Załącznik nr 2
do Zasad Funkcjonowania i Regulaminu Działania DIP
z dnia 21 lutego 2018 roku

SZCZEGÓŁOWY OPIS PLANOWANEGO PRZEDSIĘWZIĘCIA

I. STRESZCZENIE

to krótki, zwięzły i rzeczowy opis planowanego przedsięwzięcia, które powinno zawierać odpowiedzi na następujące tezy:

1.1. Cel opracowania planu (np. założenie nowej firmy, pozyskanie partnera lub opracowanie nowego produktu).

1.2. Planowane/dotychczasowe osiągnięcia firmy, jeżeli jest prowadzona działalność gospodarcza – opis specyfiki firmy oraz jej mocnych stron.

1.3. Kierownictwo – przedstawienie kim są osoby kierujące i jakie są ich doświadczenia i sukcesy.

1.4. Charakterystyka firmy i jej pozycji na rynku.

1.5. Opis produktu lub usługi planowanego przedsięwzięcia – cechy wyróżniające.

1.6. Przewidywane koszty i potrzeby finansowe.

1.7. Możliwości rozwojowe i prognozy finansowe.

II. HISTORIA PRZEDSIĘBIORSTWA

to informacja o charakterze przedsięwzięcia, która powinna zawierać:

2.1. Nazwę przedsiębiorstwa – z podaniem dokładnego adresu.

2.2. Datę i miejsce rozpoczęcia działalności (zarejestrowania lub nabycia statusu prawnego).

2.3. Formę własności (własność indywidualna, spółka cywilna, spółka z ograniczoną odpowiedzialnością).

2.4. Typ przedsięwzięcia (handel, budownictwo, produkcja, usługi, hurt – dystrybucja, itp.).

2.5. Stopień zaangażowania wnioskodawcy w planowanym przedsięwzięciu (w wymiarze pełnego etatu lub którejś jego części).

III. PRODUKTY (USŁUGI) WYTWARZANE PRZEZ PRZEDSIĘBIORSTWO

to wyczerpujący opis produktu lub usługi, zawierający:

3.1. Charakterystyczne cechy produktu (usługi), wyróżniające go spośród produktów dostępnych na rynku.

3.2. Zalety produktu (usługi) w odniesieniu do wyrobów konkurencyjnych.

3.3 Faza, w jakiej znajduje się produkt (prototyp, produkcja masowa).

IV. RYNEK I KONKURENCJA

powinny się tu znaleźć informacje na temat potencjalnych nabywców, rozmiarów rynku zbytu, obecnej i przyszłej konkurencji, w tym:

4.1. Charakterystyka rynku, na który przeznaczony jest produkt:
- określenia głównych cech rynku.

4.2. Obecni i potencjalni klienci:
- określenie profilu nabywcy,
- określenie rozmieszczenia klientów,

4.3. Konkurencja:
- najważniejsi konkurenci,
- rodzaj konkurencji,
- mocne i słabe strony przedsiębiorstwa na tle konkurencji,

V. MARKETING I SPRZEDAŻ

należy omówić szacowaną wielkość sprzedaży i udział w rynku:

5.1. Sposób poinformowania klientów o swoich produktach lub usługach.

5.2. Oczekiwania klientów jeśli chodzi o cenę, jakość produktów i usług a także obsługę.

5.3. Planowane Środki finansowe przeznaczone na reklamę.

5.4. Sposób sprzedaży produktów lub usług (bezpośrednia, wyspecjalizowani dystrybutorzy, pośrednicy).

VI. PROCES PRODUKCJI

6.1. Określenie sposobu, miejsca i wykonawcy wytwarzanego produktu lub usługi.

6.2. Niezbędne maszyny, urządzenia lub sprzęt do wytwarzania planowanego produktu/usługi.

6.3. Początkowa zdolność produkcyjna/usługowa i możliwość jej zwiększenia.

6.4. Materiały stosowane do produkcji i ich koszt.

6.5. Główni dostawcy i ich lokalizacja,

6.6. Rodzaj siły roboczej wymagany dla produkcji wyrobów i usług oraz jej koszt.

6.7. Wielkości i struktura kosztów w zależności od rozmiarów produkcji.

6.8. Wpływ przedsięwzięcia na środowisko – odpowiednie zezwolenia władz (jeżeli jest wymagane).

VII. ZARZĄDZANIE

Należy opisać:

7.1. Planowane zasoby ludzkie do wytworzenia planowanego produktu (liczba pracowników obecnie zatrudnionych, planowane zwiększenie zatrudnienia).

7.2. Struktura wg wieku, kwalifikacji.