W-1_19.2_I

Załącznik nr B.VII.B.4

Znak sprawy

……..

BIZNESPLAN

W zakresie podejmowania działalności gospodarczej w ramach poddziałania 19.2 „Wsparcie na wdrażanie operacji w ramach strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność" objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020

TYTUŁ OPERACJI

Komentarz [IS1]: Tytuł operacji powinien odnosić się do zakresu rzeczowego operacji

1. Niedozwolona jest jakakolwiek ingerencja w formę Biznesplanu poprzez usuwanie punktów oraz tabel lub stron etc.
2. Należy wypełnić wszystkie pola w Biznesplanie. Jeśli jakieś pytanie/polecenie go nie dotyczy, należy wpisać „nie dotyczy".
3. Uzasadnienie ekonomiczne operacji opiera się na wskaźnikach. Uznanie wskaźników wynikowych może nastąpić jedynie w przypadku pozytywnej oceny Biznesplanu w zakresie jego poprawności formalnej, spójności, wiarygodności, celowości i zasadności inwestycji w danej branży, a także realności przyjętych założeń w zakresie wielkości i struktury przychodów i kosztów.
4. Operacja jest uzasadniona ekonomicznie, jeżeli wskaźniki rentowności oraz NPV maja wartość dodatnią.
5. Uwzględnianie w Biznesplanie nierealnych założeń, może skutkować negatywnymi konsekwencjami. Beneficjent zobowiązuje się do osiągnięcia w wyniku realizacji operacji, określonego w umowie ilościowego i wartościowego poziomu sprzedaży produktów.
6. Dane dotyczące płatności końcowej powinny być odzwierciedlone w bilansie oraz rachunku zysków i strat.

SPIS TREŚCI

Spis treści

I. Informacje dotyczące podmiotu ubiegającego się o przyznanie pomocy ... 3

II. Informacje dotyczące zasobów lub kwalifikacji posiadanych przez podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy niezbędnych ze względu na przedmiot operacji, którą zamierza realizować ... 3

2.1. Potencjał, wykształcenie i doświadczenie podmiotu ubiegającego się o przyznanie pomocy *(dot. operacji w zakresie rozwijania działalności gospodarczej)* ... 3

2.2. Posiadane zasoby, które będą wykorzystane do prowadzonej działalność gospodarczej ... 4

2.3. Stan przygotowań do podjęcia/rozwijania działalności gospodarczej i jej wykonywania ... 5

III. Wskazanie celów pośrednich i końcowych, w tym zakładanego ilościowego i wartościowego poziomu sprzedaży produktów lub usług ... 6

3.1. Cele pośrednie i końcowe operacji oraz motywy realizacji operacji ... 6

3.2. Zakładany ilościowy i wartościowy poziom sprzedaży produktów / usług / towarów ... 6

IV. Opis wyjściowej sytuacji ekonomicznej podmiotu ubiegającego się o przyznanie pomocy ... 7

4.1. Opis planowanej operacji – ogólne informacje o planowanej działalności gospodarczej ... 7

4.2. Analiza marketingowa ... 9

4.2.1. Oferta – charakterystyka produktu / usługi / towaru ... 9

4.2.2. Klienci ... 10

4.2.3. Rynek ... 11

4.2.4. Dystrybucja i promocja ... 13

4.2.5. Konkurencja na rynku ... 14

V. Analiza silnych i słabych stron działalności, jej zagrożeń i możliwości (SWOT) ... 15

5.1. Analiza SWOT ... 15

5.2. Analiza ryzyk związanych z działalnością i rozwiązań alternatywnych ... 16

VI. Planowany zakres działań niezbędnych do osiągnięcia celów pośrednich i końcowych ... 17

6.1. Etapy realizacji operacji ... 17

6.2. Źródła finansowania operacji ... 17

VII. Zakres rzeczowo-finansowy operacji ... 18

7.1. Zestawienie przewidywanych wydatków niezbędnych do realizacji operacji. ... 18

VIII. Wskazanie planowanych do utworzenia miejsc pracy. ... 19

IX. Projekcja finansowa dla operacji ... 20

9.1. Prognoza poziomu cen i wielkości sprzedaży ... 20

9.2. Rachunek zysków i strat ... 21

9.3. Zaktualizowana wartość netto ... 22

9.4. Wskaźnik rentowności sprzedaży ... 22

I. Informacje dotyczące podmiotu ubiegającego się o przyznanie pomocy

1. Nazwisko i imię/ Nazwa	
2. Nr identyfikacyjny	

II. Informacje dotyczące zasobów lub kwalifikacji posiadanych przez podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy niezbędnych ze względu na przedmiot operacji, którą zamierza realizować

2.1. Potencjał, wykształcenie i doświadczenie podmiotu ubiegającego się o przyznanie pomocy *(dot. operacji w zakresie rozwijania działalności gospodarczej)*

1. Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy posiada doświadczenie w realizacji projektów o charakterze podobnym do operacji, którą zamierza realizować	
2. Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy posiada kwalifikacje odpowiednie do przedmiotu operacji, którą zamierza realizować (dotyczy osób fizycznych)	
3. Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy wykonuje działalność odpowiednią do przedmiotu operacji, którą zamierza realizować	

Komentarz [IS2]: Numer producenta nadany przez ARiMR. Jeśli się go nie posiada należy wystąpić z wnioskiem do oddziału powiatowego ARiMR. Zaleca się aby kopie wniosku o nadanie nr producenta zachować dla siebie!

Komentarz [IS3]: Nie dotyczy

2.2. Posiadane zasoby, które będą wykorzystane do prowadzonej działalność gospodarczej

Należy wyszczególnić majątek, który jest własnością podmiotu ubiegającego się o przyznanie pomocy lub będzie używany na podstawie np. umów najmu, dzierżawy i leasingu (z wyłączeniem tego, który zostanie nabyty w ramach operacji)				
Rodzaj majątku	Rodzaj (typ) lub Lokalizacja	Powierzchnia / kubatura /rok produkcji / stan techniczny	Tytuł prawny	Szacowana wartość lub wartość księgowa
1. Grunty				
2. Budynki i budowle				
3. Maszyny i urządzenia				
4. Środki transportu				
5. Wartości niematerialne i prawne				

Komentarz [IS4]: zasoby, które będą wykorzystane do prowadzonej działalności gospodarczej (wyłącznie odniesieniu do działalności, której dotyczy operacja)

2.3. Stan przygotowań do podjęcia/rozwijania działalności gospodarczej i jej wykonywania

Należy opisać stan przygotowań do podjęcia/rozwijania działalności gospodarczej i jej wykonywania. Należy opisać wyposażenie i infrastrukturę pomieszczeń (wykazaną w pkt. 2.2), jeśli podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy dysponuje już odpowiednim lokalem na potrzeby prowadzenia działalności. Jeśli prowadzenie działalności wiąże się ze spełnieniem konkretnych wymagań dotyczących miejsca jej prowadzenia, należy podać sposób spełnienia wymagań. Należy opisać podjęte działania w celu realizacji operacji np. promocja, pozyskanie klientów, zaangażowanie środków, badanie rynku.
Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy opisuje aktualną sytuację, w jakiej się znajduje, stan przygotowań do podjęcia / rozwijania działalności gospodarczej i jej wykonywania, już podjęte działania związane z projektem (np. przeprowadzone badania rynku, wstępne umowy z odbiorcami lub dostawcami itp.). W tym punkcie powinien się znaleźć opis możliwości wykorzystania posiadanych zasobów / zaplecza. Jeśli w pkt. 2.2 wykazano np. wyposażenie lub infrastrukturę pomieszczeń (podmiot dysponuje już odpowiednim lokalem na potrzeby prowadzenia działalności), a prowadzenie działalności wiąże się ze spełnieniem konkretnych wymagań dotyczących miejsca jej prowadzenia - podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy powinien podać sposób spełnienia tych wymagań.

III. Wskazanie celów pośrednich i końcowych, w tym zakładanego ilościowego i wartościowego poziomu sprzedaży produktów lub usług

3.1. Cele pośrednie i końcowe operacji oraz motywy realizacji operacji

Należy wskazać, jakie cele pośrednie i końcowe podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy planuje osiągnąć dzięki realizacji operacji (jakie są motywy założenia / rozwijania firmy / potrzeby finansowe). Należy podkreślić, iż za cel pośredni lub końcowy realizacji operacji nie można uznać np. zakupu maszyn. Zakres rzeczowy operacji nie stanowi celu samego w sobie, lecz jest środkiem, za pomocą którego właściwy cel pośredni i końcowy operacji może zostać osiągnięty. Jeżeli cele pośrednie i końcowe realizacji operacji zostaną określone za pomocą wskaźników, należy przedstawić przesłanki, z których one wynikają. Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy powinien uzasadnić, z jakich powodów planuje zrealizować niniejszą operację. Czy decyzja o jej realizacji jest wynikiem przeprowadzenia analizy różnych scenariuszy.
Należy wskazać, jakie cele pośrednie i końcowe podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy planuje osiągnąć dzięki realizacji operacji (jakie są motywy założenia / rozwijania firmy / potrzeby finansowe). Należy podkreślić, iż za cel pośredni lub końcowy realizacji operacji nie można uznać np. zakupu maszyn. Zakres rzeczowy operacji nie stanowi celu samego w sobie, lecz jest środkiem, za pomocą, którego właściwy cel pośredni i końcowy operacji może zostać osiągnięty. W tym miejscu powinnyśmy znaleźć odpowiedź na pytania: □ co tak naprawdę motywuje mnie do tego, żeby stworzyć dane przedsięwzięcie, □ dlaczego akurat w wybranym obszarze widzę szanse na osiągnięcie sukcesu i perspektywy rozwojowe dla swojego przedsięwzięcia.

3.2. Zakładany ilościowy i wartościowy poziom sprzedaży produktów / usług / towarów

Przewidywana data dokonania płatności ostatecznej:

		-					
m	m		r	r	r	r	

Produkty / usługi / towary	Planowany ilościowy i wartościowy poziom sprzedaży produktów lub usług do dnia, w którym upłynie rok od planowanego dnia wypłaty płatności końcowej	
	Ilość / liczba	Wartość netto/brutto (w zł)
RAZEM:		

Komentarz [IS5]: Tabela 3.2 będzie punktem odniesienia przy weryfikacji, czy został osiągnięty 30% (ilościowy lub wartościowy) poziom sprzedaży objęty zobowiązaniem umowy o przyznaniu pomocy.

Komentarz [IS6]: B.III.10 wniosku

Komentarz [IS7]: dane w Tabeli 3.2 dotyczą pełnego roku od przewidywanej daty dokonania przez ARiMR płatności końcowej.
Tabela 3.2 będzie punktem odniesienia przy weryfikacji, czy został osiągnięty 30% (ilościowy lub wartościowy) poziom sprzedaży objęty zobowiązaniem umowy o przyznaniu pomocy.

IV. Opis wyjściowej sytuacji ekonomicznej podmiotu ubiegającego się o przyznanie pomocy

4.1. Opis planowanej operacji – ogólne informacje o planowanej działalności gospodarczej

1. Przewidywana nazwa / nazwa działalności gospodarczej			
2. Planowana data / data rozpoczęcia działalności gospodarczej	3. Będę płatnikiem podatku VAT / jestem płatnikiem VAT	4. Przedmiot i zakres planowanej / działalności gospodarczej (wg PKD)	5. Rodzaj planowanej działalności gospodarczej *(należy podać tylko jeden, przeważający typ działalności gospodarczej w ramach operacji)*
	TAK ☐ NIE ☐	Podstawowa (podejmowana / rozwijana) Dodatkowa (podejmowana / rozwijana)	Produkcyjna ☐ Usługowa ☐ Handlowa ☐

Komentarz [IS8]: Ma to znaczenie przy definiowaniu kosztów

6. Opis dotychczasowej działalności gospodarczej (dot. operacji w zakresie rozwijania działalności gospodarczej)
Należy podać krótki opis firmy i jej działalności – historię firmy, czym się zajmuje, na jakim rynku i na jaką skalę działa, jak zyskuje przewagę konkurencyjną dotychczasowej działalności gospodarczej. Należy wskazać czy podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy korzystał z pomocy publicznej. Jeśli tak, to kiedy i w jakim zakresie.

Opis dotychczasowej działalności gospodarczej **(dot. operacji w zakresie rozwijania działalności gospodarczej).**
W tej części dokumentu powinny znaleźć się następujące informacje:

- **historia firmy** - data i forma założenia firmy oraz najważniejsze wydarzenia związane z jej funkcjonowaniem,
- **najbardziej znaczące osiągnięcia firmy** (z uwzględnieniem wyrobów, ich rozwoju, sukcesów rynkowych),
- **dane o poprzednich i aktualnych udziałowcach,**
- **informacje o kontrahentach,**
- **obecny stan prawny, finansowy i organizacyjny firmy,**
- **opis branży i produktu lub usługi (konkurencyjność oferty),**
- **plany rozwoju.**

Powyższe informacje należy odnieść do aktualnego etapu rozwoju firmy oraz jej teraźniejszej kondycji rynkowej i finansowej.
Istotne jest również ujęcie w tym punkcie **wpływu projektu na prowadzoną działalność**, tj. czy w wyniku realizacji projektu zmieni się przedmiot działalności, czy przedsiębiorca zamierza **wycofać się z prowadzonej do tej pory działalności, czy też rozszerzyć ją, jakie są przewidywane zmiany organizacyjne** w przypadku przyznania pomocy.
Dodatkowo, należy wskazać czy podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy korzystał z pomocy publicznej. Jeśli tak, to kiedy i w jakim zakresie.

7. Innowacyjność operacji

Należy opisać, na czym polega nowatorstwo / innowacyjność pomysłu na działalność gospodarczą.

TAK ☐ ND ☐

W przypadku zaznaczenia odpowiedzi TAK, należy wymienić ten **zakres rzeczowy operacji lub planowane do wdrożenia rozwiązania**, które stanowią o innowacyjności operacji i budują przewagę konkurencyjną.
Można wskazać jakie **dokumenty lub materiały poświadczają**, że zastosowane rozwiązania są innowacyjne (np. źródła pisemne, literatura, raporty, analizy lub odnośniki do stron www itp.).

8. Wpływ operacji na ochronę środowiska

Należy wymienić ten zakres rzeczowy operacji lub planowane do wdrożenia rozwiązania, które będą w pozytywny sposób wpływać na środowisko.

TAK ☐ ND ☐

W przypadku zaznaczenia odpowiedzi TAK, należy wymienić ten **zakres rzeczowy operacji lub planowane do wdrożenia rozwiązania**, które mają wpływ na ochronę środowiska i w jakim zakresie.
Można wskazać jakie **dokumenty lub materiały poświadczają**, że zastosowane rozwiązania mają taki charakter (np. źródła pisemne, literatura, raporty, analizy lub odnośniki do stron www itp.).

9. Wpływ operacji na przeciwdziałanie zmianom klimatu

Należy wymienić ten zakres rzeczowy operacji lub planowane do wdrożenia rozwiązania, które mają wpływ na przeciwdziałanie zmianom klimatu.

TAK ☐ ND ☐

W przypadku zaznaczenia odpowiedzi TAK, należy wymienić ten **zakres rzeczowy operacji lub planowane do wdrożenia rozwiązania**, które mają wpływ na przeciwdziałanie zmianom klimatu i w jakim zakresie.
Można wskazać jakie **dokumenty lub materiały poświadczają**, że zastosowane rozwiązania mają taki charakter (np. źródła pisemne, literatura, raporty, analizy lub odnośniki do stron www itp.).

4.2. Analiza marketingowa

4.2.1. Oferta – charakterystyka produktu / usługi / towaru

1. Należy opisać produkt / usługę / towar, jakie będą oferowane na rynku	W tej części podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy opisuje, jakie produkty/towary/usługi będą oferowane na rynku, czy są to nowe produkty, czym różnią się od dotychczas dostępnych, dlaczego klienci wybiorą ofertę podmiotu. Dobrze jest wykazać się unikalnością lub konkurencyjnością pomysłu, usługi czy produktu.
2. Należy podać, w jaki sposób oferta różni się od oferty konkurencji oraz czy jest to nowy produkt / usługa / towar na rynku	Należy również opisać: □ gdzie będą sprzedawane towary/produkty/usługi; □ jakie są oczekiwania i potrzeby klientów oraz w jakim stopniu proponowana oferta odpowiada na te oczekiwania; □ czy popyt na produkt/usługę/towar będzie ulegał sezonowym zmianom i jak będą minimalizowane skutki tej sezonowości; □ skąd wynika przeświadczenie o przyszłym popycie na nowe lub ulepszone lub tańsze produkty/usługi/towaru na rynku docelowym.
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 wskazać, czy popyt na produkt / usługę / towar będzie ulegał sezonowym zmianom i jak będą minimalizowane skutki tej sezonowości	
6. 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	

4.2.2. Klienci

1. Grupy klientów	2. Cechy, które wyróżniają daną grupę	3. Wyrażane potrzeby grupy klientów	4. Liczebność grupy odniesiona do obszaru geograficznego	5. Liczba klientów przynależnych do danej grupy, którą zamierza się zdobyć
…				

Komentarz [IS9]: Kryterium podziału przy grupowaniu klientów w może być np.:
- produkt lub usługa, którą nabywają,
- obszar, na którym działają,
- sektor, w którym prowadzą działalność,
- charakter prowadzonej działalności,
- wiek, płeć,
- zamożność.

4.2.3. Rynek

1. Należy opisać głównych dostawców	Należy opisać, jak będzie wyglądała kwestia zaopatrzenia w **towary/materiały/półprodukty** niezbędne dla realizacji planowanych usług lub procesu produkcji. Należy np. zweryfikować, czy w najbliższym otoczeniu istnieją **hurtownie, punkty odbioru towarów, składy celne itp.** Należy zwrócić m.in. uwagę na identyfikację głównych dostawców, ich charakterystykę pod kątem zalet i wad oferowanych przez nich produktów/usług/towarów, a także identyfikację alternatywnych źródeł zaopatrzenia. Charakteryzując rynek zaopatrzenia należy zwrócić uwagę na te jego cechy, które w sposób bezpośredni mogą wpłynąć na pozycję rynkową firmy. O sile oddziaływania dostawców decydują m.in.: □ **stopień koncentracji sektora dostawców** w stosunku do sektora, w którym działa firma (sytuacja, w której firma jest całkowicie uzależniona od jednego dostawcy, bez możliwości zastąpienia go ofertą konkurencyjną, stwarza dla niej szereg zagrożeń), □ pozycja rynkowa dostawcy w stosunku do pozycji firmy (**duży wpływ na pozycję rynkową firmy może wywierać udział jednego źródła zaopatrzenia w tworzeniu kosztów przedsiębiorstwa**), □ **oferta alternatywnych źródeł zaopatrzenia**.
2. Należy wskazać, czy istnieją bariery wejścia na rynek *(np. czy wymaga to dużych nakładów, posiadania technologii, know-how, patentów, koncesji)*	

3. Należy wskazać, czy rynek jest rosnący (rozwojowy), stabilny, czy malejący oraz krótko opisać lokalne uwarunkowania	
4. Należy wskazać, czy istnieje możliwość pozyskiwania nowych rynków zbytu, a jeśli tak, to w jaki sposób	
5. Należy opisać działania, jakie zostaną podjęte, aby zagwarantować utrzymanie planowanej działalności gospodarczej na rynku przez okres 2 albo 3 lat po dokonaniu płatności końcowej	

4.2.4. Dystrybucja i promocja

1. Należy opisać, w jaki sposób odbywać się będzie sprzedaż	W tabeli powinien znaleźć się m.in. opis: □ w jaki sposób będzie prowadzona sprzedaż i promocja po zrealizowaniu operacji, □ w jaki sposób klienci będą informowani o produktach/ towarach/usługach, □ jakie narzędzia promocji oraz reklamy zostaną zastosowane w związku z zrealizowaną inwestycją, □ jakie kanały dystrybucji będą stosowane.
2. Należy wskazać, w jaki sposób klienci będą informowani o produktach / usługach / towarach. Należy również opisać planowane krótko i długoterminowe działania promocyjne.	
3. Należy uzasadnić skuteczność wybranych metod promocji	

4.2.5. Konkurencja na rynku

Należy dokonać oceny produktów / usług / towarów w skali od 1 (ocena najniższa) do 5 (ocena najwyższa) w porównaniu do własnego produktu/ usługi / towaru. W pkt. 7 należy podać średnią arytmetyczną.						
1. Nazwa	2. Potencjał firmy	3. Pozycja i udział w rynku	4. Cena	5. Jakość produktu / usługi / towaru	6. Reklama / promocja / dystrybucja	7. Średni wynik punktowy
Oferta podmiotu ubiegającego się o przyznanie pomocy						
Konkurent 1						
Konkurent 2						
Konkurent …						
8. Należy wskazać, na jakim rynku działają ww. konkurencji						
9. Należy opisać silne lub słabe strony oferty konkurencyjnej, potencjalne działania swoich konkurentów oraz swoją reakcję na te działania						
10. Należy podać powód, dla którego uznawani są za silną lub słabą konkurencję						
11. Należy wskazać, w jaki sposób konkurenci promują swoje produkty / usługi / towary						
12. Strategia konkurowania – jak firma będzie konkurować (np. ceną, jakością lub inaczej), dlaczego strategia będzie skuteczna), należy przewidzieć, jakim potencjałem dysponuje konkurent i czy jego działania odwetowe nie będą dla firmy zbyt groźne na obecnym etapie działalności.						
Opisując strategię konkurowania należy uwzględnić, że: □ zakres działań związanych z promocją oraz reklamą powinien być dopasowany do możliwości finansowych oraz oceny bieżącej sytuacji na rynku; □ zwłaszcza w pierwszym okresie prowadzenia działalności gospodarczej, tego rodzaju działania mogą odegrać kluczową rolę w powodzeniu całego przedsięwzięcia; □ wybór strategii, które będą realizowane w przyszłości jest wynikiem wielu czynników: decyzja o wyborze strategii ofensywnej czy defensywnej, musi, m.in. uwzględniać specyfikę rynku oraz rodzaj oferowanego produktu/towaru/usługi; □ w praktyce firma może wykorzystywać jednocześnie różne formy strategii, stosując ich najbardziej odpowiednią kombinację.						

V. Analiza silnych i słabych stron działalności, jej zagrożeń i możliwości (SWOT)

5.1. Analiza SWOT

Analiza ma na celu ustalenie mocnych stron i obszarów o słabszej pozycji wyjściowej np. w stosunku do już istniejącej konkurencji. Analiza obejmuje również potencjalne szanse oraz zagrożenia, które mogą wpłynąć na prawidłowe funkcjonowanie firmy.
Mocne i słabe strony zależą głównie od czynników, na które mamy realny wpływ.
Szanse i zagrożenia w dużej mierze zależą od procesów zachodzących na zewnątrz firmy.

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
Mocne strony przedsiębiorstwa to czynniki wewnętrzne, które wpływają na poprawę jego sytuacji i zdobycie przewagi konkurencyjnej. Przykłady: □ dobra sytuacja finansowa, □ duży potencjał produkcyjny, □ dobrze wyszkolona kadra pracownicza, □ dobra lokalizacja firmy, □ mała konkurencja na rynku, □ posiadane zasoby własne (finansowe, kadrowe), • zapewnienie konkurencyjnej oferty, □ innowacyjność oferowanych produktów/usług, □ zapewnienie odpowiednich nakładów finansowych na promocję, reklamę firmy.	**Słabe strony przedsiębiorstwa** to czynniki, które uniemożliwiają firmie swobodny rozwój i pomniejszają dystans między nią a konkurencją. Przykłady: □ słaba technologia, □ niewykwalifikowana kadra, □ zła kondycja finansowa, □ 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 firmy, □ brak środków finansowych na nowe inwestycje w firmie.
SZANSE	**ZAGROŻENIA**
□ pojawienie się nowych grup klientów/odbiorców, □ wejście na nowe rynki, □ możliwość poszerzenia asortymentu / produktów / usług, □ możliwość dywersyfikacji wyborów / usług, □ możliwość podjęcia produktów komplementarnych, □ integracja pozioma połączenie lub współpraca dwóch współpracujących firm o tym samym profilu działalności, □ możliwość przejścia do lepszej grupy strategicznej, □ ograniczona rywalizacja w sektorze, □ szybszy wzrost runku, □ możliwość zastosowania nowszych technologii.	□ zmiana potrzeb lub gustów nabywców, □ realna możliwość pojawienia się nowych konkurentów oferujących podobne produkty/usługi, □ wzrost sprzedaży substytutów, □ wolniejszy wzrost rynku, □ niekorzystne rozwiązania systemowe, □ podatność firmy na recesję i wahania koniunktury, □ wzrost siły przetargowej nabywców i dostawców, □ niekorzystne zmiany demograficzne, □ wzrost podatków opłat za media itp., □ sezonowość działalności.

WNIOSKI Z ANALIZY SWOT

„W wyniku przeprowadzenia analizy SWOT można stwierdzić, że zdefiniowane mocne strony pomogą wykorzystać pojawiające się szanse. Mocne strony pozwolą również zniwelować niektóre zagrożenia, tj. zmiana potrzeb lub gustów klientów, rosnąca konkurencja na rynku czy rosnące wymagania rynku”

5.2. Analiza ryzyk związanych z działalnością i rozwiązań alternatywnych

Należy zidentyfikować czynniki ryzyka mogące ograniczać działalność firmy.		Należy opisać rozwiązania będące odpowiedzią na zidentyfikowane i zdiagnozowane ograniczenia związane z wykonalnością operacji.
Organizacyjne	*Trudności w znalezieniu osób do pracy, rotacja w zatrudnieniu*	*Oferowanie dobrych warunków pracy w stabilnej finansowo i rozwijającej się firmie, poszukiwanie pracowników przez Urząd Pracy*
Techniczne	*Trudności z rozmieszczeniem urządzeń tak, aby praca przebiegała bez zakłóceń*	*Pomoc projektanta wnętrz w funkcjonalnym rozmieszczeniu sprzętu i urządzeń*
Czasowe	*Nałożenie się realizacji operacji ze wzmożonym okresem zamówień [okresy przed świąteczne, okres wakacyjny]*	*Rozplanowanie realizowanych zadań tak aby ich realizacja przebiegała sprawnie bez wpływu na funkcjonowanie przedsiębiorstwa*
Finansowe	*Utrata płynności finansowej związanej z nieterminowym regulowaniem zobowiązań przez klientów masowych*	*Stały monitoring terminów płatności, weryfikacja klienta poprzez wywiad w zakresie terminowości regulowania zobowiązań*
Prawne		
Inne		

Należy opisać możliwość rozszerzenia działalności lub zmiany jej profilu.

VI. Planowany zakres działań niezbędnych do osiągnięcia celów pośrednich i końcowych

6.1. Etapy realizacji operacji

Należy przedstawić kolejność zdarzeń, które następując po sobie powinny doprowadzić do zrealizowania zakresu rzeczowego operacji oraz wykonywania, przy jego wykorzystaniu, działalności w celu doprowadzenia do osiągnięcia zakładanych rezultatów.
Należy przedstawić kolejność zdarzeń, które następując po sobie powinny doprowadzić do zrealizowania zakresu rzeczowego oraz do osiągnięcia zakładanych rezultatów operacji. 1. *Przeprowadzenie postępowania i wybór wykonawcy w oparciu o zasady konkurencyjności wydatków w ramach PROW 2014-2020,* 2. *Wybór oferenta – wybór najkorzystniejszej ofert w oparciu o ustalone w zapytaniu ofertowym kryteria oceny.* 3. *Zawarcie umowy z dostawcą/ dostawcami wybranym zgodnie z zasadami konkurencyjności.* 4. *Ustalenie terminów dokonania dostawy.* 5. *Dostawa i montaż.* 6. *Utworzenie nowego etatu [rekrutacja, zatrudnienie na podstawie umowy o pracę].* 7. *Zakończenie realizacji zadania, rozliczenia finansowe.* 8. *Złożenie wniosku o płatność*

6.2. Źródła finansowania operacji

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

Źródło pozyskania środków	**Wartość pozyskanych środków (PLN)**					
	Rok n-2	Rok n-1	Rok n[1]	Rok n+1	Rok n+2	Rok n+3[2]
Kwota pomocy						
Środki własne						
Pożyczka / kredyt (jeśli występuje)						
Finansowanie ze strony osób trzecich (jeśli występuje)						
Inne środki (jakie?)						
Wartość pozyskanych środków ogółem						

[1] Rok n- rok dokonania przez ARiMR płatności końcowej w ramach operacji

2 Rok n+3 dotyczy rozwijania działalności gospodarczej

VII. Zakres rzeczowo-finansowy operacji

7.1. Zestawienie przewidywanych wydatków niezbędnych do realizacji operacji.

Wyszczególnienie (rodzaj wydatku)		Uzasadnienie	Parametry techniczne lub jakościowe towarów lub usług	Ilość / liczba	Cena jednostkowa w PLN	Wartość w PLN
wydatki stanowiące podstawę do wyliczenia kwoty pomocy						
1.						
2.						
3.						
4.						
pozostałe wydatki						
1.						
2.						
3.						
4.						
					wydatki ogółem: w tym:	
					wydatki stanowiące podstawę do wyliczenia kwoty pomocy	
					pozostałe wydatki	
					wnioskowana kwota pomocy	

Należy opisać przyjęte założenia dotyczące planowanej wielkości kosztów. Należy wskazać kryteria, na podstawie których dokonano wyboru maszyn, urządzeń, sprzętu. Uzasadnić konieczność dokonania zakupu towarów i usług o podanych parametrach technicznych i jakościowych wraz z uzasadnieniem cen zakupu.

VIII. Wskazanie planowanych do utworzenia miejsc pracy.

Realizacja operacji spowoduje utrzymanie miejsc pracy	TAK/NIE	Jeśli TAK, wpisać liczbę.	
Realizacja operacji spowoduje utworzenie miejsc pracy	TAK/NIE	Jeśli TAK, wpisać liczbę.	

Należy wymienić i opisać utworzone stanowiska w ramach operacji, należy podać planowane zatrudnienie w etatach lub częściach etatów (średniorocznie).

Nazwa stanowiska oraz zakres podstawowych obowiązków	Rodzaj zatrudnienia: jednoosobowa działalność gospodarcza (samozatrudnienie) / umowa o pracę / spółdzielcza umowa o pracę *(w przeliczeniu na pełne etaty średnioroczne)*	Jeśli działalność gospodarcza jest sezonowa – należy wskazać okres zatrudnienia i prowadzenia działalności w roku
SUMA		

IX. Projekcja finansowa dla operacji

9.1. Prognoza poziomu cen i wielkości sprzedaży

Produkt / usługa / towar	Jednostka miary	Rok n+1			Rok n + 2		Rok n+3	
		Cena jednostkowa sprzedaży	Średnia cena jednostkowa sprzedaży konkurencji	Wielkość sprzedaży	Cena jednostkowa sprzedaży	Wielkość sprzedaży	Cena jednostkowa sprzedaży	Wielkość sprzedaży
Łącznie suma wierszy:								
(cena jednostk. sprzedaży) x (wielk. sprzedaży)		… = A			… = B		… = C	
Suma A+B+C								

Komentarz [IS10]: ZGODNIE Z TABELĄ 3.2

Należy uzasadnić prognozę cen (przedstawić założenia przyjęte na potrzeby opracowania powyższych prognoz ceny sprzedaży własnych produktów / usług / towarów) i wielkości sprzedaży. Jeśli w okresie trwałości operacji mogą wystąpić jakiekolwiek zmiany cen, należy podać wartość uśrednioną, w poniższym opisie zaznaczając, jak w skali roku zmieniała się będzie dana wartość. Należy podać uzasadnienie odnoszące się do sytuacji rynkowej, jakości, zmian w kosztach, marży produktu itp.

9.2. Rachunek zysków i strat

Na podstawie danych z tabel: Prognoza poziomu cen i wielkości sprzedaży i Prognozy kosztów należy przedstawić rachunek zysków i strat				
Wyszczególnienie	Suma: (Rok N + Rok N-1 + Rok N-2)	Rok n+1	Rok n+2	Rok n+3
A. PRZYCHODY				
1. Przychody ze sprzedaży produktów / usług / towarów				
2. Inne przychody (jakie?)				
RAZEM PRZYCHODY				
B. KOSZTY				
1. zużycie materiałów i energii				
2. usługi obce (w tym m.in. czynsze, naprawy, konserwacje maszyn i budynków)				
3. podatki i opłaty				
4. wynagrodzenia i pochodne				
5. koszty finansowe				
6. zakup towarów				
7. ubezpieczenia majątkowe				
8. pozostałe koszty				
RAZEM KOSZTY				
C. Dochód (strata) brutto A - B				
D. Podatek dochodowy				
E. Zysk netto: C – D				
Uzasadnienie (założenia) dla wymienionych pozycji kosztowych:				

9.3. Zaktualizowana wartość netto

Specyfikacja	Suma: (Rok N + Rok N-1 + Rok N-2)	Rok N+1	Rok N+2	Rok N+3
1. Inwestycje dotyczące projektu				
2. Przychody ze sprzedaży				
3. Koszty działalności objętej projektem				
4. Dochód brutto				
5. Podatek dochodowy, wg stopy:				
6. Dochód netto				
7. Wartość końcowa				
8. Amortyzacja				
9. Saldo bieżące				
10. Stopa dyskonta / czynnik dyskontujący				
NPV				

Komentarz [IS11]: Należy wskazać 18%, 19 .. czy ryczałt UWAGA ryczałt liczony od przychodu, należy op8isać w uzasadnieniu w tab. 9.2

9.4. Wskaźnik rentowności sprzedaży

	Rok N	Rok N+1	Rok N+2	Rok N+3
wskaźnik rentowności sprzedaży brutto (dla operacji)				

- -

miejscowość i data (dzień-miesiąc-rok)

Podpis podmiotu ubiegającego się o przyznanie pomocy / osób reprezentujących podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy / pełnomocnika