|  |
| --- |
| 1. **OPIS PLANOWANEGO PRZEDSIĘWZIĘCIA.** |
| 1. **PRZEDMIOT PRZEDSIĘWZIĘCIA –CHARAKTERYSTYKA, PRZEDMIOT I ZAKRES** |
|  |
| 1. **POWÓD REALIZACJI PRZEDSIĘWZIĘCIA – UZASADNIENIE/MOTYWACJA DO**   **PODJĘCIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ** |
|  |
| 1. **CEL PLANOWANEGO PRZEDSIĘWZIĘCIA** |
|  |
| 1. **OCZEKIWANE EFEKTY / REZULTATY** |
|  |
| 1. **LOKALIZACJA PRZEDSIĘWZIĘCIA** |
|  |
| 1. **PLANOWANA FORMA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ** |
|  |
| 1. **PRZEDMIOT I ZAKRES PLANOWANEJ DZIAŁALNOŚCI (WG PKD)** |
|  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **PLAN SPRZEDAŻY I MARKETINGU** | | | | | | | | | |
| 1. **OPIS PRODUKTU/USŁUGI** | | | | | | | | | |
| 1. Opisz produkt/usługę, która będzie stanowiła przedmiot działalności | | | | |  | | | | |
| 1. Czy dany produkt/usługa jest już na rynku? Podaj przykłady. | | | | |  | | | | |
| 1. Wskaż unikalne cechy produktu/usługi oraz szczególne plusy czy zalety. | | | | |  | | | | |
| 1. Jeżeli jest to zupełnie nowy/a produkt/usługa na rynku wskaż problemy jakie rozwiązuje, potrzeby które zaspokaja? | | | | |  | | | | |
| 1. Jeżeli jest to zupełnie nowy/a produkt/usługa na rynku wskaż cechy różniące go/ją od innych istniejących podobnych produktów/usług. | | | | |  | | | | |
| 1. Czy produkt / usługa jest innowacyjny/a? Jeżeli tak, opisz na czym polega innowacja. | | | | |  | | | | |
| 1. **ANALIZA RYNKU** | | | | | | | | | |
| 1. Zidentyfikuj klientów docelowych. | | | | |  | | | | |
| 1. Czy dokonano analizy potrzeb i oczekiwań klientów? Jeśli tak, w jaki sposób? | | | | |  | | | | |
| 1. Czy produkty i usługi są przeznaczone na rynek lokalny, regionalny, krajowy czy eksport? | | | | |  | | | | |
| 1. Czy popyt na produkt/usługę będzie podlegał sezonowym zmianom? W przypadku odpowiedzi twierdzącej wskaż jak będą one minimalizowane? | | | | |  | | | | |
| 1. Oceń potencjalne ryzyko związane z wejściem na rynek. | | | | |  | | | | |
| 1. W podsumowaniu wypełnij poniższe zestawienie. | | | | | | | | | |
| Grupy klientów | Opis charakterystyk, które je wyróżniają | | | Wyrażane przez nich potrzeby i oczekiwania | | Liczebność grupy w odniesieniu do obszaru geograficznego | | | Liczba klientów danej grupy, którą zamierzasz zdobyć? |
|  |  | | |  | |  | | |  |
|  |  | | |  | |  | | |  |
|  |  | | |  | |  | | |  |
| Podaj powód dla którego wybrałeś powyższe grupy klientów: | | | | | | | | | |
| 1. **KONKURENCJA** | | | | | | | | | |
| 1. Wymień głównych konkurentów | | | | |  | | | | |
| 1. Porównaj swoje produkty/usługi do produktów/usług oferowanych przez konkurentów (cechy, cenę, jakość, promocję, dystrybucję, zasięg) | | | | |  | | | | |
| 1. Charakterystyka konkurencji: | | | | |  | | | | |
| 1. Wskaż silne i słabe strony konkurencyjnej oferty. | | | | |  | | | | |
| 1. W podsumowaniu wypełnij poniższą tabelę: | | | | | | | | | |
| Konkurenci | | | Charakterystyka i silne strony konkurencyjnej oferty | | | | Powód dla którego uznawani są za silną lub słabą konkurencję | | |
|  | | |  | | | |  | | |
|  | | |  | | | |  | | |
| 1. **SPRZEDAŻ** | | | | | | | | | |
| 1. W jaki sposób będzie odbywała się sprzedaż? (określ i uzasadnij wybór planowanych kanałów sprzedaży) | | | | |  | | | | |
| 1. Formy sprzedaży (sprzedaż gotówkowa/z odroczonym terminem płatności/rabaty) | | | | |  | | | | |
| 1. Opisz politykę ściągania należności | | | | |  | | | | |
| 1. **PROMOCJA** | | | | | | | | | |
| 1. Sposób pozyskania i dotarcia do klientów | | | | |  | | | | |
| 1. Uzasadnij i opisz formy stosowanej promocji (radio, broszury, pokazy, internet itp.) | | | | |  | | | | |
| 1. **CENA** | | | | | | | | | |
| 1. Przedstaw w formie tabelarycznej kalkulację ceny sprzedaży dla każdego produktu lub usługi. | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |
| 1. Przedstaw metodologię i uzasadnienie dla określonych cen poszczególnych produktów/usług. | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |
| 1. Przedstaw jak twoja cena wypada na tle konkurencji wypełniając poniższą tabelę. | | | | | | | | | |
| Produkt/usługa | | Jednostka miary | | | Cena jednostkowa sprzedaży netto | | | Średnia cena jednostkowa sprzedaży netto konkurencji | |
|  | |  | | |  | | |  | |
|  | |  | | |  | | |  | |
|  | |  | | |  | | |  | |
| 1. **PROGNOZA SPRZEDAŻY** | | | | | | | | | |
| Przedstaw w formie tabelarycznej szacowaną wielkość sprzedaży. Należy podać przewidywaną wielkość sprzedaży (w sztukach, jednostkach, itp.) produktów/usług w kolejnych okresach przy uwzględnieniu cen z pkt II.6.1). | | | | | | | | | |
| Produkt/usługa | Jednostka miary | | | Cena jednostkowa netto (a) | | Cena jednostkowa netto | | | |
| Sprzedana ilość (b) | | | Przychód  (a x b) |
|  |  | | |  | |  | | |  |
|  |  | | |  | |  | | |  |
| Ogółem | | | | | |  | | |  |
| 1. **PROCES PRODUKCJI/DOSTARCZANIA** | | | | | | | | | |
| Opisz proces produkcji/dostarczania oferowanych produktów/usług. Wskaż, które elementy procesu wpływają w największym stopniu na jakość produktów/usług. | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **PLAN INWESTYCYJNY** | | | | | | | | | |
| 1. **OPIS AKTUALNIE POSIADANYCH ZASOBÓW** | | | | | | | | | |
| Rodzaj zasobu  (pomieszczenia,  maszyny,  urządzenia) | | | Opis (w tym wskazanie parametrów  technicznych lub jakościowych) | | | | Koszt / wartość (PLN) | | |
|  | | |  | | | |  | | |
|  | | |  | | | |  | | |
|  | | |  | | | |  | | |
| 1. **OPIS PLANOWANEJ INWESTYCJI** | | | | | | | | | |
| Przedmiot zakupu | | Opis (w tym  wskazanie  parametrów  technicznych lub  jakościowych) | | | Źródło pokrycia zakupu  (dotacja, wkład własny,  inne, jakie?) | | | Koszt (PLN) | |
|  | |  | | |  | | |  | |
|  | |  | | |  | | |  | |
| 1. **ZAKRES INWESTYCJI** | | | | | | | | | |
| Przedmiot zakupu | liczba  (jedn. miary) | | | Termin zakupu | | Cena  jednostkowa | | | Wartość (liczba x cena  jednostkowa) |
|  |  | | |  | |  | | |  |
|  |  | | |  | |  | | |  |
|  |  | | |  | |  | | |  |
| Razem koszty rozpoczęcia działalności | | | | | | | | |  |
| 1. **DOSTAWCY** | | | | | | | | | |
| Wymień głównych dostawców | | | | |  | | | | |
| 1. **ZASOBY LUDZKIE** | | | | | | | | | |
| 1. Określ planowaną do zatrudnienia liczbę pracowników, opisz stanowiska pracy oraz niezbędne kwalifikacje | | | | |  | | | | |
| 1. Opisz sposób rekrutacji | | | | |  | | | | |
| 1. **WYMOGI FORMALNO-PRAWNE** | | | | | | | | | |
| Czy planowane przedsięwzięcie wymaga spełnienia wymogów formalnych i prawnych, np.  ze względu na ochronę środowiska czy konieczność uzyskania zezwoleń lub koncesji?  Jeśli tak wymień je, opisz oraz określ czy są spełnione lub kiedy będą spełnione: | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **ANALIZA SWOT** | | | | | | |
| Mocne strony to przykładowo: znacząca pozycja wyjściowa na rynku; wystarczające zasoby; duża zdolność konkurowania; zdolność do korzystania z efektu doświadczeń; dysponowanie unikalną technologią; nowoczesnym i wydajnym parkiem maszynowym; nowoczesnym zapleczem budowlanym; dysponowanie przewagą kosztową; zdolnością do innowacji produktowych; doświadczoną kadrą kierowniczą itp.  Aby przeanalizować mocne strony swojego pomysłu, zacznij od zadania sobie następujących pytań: W czym jesteśmy dobrzy? Czym wyróżnia się nasza firma / nasz produkt/usługa? Jakie aspekty naszej działalności docenią docelowi odbiorcy?  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; koszt jednostkowy wyższy od głównych konkurentów; niewykorzystane moce produkcyjne. Podczas badania słabych stron możesz zadać sobie następujące pytania: Co może wpłynąć na słabe wyniki przedsięwzięcia i dlaczego? Co możemy poprawić? Jakie zasoby mogą zwiększyć naszą wydajność?  Szanse to przykładowo: pojawienie się nowych grup klientów; wejście na nowe rynki;  możliwość poszerzenia asortymentu; możliwość dywersyfikacji wyrobów; możliwość podjęcia produkcji wyrobów komplementarnych; ograniczona rywalizacja w sektorze; szybszy wzrost rynku; korzystne zmiany podatkowe bądź prawne itp. Istnieje kilka sposobów zidentyfikowania szans, dlatego warto zadać sobie następujące pytania: Jakie zasoby możemy wykorzystać, aby pracować nad słabymi stronami? Czy nasze produkty / usługi mogą wypełnić luki rynkowe? Jakie są nasze cele na ten rok?  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. Oto kilka pytań, które należy sobie zadać, aby zidentyfikować zagrożenia zewnętrzne: Jakie zmiany w branży budzą niepokój? Jakie trendy rynkowe widać na horyzoncie? W jakich obszarach konkurencja osiąga lepsze wyniki? | | | | | | |
| Czynniki wewnętrzne | | | | | | |
| Mocne strony | | | Słabe strony | | | |
|  | | |  | | | |
| Czynniki zewnętrzne | | | | | | |
| Szanse | | | Zagrożenia | | | |
|  | | |  | | | |
|  | | | | | | |
| 1. **PLAN EKONOMICZNO – FINANSOWY** | | | | | | |
| 1. **KALKULACJA KOSZTÓW PODJĘCIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ** | | | | | | |
| Wyszczególnienie | Ilość | | Cena | | Wartość | |
| Opłaty urzędowe związane z rozpoczęciem działalności |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |
| Nakłady związane z lokalem |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |
| Nakłady związane z zakupem maszyn i urządzeń |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |
| Nakłady związane z zakupem surowców, towarów i materiałów |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |
| Inne koszty |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |
| Ogółem koszty rozpoczęcia działalności gospodarczej | | | | |  | |
| Uzasadnij poszczególne koszty: | | | | | | |
| 1. **ŹRÓDŁA POKRYCIA WYDATKÓW** | | | | | | |
| Źródło pozyskania środków | | | Wartość pozyskanych środków | | | |
| Dotacja | | |  | | | |
| Pożyczka / kredyt jeśli występuje | | |  | | | |
| Finansowanie ze strony osób trzecich np. (anioły biznesu, crowdfunding, rodzina) | | |  | | | |
| Inne | | |  | | | |
| Opisz każde źródło pozyskania środków: | | | | | | |
|  | | | | | | |
| 1. **UPROSZCZONY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT** | | | | | | |
| **Pozycja** | | Rok w którym została założona działalność gospodarcza (n) | | Rok n + 1 | | Rok n + 2 |
| 1. PRZYCHODY | |  | |  | |  |
| 1. Przychody ze sprzedaży | |  | |  | |  |
| 1. Inne przychody | |  | |  | |  |
| 1. **RAZEM PRZYCHODY (suma 1-2)** | |  | |  | |  |
|  | |  | |  | |  |
| 1. KOSZTY | |  | |  | |  |
| 1. Zakupy towarów do sprzedaży (handlu) | |  | |  | |  |
| 1. Zakupy surowców/materiałów, części zamiennych | |  | |  | |  |
| 1. Wynagrodzenia pracowników | |  | |  | |  |
| 1. Narzuty na wynagrodzenia pracowników | |  | |  | |  |
| 1. Koszt najmu lokalu lub podatek od nieruchomości | |  | |  | |  |
| 1. Koszty transportu | |  | |  | |  |
| 1. Media: energia, co, gaz, woda, poczta, internet, telefon | |  | |  | |  |
| 1. Usługi zewnętrzne (np: obsługa prawna, księgowość, ochrona) | |  | |  | |  |
| 1. Koszty reklamy | |  | |  | |  |
| 1. Ubezpieczenie | |  | |  | |  |
| 1. Opłaty skarbowe, administracyjne, licencje, koncesje | |  | |  | |  |
| 1. ZUS (ubezpieczenie zdrowotne + społeczne + ewentualnie FP) | |  | |  | |  |
| 1. Pozostałe koszty (wymienić w uzasadnieniu jakie) | |  | |  | |  |
| 1. **RAZEM KOSZTY (suma 1-14)** | |  | |  | |  |
|  | |  | |  | |  |
| 1. **ZYSK BRUTTO** | |  | |  | |  |
| Podatek dochodowy | |  | |  | |  |
| 1. **ZYSK NETTO** | |  | |  | |  |
|  | |  | |  | |  |
| Wskaż wybraną formę opodatkowania i uzasadnij wybór: | | | | | | |