

Znak:.....

**Załącznik nr 1 do wniosku
o przyznanie środków z Funduszu Pracy
na założenie spółdzielni socjalnej**

BIZNESPLAN

.....
(nazwa spółdzielni socjalnej)

.....
(adres)

.....
(miejscowość, rok)

Spis treści

1. Opis przedsięwzięcia

- 1.1 Nazwa spółdzielni socjalnej
- 1.2 Informacja o osobach zakładających spółdzielnię socjalną
- 1.3 Adres, siedziba spółdzielni
- 1.4 Lokalizacja działalności gospodarczej
- 1.5 Planowany termin rozpoczęcia działalności gospodarczej
- 1.6 Charakterystyka działalności spółdzielni socjalnej
- 1.7 Numer i charakterystyka PKD planowanej działalności

2. Analiza rynku, branży, konkurencji i potencjału

- 2.1 Lokalizacja rynku
- 2.2 Branża
- 2.3 Konkurencja
- 2.4 Segmentacja
- 2.5 Potencjał założycieli/ członków spółdzielni

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

5. Analiza SWOT

6. Analiza finansowa

- 6.1 Miesięczna kalkulacja przychodów uzyskanych ze sprzedaży usług, towarów, produktów
- 6.2 Planowane przychody w pierwszych 12 miesiącach funkcjonowania spółdzielni
- 6.3 Planowane koszty w pierwszych 12 miesiącach funkcjonowania spółdzielni
- 6.4 Rachunek wyników na pierwsze 12 miesięcy funkcjonowania spółdzielni

7. Szczegółowa specyfikacja i harmonogram zakupów niezbędnych do uruchomienia spółdzielni socjalnej

8. Szczegółowa specyfikacja i harmonogram zakupów ze środków Funduszu Pracy

1. Opis przedsięwzięcia

1.1 Nazwa spółdzielni socjalnej

1.2 Informacje o osobach zakładających spółdzielnię socjalną

(należy podać liczbę członków spółdzielni, imiona i nazwiska wraz z określeniem ich statusu na rynku pracy (osoba bezrobotna, pracująca))

1. (imię i nazwisko, status na rynku pracy)
2. (imię i nazwisko, status na rynku pracy)
3. (imię i nazwisko, status na rynku pracy)
4. (imię i nazwisko, status na rynku pracy)
5. (imię i nazwisko, status na rynku pracy)

1.3 Adres, siedziba spółdzielni

1.4 Lokalizacja działalności spółdzielni

(teren działania)

1.5 Planowany termin rozpoczęcia działalności spółdzielni

1.6 Charakterystyka działalności spółdzielni socjalnej

Krótką charakterystyką (przedmiot i zakres)

1.7 Numer i charakterystyka PKD planowanej działalności gospodarczej

(według Polskiej Klasyfikacji Działalności zgodnie z Rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 24.12.2007r. (Dz. U. Nr 251 poz. 1885 z późn. zm.))

__ __ __ __

2. Analiza rynku, branży, konkurencji i potencjału

2.1 Lokalizacja rynku

Na jakim terenie działać będzie spółdzielnia, 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?).

--	--

2.4 Segmentacja

Do kogo będzie adresowana działalność spółdzielni (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 nieprowadzące działalności gospodarczej oraz podmioty gospodarcze i jeśli oferta rynkowa jest adresowana do obu grup – dokonać odrębnej analizy.

2.5 Potencjał założycieli/ członków spółdzielni

Jakie są kluczowe kompetencje i doświadczenie zawodowe osób zakładających spółdzielnię mające wpływ na sukces przedsięwzięcia.

3. Analiza marketingowa

3.1 Strategia produktu

Opis produktu znajdującego się w ofercie spółdzielni, 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 ustalane 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 spółdzielni, 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 spółdzielnia 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 spółdzielni 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

4.1 Opis posiadanych zasobów własnych (sprzętu, środków transportu, towaru, środków finansowych itp.) niezbędnych do prowadzenia planowanej działalności

Należy wymienić i podać szacunkową wartość zasobów własnych wykorzystywanych do planowanej działalności (jeśli dotyczy). W przypadku udziału wkładu własnego należy podać kwotę.

4.2 Status prawny i opis lokalu lub pomieszczeń, w których prowadzona będzie działalność

(należy wybrać właściwą opcję)

- ☐ nie dotyczy (praca będzie wykonywana u klienta)
- ☐ lokal własny
- ☐ dzierżawa, najem lokalu
(w tym przypadku koniecznie należy dołączyć przedwstępną umowę najmu, dzierżawy lokalu)
czas trwania umowy:
od do
miesięczna wysokość wydatków związanych z najmem lokalu
.....

Adres i opis lokalu lub pomieszczeń, gdzie będzie prowadzona działalność:

4.3 Uzasadnienie dla planowanych zakupów

Należy szczegółowo opisać oraz uzasadnić ich wpływ na planowaną działalność

4.4 Opis przyszłych źródeł zaopatrzenia spółdzielni socjalnej

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.

4.5 Dodatkowe wymagania prawne i administracyjne związane z zainicjowaniem działalności

Należy podać niezbędne do prowadzenia działalności licencje, zezwolenia, koncesje, atesty itp.

☐ Nie dotyczy

4.6 Korzystanie z usług podmiotów zewnętrznych

Z jakich usług obcych spółdzielnia zamierza korzystać, jaka pomoc będzie niezbędna do prawidłowego funkcjonowania (np. usługa księgowa, usługa ochrony mienia, konsultacje prawne, usługa podwykonawstwa). Są to usługi, których spółdzielnia nie jest w stanie z różnych powodów samodzielnie realizować.

☐ Nie dotyczy

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.

5. Analiza SWOT

Analiza silnych i słabych stron, szans i zagrożeń stojących przed spółdzielnią (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). W jej ramach należy zestawić ze sobą wszystko to, co stanowi atut, przewagę, zaletę analizowanego przedsięwzięcia oraz jego słabość, barierę i wadę. Silne i słabe strony są czynnikami wewnętrznymi dla firmy (mogą dotyczyć np. cech produktu, sposobu zorganizowania firmy). Szanse i zagrożenia są zewnętrznymi czynnikami, np. rozwój całego nowego rynku (szansa), czy pojawienie się na rynku nowych konkurentów (zagrożenie).

UWARUNKOWANIA WEWNĘTRZNE	
Mocne strony	Słabe strony
UWARUNKOWANIA ZEWNĘTRZNE	
Szanse	Zagrożenia

6. Analiza finansowa

6.1 Miesięczna kalkulacja przychodów uzyskanych ze sprzedaży usług, towarów, produktów wytwarzanych przez spółdzielnię socjalną

6.2 Planowane przychody w pierwszych 12 miesiącach funkcjonowania spółdzielni socjalnej

POZYCJA/MIESIĄC	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	RAZEM
A. Przychody netto ze sprzedaży													
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów i Usług													
II. Przychody netto ze sprzedaży materiałów i towarów													
B. Pozostałe przychody operacyjne													
I. Dotacje													
II. Pozostałe przychody operacyjne													
C. Przychody finansowe													
D. Przychody ogółem													

6.3 Planowane koszty w pierwszych 12 miesiącach funkcjonowania spółdzielni socjalnej

POZYCJA/MIESIĄC	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	RAZEM
A. Koszty działalności operacyjnej (suma od I do VIII)													
I. Amortyzacja													
II. Zużycie materiałów i energii													
- energia elektryczna													
- paliwo													
- surowce													
- materiały biurowe													
III. Usługi obce													
- rozmowy telefoniczne													
- najem													
- usługi księgowe													
IV. Podatki i opłaty													
V. Wynagrodzenia													
VI. Ubezpieczenie społeczne													
VII. Pozostałe koszty rodzajowe													
- reklama													
- ubezpieczenia majątkowe													
- delegacje													
VIII. Wartość sprzedanych towarów i materiałów													
B. Pozostałe koszty operacyjne													
C. Koszty finansowe													
- podnajem od najemcy													
D. Koszty ogółem													

6.4 Rachunek wyników na pierwsze 12 miesięcy funkcjonowania spółdzielni socjalnej

POZYCJA/MIESIĄC	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	RAZEM
A. Przychody netto ze sprzedaży													
B. Koszty działalności gospodarczej													
C. Zysk (strata) ze sprzedaży (A – B)													
D. Pozostałe przychody operacyjne													
E. Pozostałe koszty operacyjne													
F. Zysk (strata) z działalności operacyjnej(C+D-E)													
G. Przychody finansowe													
H. Koszty finansowe													
I. Zysk (strata) brutto (F+G-H)													
J. Podatek dochodowy													
K. Zysk (strata) netto (I - J)													

7. Szczegółowa specyfikacja i harmonogram wszystkich zakupów niezbędnych do uruchomienia spółdzielni socjalnej

Lp.	Nazwa	Opis wraz z uzasadnieniem	Przewidywany termin zakupu	Nazwa i adres dostawcy	Źródła finansowania przedsięwzięcia			Razem
					Środki własne	Inne źródła (kredyty, pożyczki itp.)	Wnioskowana kwota	
Ogółem								

8. Szczegółowa specyfikacja i harmonogram zakupów planowanych do zakupu ze środków Funduszu Pracy
 (w przypadku składania jednego biznesplanu wspólnie z członkami założycielami spółdzielni, każdy z wnioskodawców musi określić w tabeli nr 8 zakupy na które zamierza przeznaczyć przyznane środki z Funduszu Pracy)

Lp.	Nazwa	Opis wraz z uzasadnieniem	Przewidywany termin zakupu	Imię i nazwisko wnioskodawcy	Kwota z Funduszu Pracy	Pozostałe środki	Razem
Ogółem							

.....
 (data sporządzenia biznesplanu)

.....
 (czytelny podpis Wnioskodawcy)