



KREATYWNIE
W PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

Budowa biznesplanu



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Biznesplan

DEFINICJE



Postać biznesplanu zależy od tego, czy dokument sporządzony jest dla banku, czy dla potencjalnego inwestora (np. anioła biznesu). Unijne procedury wymagają bardzo obszernej i szczegółowej struktury biznesplanu.

Streszczenie biznesplanu

Pierwszą częścią biznesplanu jest jego streszczenie. Może ono powstać dopiero wtedy, gdy gotowy jest cały biznesplan. Streszczenie musi zawierać wszystkie najistotniejsze informacje z poszczególnych części biznesplanu. Od tej części zależy, czy odbiorca zainteresuje się przedsięwzięciem opisanym w dalszych częściach dokumentu. Cześć ta winna być esencją, zawierającą wszystkie najważniejsze elementy biznesplanu.

W streszczeniu powinny znaleźć się następujące informacje:

- cel opracowania biznesplanu
- wysokość i przeznaczenie potrzebnych środków
- krótki opis produktów/usług i rynków zbytu ze szczególnym uwzględnieniem korzyści dla klienta
- doświadczenie i umiejętności kierownictwa.

Charakterystyka firmy i opis produktu lub usługi

Ta część zawiera podstawowe informacje o firmie. Ten fragment biznesplanu jest stosunkowo krótki i zazwyczaj przedstawia się w nim:

- nazwę i formę prawną przedsiębiorstwa,
- przedmiot działalności,
- pełne dane teleadresowe,
- charakterystyka właścicieli

Dołączane są także informacje dotyczące:

- historii firmy,
- misji i celów przedsiębiorstwa,
- otrzymanych nagród i posiadanych certyfikatów,
- posiadanych zasobów,
- charakterystyki produktu lub usługi.

Organizacja i zarządzanie

W tej części przedstawia się informacje:

- **Kwalifikacje kadry kierowniczej, szczególnie te przydatne przy realizacji danego przedsięwzięcia**
- **Struktura organizacyjna i system komunikacji w przedsiębiorstwie**
- **Wiek, doświadczenie**
- **Podział obowiązków pomiędzy poszczególnych członków zarządu**
- **Polityka płacowa, zatrudnienia i szkoleń**
- **System kontroli i monitoringu podejmowanych działań**
- **Usługi doradcze, z których korzysta firma**

Plan marketingowy

Przykładowa struktura tej części biznesplanu zawiera następujące informacje:

- charakterystyka branży
- wielkość rynku oraz panujące na nim tendencje
- segmentacja rynku
- nasi klienci (typy klientów, kim są, jakie mają wymagania, kiedy i gdzie kupują, dlaczego wybiorą lub wybierają naszą ofertę)
- charakterystyka konkurencji i jej pozycji rynkowej
- bariery wejścia i wyjścia z rynku
- analiza SWOT (analiza mocnych, słabych stron, szans i zagrożeń rynku).

Plan marketingowy

Poprzez tą część biznesplanu ukazuje się jego adresatowi, w jaki sposób zamierzamy zarabiać. Zbudowana jest ona na bazie koncepcji 4P:

1) Produkt (PRODUCT)

2) Cena (PRICE)

- strategia (polityka) cenowa
- koszt jednostkowy produktu / usługi
- cena u konkurencji rabaty
- obecny i prognozowany udział w rynku

Plan marketingowy

3) Dystrybucja (PLACE)

- strategia sprzedaży i dystrybucji
- opis wykorzystywanych kanałów dystrybucji
- partnerzy handlowi (zawarte umowy, zamówienia)
- formy płatności Usługi posprzedażowe i serwis

4) Promocja i reklama (PROMOTION)

- formy reklamy i promocji
- sposoby dotarcia do klienta (ulotki, foldery, billboardy, prasa, Internet, radio, telewizja)
- budżet reklamowy (jaki procent od dochodu będzie przeznaczany na reklamę)
- przeprowadzone i planowane kampanie reklamowe
- PR (Public Relations) – sposoby kreowania pozytywnego wizerunku firmy

Harmonogram głównych działań

W tej części biznesplanu przedstawia się:

- cele firmy i zakładane terminy ich realizacji**
- sposób osiągnięcia założonych celów**
- główne czynniki wpływające na realizację planów**

Plan finansowy

Zawartość tego dokumentu różni się w zależności od tego, kto i dla jakich celów go przygotowuje. Mimo tych różnic występują trzy podstawowe elementy:

1. bilans

2. rachunek zysków i strat (wraz z prognozowanymi nakładami inwestycyjnymi)

- rachunek przepływów środków pieniężnych.

Dodatkowo w analizie finansowej należy zawrzeć:

- sprawozdania historyczne (nie dotyczy firm początkujących)

- źródła finansowania działalności

- analizę progu rentowności

- stopę zwrotu zainwestowanego kapitału

- obecne i przyszłe zapotrzebowanie na kapitał.

Załączniki

- słowniczek terminów
- specyfikacja techniczna produktu
- struktury organizacyjne
- życiorysy członków zarządu i kluczowych pracowników
- wyniki badań rynkowych.