INFORMACJE POMOCNICZE PRZY WYPEŁNIANIU BIZNESPLANU

w ramach poddziałania 19.2 Wsparcie na wdrażanie operacji w ramach strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność objętego PROW na lata 2014-2020

Zalecenia ogólne:

1. Biznesplan jest załącznikiem do wniosku o przyznanie pomocy, składanym w przypadku następujących operacji:
   1) w zakresie rozwoju przedsiębiorczości na obszarze wiejskim objętym LSR, w przypadku:
      - *podejmowania działalności gospodarczej*,
      - *rozwijania działalności gospodarczej*,
      - *tworzenia lub rozwoju inkubatorów przetwórstwa lokalnego produktów rolnych, będących przedsiębiorstwami spożywczymi.*[1] *,w których jest wykonywana działalność w zakresie produkcji, przetwarzania lub dystrybucji żywności pochodzenia roślinnego lub zwierzęcego lub wprowadzania tej żywności na rynek, przy czym podstawą działalności wykonywanej w tym inkubatorze jest przetwarzanie żywności, albo*
   2) wspierania współpracy między podmiotami wykonującymi działalność gospodarczą na obszarze wiejskim objętym LSR w ramach krótkich łańcuchów dostaw lub w zakresie świadczenia usług turystycznych, lub w zakresie rozwijania rynków zbytu produktów lub usług lokalnych; albo
   3) rozwoju rynków zbytu produktów i usług lokalnych, z wyłączeniem operacji polegających na budowie lub modernizacji targowisk objętych zakresem wsparcia w ramach działania Podstawowe usługi i odnowa wsi na obszarach wiejskich.
2. Biznesplan jest dokumentem, który powinien potwierdzać w szczególności, iż operacja jest uzasadniona ekonomicznie. Na podstawie danych historycznych oraz diagnozy obecnej sytuacji (lub przewidywania w zakresie możliwości założenia i skutecznego funkcjonowania nowego przedsiębiorstwa) zamieszcza się w biznesplanie projekcję celów operacji oraz prezentuje sposoby ich osiągnięcia. Przygotowując biznesplan należy uwzględnić wszelkiego rodzaju uwarunkowania natury finansowej, rynkowej, marketingowej, organizacyjnej, lub technologicznej, z którymi podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy ma obecnie do czynienia oraz z którymi przyjdzie się mu zmierzyć w przyszłości.
3. W przypadku, gdy operacja będzie realizowana w zakresie rozwoju przedsiębiorczości na obszarze wiejskim oraz polega wyłącznie na tworzeniu lub rozwijaniu ogólnodostępnych i niekomercyjnych inkubatorów przetwórstwa lokalnego produktów rolnych, biznesplan, może nie zakładać osiągania zysków z działalności prowadzonej w ramach tych inkubatorów.
4. Uzasadnienie ekonomiczne operacji opiera się na wskaźnikach. Operacja jest uzasadniona ekonomicznie, jeżeli wskaźniki rentowności oraz NPV maja wartość dodatnią. Uznanie wskaźników wynikowych może nastąpić jedynie w przypadku pozytywnej oceny 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.
5. Przyjęcie w biznesplanie nierealnych założeń, może skutkować negatywnymi konsekwencjami. Z jednej strony podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy może mieć trudności w osiągnięciu w wyniku realizacji operacji, określonego w umowie ilościowego lub wartościowego poziomu sprzedaży produktów, z drugiej zaś – niepoprawnie sporządzony, niespójny, nierealny lub niewiarygodny biznesplan – może być oceniony negatywnie.
6. Biznesplan należy wypełnić w języku polskim. Dokument należy wypełnić elektronicznie i wydrukować.
7. Biznesplan jest wypełniany w ścisłym powiązaniu z wnioskiem o przyznanie pomocy. Informacje zawarte w biznesplanie oraz wniosku o przyznanie pomocy muszą być ze sobą zgodne (planowane koszty – zakres i wysokość, kwota pomocy, terminy realizacji operacji, liczba miejsc pracy, wielkość firmy, cele projektu, zakres i opis operacji, lokalizacja i zaplecze, itd.).

[1] *w rozumieniu art. 3 pkt 2 rozporządzenia (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r ustanawiającego ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołującego Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiającego procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności (Dz. Urz. WE L 31 z 01.02.2002, str. 1, z późn.* zm.*; Dz. Urz. UE Polskie wydanie specjalne, rozdz. 15, t. 6, str. 463, z późn. zm.)*

8. Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy musi wypełnić wszystkie pola w biznesplanie. Jeśli jakieś pytanie / polecenie go nie dotyczy, powinien wpisać „nie dotyczy”.
9. Nie należy zmieniać formatu biznesplanu (usuwać poszczególnych punktów, tabel bądź kolumn). W przypadku zbyt małej liczby wierszy w poszczególnych podpunktach biznesplanu można dodać dodatkowe pozycje.
10. Biznesplan powinien zostać sporządzony przy założeniu stałego poziomu cen, zarówno na towary/usługi/produkty, jak i koszty, jeśli jest to możliwe. Zmiany cen jednostkowych możliwe są jako następstwo zmian jakościowych będących efektem realizacji przewidzianych w operacji inwestycji np. wzrost cen zbytu produktów na skutek poprawy ich jakości po wdrożeniu nowej technologii produkcji w wyniku zakupu nowych maszyn.
11. W celu prawidłowej weryfikacji niektórych założeń w biznesplanie powinny być zamieszczone analizy własne np. dotyczące prognozy sprzedaży, ustalenia ceny średniej, czy szacunki dotyczące kosztów w ujęciu ilościowym, a jeśli nie ma wystarczającej ilości miejsca – powinny być załączone na dodatkowych kartkach.
12. W dokumencie powinny się znaleźć tylko istotne / kluczowe informacje, które wywierają wpływ na przedstawiany projekt. Zamieszczanie informacji, które luźno wiążą się z tematem powoduje rozmycie obrazu i odciąga uwagę od istoty projektu.
13. Rzetelne opracowanie biznesplanu powinno pozwolić na analizę wszystkich aspektów mających związek z rozpoczęciem nowej działalności lub rozwojem firmy.
14. Użyte w biznesplanie terminy oznaczają:
    - **Rok n**: rok dokonania przez ARiMR płatności końcowej w ramach operacji
    - **Rok n-1 i Rok n-2**: dozwolone lata realizacji operacji
    - **Rok n+1 i Rok n+2**: dotyczy podejmowania i rozwijania działalności gospodarczej
    - **Rok n+3**: dotyczy rozwijania działalności gospodarczej

    Uwaga! Planując datę płatności ostatecznej, należy uwzględnić czas potrzebny na ocenę wniosku o płatność II transzy (w przypadku podejmowania działalności gospodarczej) albo wniosku o płatność ostateczną (w przypadku rozwijania działalności gospodarczej) – tj. termin 4 miesięcy od planowanej daty złożenia ww. wniosku o płatność.

Strona tytułowa

Na pierwszej stronie biznesplanu podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy zaznacza, jakiej działalności dotyczy biznesplan, tj.:

- podejmowania działalności gospodarczej, albo
- w zakresie rozwijania działalności gospodarczej (pozostałe zakresy wsparcia).

Jednocześnie należy podać tytuł operacji, zgodnie z tytułem określonym we wniosku o przyznanie pomocy.

I. Informacje dotyczące podmiotu ubiegającego się o przyznanie pomocy.

Należy podać nazwisko i imię lub nazwę podmiotu ubiegającego się o przyznanie pomocy. Dodatkowym identyfikatorem jest numer identyfikacyjny nadany przez Agencję Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa zgodnie z przepisami ustawy z dnia 18 grudnia 2003 r. *o krajowym systemie ewidencji producentów, ewidencji gospodarstw rolnych oraz ewidencji wniosków o przyznanie płatności (Dz.U. z 2012 r. poz. 86 t.j., z późn. zm.).*

II. Informacje dotyczące zasobów lub kwalifikacji posiadanych przez podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy niezbędnych ze względu na przedmiot operacji, którą zamierza realizować.

2.1 Potencjał, wykształcenie i doświadczenie podmiotu ubiegającego się o przyznanie pomocy (dotyczy operacji w zakresie rozwijania działalności gospodarczej)**.**

Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy na operację polegającą na podejmowaniu działalności gospodarczej w tej części wpisuje – nie dotyczy.

Zgodnie z § 4 ust. 1 pkt 7 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 24 września 2015 r. *w sprawie szczegółowych warunków i trybu przyznawania pomocy finansowej w ramach poddziałania „Wsparcie na wdrażanie operacji w ramach strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność" objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020* (Dz. U. poz. 1570 z późn. zm.), zwanego dalej rozporządzeniem, podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy jest zobowiązany wykazać, że:

a) posiada doświadczenie w realizacji projektów o charakterze podobnym do operacji, którą zamierza realizować, lub

b) posiada zasoby odpowiednie do przedmiotu operacji, którą zamierza realizować, lub

c) posiada kwalifikacje odpowiednie do przedmiotu operacji, którą zamierza realizować, jeżeli jest osobą fizyczną, lub

d) wykonuje działalność odpowiednią do przedmiotu operacji, którą zamierza realizować;

Potwierdzeniem ww. wymogu rozporządzenia, może być wykazanie spełniania jedynie jednego z powyższych wymagań.

Uwaga! Powyższe warunki będą potwierdzane dokumentami stanowiącymi załącznik do wniosku o przyznanie pomocy. (część B.VII. INFORMACJA O ZAŁĄCZNIKACH, B. Załączniki wspólne, pkt 11).

ad. 1) W tym punkcie należy pokazać doświadczenie w realizacji projektów o charakterze podobnym do operacji, którą zamierza realizować. Należy podać np. nr oraz datę umowy / decyzji o dofinansowaniu danego projektu, lub opisać zakres zrealizowanego projektu.

ad. 2) W tym punkcie należy opisać wykształcenie (poziom wykształcenia, nazwa uczelni, kierunek, zdobyty tytuł itp.), odbyte kursy i szkolenia (ukończone kursy i szkolenia mogące mieć wpływ na planowane przedsięwzięcie, o tematyce ekonomicznej, marketingowej itp. jak i związane z branżą, w której prowadzona będzie działalność) lub doświadczenie zawodowe i inne posiadane umiejętności mające znaczenie w stosunku do planowanej operacji.

ad. 3) Należy opisać działalność, którą wykonuje podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy, bezpośrednio związaną z planowaną do realizacji operacją.

2.2. Posiadane zasoby, które będą wykorzystane do prowadzonej działalności gospodarczej.

Należy uzupełnić dane jeśli podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy posiada zasoby, które będą wykorzystane do prowadzonej działalności gospodarczej (wyłącznie odniesieniu do działalności, której dotyczy operacja). Jeśli nie – należy wpisać nie dotyczy.

Należy wyszczególnić majątek, który jest własnością podmiotu ubiegającego się o przyznanie pomocy lub będzie używany na podstawie np. umów najmu, dzierżawy czy leasingu (z wyłączeniem tego, który zostanie nabyty w ramach operacji).

W tabeli należy opisać rodzaj majątku (np. grunty, budynki i budowle, maszyny i urządzenia, środki transportu, wartości niematerialne i prawne) oraz doprecyzować odpowiednio rodzaj (typ) majątku, jego lokalizację, powierzchnię/kubaturę, rok produkcji lub stan techniczny. Dodatkowo należy wskazać tytuł prawny oraz szacowaną wartość lub wartość księgową.

Uwaga! Zgodnie z § 4 ust. 1 pkt 4 rozporządzenia – inwestycje w ramach operacji będą realizowane na nieruchomości będącej własnością lub współwłasnością podmiotu ubiegającego się o przyznanie pomocy lub podmiot ten posiada prawo do dysponowania nieruchomością na cele określone we wniosku o przyznanie pomocy co najmniej przez okres realizacji operacji oraz okres podlegania zobowiązaniu do zapewnienia trwałości operacji zgodnie z art. 71 ust. 1 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. ustanawiającego wspólne przepisy dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności, Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz ustanawiającego przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności i Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz uchylającego rozporządzenie Rady (WE) nr 1083/2006 (Dz. Urz. UE L 347 z 20.12.2013 str. 320, z późn. zm.), zwanego dalej rozporządzeniem nr 1303/2013. Potwierdzeniem tego wymogu będą również załączane do wniosku o przyznanie pomocy *dokumenty potwierdzające posiadanie tytułu prawnego do nieruchomości* oraz – w przypadku posiadania zależnego – *oświadczenie właściciela(i) lub współwłaściciela(i) nieruchomości, że wyraża(ją) on(i) zgodę na realizację operacji bezpośrednio związanej z nieruchomością, jeżeli operacja jest realizowana na terenie nieruchomości będącej w posiadaniu zależnym lub będącej przedmiotem współwłasności.*

2.3 Stan przygotowań do podjęcia/rozwijania działalności gospodarczej i jej wykonywania.

Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy opisuje aktualną sytuację w jakiej się znajduje, stan przygotowań do podjęcia / rozwijania działalności gospodarczej i jej wykonywania, już podjęte działania związane z projektem (np. przeprowadzone badania rynku, wstępne umowy z odbiorcami lub dostawcami itp.).

W tym punkcie powinien się znaleźć opis możliwości wykorzystania posiadanych zasobów / zaplecza. Jeśli w pkt. 2.2 wykazano np. wyposażenie lub infrastrukturę pomieszczeń (podmiot dysponuje już odpowiednim lokalem na potrzeby prowadzenia działalności), a prowadzenie działalności wiąże się ze spełnieniem konkretnych wymagań dotyczących miejsca jej prowadzenia – podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy powinien podać sposób spełnienia tych wymagań.

Jeśli podjęte zostały działania w celu realizacji operacji np. promocja, pozyskanie klientów, zaangażowanie środków, badanie rynku – to w tym miejscu należy je opisać.

W tej części należy syntetycznie przedstawić sposób zorganizowania i realizacji operacji oraz uzasadnić, dlaczego w taki sposób planuje ją realizować.

III. Wskazanie celów pośrednich i końcowych, w tym zakładanego ilościowego i wartościowego poziomu sprzedaży produktów lub usług.

3.1. Cele pośrednie i końcowe operacji oraz motywy realizacji operacji.

Należy wskazać, jakie cele pośrednie i końcowe podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy planuje osiągnąć dzięki realizacji operacji (jakie są motywy założenia / rozwijania firmy / potrzeby finansowe).

Należy podkreślić, iż za cel pośredni lub końcowy realizacji operacji nie można uznać np. zakupu maszyn. Zakres rzeczowy operacji nie stanowi celu samego w sobie, lecz jest środkiem, za pomocą którego właściwy cel pośredni i końcowy operacji może zostać osiągnięty.

Jeżeli cele pośrednie i końcowe realizacji operacji zostaną określone za pomocą wskaźników, należy przedstawić przesłanki, z których one wynikają.

Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy powinien uzasadnić, z jakich powodów planuje zrealizować niniejszą operację. Czy decyzja o jej realizacji jest wynikiem przeprowadzenia analizy różnych scenariuszy.

W tej części nie należy powielać celów Programu, czy celów wynikających ze strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność. Podmiot powinien pokazać rzeczywiste powody np. względy biznesowe lub szanse na realizację własnych pasji.

W tym miejscu powinnyśmy znaleźć odpowiedź na pytania:

- co tak naprawdę motywuje podmiot do tego, żeby stworzyć dane przedsięwzięcie,
- dlaczego akurat w wybranym obszarze podmiot widzi szanse na osiągnięcie sukcesu i perspektywy rozwojowe dla swojego przedsięwzięcia.

Cele pośrednie są jednocześnie celami ekonomicznymi np. przychód ze sprzedaży, marża handlowa, zwiększenie produkcji, zwiększenie udziału w rynku, oszczędności w kosztach, natomiast cele końcowe / finalne to np. zysk z przedsięwzięcia.

Wybór branży lub konkretnego rodzaju działalności wymaga przedstawienia argumentów, które będą uzasadniały słuszność podjętej decyzji.

3.2. Zakładany ilościowy i wartościowy poziom sprzedaży produktów/usług/towarów.

Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy, biorąc pod uwagę czas potrzebny LGD na dokonanie wyboru operacji do finansowania oraz czas potrzebny samorządowi województwa na kontrolę administracyjną wniosków o przyznanie pomocy, a po zawarciu umowy o przyznaniu pomocy i rozpoczęciu realizacji operacji – czas potrzebny na jej realizację, złożenie wniosku/wniosków o płatność oraz dokonanie płatności – podaje przewidywaną danę dokonania płatności ostatecznej.

Następnie należy wyliczyć zakładany ilościowy lub wartościowy poziom sprzedaży produktów lub usług do dnia, w którym upłynie rok od dnia wypłaty płatności końcowej.

Podana wartość pozostaje w korelacji z Tabelą 9.1 *Prognoza poziomu cen i wielkości sprzedaży*, przy czym dane w Tabeli 9.1 dotyczą okresów obrachunkowych, a dane w Tabeli 3.2 dotyczą pełnego roku od przewidywanej daty dokonania przez ARiMR płatności końcowej.

Tabela 3.2 będzie punktem odniesienia przy weryfikacji, czy został osiągnięty 30% (ilościowy lub wartościowy) poziom sprzedaży określony w umowie o przyznaniu pomocy.

IV. Opis wyjściowej sytuacji ekonomicznej podmiotu ubiegającego się o przyznanie pomocy.

4.1. Opis planowanej operacji – ogólne informacje o planowanej działalności gospodarczej.

1) Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy podaje przewidywaną nazwę (w przypadku podejmowania działalności gospodarczej) lub nazwę działalności gospodarczej (w pozostałych przypadkach).

2) Należy wpisać planowaną datę (w przypadku podejmowania działalności gospodarczej) lub datę rozpoczęcia działalności gospodarczej (w pozostałych przypadkach).

   W przypadku działalności rozwijanej należy wpisać datę rejestracji przedsiębiorcy. W przypadku działalności podejmowanej – podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy podaje przewidywaną datę rozpoczęcia działalności gospodarczej.

   Uwaga! W przypadku podejmowania działalności gospodarczej przewidywana data jej podjęcia powinna nastąpić po zawarciu umowy o przyznaniu pomocy, jednak przed złożeniem wniosku o płatność pierwszej transzy (nie później niż 3 miesiące od dnia zwarcia umowy o przyznaniu pomocy).

3) Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy powinien również wskazać, czy będzie płatnikiem podatku VAT albo czy już jest płatnikiem VAT. Ma to istotne znaczenie w kontekście określenia wartości kosztów (netto/brutto).

   W przypadku, gdy VAT będzie kosztem kwalifikowalnym (jeśli nie można odzyskać tego podatku na mocy prawodawstwa krajowego) wszystkie wartości w biznesplanie należy podawać w kwocie brutto. Jeżeli VAT nie będzie kosztem kwalifikowalnym – w kwocie netto.

4) Przedmiot i zakres planowanej / działalności gospodarczej (wg PKD).

   Należy podać kod PKD rozwijanej lub planowanej działalności gospodarczej. Jeżeli prowadzenie operacji wymagać będzie więcej niż jednego kodu PKD należy podać wszystkie kody dotyczące operacji (podstawowej i dodatkowej). Wskazany numer PKD działalności, która będzie przedmiotem operacji, powinien się również znajdować we właściwym wpisie do CEIDG lub KRS:

   - w dniu ubiegania się o przyznanie pomocy – w przypadku rozwijania działalności gospodarczej w ramach tego samego kodu PKD,

   - najpóźniej w dniu składania wniosku o płatność ostateczną – w przypadku rozwijania działalności gospodarczej w ramach innego kodu PKD;

   - najpóźniej w dniu składania wniosku o płatność pierwszej transzy, tj. w terminie 3 miesięcy od dnia zawarcia umowy o przyznaniu pomocy – w przypadku podejmowania działalności gospodarczej.

   Podmiot ubiegający się o przyznanie może planować operację związaną z zarejestrowanym już rodzajem działalności lub rozwijać swoją działalność o nową branżę, przy czym pomoc na operację w zakresie rozwijania działalności gospodarczej jest przyznawana, jeżeli: podmiot ubiegający się o jej przyznanie w okresie 3 lat poprzedzających dzień złożenia wniosku o przyznanie pomocy wykonywał łącznie co najmniej przez 365 dni działalność gospodarczą, do której stosuje się przepisy ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, oraz nadal wykonuje tę działalność (§ 7 ust. 1 pkt 1 rozporządzenia).

5) Rodzaj planowanej działalności gospodarczej *(należy podać tylko jeden, przeważający typ działalności gospodarczej w ramach operacji).* Wskazania można dokonać na podstawie np. przeważającego udziału w przychodach.

6) Opis dotychczasowej działalności gospodarczej (dot. operacji w zakresie rozwijania działalności gospodarczej).

W tej części dokumentu powinny znaleźć się następujące informacje:

- historia firmy – data i forma założenia firmy oraz najważniejsze wydarzenia związane z jej funkcjonowaniem,
- najbardziej znaczące osiągnięcia firmy (z uwzględnieniem wyrobów, ich rozwoju, sukcesów rynkowych),
- dane o poprzednich i aktualnych udziałowcach,
- informacje o kontrahentach,
- kwalifikacje kadry i zasoby,
- obecny stan prawny, finansowy i organizacyjny firmy,
- opis branży i produktu lub usługi (konkurencyjność oferty),
- plany rozwoju.

Powyższe informacje należy odnieść do aktualnego etapu rozwoju firmy oraz jej teraźniejszej kondycji rynkowej i finansowej.

Istotne jest również ujęcie w tym punkcie wpływu projektu na prowadzoną działalność, tj. czy w wyniku realizacji projektu zmieni się przedmiot działalności, czy przedsiębiorca zamierza wycofać się z prowadzonej do tej pory działalności, czy też rozszerzyć ją, jakie są przewidywane zmiany organizacyjne w przypadku przyznania pomocy.

Dodatkowo, należy wskazać czy podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy korzystał z pomocy publicznej. Jeśli tak, to kiedy i w jakim zakresie.

Uwaga! Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy wypełnia pkt. 7 – 9 biznesplanu, jeżeli LGD w kryteriach wyboru operacji przewidziała przyznanie punktów za zgodność operacji z celami przekrojowymi Programu w zakresie innowacyjności, środowiska oraz łagodzenia zmiany klimatu oraz jeśli operacja jest zgodna z ww. celami przekrojowymi.

7) Innowacyjność operacji.

W przypadku zaznaczenia odpowiedzi TAK, należy wymienić ten zakres rzeczowy operacji lub planowane do wdrożenia rozwiązania, które stanowią o innowacyjności operacji i budują przewagę konkurencyjną.

Można wskazać jakie dokumenty lub materiały poświadczają, że zastosowane rozwiązania są innowacyjne (np. źródła pisemne, literatura, raporty, analizy lub odnośniki do stron www itp.).

8) Wpływ operacji na ochronę środowiska.

W przypadku zaznaczenia odpowiedzi TAK, należy wymienić ten zakres rzeczowy operacji lub planowane do wdrożenia rozwiązania, które mają wpływ na ochronę środowiska i w jakim zakresie.

Można wskazać jakie dokumenty lub materiały poświadczają, że zastosowane rozwiązania mają taki charakter (np. źródła pisemne, literatura, raporty, analizy lub odnośniki do stron www itp.).

9) Wpływ operacji na przeciwdziałanie zmianom klimatu.

W przypadku zaznaczenia odpowiedzi TAK, należy wymienić ten zakres rzeczowy operacji lub planowane do wdrożenia rozwiązania, które mają wpływ na przeciwdziałanie zmianom klimatu i w jakim zakresie.

Można wskazać jakie dokumenty lub materiały poświadczają, że zastosowane rozwiązania mają taki charakter (np. źródła pisemne, literatura, raporty, analizy lub odnośniki do stron www itp.).

4.2. Analiza marketingowa.

Analiza marketingowa operacji powinna potwierdzać możliwość realizacji przyjętych założeń w określonych warunkach rynkowych. Musi opierać się na diagnozie sytuacji, określeniu i wyborze odpowiedniej oferty, doborze klientów, rynków, właściwej dystrybucji i promocji oraz trafnej identyfikacji konkurencji na rynku.

Planując biznes warto znaleźć takie miejsce lub branżę, w której istnieje jeszcze pewna nisza, a tym samym zaoferować takie produkty lub usługi lub towary, na które będzie zapotrzebowanie. Dostrzeżenie takiej niszy na rynku może gwarantować sukces przedsięwzięcia.

Nisza rynkowa to pewna niewielka grupa odbiorców, oczekujących na zaspokojenie wyraźnie sprecyzowanych potrzeb. Zapotrzebowanie to dotyczy zarówno nabycia produktów, jak i usług. Czynnikiem wpływającym na decyzje zakupowe klientów może być zarówno cena, jak i jakość danego produktu czy też usług.

Fundamentem biznesplanu w zakresie analizy marketingowej jest diagnoza sytuacji, określenie i wybór rynków docelowych oraz wybór ogólnych strategii, a także przedstawienie programu realizacji przyjętych celów w biznesplanie.

Analiza marketingowa powinna obejmować zarówno makro, jak i mikrootoczenie firmy, tj. wszystkie te elementy, które w sposób istotny oddziałują, bądź też mogą oddziaływać na działalność prowadzoną przez firmę.

W analizie można wziąć pod uwagę:

- **czynniki ekonomiczne** (np. zamożność społeczeństwa, siłę nabywczą pieniądza, poziom bezrobocia, wzrost ekonomiczny kraju, siłę oraz stabilność waluty, skłonność społeczeństwa do oszczędzania/inwestycji), lub
- **uwarunkowania demograficzne** (sytuacja demograficzna, tendencje, prognozy), lub
- **uwarunkowania społeczno-kulturowe** (mody, tradycje, przyzwyczajenia, czy trendy panujące wśród społeczeństwa), lub
- **polityczno-legislacyjne otoczenie firmy** (aktualne regulacje prawne w zakresie działalności prowadzonej przez firmę, planowane zmiany w przepisach prawnych oraz ich wpływ na firmę, stan sektora gospodarki, w którym działa firma).

4.2.1. Oferta – charakterystyka produktu/usługi/towaru.

W tej części podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy opisuje, jakie produkty/towary/usługi będą oferowane na rynku, czy są to nowe produkty, czym różnią się od dotychczas dostępnych, dlaczego klienci wybiorą ofertę podmiotu. Dobrze jest wykazać się unikalnością lub konkurencyjnością pomysłu, usługi czy produktu.

Opis powinien być precyzyjny i przedstawiać rzeczywistą ofertę firmy. Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy określa i charakteryzuje działalność główną oraz działalność poboczną, jeśli będzie prowadzona.

W opisie produktu/usługi/towaru należy zwrócić również uwagę na te elementy, które będą wyróżniały ofertę na tle konkurencji. Warto wskazać, w czym oferta może być lepsza od już dostępnej na rynku (np. jakość, cena).

Jeśli np. wprowadzone produkty lub usługi oparte są na innowacyjnych rozwiązaniach, należy wyjaśnić, co dzięki zastosowanym rozwiązaniom mogą zyskać ich odbiorcy.

Należy również opisać:

- gdzie będą sprzedawane towary/produkty/usługi;
- jakie są oczekiwania i potrzeby klientów oraz w jakim stopniu proponowana oferta odpowiada na te oczekiwania;
- czy popyt na produkt/usługę/towar będzie ulegał sezonowym zmianom i jak będą minimalizowane skutki tej sezonowości;
- skąd wynika przeświadczenie o przyszłym popycie na nowe lub ulepszone lub tańsze produkty/usługi/towaru na rynku docelowym.

Ważne jest również zwrócenie uwagi na elementy wpływające na cykl życia produktu:

- możliwość pojawienia się na rynku nowych produktów bądź nowych strategii sprzedaży produktów pokrewnych, które mogą skrócić czas życia naszego produktu/usługi/towaru;
- długość cyklu życia podobnych lub pokrewnych produktów, które występowały lub występują na rynku;
- kierunki zmian w zakresie potrzeb, preferencji i sposobów postępowania konsumentów przy zakupie produktów oraz przewidywanych akcji lub reakcji konkurentów.

Przy wypełnianiu tego punktu można powołać się na przeprowadzone badania, analizy, źródła danych, podać metodologię badań oraz główne założenia.

4.2.2. Klienci.

Przeprowadzając analizę klientów, dobrze jest zidentyfikować odbiorców strategicznych, ich cechy, potrzeby i liczebność grupy. W zależności od specyfiki prowadzonej działalności, charakterystyka klientów może być przedstawiona w biznesplanie w różny sposób.

W przypadku rozwijania działalności w tej samej branży najczęściej stosowaną metodą wyboru docelowej grupy odbiorców jest określenie ich udziału w przychodach ze sprzedaży na przestrzeni kilku lat. W ten sposób można wskazać klientów, którzy mają strategiczne znaczenie dla funkcjonowania firmy – największy udział procentowy w jej przychodach – a następnie przeprowadzić kompleksową analizę tej grupy.

Jeśli firma posiada / będzie posiadać jedynie kilku głównych odbiorców, dobrze jest scharakteryzować każdego z nich z osobna. W przypadku, gdy firma ma / będzie miała dużą liczbę odbiorców i trudne byłoby opisanie każdego z nich z osobna, można pogrupować ich w pewne ogólne kategorie klientów o zbliżonych cechach, przedstawiając w biznesplanie charakterystykę każdej kategorii.

Produkty/usługi/towary będą kierowane do konkretnej grupy odbiorców. Należy ocenić, czy dobrze zidentyfikowano potrzeby przyszłych klientów, biorąc oczywiście pod uwagę również ich możliwości finansowe.

Kryterium podziału przy grupowaniu klientów w może być np.:

- produkt lub usługę, którą nabywają,
- obszar, na którym działają,
- sektor, w którym prowadzą działalność,
- charakter prowadzonej działalności,
- wiek, płeć,
- zamożność.

4.2.3. Rynek.

Należy opisać jak będzie wyglądała kwestia zaopatrzenia w towary/materiały/półprodukty niezbędne dla realizacji planowanych usług lub procesu produkcji.

Należy np. zweryfikować, czy w najbliższym otoczeniu istnieją hurtownie, punkty odbioru towarów, składy celne itp. Należy zwrócić m.in. uwagę na identyfikację głównych dostawców, ich charakterystykę pod kątem zalet i wad oferowanych przez nich produktów/usług/towarów, a także identyfikację alternatywnych źródeł zaopatrzenia.

Charakteryzując rynek zaopatrzenia należy zwrócić uwagę na te jego cechy, które w sposób bezpośredni mogą wpłynąć na pozycję rynkową firmy. O sile oddziaływania dostawców decydują m.in.:

- stopień koncentracji sektora dostawców w stosunku do sektora, w którym działa firma (sytuacja, w której firma jest całkowicie uzależniona od jednego dostawcy, bez możliwości zastąpienia go ofertą konkurencyjną, stwarza dla niej szereg zagrożeń),
- pozycja rynkowa dostawcy w stosunku do pozycji firmy (duży wpływ na pozycję rynkową firmy może wywierać udział jednego źródła zaopatrzenia w tworzeniu kosztów przedsiębiorstwa),
- oferta alternatywnych źródeł zaopatrzenia.

Należy wskazać, czy rynek jest rosnący (rozwojowy), stabilny, czy malejący oraz krótko opisać lokalne uwarunkowania.

Należy również wskazać, czy istnieją bariery wejścia na rynek (np. czy wymaga to dużych nakładów, posiadania technologii, know-how, patentów, koncesji) oraz czy istnieje możliwość pozyskiwania nowych rynków zbytu, a jeśli tak, to w jaki sposób.

W przypadku, gdy nabywcą usługi jest tylko jeden podmiot należy określić jaki wpływ na prowadzoną działalność będzie mieć sytuacja, w której firma jest całkowicie uzależniona od jednego odbiorcy, i czy będzie możliwe znalezienie nowych rynków zbytu.

4.2.4. Dystrybucja i promocja.

W tabeli powinien znaleźć się m.in. opis:

- w jaki sposób będzie prowadzona sprzedaż i promocja po zrealizowaniu operacji,
- w jaki sposób klienci będą informowani o produktach/ towarach/usługach,
- jakie narzędzia promocji oraz reklamy zostaną zastosowane w związku z zrealizowaną inwestycją
- jakie kanały dystrybucji będą stosowane.

Należy opisać, w jaki sposób zorganizowana będzie sprzedaż nowych lub ulepszonych produktów/usług/towarów. W szczególności należy ująć, czy dystrybucja będzie miała charakter tradycyjny, czy też będzie możliwość dokonania zakupu za pośrednictwem Internetu. W przypadku tradycyjnych form sprzedaży należy umieścić informację na temat punktów sprzedaży, np. sklepy detaliczne, hurtownie, supermarkety, sprzedaż w siedzibie producenta, odpowiedź na zapytanie itp.

Należy opisać plan pozycjonowania nowej lub ulepszonej oferty. Należy wskazać, jaki komunikat będzie wysyłał przedsiębiorca o produkcie/usłudze/towarze do potencjalnego nabywcy oraz w jaki sposób będzie różnicował swój produkt/usługę/towar względem oferty konkurencji. Dodatkowo należy opisać kanały przesyłania informacji o nowej/ulepszonej ofercie do potencjalnego nabywcy (formy promocji, reklamy), np. oferty zindywidualizowane, reklama w Internecie, telewizji, radiu, itp.

4.2.5. Konkurencja na rynku.

W tabeli należy wskazać minimum trzech głównych konkurentów na rynku. Należy również scharakteryzować silne strony konkurencyjnej oferty oraz powód, dla którego uznawani są za silną lub słabą konkurencję.

W kolumnach od 2 do 6 należy dokonać oceny produktów / usług / towarów w skali od 1 (ocena najniższa) do 5 (ocena najwyższa) w porównaniu do własnego produktu/ usługi / towaru. W kolumnie 7 należy wyliczyć średnią arytmetyczną.

Jeśli to możliwe warto wskazać konkretne podmioty, które będą stanowiły konkurencję (w miejsce Konkurent 1 wpisując nazwę firmy).

Należy pamiętać, że brak konkurentów, jak i ich nadmiar nie jest korzystny. Zbytnia dysproporcja może sugerować, że podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy nie przeprowadził badania rynku, bądź przedsięwzięcie nie ma szansy realizacji.

W przypadku, gdy na rynku nie ma bezpośredniej konkurencji dla podmiotu, należy zidentyfikować produkty/usługi/towary, które mogą stanowić dobra substytucyjne wobec oferty podmiotu (zaspokajające te same lub podobne potrzeby klienta). Należy również uwzględnić chłonność rynku, tj. odpowiedzieć na pytanie, dlaczego oferta konkurencji nie zabezpiecza w całości popytu generowanego przez rynek.

Do zbadania potencjału rynku można wykorzystać różne metody i wskazać je w biznesplanie – to uwiarygadnia projekt.

Narzędzia do badania: ankiety, wywiady, bezpośrednia obserwacja klientów i konkurencji oraz analiza danych statystycznych.

Dobrze przygotowana analiza rynku pozwala wyciągnąć wnioski, czy planowana działalność będzie dobrze ulokowana oraz czy produkty lub usługi znajdą potencjalnych odbiorców.

Podane informacje powinny potwierdzać, czy warto rozpoczynać działalność w danym miejscu i czasie.

Im więcej informacji zostanie pozyskanych na etapie planowania biznesu, tym mniej pułapek może pojawić się w trakcie prowadzenia działalności.

Opisują strategię konkurowania należy uwzględnić, że:

- zakres działań związanych z promocją oraz reklamą powinien być dopasowany do możliwości finansowych oraz oceny bieżącej sytuacji na rynku;
- zwłaszcza w pierwszym okresie prowadzenia działalności gospodarczej, tego rodzaju działania mogą odegrać kluczową rolę w powodzeniu całego przedsięwzięcia;
- wybór strategii, które będą realizowane w przyszłości jest wynikiem wielu czynników: decyzja o wyborze strategii ofensywnej czy defensywnej, musi m.in. uwzględniać specyfikę rynku oraz rodzaj oferowanego produktu/towaru/usługi;
- w praktyce firma może wykorzystywać jednocześnie różne formy strategii, stosując ich najbardziej odpowiednią kombinację.

Należy opisać działania, które będą podejmowane, żeby osiągnąć sprzedaż na prognozowanym poziomie.

Przygotowując strategię należy określić, co, kiedy i jak trzeba zrobić, aby produkt osiągnął sukces na rynku.

Jedną z najskuteczniejszych metod tworzenia strategii marketingowej jest marketing mix.

Najbardziej popularna koncepcja mieszanki marketingowej to tzw. "4P", czyli product (produkt), price (cena), promotion (promocja) oraz plance (dystrybucja).

Jednocześnie wybór odpowiedniej polityki cenowej powinien być uzależniony od analizy docelowej grupy klientów oraz cen produktów oferowanych przez konkurencję. W zależności od relatywnego poziomu cen, można mówić o trzech podstawowych opcjach strategicznych. Są to:

- strategia cen niskich (duży, masowy rynek / firma ma przewagę kosztową w stosunku do konkurencji / relatywnie wysokie koszty stałe);
- strategia cen wysokich (popyt na towary lub usługi jest nieelastyczny / na rynku występuje niewielka konkurencja / wysoka cena jest oznaką jakości / marka firmy jest znana na rynku);
- strategia cen neutralnych (relatywnie stabilne koszty / brak przewagi kosztowej / rynek o elastycznym popycie selektywnym i nieelastycznym popycie pierwotnym.

V. Analiza silnych i słabych stron działalności, jej zagrożeń i możliwości (SWOT).

5.1. Analiza SWOT

Skrót pochodzi od pierwszych liter angielskich słów: strengths (mocne), weaknesses (słabe), opportunities (szanse, możliwości), threats (zagrożenia).

Analiza SWOT jest narzędziem, które pozwoli w przejrzysty sposób zaprezentować wszystkie te obszary, które mogą mieć realny wpływ na funkcjonowanie planowanej działalności gospodarczej.

Analiza ma na celu ustalenie mocnych stron i obszarów o słabszej pozycji wyjściowej np. w stosunku do już istniejącej konkurencji. Analiza obejmuje również potencjalne szanse oraz zagrożenia, które mogą wpłynąć na prawidłowe funkcjonowanie firmy.

Mocne i słabe strony zależą głównie od czynników wewnętrznych, na które mamy realny wpływ.

Szanse i zagrożenia w dużej mierze zależą od procesów zachodzących na zewnątrz firmy.

Wyniki analizy SWOT powinny uzasadniać, dlaczego dana operacja powinna być finansowana.

Analiza czterech obszarów, czyli mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń pozwala zobaczyć, jakie elementy będą decydowały o przewadze podmiotu na rynku, a nad którymi podmiot będzie musiał popracować, żeby nie stanowiły bariery rozwoju planowanego przedsięwzięcia.

Dobrze przygotowana analiza SWOT powinna być: obiektywna oraz przeprowadzona niezależnie dla każdego obszaru planowanej działalności.

Szanse (okazje, możliwości) są to te atrakcyjne sytuacje stwarzane firmie przez mikro- i makro otoczenie, dzięki którym może ona osiągnąć przewagę konkurencyjną. Przykłady:

- pojawienie się nowych grup klientów/odbiorców,
- wejście na nowe rynki,
- możliwość poszerzenia asortymentu / produktów / usług,
- możliwość dywersyfikacji wyborów / usług,
- możliwość podjęcia produktów komplementarnych,
- integracja pozioma połączenie lub współpraca dwóch współpracujących firm o tym samym profilu działalności,
- możliwość przejścia do lepszej grupy strategicznej,
- ograniczona rywalizacja w sektorze,
- szybszy wzrost runku,
- możliwość zastosowania nowszych technologii.

Zagrożenia – są to te sytuacje w firmie, w wyniku których prawdopodobne jest pogorszenie się sytuacji firmy. Przykłady:

- zmiana potrzeb lub gustów nabywców,
- realna możliwość pojawienia się nowych konkurentów oferujących podobne produkty/usługi,
- wzrost sprzedaży substytutów,
- wolniejszy wzrost rynku,
- niekorzystne rozwiązania systemowe,
- podatność firmy na recesję i wahania koniunktury,
- wzrost siły przetargowej nabywców i dostawców,
- niekorzystne zmiany demograficzne,
- wzrost podatków opłat za media itp.,
- sezonowość działalności.

Mocne strony przedsiębiorstwa to czynniki wewnętrzne, które wpływają na poprawę jego sytuacji i zdobycie przewagi konkurencyjnej. Przykłady:

- dobra sytuacja finansowa,
- duży potencjał produkcyjny,
- dobrze wyszkolona kadra pracownicza,
- dobra lokalizacja firmy,

- mała konkurencja na rynku,
- posiadane zasoby własne (finansowe(!), kadrowe),
- zapewnienie konkurencyjnej oferty,
- innowacyjność oferowanych produktów/usług,
- zapewnienie odpowiednich nakładów finansowych na promocję, reklamę firmy.

Słabe strony przedsiębiorstwa to czynniki, które uniemożliwiają firmie swobodny rozwój i pomniejszają dystans między nią a konkurencją. Przykłady:

- słaba technologia,
- niewykwalifikowana kadra,
- zła kondycja finansowa,
- słaba lokalizacja firmy,
- duża konkurencja na rynku,
- brak doświadczenia biznesowego,
- brak własnych środków finansowych,
- wysokie koszty zakupu urządzeń / maszyn,
- niska jakość oferowanych produktów / usług,
- wysokie koszty bieżące prowadzenia firmy,
- niskie nakłady na promocję, reklamę firmy,
- brak środków finansowych na nowe inwestycje w firmie.

Wyniki analizy SWOT powinny pozwolić na ocenę atrakcyjności przedsięwzięcia.

5.2. Analiza ryzyk związanych z działalnością i rozwiązań alternatywnych.

W tej części podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy identyfikuje czynniki ryzyka mogące ograniczać działalność firmy (będą one powiązane z analizą SWOT). W tej części należy m.in.:

- wskazać rozwiązania będące odpowiedzią na zidentyfikowane i zdiagnozowane ograniczenia związane z wykonalnością operacji: organizacyjne lub techniczne, lub czasowe, lub finansowe, lub prawne i inne;
- wskazać, czy będzie możliwe rozszerzenie działalności lub zmiana jej profilu;
- przedstawić analizę szans i zagrożeń dla proponowanego przedsięwzięcia.

Należy również zamieścić informacje dotyczące możliwości wykonywania działalności przy wykorzystaniu posiadanych i planowanych do nabycia zasobów.

Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy powinien określić, czy posiadane i przyszłe zaplecze (w tym nieruchomości) będzie wystarczające i niezbędne do realizacji operacji oraz wykonywania działalności. Powinny zostać wskazane braki w zasobach oraz sposób ich uzupełnienia. W opisie powinien zostać opisany sposób jego wykorzystania:

- posiadanych zasobów materialnych i niematerialnych,
- zakresu rzeczowego operacji (kwalifikowalny, niekwalifikowany) i jego wpływu na wykonywanie działalności,
- przyszłych zasobów niefinansowych lub nierzeczowych, np. ludzkich.

VI. Planowany zakres działań niezbędnych do osiągnięcia celów pośrednich i końcowych

6.1. Etapy realizacji operacji

Należy przedstawić kolejność zdarzeń, które następując po sobie powinny doprowadzić do zrealizowania zakresu rzeczowego operacji oraz wykonywania, przy jego wykorzystaniu, działalności w celu doprowadzenia do osiągnięcia zakładanych rezultatów.

6.2. Źródła finansowania operacji

Należy przedstawić źródła finansowania operacji oraz finansowanie działalności dla okresu bieżącego oraz wymaganego okresu jej prowadzenia.

Środki finansowe powinny umożliwić realizację działań zgodnie z przyjętym harmonogramem (zwłaszcza, jeśli pomoc będzie udzielana w formie refundacji). Posiadane środki powinny pokrywać koszty (kwalifikowalne oraz niekwalifikowalne), a środki posiadane i przyszłe – powinny zapewnić utrzymanie płynności finansowej w okresie realizacji operacji.

W poniższej tabeli należy wyszczególnić środki własne i obce np. kredyty, pożyczki. leasing.

Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy powinien wykazać wystarczające źródła finansowania operacji oraz działalności prowadzonej w wyniku jej realizacji, tj.:

- przy podejmowaniu działalności gospodarczej – dla kosztów niezbędnych do podjęcia działalności oraz jej prowadzenia przez okres 2 lat od dokonania przez ARiMR płatności końcowej;
- przy rozwijaniu działalności gospodarczej – dla kosztów niezbędnych do rozwijania działalności oraz jej prowadzenia przez okres 3 lat od dokonania przez ARiMR płatności końcowej.

VII. Zakres rzeczowo-finansowy operacji.

7.1. Zestawienie przewidywanych wydatków niezbędnych do realizacji operacji.

Zestawienie przewidywanych wydatków niezbędnych do realizacji operacji musi być zgodne z wnioskiem o przyznanie pomocy (kategorie kosztów powinny być wymienione w taki sam sposób jak w Zestawieniu rzeczowo-finansowym operacji) i powinny być przedstawione wg następującego wykazu:

- Wyszczególnienie (rodzaj wydatku),
- Uzasadnienie,
- Parametry techniczne lub jakościowe towarów lub usług,
- Ilość/liczba,
- Cena jednostkowa w PLN,
- Wartość w PLN z podziałem na wydatki ogółem: z wyszczególnieniem: wydatków stanowiących podstawę do wyliczenia kwoty pomocy; pozostałych wydatków i wskazaniem wnioskowanej kwoty pomocy.

Należy wyszczególnić zadania w kolejności podanej w **Zestawieniu rzeczowo – finansowym operacji** (**część B.V. wniosku o przyznanie pomocy**). Na końcu Zestawienia należy wymienić pozycje niekwalifikowalne. W przypadku operacji dotyczących podejmowania działalności gospodarczej – koszt należy podzielić na dwie kategorie – stanowiące podstawę wyliczenia kwoty premii oraz pozostałe koszty związane z podejmowaniem działalności gospodarczej (jeśli występują).

Przyjęte koszty powinny być uzasadnione zakresem operacji, niezbędne do osiągnięcia jej celu oraz racjonalne.

W przypadku podejmowania działalności gospodarczej wykaz kosztów stanowiących podstawę kalkulacji premii zawiera § 17 ust. 1 rozporządzenia. W przypadku pozostałych projektów – koszty kwalifikowalne zostały określone w § 17 rozporządzenia, łącznie z ograniczeniami określonymi w § 17 rozporządzenia – w przypadku pozostałych projektów.

Jeśli w ramach projektu niezbędne jest poniesienie innych kosztów towarzyszących, niezbędnych do realizacji operacji, (tzw. niekwalifikowalnych), powinny być tutaj wylistowane.

Pod tabelą należy uzasadnić konieczność dokonania zakupu towarów i usług o podanych parametrach technicznych i jakościowych wraz z uzasadnieniem cen zakupu. Jeśli uzasadnienie znajduje się we wniosku o przyznanie pomocy – można nie powielać informacji w tym zakresie.

Należy wskazać kryteria, na podstawie których dokonano wyboru maszyn, urządzeń, sprzętu oraz uzasadnić konieczność dokonania zakupu towarów lub usług o podanych parametrach technicznych i jakościowych. Należy ocenić wpływ poszczególnych elementów zakresu rzeczowego operacji na osiągnięcie jej celów. Ocena dotyczy zarówno kosztów kwalifikowanych jak i niekwalifikowanych.

Dla ustalenia, czy wszystkie elementy zakresu rzeczowego są niezbędne do osiągnięcia celu operacji, należy dokonać oceny zasadności planowanych inwestycji obejmujących zakup maszyn, urządzeń, narzędzi, wyposażenia, sprzętu komputerowego i oprogramowania, systemów zarządzania jakością, patentów i licencji z uwzględnieniem:

- ich przydatności/komplementarności technologicznej oraz
- profilu i skali produkcji/świadczonych usług/sprzedaży towarów.

Wpływ elementów zakresu rzeczowego na osiągnięcie celów operacji zostanie określony na podstawie pozytywnej oceny mówiącej, że:

- są one przydatne ze względu na rodzaj realizowanej operacji, na profil działalności (produkcyjnej, usługowej lub handlowej);
- są spójne w zakresie stosowanych lub planowanych do stosowania technologii produkcji/organizację działalności usługowej/handlowej;
- łącznie są wystarczające do prawidłowego zrealizowania zakładanych celów operacji;
- są dostosowane mocą/wydajnością do profilu i skali produkcji (zakładanej prognozy sprzedaży) w odniesieniu do posiadanego zaplecza i jego stanu technicznego oraz pozostałych elementów zakresu rzeczowego operacji;
- standard planowanych robót, dostaw i usług jest adekwatny w stosunku do profilu działalności planowanej do prowadzenia po zrealizowaniu operacji.

W tej części należy wskazać wpływ również poszczególnych elementów zakresu rzeczowego operacji na zakładany poziom sprzedaży, zatrudnienia (wielkość zatrudnienia powinna wynikać z faktycznych potrzeb operacji nie zaś poziomu dofinansowania). Jeżeli wielkość zatrudnienia nie będzie korelowała z zakresem operacji, np. trzech pracowników zatrudnionych przy zakupie jednej maszyny, podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy może zostać poproszony o zmianę liczby planowanych do utworzenia miejsc pracy), a jeśli obniżenie poziomu zatrudnienia miałoby wpływ na lokalne kryteria wyboru operacji – ewentualna decyzja o możliwości realizacji operacji w ograniczonym zakresie musiałaby być poprzedzona pozytywną opinią organu decyzyjnego LGD.

VIII. Wskazanie planowanych do utworzenia miejsc pracy.

Należy wskazać, czy realizacja operacji spowoduje utrzymanie miejsc pracy lub utworzenie miejsc pracy.

Należy wymienić i opisać utworzone stanowiska w ramach operacji, należy podać planowane zatrudnienie w etatach lub w częściach etatów (średniorocznie).

- Nazwa stanowiska oraz zakres podstawowych obowiązków,
- Rodzaj zatrudnienia: jednoosobowa działalność gospodarcza (samozatrudnienie)/umowa o pracę/spółdzielcza umowa o pracę (w przeliczeniu na pełne etaty średnioroczne),
- Jeśli działalność gospodarcza jest sezonowa – należy wskazać okres zatrudnienia i prowadzenia działalności w roku.

IX. Projekcja finansowa dla operacji.

9.1. Prognoza poziomu cen i wielkości sprzedaży.

- Produkt/usługa/towar
- Jednostka miary
- *Cena jednostkowa sprzedaży*, *Średnia cena jednostkowa sprzedaży konkurencji* (tylko dla roku n+1) oraz *Wielkość sprzedaży* w rozbiciu na lata Rok n+1; Rok n + 2; Rok n+3.

Należy uzasadnić prognozę cen (przedstawić założenia przyjęte na potrzeby opracowania prognozy ceny sprzedaży własnych produktów/usług/towarów) i wielkości sprzedaży. Jeśli w okresie trwałości operacji mogą wystąpić jakiekolwiek 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/usługi/towaru itp.

Należy wypełnić tabelę o produkt/usługę/towar, jednostkę miary, cenę jednostkową, przewidywaną wartość sprzedaży w okresie n+1, n+2 oraz n+3 (przy czym rok n+3 dotyczy operacji w zakresie rozwijania działalności gospodarczej) oraz przychodem, pamiętając, że podział produkt/usługa/towar na poszczególne kategorie musi być taki sam jak we wcześniejszych tabelach, w szczególności tabeli 4.2.1 Oferta – charakterystyka produktu / usługi / towaru oraz tabeli 3.2 Zakładany ilościowy i wartościowy poziom sprzedaży produktów / usług / towarów.

Pod tabelą należy zamieścić opis założeń przyjętych na potrzeby opracowania powyższych oszacowań oraz uzasadnić, że podane wartości sprzedaży i przychodów ze sprzedaży są realne do osiągnięcia. Należy również wskazać, na jakiej podstawie zaplanowano takie poziomy sprzedaży (strategia przedsiębiorstwa, nowe rynki i ich chłonność, zastosowane techniki promocji, dotychczasowe doświadczenia firm działających w podobnej branży).

Sumaryczne wielkości planowanej produkcji / świadczonych usług / sprzedaży towarów stanowią podstawę przyjętych obliczeń wskaźnika NPV.

W sytuacji, gdy operacja dotyczy nowego, „oszczędnościowego" rozwiązania prowadzącego do obniżenia kosztów, należy wpisać wartość stanowiącą różnicę przychodów opartych na rozwiązaniu nowym, „oszczędnościowym" a wartościami przychodów opartych na dotychczas stosowanych rozwiązaniach. Jednocześnie, jeżeli operacja związana

będzie z działalnością produkcyjną i generowane będą przychody ze sprzedaży produktów/usług/towarów wytworzonych na np. nowej, „oszczędnej" maszynie/urządzeniu/linii technologicznej, należy wskazać zwiększone przychody (różnicę).

Należy przy tym pamiętać, aby podane ceny uwzględniały ich realny poziom rynkowy, co pozwoli na akceptację założeń.

Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy powinien zamieścić również uzasadnienie prognozy cen – założenia przyjęte na potrzeby opracowania powyższych prognoz ceny sprzedaży własnych produktów / usług / towarów) i wielkości sprzedaży.

Jeśli w okresie trwałości operacji będą występować jakiekolwiek zmiany cen – w tabeli powinna być przedstawiona wartość uśredniona (przy czym należy opisać jak w skali roku zmieniała się będzie dana wartość).

Uzasadnienie dot. również sytuacji rynkowej, jakości, zmian w kosztach, marży produktu itp.

Podane ceny należy porównać z cenami konkurencji dla takiej samej kategorii. Należy podać kryterium wykorzystane w celu ustalenia ceny sprzedaży własnych produktów/usług/towarów.

Jeżeli przed przystąpieniem do realizacji operacji przeprowadzono badania lub analizy docelowych rynków, należy wskazać ich wyniki. W przypadku, gdy przedsiębiorca zamierza sprzedawać produkty/usługi/towary lub świadczyć usługi poza granicami kraju należy również oszacować wielkość popytu zagranicznego. W przypadku odbiorców instytucjonalnych można powołać się na listy intencyjne lub inne dokumenty wskazujące na realne zainteresowanie klientów nabyciem towaru/usługi/towarów. Jeśli przedsiębiorca dysponuje stosownymi danymi, należy przedstawić planowaną strukturę sprzedaży do Polski oraz zagranicę.

9.2. Rachunek zysków i strat

Rachunek zysków i strat (rachunek wyników) informuje jaka jest efektywność poszczególnych rodzajów działalności oraz jaki jest ogólny wynik finansowy przedsiębiorstwa.

Rachunek wyników jest zestawieniem strumieni przychodów uzyskanych ze sprzedaży wyrobów, towarów bądź usług w ramach prowadzonej operacji (tj. przychodów uzyskanych z realizacji operacji i uzyskanych zysków nadzwyczajnych oraz kosztów uzyskania przychodów, poniesionych strat nadzwyczajnych i opłaconych podatków – w zakresie dotyczącym działalności związanej z operacją).

Rachunek zysków i strat pomaga oszacować przychody oraz koszty podejmowania lub rozwijania działalności gospodarczej. Widząc poszczególne pozycje kosztów generowanych przez firmę, można uwzględnić ewentualne korekty w bieżących wydatkach, które zabezpieczą przed utratą płynności finansowej np. poprzez ograniczanie kosztów opłat za media, czy też reklamy firmy.

Na podstawie danych z tabel 9.1 *Prognoza poziomu cen i wielkości sprzedaży* oraz kosztów związanych z prowadzoną dzielnością należy przedstawić rachunek zysków i strat dla Roku n oraz na następne lata (n+1; n+2 oraz n+3).

Jeśli – w przypadku rozwijania działalności gospodarczej – suma inwestycyjnych kosztów kwalifikowalnych (bez kosztów ogólnych i wartości wkładu rzeczowego w formie nieodpłatnej) oraz kosztów niekwalifikowalnych (towarzyszących) przewyższa wartość dotacji (refundacji) należy:

- w części A.2. Inne przychody – uwzględnić przychody w czasie z tytułu dotacji (refundacji),
- w części B.8. pozostałe koszty – uwzględnić amortyzację.

W takim przypadku należy podać kwotę dokonanych w danym okresie obrachunkowym odpisów amortyzacyjnych od środków trwałych i wartości niematerialnych i prawnych. Jeżeli przedsiębiorstwo beneficjenta nie stosuje odpisów amortyzacyjnych (ryczałt, karta podatkowa), należy wówczas, w pozycji 1.1 dla potrzeb operacji zastosować podatkowe stawki wynikające z załącznika nr 1 do ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych lub ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych (Wykaz rocznych stawek amortyzacyjnych).

W pozycji „inne koszty" również wpisujemy odsetki od kredytów/pożyczek i wszelkie inne koszty, które nie zostały wymienione w części B, a są niezbędne do realizacji operacji.

Jeżeli którakolwiek pozycja rachunku zysków i strat nie dotyczy operacji należy wpisać „0,00".

9.3. Zaktualizowana wartość netto

Operacja jest uzasadniona ekonomicznie, jeśli generuje przychody, a jej efektywność weryfikowana będzie m.in. na podstawie wskaźnika NPV.

NPV to suma zdyskontowanych oddzielnie dla każdego roku przepływów pieniężnych, zrealizowanych w całym okresie objętym rachunkiem, przy stałym poziomie stopy dyskontowej.

Wskaźnik ten pozwala określić rzeczywistą wartość nakładów i efektów związanych z danym przedsięwzięciem inwestycyjnym.

Badane przedsięwzięcie jest opłacalne, jeżeli NPV jest większe od 0.

Wynikiem zestawienia przychodów i kosztów związanych z operacją, po zdyskontowaniu poszczególnych rocznych przepływów, na który sporządzane są prognozy, będzie zaktualizowana wartość netto (NPV). Ponadto, wskaźnik NPV może zostać również wykorzystany do oceny efektywności ekonomicznej inwestycji polegającej na zmniejszeniu kosztów (tzw. inwestycji oszczędnościowych). Kryterium decydującym w tym wypadku jest różnica pomiędzy kosztami ponoszonymi w oparciu o nowe rozwiązanie powstałe w ramach operacji a rozwiązaniami dotychczasowymi stosowanymi w przedsiębiorstwie (np. podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy dotychczas wynajmował miejsce parkingowe, a teraz chce wybudować własny parking).

W wierszu 1. *Inwestycje dotyczące projektu* należy podać sumę inwestycji z lat *Rok N + Rok N-1 + Rok N-2*, tj. planowanych kwalifikowalnych i niekwalifikowalnych kosztów związanych z operacją, zachowując zgodność z danymi zawartymi w tabeli 7.1 *Zestawienie przewidywanych wydatków niezbędnych do realizacji operacji*.

Wypełniając biznesplan wartości w wierszu 1 należy podać ze znakiem ujemnym.

Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy wpisuje również wartość stopy podatku w zależności od przyjętej formy rozliczania się z urzędem skarbowym (książka przychodów i rozchodów, karta podatkowa, ryczałt ewidencjonowany) i sam wylicza poszczególne pozycje za kolejne lata (wiersz podatek dochodowy wg stopy …).

W wierszu 2. Przychody ze sprzedaży należy wpisać planowane przychody planowane do uzyskania w wyniku realizacji operacji zachowując zgodność z danymi zawartymi w Tabeli **9.1. Prognoza poziomu cen i wielkości sprzedaży** oraz **9.2. Rachunek zysków i strat** (wiersz A *Przychody*).

Informacje podane w wierszu **3. Koszty działalności objętej projektem** muszą być zgodne z danymi zawartymi w Tabeli **9.2. Rachunek zysków i strat** (wiersz B *Razem koszty*).

Wartość w wierszu **4. Dochód brutto** stanowi różnicę pomiędzy wartością przychodów ze sprzedaży (poz. 2), a kosztami działalności objętej projektem (poz. 3).

Wypełniając biznesplan wartości w wierszu 3 należy podać ze znakiem ujemnym.

Jeżeli wartość w wierszu 4 jest ujemna, wartość podatku wyniesie „0".

W nagłówku wiersza **5. Podatek dochodowy** należy wpisać wyrażoną procentowo stawkę podatku, właściwą dla działalności objętej operacją, którą podaje podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy. Wartości podatku dochodowego w przypadku rozliczania się podmiotu ubiegającego się o przyznanie pomocy – na zasadach ogólnych dla poszczególnych lat stanowią iloczyn wartości dochodu brutto (wiersz 4) oraz stawki podatku określonej w nagłówku wiersza 5 (należy samodzielnie wyliczyć).

W przypadku opodatkowania w formie ryczałtu od przychodów ewidencjonowanych podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy wpisuje stawkę właściwą dla danego rodzaju działalności i dokonuje obliczeń w oparciu o wiersz 2. Przychody ze sprzedaży.

W przypadku uiszczania podatku wg karty podatkowej podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy wpisuje roczną kwotę obowiązującego go podatku w poszczególne kolumny a w nagłówku wiersza 5. Podatek dochodowy wpisuje słowo „karta".

Wartość Dochodu netto (wiersz 6) należy obliczyć jako różnicę wartości podanych dla danego roku w wierszu 4. Dochód brutto i wierszu 5. Podatek dochodowy.

Wartość końcowa (wiersz 7) stanowi wartość zsumowanych inwestycyjnych kosztów kwalifikowalnych (bez kosztów ogólnych oraz wartości wkładu rzeczowego w formie nieodpłatnej) oraz kosztów niekwalifikowalnych (towarzyszących), pomniejszonych o amortyzację.

Wartość końcowa jest wykazywana jedynie dla roku docelowego.

Mając na uwadze krótki okres realizacji operacji, istnieje możliwość wykazania wartości końcowej (rezydualnej) dla dłuższego okresu, tj. dla okresu 5 lat, o ile w części 4.2.3 Rynek – podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy opisze działania, jakie zostaną podjęte, aby zagwarantować utrzymanie planowanej działalności gospodarczej na rynku przez okres dłuższy niż okres 2 lat (w przypadku podejmowania działalności gospodarczej) albo 3 lat (w przypadku rozwijania działalności gospodarczej) po dokonaniu przez ARiMR płatności końcowej.

W przypadku, gdy podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy nie dokonuje odpisów amortyzacyjnych, wartość amortyzacji na potrzeby wyliczenia wartości końcowej ustalana jest od roku, w którym został poniesiony koszt inwestycyjny oraz dla lat kolejnych, aż do roku docelowego N+2 (podejmowanie działalności) albo N+3 (rozwijanie działalności), jako iloczyn sumy kwalifikowalnego i towarzyszącego kosztu inwestycyjnego oraz stopy amortyzacji w wysokości amortyzacji (przyjętej jako uśredniona stopa amortyzacji).

Przykład:

Jeżeli koszt w postaci zakupu urządzenia o wartości 50.000 zł został poniesiony w roku N-2, to wartość końcowa tej pozycji będzie wynosiła:

- w przypadku podejmowania działalności gospodarczej 34.000 zł (zostanie bowiem pomniejszona o odpis amortyzacyjny w wysokości 16.000 zł tj. 4.000 zł dla każdego roku: N-1, N, N+1, N+2).

- w przypadku rozwijania działalności gospodarczej 30.000 zł (zostanie bowiem pomniejszona o odpis amortyzacyjny w wysokości 20.000 zł tj. 4.000 zł dla każdego roku: N-1, N, N+1, N+2, N+3).

Wartość w wierszu 9. Saldo bieżące w odniesieniu do każdego roku stanowi sumę wierszy: 6. Dochód netto oraz 8. Amortyzacja pomniejszoną o wartość nakładów inwestycyjnych w danym roku (wiersz 1. Inwestycje dotyczące operacji). Wartość salda bieżącego dla roku docelowego N5 jest powiększana o Wartość końcową (wiersz 7).

Wiersz 10 zawiera dane dotyczące stopy dyskonta i czynnika dyskontującego. Podane w tabeli wartości czynnika dyskontującego zostały wyliczone według wzoru: 1/(1+r)n (z wzoru na wyliczenie NPV).

Stopa dyskonta (r) – stała stopa z dnia złożenia wniosku o przyznanie pomocy. Od 01.01.2016 r. wynosi ona 2,83 %.

Aktualną wartość ww. stopy dyskontowej można znaleźć na stronie UOKiK – link do strony: https://www.uokik.gov.pl/stopa_referencyjna_i_archiwum.php

9.4. Wskaźnik rentowności sprzedaży

Podmiot ubiegający się o przyznanie pomocy ma możliwość wyboru, czy będzie stosować do wyliczeń wskaźnik rentowności sprzedaży brutto czy wskaźnik rentowności sprzedaży netto. Informacje w tym zakresie powinny być odzwierciedlone w dokumencie poprzez przekreślenie słowa brutto i dopisanie słowa netto.

Im wartość wskaźnika jest wyższa, tym efektywność finansowa firmy jest wyższa.

Podstawowym założeniem przyjętym przez podmiot powinno być utrzymanie rentowności sprzedaży przynajmniej na tym samym poziomie, przez dłuższy czas funkcjonowania działalności.

Zatem zwiększenie wartości wskaźnika rentowności sprzedaży na przestrzeni czasu jest równoznaczne z podniesieniem jej efektywności.

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

Wyliczając ten wskaźnik uzyskujemy informację o tym, ile zysku brutto (lub straty) przynosi jeden złoty uzyskanych przychodów ze sprzedaży.

Wskaźnik rentowności netto sprzedaży = wynik finansowy netto / przychody ze sprzedaży *100%

Wskaźnik ten informuje o tym, ile zysku netto uzyskuje się z jednego złotego przychodów ze sprzedaży.