BEZPOŚREDNIA. WYBÓR INSTRUMENTU BĘDZIE ZALEŻAŁ OD INDYWIDUALNYCH POTRZEBY POTENCJALNYCH ODBIORCÓW, TAK ABY PRZEKAZ ZAWARTY W REKLAMIE BYŁ DLA NICH ATRAKCYJNY I ZROZUMIAŁY. WNIOSKODAWCA MOŻE RÓWNIEŻ ZAPREZENTOWAĆ, W JAKI SPOSÓB PO URUCHOMIENIU DZIAŁALNOŚCI BĘDZIE MONITOROWAŁ SYTUACJI NA RYNKU I PODEJMOWANIE W ODPOWIEDNIM MOMENCIE DZIAŁAŃ, KTÓRE POZWOŁĄ UTRZYMAĆ PRZY SOBIE DOTYCHCZASOWYCH ODBIORCÓW ORAZ EWENTUALNIE POZYSKAĆ NOWYCH.

•**CENY**—WSKAZANIE OPTIMALNEGO POZIOMU CENY, PRZY CZYM NALEŻY UWZGLĘDNIĆ, CZY I W JAKIEJ WYSOKOŚCI MOŻLIWE BĘDĄ RABATY LUB SPECJALNE OFERTY. ZWŁASZCZA W POCZĄTKOWYM OKRESIE, KIEDY PODMIOT BĘDZIE WALCZYŁ O ZYSKANIE STAŁYCH KLIENTÓW. TO GŁÓWNIENIE NA NICH BUDUJE SIĘ KAPITAŁ FIRMY.

WYBÓR STRATEGII MARKETINGOWYCH, KTÓRE BĘDĄ REALIZOWANE W PRZYSZŁOŚCI JEST WYNIKIEM WIELU CZYNNIKÓW: DECYZJA O WYBORZE STRATEGII OFENSYWNEJ CZY DEFENSYWNEJ, MUSI M.IN. UWZGLĘDNIAC RYNEK ORAZ RODZAJ OFEROWANEGO PRODUKTU/TOWARU/USŁUGI.

•**DOBÓR STRATEGII BĘDZIE WYNIKIEM WIELU ZMIENNYCH.** W PRAKTYCE FIRMA MOŻE WYKORZYSTYWAĆ JEDNOCZEŚNIE RÓŻNE FORMY STRATEGII STOSUJĄC ICH NAJBARDZIEJ ODPOWIEDNIĄ KOMBINACJĘ.

Rynek	
Proszę wypełnić poniższą tabelę podając, gdzie i w jaki sposób będzie prowadzona sprzedaż	
1. Kim są nabywcy produktów i usług, do kogo produkt będzie adresowany?	<p>WYBORU SEGMENTÓW (GRUP) DOCELOWYCH PRZEDSIĘBIORSTWA DOKONUJE SIĘ W PROCESIE SEGMENTACJI RYNKU POLEGAJĄCYM NA PRZEPROWADZENIU TRZECH KROKÓW:</p> <p>1.DZIELIMY RYNEK NA WZGLĘDNIE JEDNORODNE GRUPY KONSUMENTÓW, CZYLI SEGMENTY.</p> <p>2.PROFILUJEMY SEGMENTY Z UWAGI NA PODOBIENSTWO CECH, OCZEKIWAŃ, PREFERENCJI ZAKUPOWYCH, UJAWNIANIE PODOBNEGO POPYTU I INNE KRYTERIA. PODZIAŁ NP. ZE WZGLĘDU NA WIEK, PŁEĆ, MIEJSCE ZAMIESZKANIA. OPIS POTRZEB PRZYSZŁYCH KLIENTÓW, POWINIEN BYĆ PRZESTAWIONY RÓWNIEŻ PRZEZ PRYZMAT ICH MOŻLIWOŚCI FINANSOWYCH.</p> <p>3.OCENIAMY ATRAKCYJNOŚĆ TYCH SEGMENTÓW, ABY WYBRAĆ WŁAŚCIWE DLA NASZEJ FIRMY TZN. ODPOWIADAJĄCE NASZYM CELOM I ZASOBOM ITP.</p> <p>TABELA POWINNA POKAZAĆ DO JAKIEJ GRUPY ODBIORCÓW BĘDĄ ADRESOWANE NOWE PRODUKTY/TOWARY/USŁUGI.</p>
2. Jakie są oczekiwania i potrzeby nabywców odnośnie produktów i usługi?	

<p>3. Czy produkty i usługi są przeznaczone na rynek lokalny, regionalny, krajowy lub eksport?</p> <p>Proszę określić geograficzny rynek docelowy.</p>	
<p>4. Czy popyt na produkt/ usługę będzie ulegać sezonowym zmianom? Jeśli tak, jak będą minimalizowane skutki tej sezonowości?</p>	<p>W PRZYPADKU DZIAŁALNOŚCI SEZONOWEJ NP. LODZIARNIA NALEŻY WSKAZAĆ CO BĘDIEMY WYKONYWALI POZA SEZONEM (W JAKI SPOSÓB BĘDIEMY SOBIE RADZIĆ), CZY TO BĘDZIE „STAN UŚPIENIA” FIRMY, CZY TEŻ BĘDIEMY SPRZEDAWAĆ COŚ INNEGO.</p>

Materiał szkoleniowy 3/2017/PORiM

5. Proszę ocenić potencjalne ryzyko związane z wejściem na dany rynek

W TEJ CZĘŚCI PODMIOT IDENTYFIKUJE CZYNNIKI RYZYKA MOGĄCE OGRANICZAĆ DZIAŁALNOŚĆ FIRMY (BĘDĄ ONE POWIĄZANE Z ANALIZĄ SWOT).

W TEJ CZĘŚCI WERYFIKACJI PODLEGA, CZY WNIOSKODAWCA:

- WSKAZAŁ ROZWIĄZANIA BĘDĄCE ODPOWIEDZIĄ NA ZIDENTYFIKOWANE I ZDIAGNOZOWANE OGRANICZENIA ZWIĄZANE Z WYKONALNOŚCIĄ OPERACJI: ORGANIZACYJNE LUB TECHNICZNE, LUB CZASOWE, LUB FINANSOWE, LUB PRAWNE I INNE.
- WSKAZAŁ, CZY BĘDZIE MOŻLIWE ROZSZERZENIA DZIAŁALNOŚCI LUB ZMIANA JEJ PROFILU.
- CZY PRZEDSTAWIŁ ANALIZĘ SZANS I ZAGROZEŃ DLA PROPONOWANEGO PRZEDSIĘWZIĘCIA.

W TEJ CZĘŚCI MOGĄ BYĆ OPISANE CZYNNIKI, KTÓRE MOGĄ UŁATWIĆ PROWADZENIE PRZEDSIĘBIORSTWA, ZARÓWNO ZALEŻNE JAK I NIEZALEŻNE OD WNIOSKODAWCY ORAZ TE, KTÓRE MOGĄ JE UTRUDNIĆ.

JEŚLI ZOSTANĄ WSKAZANE CZYNNIKI WNIOSKODAWCA PODAŁ UZASADNIENIE –DLACZEGO MOGĄ SPRZYJAĆ, BĄDŹ STANOWIĆ NIEBEZPIECZENSTWO DLA DZIAŁALNOŚCI.

OCENIE PODLEGAJĄ INFORMACJE DOTYCZĄCE:

- MOŻLIWOŚCI WYKONYWANIA DZIAŁALNOŚCI PRZY WYKORZYSTANIU POSIADANYCH I PLANOWANYCH DO NABYCIA ZASOBÓW. PODMIOT UBIEGAJĄCY SIĘ O PRYZNANIE POMOCY POWINIEN ZAPREZENTOWAĆ POSIADANE I PRZYSZŁE ZAPLECZĘ (W TYM NIERUCHOMOŚCI) ORAZ, CZY JEST ONO WYSTARCZAJĄCE I NIEZBĘDNE DO REALIZACJI OPERACJI ORAZ WYKONYWANIA DZIAŁALNOŚCI. POWINNY ZOSTAĆ WSKAZANE BRAKI W ZASOBACH ORAZ SPOSÓB ICH UZUPEŁNIENIA. W OPISIE POWINNY ZNALEŻĆ SIĘ INFORMACJE DOTYCZĄCE WYKORZYSTANIA:

- POSIADANYCH ZASOBÓW MATERIALNYCH I NIEMATERIALNYCH,
- ZAKRES RZECZOWY OPERACJI (KWALIFIKOWALNY, NIEKWALIFIKOWANY),
- PRZYSZŁE ZASOBY NIEFINANSOWE/NIERZECZOWE, NP. LUDZKIE.
- ZAKRESU RZECZOWEGO OPERACJI I JEGO WPŁYWU NA WYKONYWANIE DZIAŁALNOŚCI.

CZYNNIKI RYZYKA OGRANICZAJĄCE DZIAŁALNOŚĆ:

- Organizacyjne
- Techniczne
- Czasowe
- Finansowe
- Prawne
- Inne

VI. Uproszczona analiza finansowa operacji*

Bilans

Bilans ma obejmować ostatni pełny rok (n) oraz perspektywę na kolejne 3 lata, bądź odpowiednio dłużej tak aby objąć pełen rok bilansowy po zakończeniu operacji. W tym ostatnim przypadku należy dodać odpowiednią liczbę kolumn

WYSZCZEGÓLNIENIEr. (n)r. (n+1)r. (n+2)r. (n+3)
I. Majątek trwały				
1. Grunty własne				
2. Budynki i budowle				
3. Maszyny i urządzenia				
4. Środki transportu				
5. Inne składniki				
II. Majątek obrotowy				
1. Zapasy				
- materiały				
- produkty gotowe				
- produkcja niezakończona				
- inne				
2. Należności				
3. Środki pieniężne:				
- w kasie				
- na rachunku bankowym				
4. Rozliczenia międzyokresowe czynne				
RAZEM AKTYWA (I+II)				
I. Kapitał stały				
1. Kapitał własny				
w tym wynik finansowy				
2. Rezerwy				
3. Kredyty i pożyczki długoterminowe				
II. Zobowiązania krótkoterminowe				
1. Kredyty i pożyczki krótkoterminowe				

2. Zobowiązania z tyt. dostaw usług NP.: Koszty prowadzenia działalności gospodarczej/mc MEDIA Prąd Woda Ścieki Gaz Telefon Paliwo Reklama- dodruk ulotek Podatek od nieruchomości ZATRUDNIENIE Składka ZUS Osoba/zlecenie/4 godziny dziennie Księgowość		Morski i Rybacki		
3. Inne zobowiązania				
4. Rozliczenia międzyokresowe bierne				
RAZEM PASYWA (I+II)				

* Wnioskodawca zobowiązany do prowadzenia pełnej rachunkowości, dane finansowe za okres przeszły wypełnia na podstawie sporządzonych sprawozdań finansowych. Natomiast pozostali wnioskodawcy wypełniają dane finansowe oparciu o najlepszą własną wiedzę na temat prognozowanych przychodów i kosztów. Dokumenty na podstawie, których dokonano wyliczeń finansowych wnioskodawca dostarcza w kopiach, które powinny być poświadczone za zgodność z oryginałem przez pracownika LGD lub pracownika urzędu marszałkowskiego albo jednostki samorządowej, lub podmiot, który wydał dokument, lub kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez notariusza lub przez występującego w sprawie pełnomocnika będącego radcą prawnym lub adwokatem.

CZYLI WAŻNE SZCZEGÓŁOWE ZAŁOŻENIA.....

WARTO PRZYGOTOWAĆ SZCZEGÓLOWE ZESTAWIENIA KOSZTÓW I PRZYCHODÓW -> ZYSK INNA-CZEJ WYGLĄDA, GDY REALIZUJEMY INWESTYCJĘ I GDY JUŻ JĄ ZAKOŃCZYMY

Rachunek zysków i strat

Rachunek zysków i strat ma obejmować ostatni pełny rok (n) oraz perspektywę na kolejne 3 lata, bądź odpowiednio dłużej tak aby objąć pełen rok bilansowy po zakończeniu operacji. W tym ostatnim przypadku należy dokleić odpowiednią liczbę kolumn

RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT INFORMUJE JAKA JEST EFEKTYWNOŚĆ POSZCZEGÓLNYCH RODZAJÓW DZIAŁALNOŚCI ORAZ JAKI JEST OGÓLNY WYNIK FINANSOWY PRZEDSIĘBIORSTWA.

RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT POMAGA OSZACOWAĆ PRZYCHODY ORAZ KOSZTY PODEJMOWANIA LUB ROZWIJANIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ. WIDZĄC POSZCZEGÓLNE POZYCJE KOSZTÓW GENEROWANYCH PRZEZ FIRME, MOŻNA UWZGLĘDNIĆ EWENTUALNE KOREKTY W BIEŻĄCYCH WYDATKACH, KTÓRE ZABEZPIECZĄ PRZED UTRATĄ PŁYNNOŚCI FINANSOWEJ NP. POPRZEC OGRANICZANIE KOSZTÓW OPŁAT ZA MEDIA, CZY TEŻ REKLAMY FIRMY

Wyszczególnienier. (n)r. (n+1)r. (n+2)r. (n+3)
A. Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi				
I. Przychody ze sprzedaży produktów				
II. Zmiana stanu produktów				
III. Koszt wytworzenia produktów na własne potrzeby				
IV. Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów				
B. Koszty działalności operacyjnej				
I. Amortyzacja				
II. Zużycie materiałów i energii				
III. Usługi obce				
IV. Podatki i opłaty				
V. Wynagrodzenia				
VI. Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia				
VII. Pozostałe koszty				
VIII. Wartość sprzedanych towarów i materiałów				
C. Zysk (dochód) ze sprzedaży (A-B)				
D. Pozostałe przychody operacyjne				
E. Pozostałe koszty operacyjne				
F. Zysk (dochód) z działalności operacyjnej (C+D-E)				

Analiza wskaźnikowa:

Wskaźniki dotyczą wyników za ostatni pełny rok (n) działalności oraz perspektywę na kolejne 3 lata, bądź odpowiednio dłużej tak aby objąć pełen rok bilansowy po zakończeniu operacji. W tym ostatnim przypadku należy dodać odpowiednią liczbę kolumn

L.p.	Typ wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Wzór do obliczeńr. (n)r. (n+1)r. (n+2)r. (n+3)
1.	Dochodowość	Zysk (dochód) operacyjny					
2.	Oplacalność prowadzonej działalności	Rentowność na działalności operacyjnej	Zysk operacyjny/(przychody ze sprzedaży produktów i usług+inne przychody operacyjne)				
3.	Wskaźniki płynności finansowej	Wskaźnik płynności szybkiej (QR)	(aktywa obrotowe-zapasy-rozliczenia międzyokresowe czynne)/(zobowiązania krótkoterminowe*				
4.		Wskaźnik pokrycia zobowiązań nadwyżką finansową	(zysk netto**+amortyzacja)/zobowiązania ogółem				
5.	Wskaźniki wypłacalności	Wskaźnik zadłużenia ogólnego	Zobowiązania ogółem/aktywa ogółem				
6.		Wskaźnik zadłużenia długookresowego	Zobowiązania długoterminowe/ (kapitał własny+rezerwy)				
7.		Wskaźnik tzw. złotej zasady bilansowej	Kapitał stały/aktywa trwałe				

(n) - ostatni pełny rok. Wypełniając należy pod n; (n+1);... (n+3) podstawić konkretne lata np. 2015; 2016... 2018 itd.

* Ogół zobowiązań z tytułu dostaw i usług, kredyty i pożyczki krótkoterminowe a także całość lub ta część pozostałych zobowiązań, które stają się wymagalne w ciągu 12 miesięcy od dnia bilansowego.

** zysk netto = pozycja „w tym wynik finansowy” w bilansie

Podsumowanie

Proszę poniżej przedstawić wnioski wynikające z przedstawionych powyżej analiz, oraz ewentualnie dodatkową rekomendację operacji w zakresie nie ujętym we wcześniejszych tabelach.

Materiał szkoleniowy 3/2017/PORiM

PODPIS WNIOSKODAWCY