



Znak:.....

**Załącznik nr 2 do wniosku o przyznanie  
z Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych  
środków na podjęcie działalności gospodarczej**

**BIZNESPLAN**

.....  
(nazwa firmy)

.....  
(adres)

.....  
(miejscowość, rok)

## Spis treści

### 1. Opis przedsięwzięcia

- 1.1 Nazwa przedsiębiorstwa
- 1.2 Adres, siedziba firmy
- 1.3 Lokalizacja działalności gospodarczej
- 1.4 Planowany termin rozpoczęcia działalności gospodarczej
- 1.5 Charakterystyka działalności gospodarczej
- 1.6 PKD

### 2. Analiza rynku, branży i konkurencji

- 2.1 Lokalizacja rynku
- 2.2 Branża
- 2.3 Konkurencja
- 2.4 Segmentacja
- 2.5 Innowacyjność rynkowa pomysłu
- 2.6 Analiza wykonalności pomysłu

### 3. Analiza marketingowa

- 3.1 Strategia produktu
- 3.2 Strategia cenowa
- 3.3 Strategia promocyjna
- 3.4 Strategia dystrybucji

### 4. Analiza zaplecza technicznego

- 4.1 Opis posiadanych zasobów własnych (sprzętu, środków transport, towaru, środków finansowych itp.) niezbędnych do prowadzenia planowanej działalności
- 4.2 Status prawny i opis lokalu lub pomieszczeń, w których prowadzona będzie działalność
- 4.3 Uzasadnienie dla planowanych zakupów
- 4.4 Opis przyszłych źródeł zaopatrzenia firmy
- 4.5 Dodatkowe wymagania prawne i administracyjne związane z zainicjowaniem działalności gospodarczej
- 4.6 Korzystanie z usług podmiotów zewnętrznych
- 4.7. Czy planowana działalność gospodarcza zakłada współpracę na zasadach franczyzy?

### 5. Potencjał i wykształcenie Wnioskodawcy

### 6. Analiza SWOT

### 7. Analiza finansowa

- 7.1 Miesięczna kalkulacja przychodów uzyskanych ze sprzedaży usług, towarów, produktów
- 7.2 Przychody na pierwsze 12 miesięcy działalności gospodarczej
- 7.3 Koszty na pierwsze 12 miesięcy działalności gospodarczej
- 7.4 Przychody na kolejne 12 miesięcy działalności gospodarczej
- 7.5 Koszty na kolejne 12 miesięcy działalności gospodarczej
- 7.6 Rachunek wyników na pierwsze 12 miesięcy działalności gospodarczej
- 7.7 Rachunek wyników na kolejne 12 miesięcy działalności gospodarczej

### 8. Szczegółowa specyfikacja i harmonogram zakupów w okresie od dnia zawarcia umowy z PUP w Policach do 30. dnia od daty podjęcia działalności gospodarczej

**1. Opis przedsięwzięcia**

<b>1.1 Nazwa planowanej działalności gospodarczej</b>	
-------------------------------------------------------	--

<b>1.2 Adres, siedziba firmy</b>	
----------------------------------	--

<b>1.3 Lokalizacja działalności gospodarczej (teren działania)</b>	
--------------------------------------------------------------------	--

<b>1.4 Planowany termin rozpoczęcia działalności gospodarczej</b>	
-------------------------------------------------------------------	--

<b>1.5 Charakterystyka działalności gospodarczej</b> <i>Krótką charakterystyką, (przedmiot i zakres)</i>	
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

<b>1.6 Numer i charakterystyka PKD planowanej działalności gospodarczej</b> <i>(według Polskiej Klasyfikacji Działalności zgodnie z Rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 24.12.2007r. (Dz. U. Nr 251 poz.1885 z późn. zm.)</i>	□□□□
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------

## 2. Analiza rynku, branży i konkurencji

### 2.1 Lokalizacja rynku

*Na jakim terenie działać będzie firma, jakie są cechy charakterystyczne danej miejscowości, jej populacja, znaczące ośrodki handlowe, pracodawcy, istotny jest opis rynku pod kątem czynników mogących korzystnie wpłynąć na planowane przedsięwzięcie.*

### 2.2 Branża

*Jakie są tendencje rozwojowe wybranej branży, przewidywania dotyczące jej przyszłości (czy branża znajduje się w fazie wzrostu, dojrzałości czy schyłkowej).*

### 2.3 Konkurencja

*Identyfikacja przedsiębiorstw działających w branży oraz głównych konkurentów (kto obecnie zajmuje wiodące miejsce na tym rynku, jakie są silne i słabe strony firmy konkurencyjnej, ile jest firm na rynku o identycznym lub zbliżonym profilu działalności?).*

<p><b>2.4 Segmentacja</b></p> <p><i>Do kogo będzie adresowana działalność firmy (kto będzie kupował jej produkty – profil klienta: jego wiek, płeć, zainteresowania, dochody, na jak dużą bazę klientów może liczyć na danym terenie – jakie jest miejscowe zapotrzebowanie na produkt). Analiza klientów powinna opierać się na tzw. Kliencie typowym, a więc dotyczyć pewnej grupy klientów o takich samych lub zbliżonych cechach (wiek, płeć, zainteresowania, dochody, styl życia itp.). Klientów należy podzielić na osoby fizyczne oraz podmioty gospodarcze, a jeśli oferta dotyczy obu grup - dokonać odrębnej oceny.</i></p>	
<p><b>2.4 Innowacyjność rynkowa pomysłu</b></p> <p><i>W jakim zakresie planowana działalność wprowadza innowacyjne rozwiązania, czym różni się od istniejącej konkurencji.</i></p>	
<p><b>2.5 Analiza wykonalności pomysłu</b></p> <p><i>Identyfikacja ograniczeń i barier związanych z realizacją przedsięwzięcia. Należy wskazać i opisać czynniki mogące negatywnie wpłynąć na sukces przedsięwzięcia oraz wskazać sposoby ich ograniczenia.</i></p>	

### 3. Analiza marketingowa

#### 3.1 Strategia produktu

*Opis produktu znajdującego się w ofercie firmy, jego modeli, sposobu wykonania, wyglądu, opakowania, jakości, gwarancji, jakie zostaną udzielone klientowi, usług dodatkowych. Opis wykonany zostać może w zestawieniu z produktami konkurencji, przy czym nacisk położony powinien zostać na te punkty, w których produkt firmy jest lepszy od konkurencyjnych (potencjalne źródło sukcesu) lub też jest od nich gorszy (cechy mogące wpłynąć na niepowodzenie i które powinny zostać zniwelowane lub całkiem wyeliminowane). Należy zaznaczyć, że pojęcie „produkt” w ujęciu marketingowym nie oznacza efektu procesu produkcyjnego ale ma znaczenie o wiele szersze. Produkt obejmuje bowiem całokształt oferty rynkowej firmy, a więc wszystko to co oferuje ona do sprzedaży. W tym znaczeniu produktem jest np. usługa oferowana przez firmę usługową, towar handlowy oferowany przez firmę handlową jak również wyrób gotowy sprzedawany przez firmę handlową jak również wyrób gotowy sprzedawany przez firmę produkcyjną.*

#### 3.2 Strategia cenowa

*W jaki sposób ustalone będą ceny, jaka będzie relacja wobec cen na podobne produkty firm konkurencyjnych; czy zostaną przewidziane rabaty (jeśli tak, to co będzie decydowało przy udzielaniu rabatów: typ klienta, wartość zamówienia, długość współpracy z odbiorcą i inne).*

### **3.3 Strategia promocyjna**

*W jaki sposób klienci informowani zostaną o produktach firmy, do kogo będzie skierowana promocja, ile będzie kosztowała, jak długo będzie trwać, co będzie podkreślane w reklamach, jaki efekt przedsiębiorca spodziewa się przy ich pomocy uzyskać? Należy pamiętać, że nowopowstająca firma jest nieznana na rynku. Nawet oferując doskonały produkt w konkurencyjnej cenie nie może liczyć na satysfakcjonującą sprzedaż jeśli nie będzie ona znana wśród potencjalnych klientów. Dlatego pierwszym podstawowym celem promocji nowej firmy jest cel informujący (przekazanie informacji klientom o istnieniu nowego przedsiębiorstwa).*

### **3.4 Strategia dystrybucji**

*Gdzie będzie można nabyć produkt, czy będzie sprzedawany bezpośrednio, czy przez pośredników (przedstawicieli handlowych, stałych odbiorców – sklepy detaliczne, hurtownie, sieci handlowe, jaki będzie koszt sprzedaży w poszczególnych kanałach dystrybucji, który z kanałów będzie najbardziej skuteczny.*

**4. Analiza zaplecza technicznego**

<p><b>4.1 Opis posiadanych zasobów własnych (sprzętu, środków transportu, towaru, środków finansowych itp.) niezbędnych do prowadzenia planowanej działalności</b></p> <p><i>Należy wymienić i podać szacunkową wartość zasobów własnych wykorzystywanych do planowanej działalności (jeśli dotyczy). W przypadku udziału wkładu własnego należy podać kwotę.</i></p>	
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

<p><b>4.2 Status prawny i opis lokalu lub pomieszczeń, w których prowadzona będzie działalność</b></p> <p><i>(należy wybrać właściwą opcję)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> nie dotyczy (praca będzie wykonywana u klienta)</li><li><input type="checkbox"/> lokal własny</li><li><input type="checkbox"/> dzierżawa, najem lokalu <b>(w tym przypadku koniecznie należy dołączyć przedwstępną umowę najmu, dzierżawy lokalu)</b> czas trwania umowy: od ..... do ..... miesięczna wysokość wydatków związanych z najmem lokalu .....</li></ul> <p>Adres i opis lokalu lub pomieszczeń, gdzie będzie prowadzona działalność:</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



<p><b>4.3 Opis przyszłych źródeł zaopatrzenia firmy</b></p> <p><i>Należy wskazać od kogo będzie kupowany towar lub materiały, jak zostanie zorganizowana kwestia transportu, czy w przypadku braku możliwości zaopatrzenia u jednego dostawcy istnieje możliwość zakupu gdzie indziej, czy będzie możliwe negocjowanie warunków transakcji, w tym ceny i termin płatności.</i></p>	
<p><b>4.4 Dodatkowe wymagania prawne i administracyjne związane z rozpoczęciem działalności gospodarczej</b></p> <p><i>Należy podać niezbędne do prowadzenia działalności licencje, zezwolenia, koncesje, atesty itp.</i></p>	<p><input type="checkbox"/> Nie dotyczy</p>
<p><b>4.5 Korzystanie z usług podmiotów zewnętrznych</b></p> <p><i>Należy podać z jakich usług przedsiębiorca zamierza korzystać, jaka pomoc będzie niezbędna do prawidłowego funkcjonowania firmy (np. usługa księgowa, usługa ochrony mienia, konsultacje prawne, usługa podwykonawstwa). Są to usługi, których przedsiębiorca nie jest w stanie z różnych powodów samodzielnie realizować.</i></p>	<p><input type="checkbox"/> Nie dotyczy</p>
<p><b>4.6 Czy planowana działalność gospodarcza zakłada współpracę na zasadach franczyzy?</b></p> <p><i>Należy opisać okres trwania umowy, kwotę miesięcznej/kwartalnej opłaty franczyzowej, inne pozostałe warunki współpracy.</i></p>	<p><input type="checkbox"/> Nie dotyczy</p>

## 5. Potencjał i wykształcenie Wnioskodawcy

### 5.1 Opis potencjału i wykształcenia wnioskodawcy

*Należy szczegółowo opisać posiadane wykształcenie i doświadczenie zawodowe oraz wszelkie dodatkowe umiejętności, które mają znaczenie dla powodzenia planowanego przedsięwzięcia.*



## 7. Analiza finansowa

### 7.1 Miesięczna kalkulacja przychodów i kosztów uzyskanych ze sprzedaży usług, towarów, produktów

*W szczególny sposób należy opisać przychody oraz koszty w wybranym miesiącu (spośród 12 miesięcy) prowadzenia działalności gospodarczej; kalkulując przychód należy co najmniej wskazać:*

- *jednostkowy koszt świadczonych w analizowanym okresie usług lub sprzedawanych produktów;*
- *liczbę sprzedanych produktów lub ilość świadczonych usług;*
- *miesięczne koszty prowadzenia działalności gospodarczej (np. koszt najmu lokalu, opłaty).*

**7.2 Rachunek wyników na pierwsze 12 miesięcy działalności gospodarczej**

*W przypadku, gdy w danym miesiącu nie pojawia się wydatek/przychód należy w danej pozycji wstawić „0”*

<b>POZYCJA/MIESIĄC</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>RAZEM</b>
<b>A. Przychody netto</b>													
<b>B. Koszty prowadzenia działalności gospodarczej</b>													
<b>C. Zysk/strata z tytułu prowadzonej działalności ( A – B)</b>													

**7.3 Rachunek wyników na kolejne 12 miesięcy działalności gospodarczej**

*W przypadku, gdy w danym miesiącu nie pojawia się wydatek/przychód należy w danej pozycji wstawić „0”*

<b>POZYCJA/MIESIĄC</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>RAZEM</b>
<b>A. Przychody netto</b>													
<b>B. Koszty prowadzenia działalności gospodarczej</b>													
<b>C. Zysk/strata z tytułu prowadzonej działalności ( A – B)</b>													

## 8. Charakterystyka planowanych zakupów

### 8.1 Szczegółowa specyfikacja i harmonogram zakupów w okresie od dnia zawarcia umowy z PUP w Policach do 30. dnia od daty podjęcia działalności gospodarczej

Lp.	NAZWA ZAKUPU (należy precyzyjnie określić rodzaj i liczbę zakupów, wskazując na ich parametry techniczne np. model)	Nazwa i adres dostawcy	Źródła finansowania przedsięwzięcia			Razem
			Środki własne	Inne źródła (kredyty, pożyczki itp.)	Wnioskowana kwota	
<b>Ogółem</b>						

.....  
(data sporządzenia biznesplanu)

.....  
(czytelny podpis wnioskodawcy)

**8.2 Uzasadnienie dla planowanych zakupów**

Należy szczegółowo opisać oraz uzasadnić ich wpływ na planowaną działalność. Dokonując opisu należy zachować kolejność

Lp.	NAZWA ZAKUPU (dokonując opisu należy zachować kolejność i nazewnictwo zakupów wskazanych w tabeli 8.1)	Uzasadnienie

.....  
(data sporządzenia biznesplanu)

.....  
(czytelny podpis wnioskodawcy)