

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. Opis produktu lub usługi planowanego przedsięwzięcia – cechy wyróżniające.
- 1.5. Przewidywane koszty i potrzeby finansowe.
- 1.6. 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.