

BIZNESPLAN KROK PO KROKU

SZKOLENIE DLA LGD „KRAINA TRZECH RZEK”



inEdu.

Hanna Król, hanna.krol@inedu.pl, www.inedu.pl

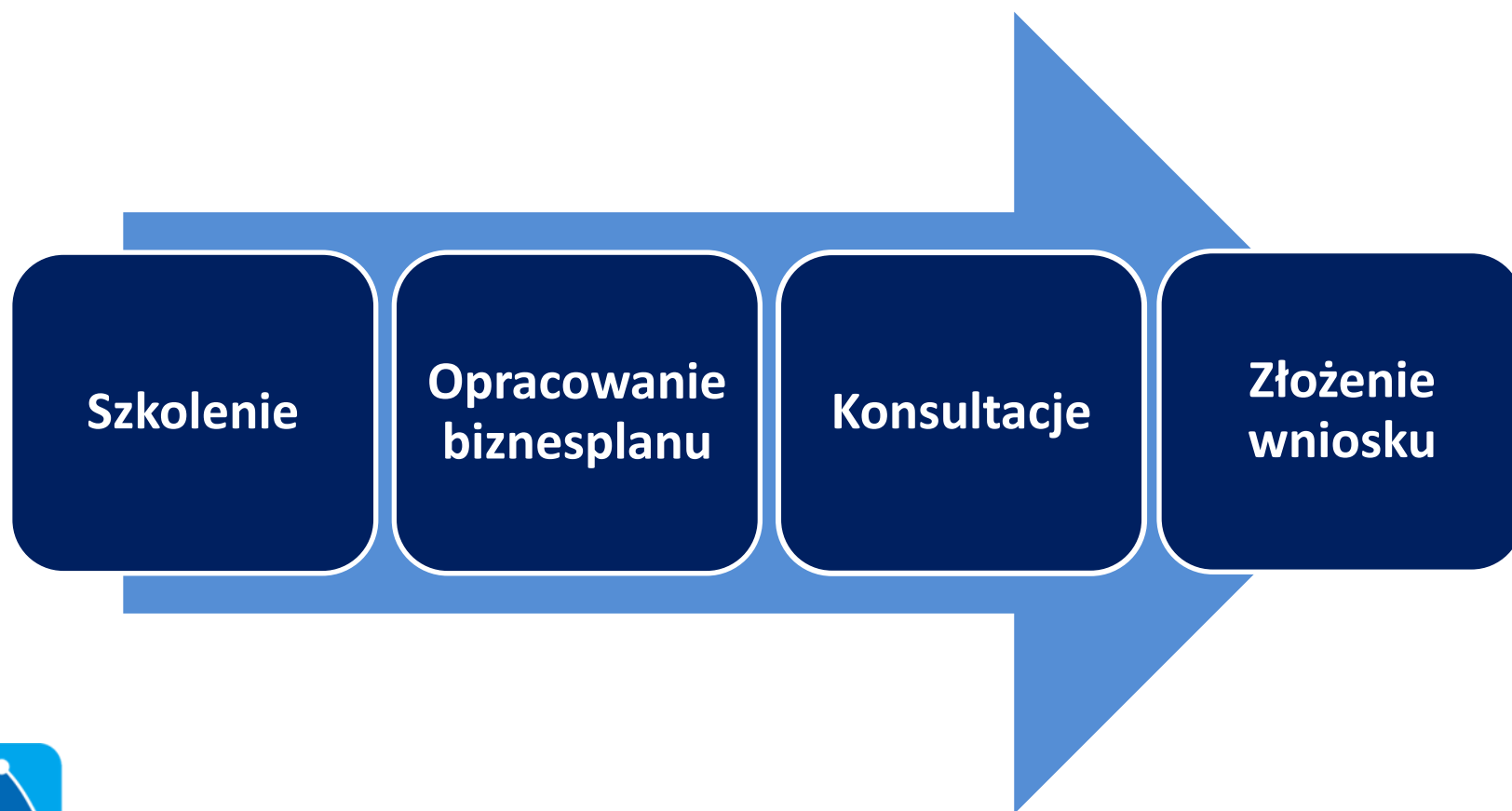


Kraina Trzech Rzek
Stowarzyszenie LGD



- Doświadczony menedżer
- Właściciel i dyrektor zarządzający firmy konsultingowej inEdu
- Konsultant i trener biznesu, specjalista z zakresu strategii oraz wdrażania innowacyjnych projektów rozwojowych
- Akredytowany coach ICF, coach innowacji Horyzont 2020
- Ekspert PARP i NCBiR

**Merytoryczne przygotowanie wnioskodawców
do samodzielnego opracowania biznesplanu
przedsięwzięcia, zgodnie z wymaganiami LGD**



- **Wprowadzenie**
 - Analiza strategiczna
 - Model biznesowy
 - Warunki wyboru projektów
- **Biznesplan LGD**
 - Struktura: część opisowa i finansowa
 - Przełożenie analizy i modelu na biznesplan
 - Formularz biznesplanu krok po kroku
 - Efektywność ekonomiczna operacji

CZYM JEST BIZNESPLAN?



- Dokument planistyczny przedsiębiorstwa, który jest prognozą przyszłości firmy, rejestrem jej dotychczasowych osiągnięć i obrazem aktualnej sytuacji
- Najczęściej ma formę kilkudziesięciostronicowego dokumentu, o określonej przejrzystej strukturze

DLACZEGO BIZNESPLAN?

- Planowanie strategicznej działalności firmy
- Wybór strategii rozwoju
- Ocena opłacalności przedsięwzięcia gospodarczego
- Wspomaganie zarządzania firmą
- Kontrola i ocena realizacji celów biznesowych
- Diagnoza ryzyk
- **Niezbędny dla pozyskania zewnętrznych źródeł finansowania inwestycji/działalności**

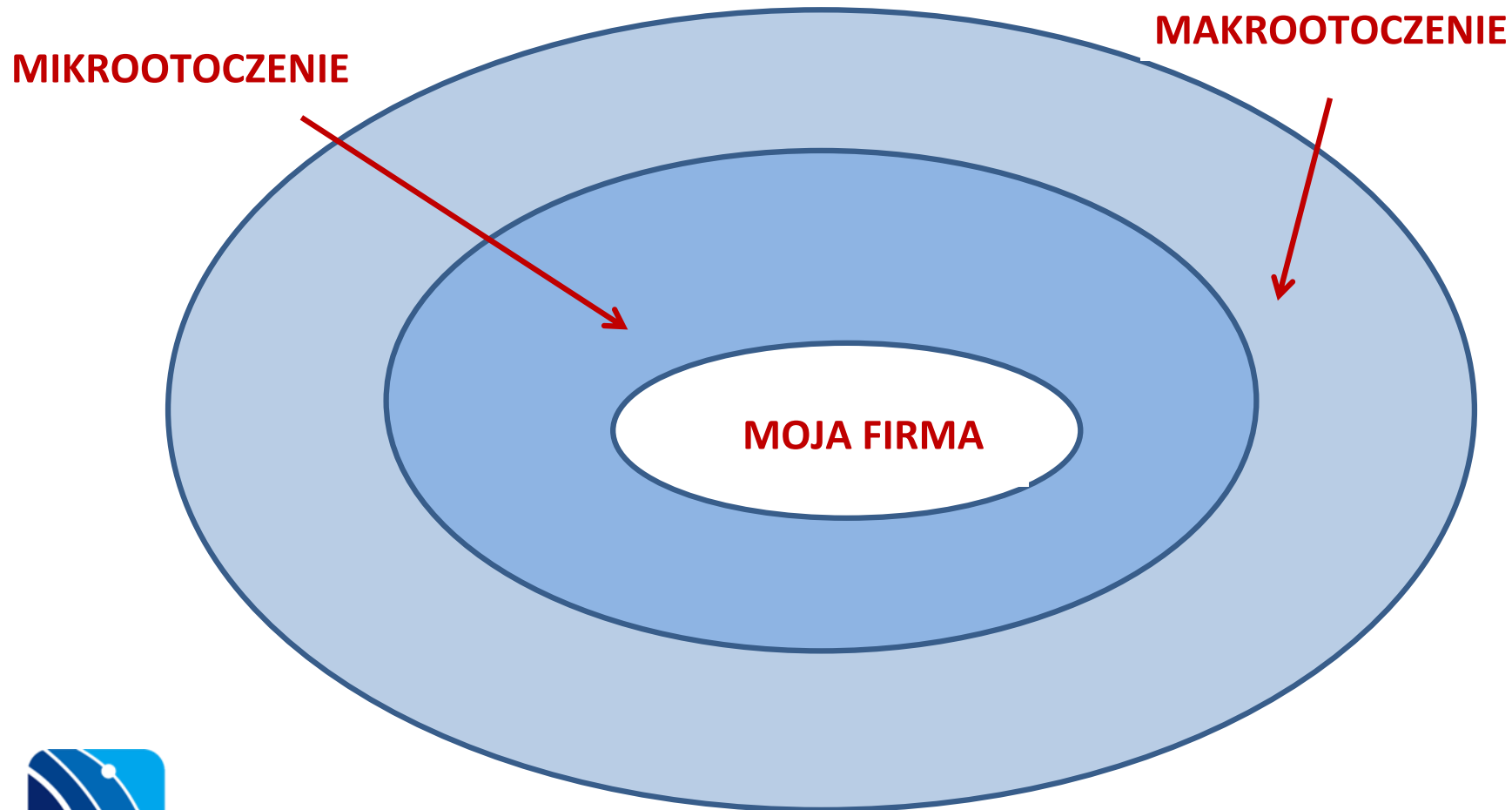
Pomysł na biznes

Analiza strategiczna

Klient i propozycja wartości

Model biznesowy

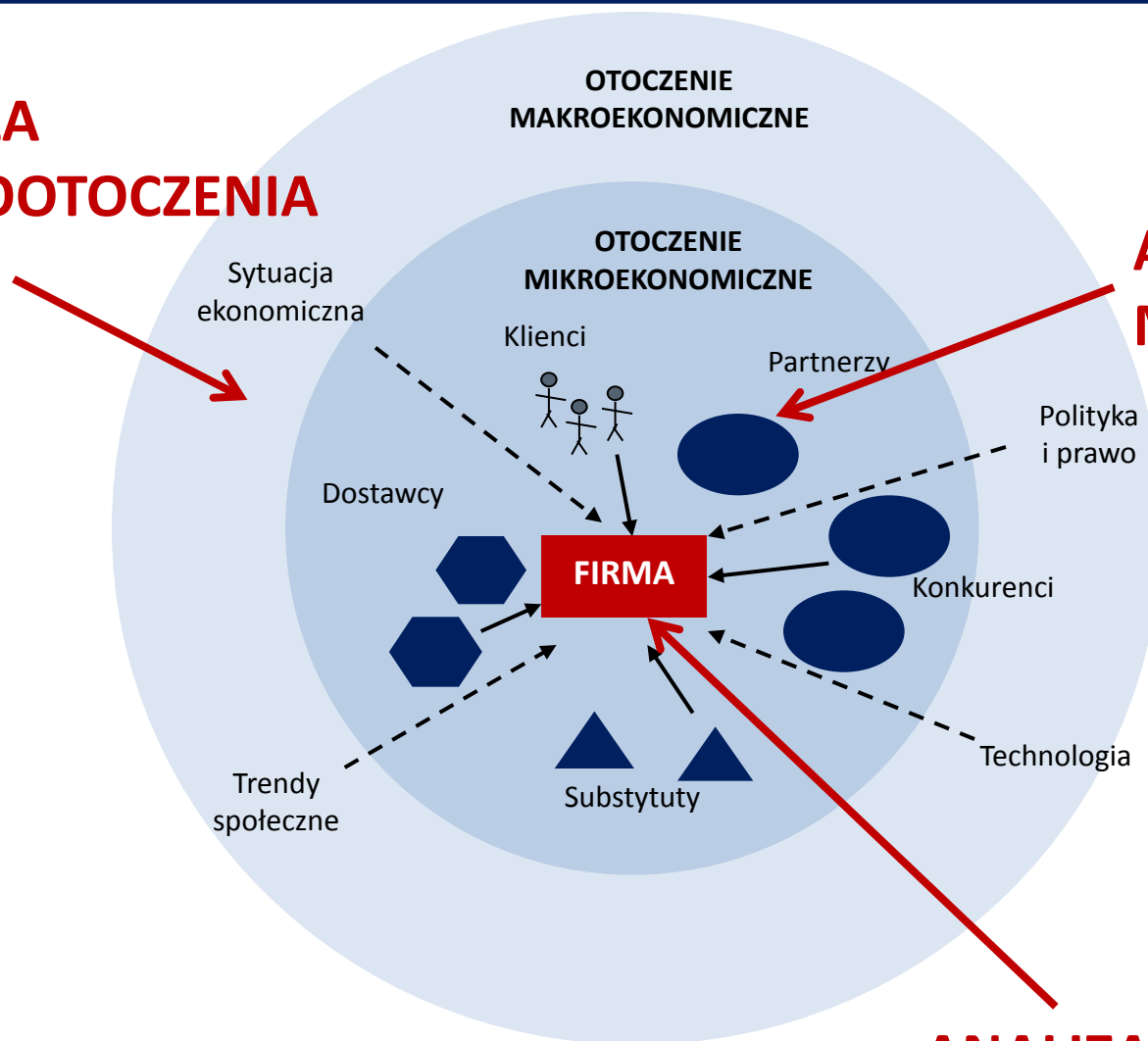
Biznesplan



ANALIZA STRATEGICZNA

ANALIZA MAKROOTOCZENIA

ANALIZA MIKROOTOCZENIA

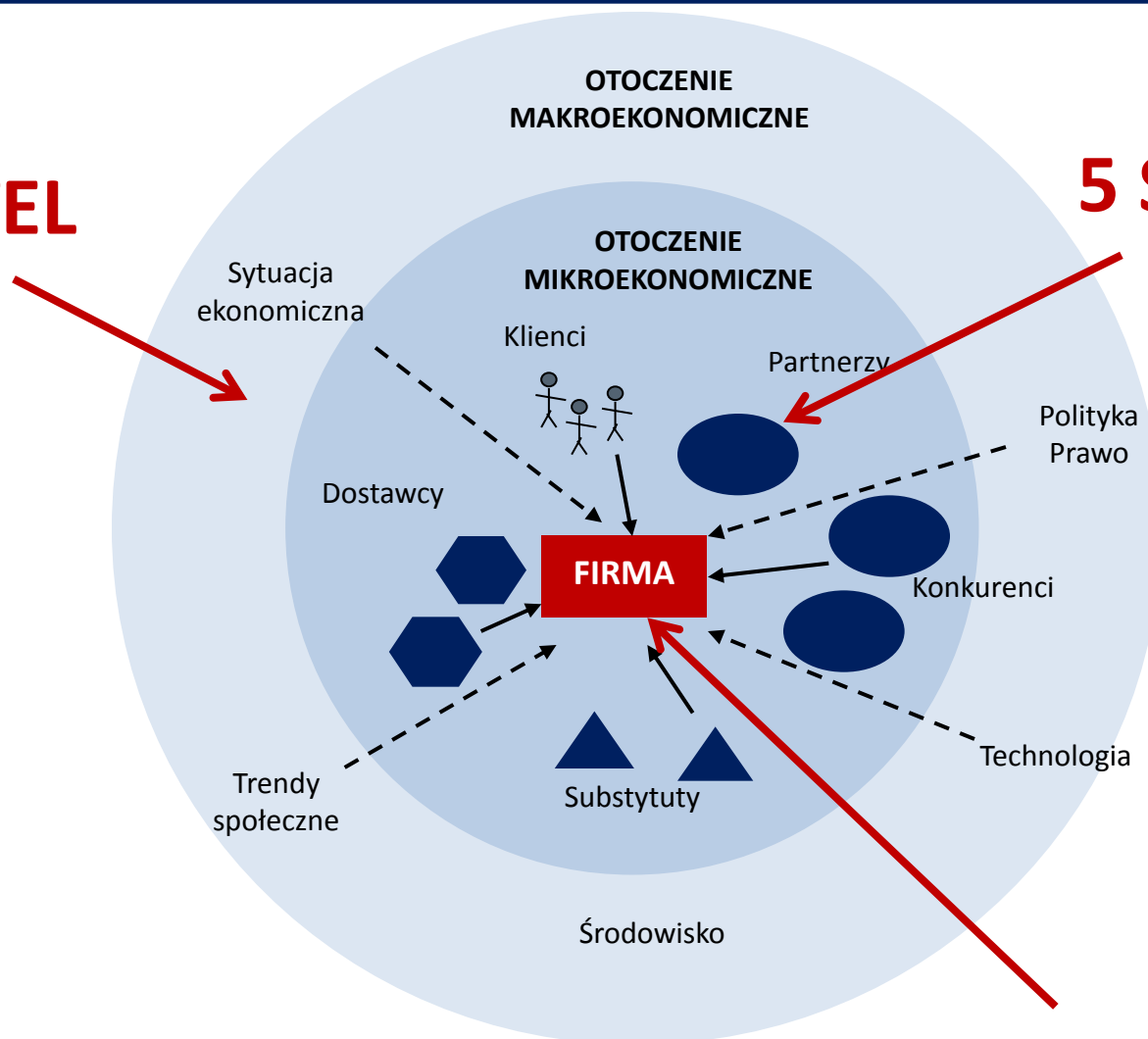


ANALIZA FIRMY

ANALIZA STRATEGICZNA

PESTEL

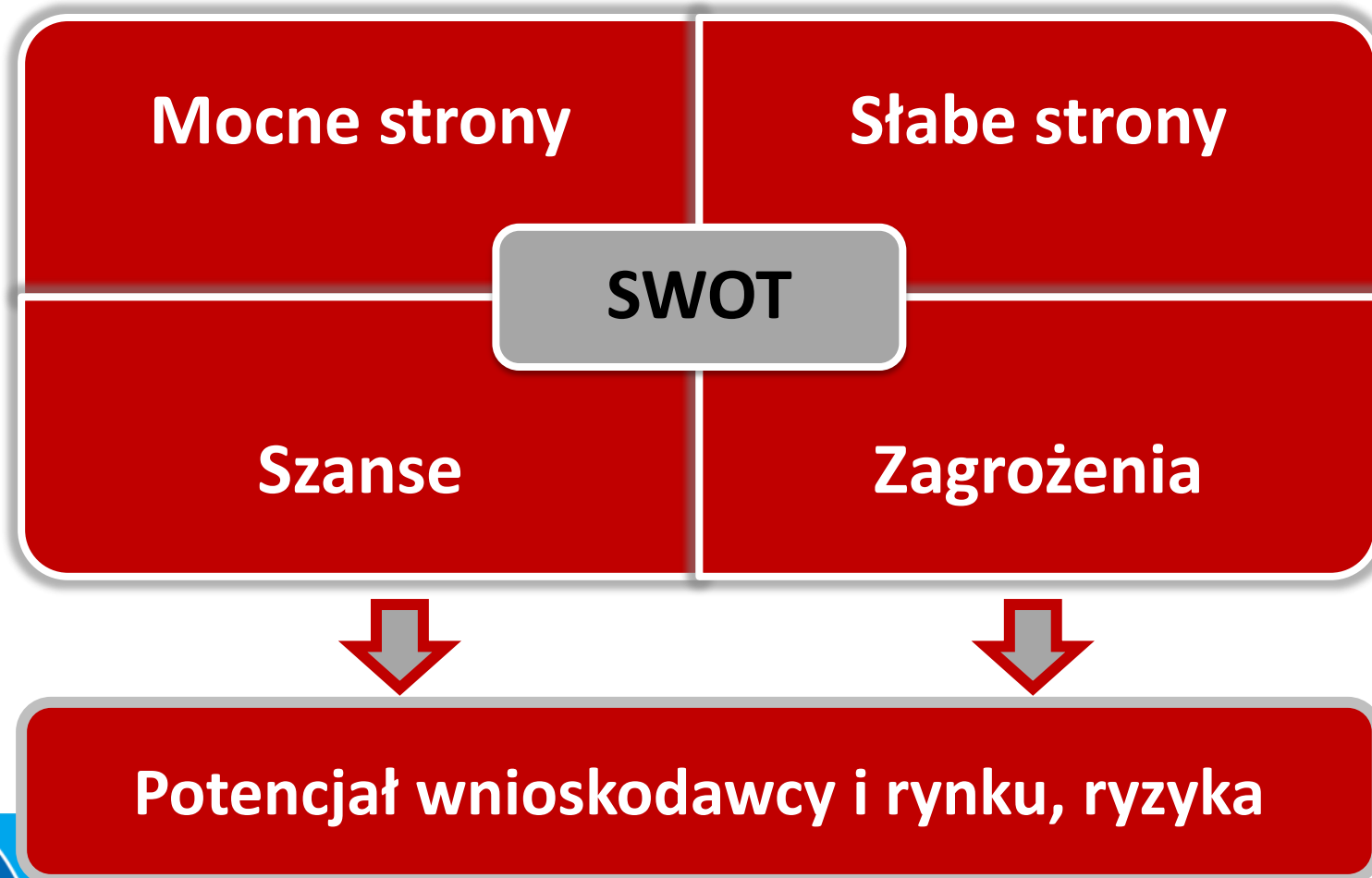
5 SIŁ PORTERA



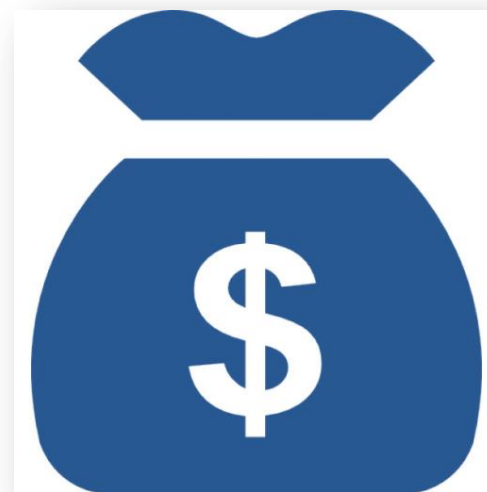
SWOT

- Potencjał rynku lokalnego (rosnący, malejący)
- Szacowany popyt na produkt lub usługę
- Bariery wejścia na rynek
- Potencjalne nowe rynki zbytu
- Perspektywy utrzymania działalności po zakończeniu projektu
- Klienci
- Dostawcy
- Konkurencja bezpośrednia i pośrednia

ANALIZA SWOT



Pomysł to jeszcze nie biznes



Znajdź właściwych klientów



KROK 2. POZNAJ POTRZEBY KLIENTA **inEdu.**

Od problemu do rozwiązania

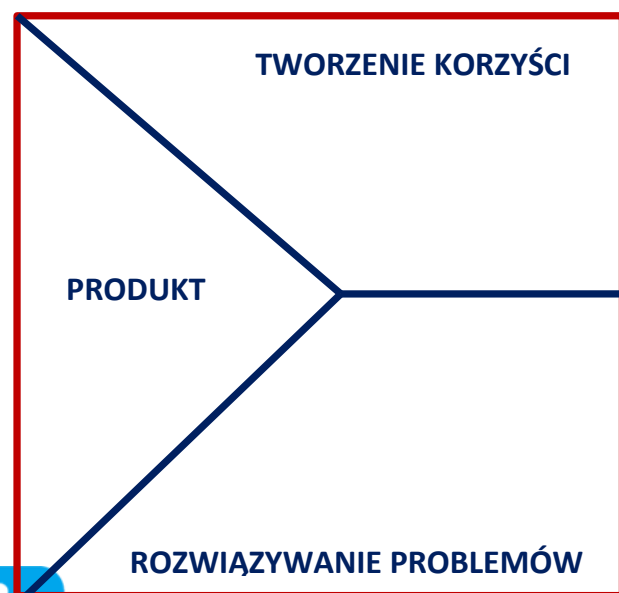


Poznaj problemy klienta

KROK 3. PROPOZYCJA WARTOŚCI

Znajdź rozwiązanie problemów klienta, zaoferuj unikalne korzyści, za które będzie chciał zapłacić

PROPOZYCJA WARTOŚCI



SEGMENT KLIENTÓW



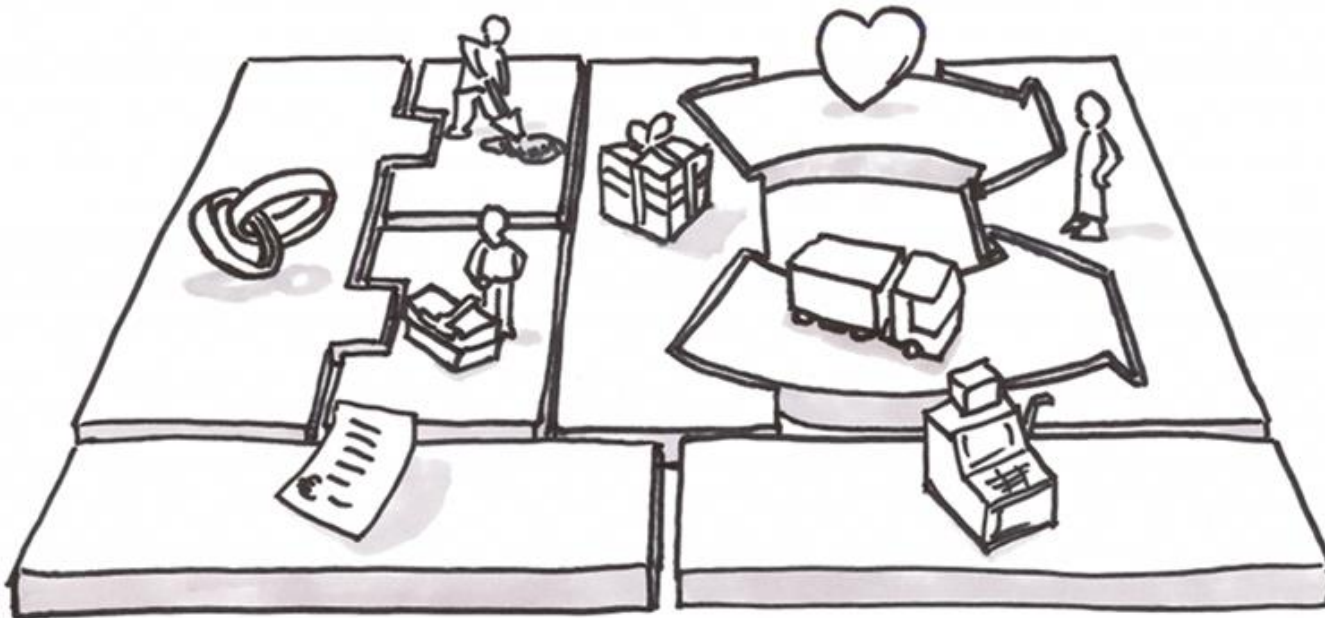
KROK 4. ZAPROJEKTUJ PRODUKT/USŁUGĘ inEdu.

DESIGN THINKING

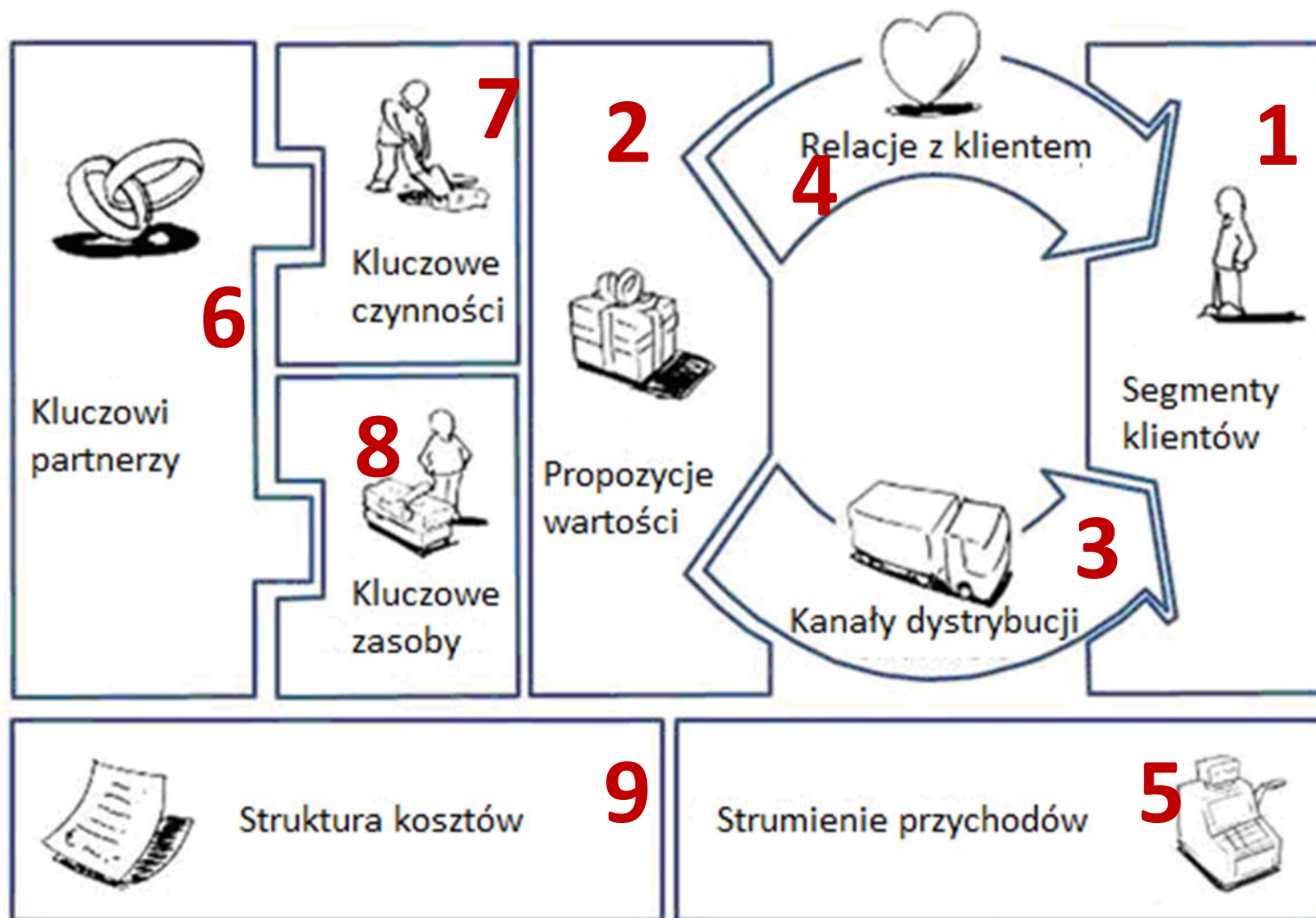


KROK 5. ZBUDUJ MODEL BIZNESOWY **inEdu.**

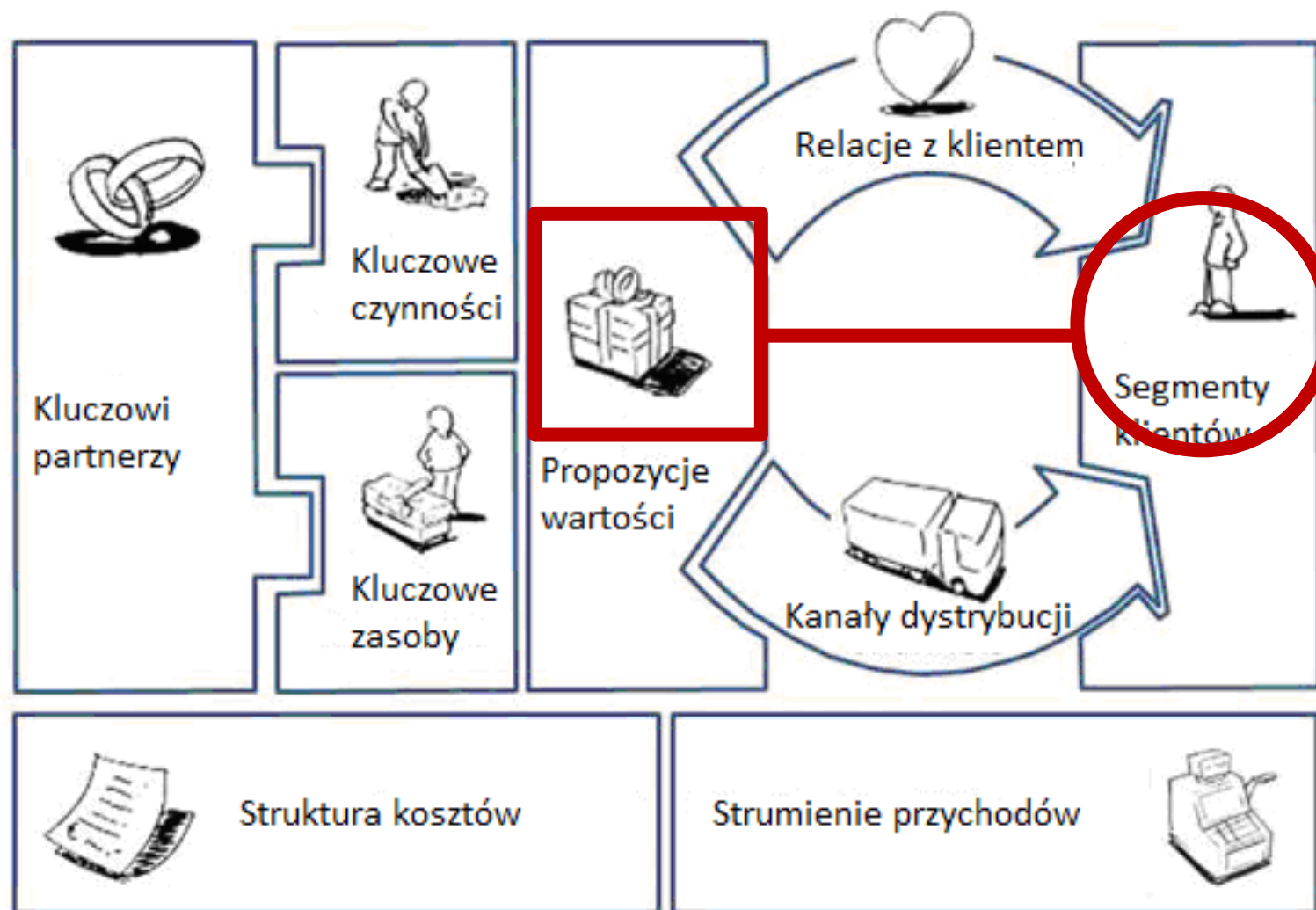
Business Model Canvas (A. Osterwalder)



MODEL BIZNESOWY



MODEL BIZNESOWY



ETAPY BUDOWANIA BIZNESPLANU inEdu.

Pomysł na biznes

Analiza strategiczna

Klient i propozycja wartości

Model biznesowy

Biznesplan

- Wniosek o przyznanie dotacji
- Załączniki (wybrane)
 - **Biznesplan**
 - Oświadczenia (m.in. Opis zgodności z lokalnymi kryteriami wyboru operacji)

- Ilość miejsc pracy (0/2/3/5p)
- Operacja jest innowacyjna (3/5p)
- Wielkość firmy (0/2/5 p) – dla rozw. dz.
- Beneficjent z grupy defaworyzowanej do 35 lub pow. 55 roku życia, kobieta bezrobotna lub ubezpieczona w KRUS (10p) – dla podejm. dz.
- Wsparcie dla grupy defaworyzowanej – miejsce pracy (4p) – dla rozw.dz.
- Usługi noclegowe, turystyczne, gastronomiczne, zdrowotne i prozdrowotne, skierowane do seniorów, przetwarzanie produktów rolnych (3p)



- Wykorzystanie rozwiązań sprzyjających ochronie środowiska i/lub podnoszeniu świadomości ekologicznej (3p)
- Wartość pomocy < 50% kosztów kwalifikowalnych (1p) – dla rozw. dz.
- Jakość przygotowania wniosku (0/3/5p)
- Promocja LGD i LSR (3p)
- Wnioskodawca jest członkiem LGD (3p)
- **Max. 37p, min. 11,1p**

**Biznesplan jest racjonalny
i uzasadniony zakresem operacji**

- Potwierdza, iż operacja jest uzasadniona ekonomicznie, **NPV > 0**
- **Pozytywna ocena 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
- **Możliwa ocena negatywna!**

- Informacje we wniosku i biznesplanie muszą być spójne
- Gdy pytanie nas nie dotyczy – wpisujemy „nie dotyczy”
- Przyjmujemy stały poziom cen (ceny średnie)
- Rok n (rok płatności końcowej), n+1, n+2 (n+3)
- **Możliwe dodatkowe analizy własne na osobnych kartkach!**

- I.** Informacje dotyczące podmiotu
- II.** Informacje dotyczące zasobów lub kwalifikacji
- III.** Wskazanie celów pośrednich i końcowych, w tym ilościowego i wartościowego poziomu sprzedaży
- IV.** Opis wyjściowej sytuacji ekonomicznej podmiotu
- V.** Analiza SWOT
- VI.** Planowany zakres działań niezbędnych do osiągnięcia celów
- VII.** Zakres rzeczowo-finansowy operacji
- VIII.** Wskazanie planowanych miejsc pracy
- IX.** Projekcja finansowa dla operacji

I. INFORMACJE DOT. PODMIOTU

1. Nazwisko i imię / nazwa
2. Nr identyfikacyjny

II. ZASOBY LUB KWALIFIKACJE

2.1 Wykształcenie i doświadczenie

2.2 Posiadane zasoby, które będą wykorzystane do prowadzonej działalności gospodarczej

2.3 Stan przygotowań

III. CELE POŚREDNIE I KOŃCOWE

3.1 Cele pośrednie i końcowe operacji oraz motywy realizacji operacji (mierniki)

3.2 Ilościowy i wartościowy poziom sprzedaży produktów / usług

Wyznaczanie celów pośrednich i końcowych

- **S**pecyficzny
- **M**ierzalny
- **A**mbitny
- **R**ealistyczny
- **T**erminowy



Po czym poznasz, że osiągnąłeś cele?

Mierniki ekonomiczne:

**przychód, udział w rynku, wolumen
produktów/usług, wielkość produkcji, zysk**



4.1 Ogólne informacje

1. Nazwa
2. Data
3. VAT
4. PKD (Polska Klasyfikacja Działalności)
5. Rodzaj działalności (produkcyjna, usługowa, handlowa)
6. Opis dotychczasowej działalności (dot. rozwij. dz.)
7. Innowacyjność operacji
8. Wpływ na środowisko
9. Wpływ na przeciwdziałanie zmianom klimatu

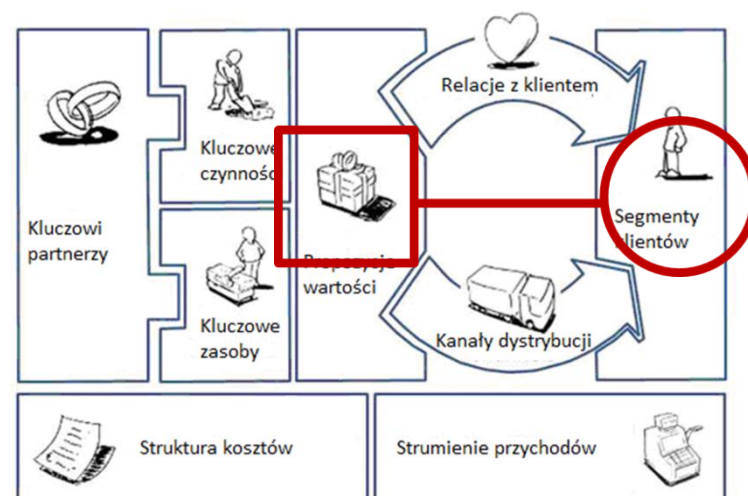
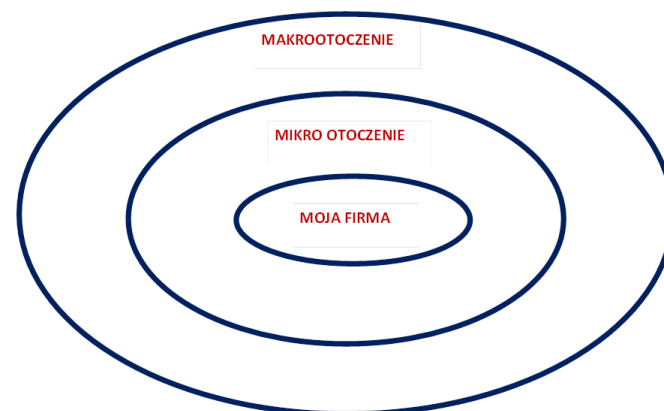
W Programie Operacyjnym Innowacyjna Gospodarka przez innowację rozumie się:
wprowadzenie do praktyki w przedsiębiorstwie nowego lub znacząco ulepszzonego rozwiązania w odniesieniu do produktu (towaru lub usługi), procesu, marketingu lub organizacji

NA TERENIE GMINY/LGD

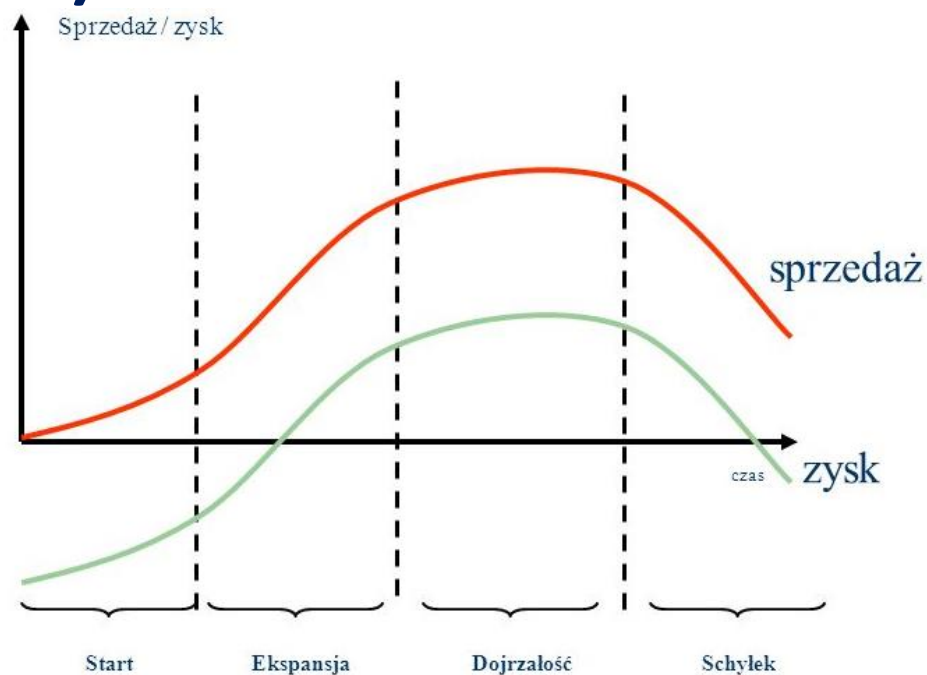
- 1. Wprowadza nowy lub znacząco ulepszony produkt lub usługę**
- 2. Wprowadza nową metodę marketingową**
- 3. Wprowadza nowy proces**
- 4. Wprowadza nową metodę organizacji**

4.2 Analiza marketingowa

- Oferta
- Klienci
- Rynek
- Dystrybucja i promocja
- Konkurencja na rynku



- Oferta (opis produktu, usługi)
- Wyróżniki marketingowe (wartość dla klienta)
- Cykl życia produktu

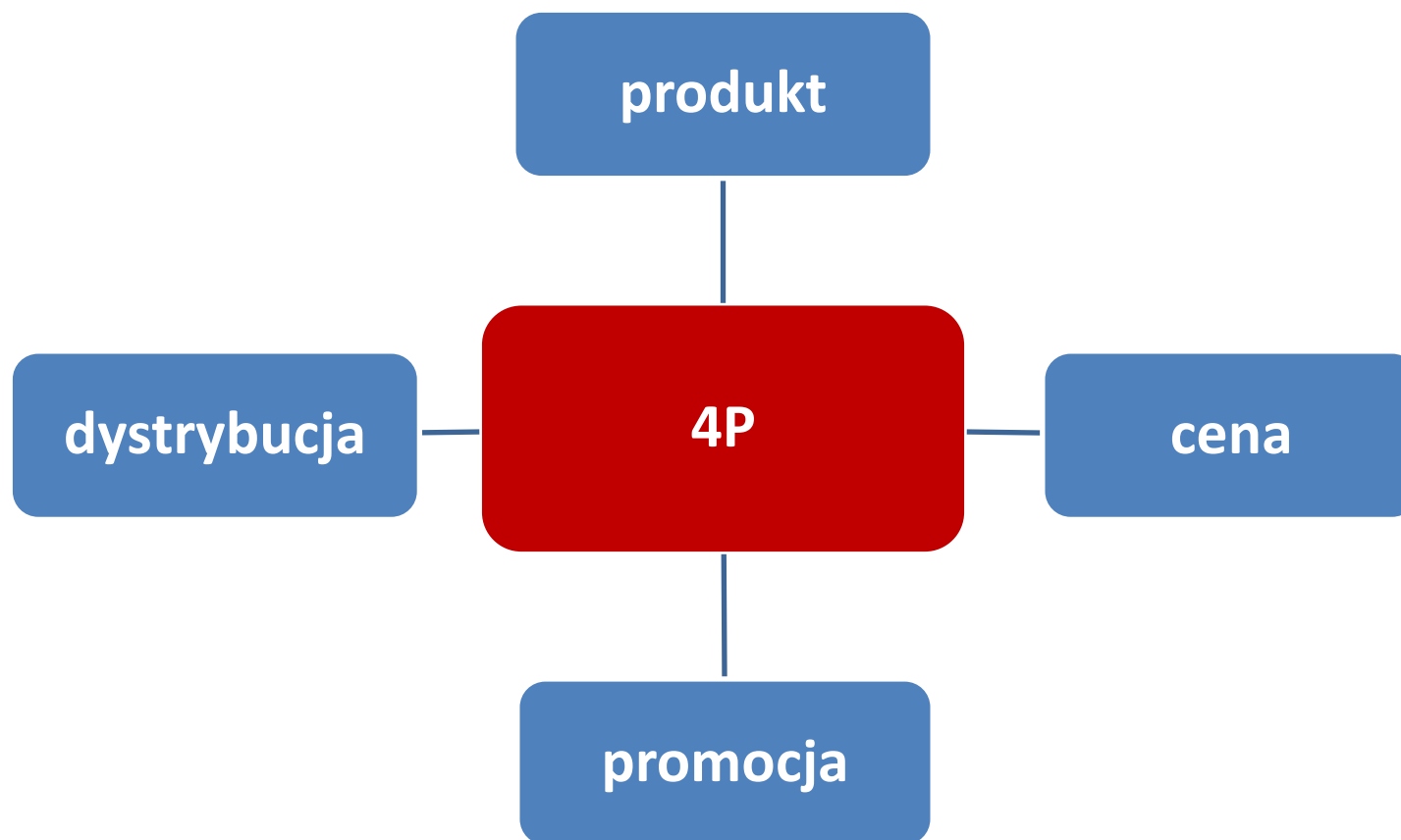


- Grupy klientów (segmentacja)
- Cechy wyróżniające
- Potrzeby
- Liczebność grupy
- Prognozowana liczba klientów z poszczególnych segmentów

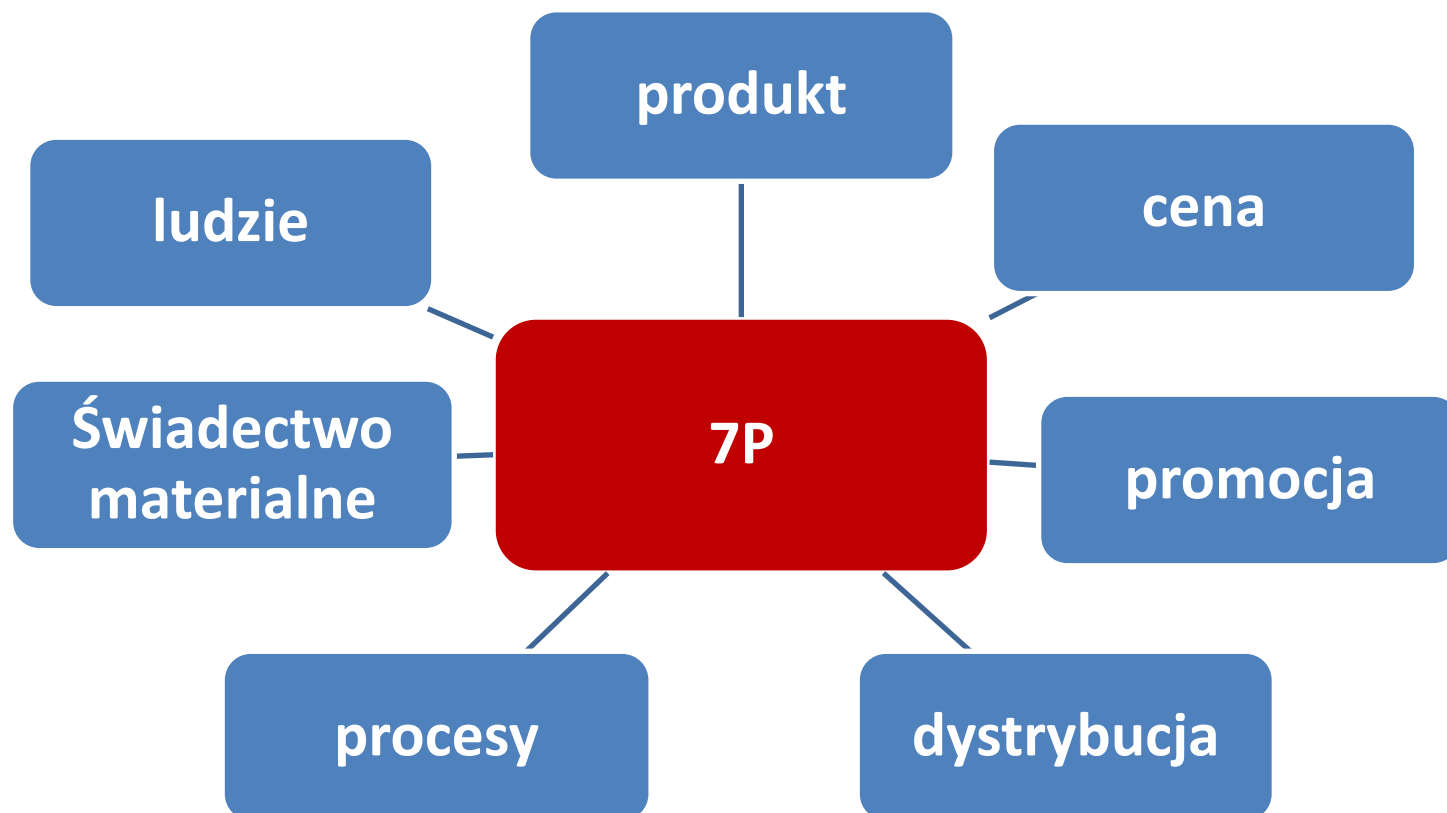
- **Główni dostawcy**
- **Bariery wejścia na rynek**
- **Rynek lokalny (rosnący, malejący)**
- **Szacowany popyt na produkt lub usługę**
- **Potencjalne nowe rynki zbytu**
- **Perspektywy utrzymania działalności po zakończeniu projektu**

- Jak poinformujesz klientów o swojej usłudze/produkcje?
- Jakie wybierzesz narzędzia promocji?
- Jakie podejmiesz działania sprzedażowe?
- Jak dostarczysz produkt/usługę klientom?

MARKETING MIX 4P



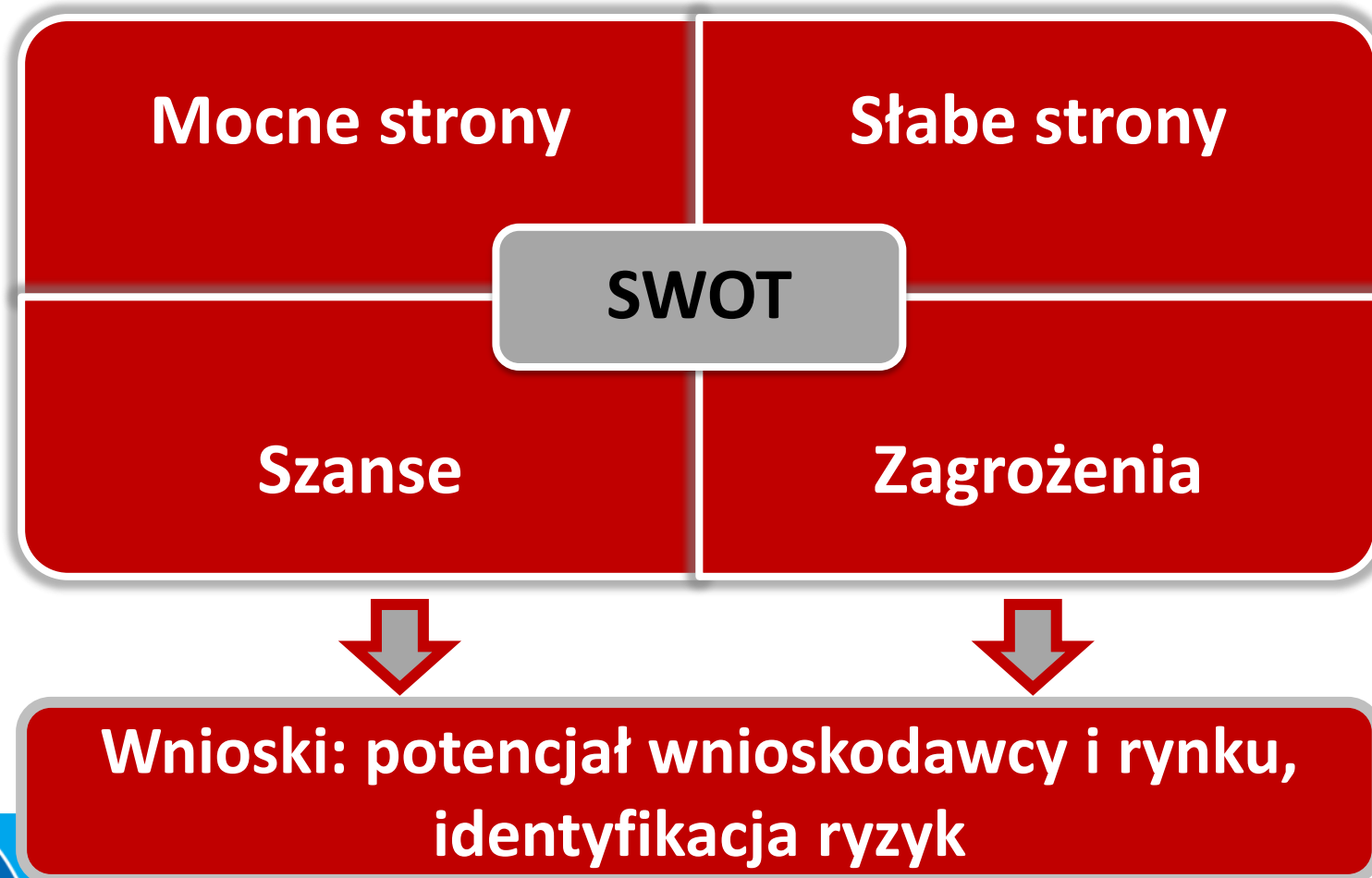
USŁUGI – MARKETING MIX 7P



KONKURENCJA – BENCHMARKING

FIRMA	Kryterium 1	Kryterium 2	Kryterium ...	Średnia
Moja firma				
Konkurent 1				
Konkurent 2				
Konkurent 3				
Konkurent 4				
Konkurent 5				

V. ANALIZA SWOT



- Co może nam przeszkodzić w realizacji celów?
- Typy ryzyka (organizacyjne, techniczne, czasowe, finansowe, prawne, itp)
- Działania zapobiegawcze, minimalizujące
- Możliwość rozszerzenia działalności lub zmiany jej profilu

VI. PLANOWANY ZAKRES DZIAŁAŃ inEdu.

6.1 Etapy realizacji operacji (harmonogram)

6.2 Źródła finansowania operacji (n, n+1, n+2)

- Kwota pomocy
- Środki własne
- Pożyczka/kredyt
- Osoby trzecie
- Inne środki

VII. ZAKRES RZECZOWO-FINANSOWY inEdu.

7.1 Zestawienie wydatków (+ założenia)

- Rodzaj wydatku
- Uzasadnienie
- Parametry techniczne
- Ilość
- Cena
- Wartość

Wskazanie planowanych do utworzenia miejsc pracy

- Liczba nowych miejsc pracy
- Nazwa stanowiska oraz zakres podstawowych obowiązków
- Rodzaj zatrudnienia
- Okres zatrudnienia i prowadzenia działalności w roku (przy działalności sezonowej)

- 9.1** Prognoza poziomu cen i wielkości sprzedaży wraz uzasadnieniem
- 9.2** Rachunek zysków i strat
- 9.3** Zaktualizowana wartość netto
- 9.4** Wskaźnik rentowności sprzedaży

PROGNOZA CEN I 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

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 jakiegokolwiek 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.

RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT

Na podstawie danych z tabel „prognoza przychodów ze sprzedaży” i „koszty” należy przedstawić rachunek zysków i strat dla okresu bieżącego oraz na dwa następne lata.				
Wyszczególnienie	Rok n	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:				

ZAKTUALIZOWANA WARTOŚĆ NETTO **inEdu.**

- **NPV – ang. net present value**
- **NPV to suma zdyskontowanych oddzielnie dla każdego roku przepływów pieniężnych, zrealizowanych w całym okresie objętym rachunkiem, przy stałym poziomie stopy dyskontowej**
- **Uwzględnia zmianę wartości pieniądza w czasie**
- **Uwzględnia całość przepływów pieniężnych związanych z inwestycją**
- **Zapewnia porównywalność inwestycji**

NPV – PRZYKŁAD (PODEJM. DZ.)

Specyfikacja	Suma: (Rok N + Rok N-1 + Rok N-2)	Rok N+1	Rok N+2	Rok N+3
1. Inwestycje dotyczące projektu (z tabeli 7.1, ze znakiem ujemnym)	-60 000,00			
2. Przychody ze sprzedaży (poz. A z tabeli 9.2)	40 000,00	40 000,00	45 000,00	
3. Koszty działalności objętej projektem (poz. B tabeli 9.2 ze znakiem ujemnym)	-15 000,00	-17 000,00	-20 000,00	
4. Dochód brutto	25 000,00	23 000,00	25 000,00	0,00
5. Podatek dochodowy wg stopy: 19% (liniowy)	4 750,00	4 370,00	4 750,00	0,00
6. Dochód netto	20 250,00	18 630,00	20 250,00	0,00
7. Wartość końcowa				52 500,00
8. Amortyzacja	1 500,00	3 000,00	3 000,00	
9. Saldo bieżące	-38 250,00	21 630,00	75 750,00	0,00
10. Stopa dyskonta/czynnik dyskontujący	0,0283/1	0,0283/0,92	0,0283/0,94	
NPV			53 936,10	

WSKAŹNIK RENTOWNOŚCI SPRZEDAŻY inEdu.

- **Wskaźnik rentowności sprzedaży brutto**
= wynik finansowy brutto/wartość
sprzedaży*100%
- **Wskaźnik rentowności sprzedaży netto**
= wynik finansowy netto/wartość
sprzedaży*100%

- Niejasny pomysł na biznes
- Bardzo ogólnikowe lub rozwlekłe opisy
- Brak rzetelnej analizy rynku
- Zbyt ogólnie zdefiniowane grupy klientów
- Brak zasobów (nieruchomość, środki transportu) lub środków finansowych do realizacji operacji
- Nieprzekonujące uzasadnienie innowacyjności
- Zakup środków trwałych, które nie są niezbędne do realizacji operacji

- **Niespójne dane**
- **Brak założeń i wyjaśnień (nie można ocenić)**
- **Zawyżone przychody lub niedoszacowane koszty**
- **RZiS – dotacja a koszty inwestycyjne**
- **Zagrożenie utrzymaniem działalności (niski poziom zysku)**
- **Brak lub błędnie obliczona amortyzacja**
- **Błędy w obliczeniach NPV**

Przed złożeniem wniosku warto sprawdzić czy:

- Są spełnione wszystkie warunki formalne
- We wniosku i załącznikach wyczerpująco zostały opisane informacje, które umożliwią uzyskanie maksymalnej ilości punktów
- Wszystkie rubryki są wypełnione
- Dane i informacje umieszczone we wniosku, biznesplanie i pozostałych załącznikach są zgodne

SPRAWDŹ EFEKTYWNOŚĆ OPERACJI inEdu.

- Posiadane zasoby (tabela 2.2) i przewidywane wydatki (tabela 7.1) są adekwatne i wystarczające
- Źródła finansowania operacji (tabela 6.2) są wystarczające aby zapewnić finansowanie nakładów inwestycyjnych i działalności operacyjnej (zapewnienie płynności finansowej)
- Prognoza poziomu cen i sprzedaży (tabela 9.1) jest realna do osiągnięcia (wynika z analizy rynku oraz porównania oferty konkurentów), czy w roku $n+1$ możliwe jest osiągnięcie 30% sprzedaży (tabela 3.2)

SPRAWDŹ EFEKTYWNOŚĆ OPERACJI inEdu.

- Operacja generuje zysk (tabela 9.2)
- Wypracowany zysk pozwala na godziwe wynagrodzenie (w szczególności w przypadku samozatrudnienia)
- NPV - jest większa od zera (tabela 9.3)
- Wskaźnik rentowności sprzedaży jest dodatni, rośnie lub utrzymywany jest na tym samym poziomie (tabela 9.4)

Pomysł na biznes



Analiza strategiczna



Klient i propozycja wartości



Model biznesowy



Biznesplan



POWODZENIA!



Hanna Król, hanna.krol@inedu.pl, www.inedu.pl, tel. 600 88 55 99

inEdu.



Kraina Trzech Rzek
Stowarzyszenie LGD