Biznesplan nowoczesnego gospodarstwa rolnego

praca dyplomowa o objętości 74 stron

Wstęp 3

Rozdział 1. Pojęcie, definicje i funkcje biznes planu. 10
1.1. Pojęcie biznes planu. 11
1.2. Definicje i cechy biznes planu. 13
1.3. Funkcje biznes planu. 17
1.4. Zastosowanie biznesplanu. 24
1.5. Struktura i budowa biznes planu. 25

Rozdział 2. Streszczenie projektu przedsięwzięcia. 30
2.1. Struktura biznes planu przedsięwzięcia. 30
2.2. Opis projektu przedsięwzięcia. 32

Rozdział 3. Profil i zakres działania gospodarstwa. 34
3.1. Dane gospodarstwa. 34
3.2. Zamierzenia na przyszłość. 36
3.3. Misja gospodarstwa. 37
3.4. Podstawowe cele. 37
3.5 Pozostałe cele i zasady działania. 38

Rozdział 4. Założenia planu strategicznego przedsięwzięcia. 40
4.1. Analiza strategiczna (metodą SWOT). 40
4.2. Strategiczna pozycja firmy. 42
4.3. Wybór i wdrożenie strategii. 42

Rozdział 5. Plan techniczny. 43
5.1. Opis produktu. 43
5.2. Strategia produkcji. 43
5.3. Poziom produkcji. 44
5.4. Dostępność surowców. 45
5.5. Inwestycje i aport rzeczowy. 45

Rozdział 6. Plan marketingowy. 46
6.1. Założenia planu marketingowego. 46
6.2. Analiza rynku. 47
6.3. Strategia cen. 48
6.4. Taktyka sprzedaży. 48
6.5. Strategia marketingowa. 50
6.6. Strategia dystrybucji. 50
6.7. Strategia promocji. 50

Rozdział 7. Plan organizacyjny. 51
7.1. Zasoby ludzkie. 51
7.2. Kalendarz organizacyjny. 52

Rozdział 8. Plan finansowy. 54
8.1. Dane wejściowe. 54
8.2. Analiza dochodu bezpośredniego. 54
8.3. Rachunek zysków i strat. 57
8.4. Bilans. 61
8.5. Analiza wskaźnikowa. 65

Zakończenie 71
Bibliografia 73

Wstęp

Biznes plan (ang. business plan) jest specyficznym zbiorem ustaleń opisowych, analiz i prognoz, określającym cele firmy oraz zadania i sposoby postępowania zmierzające do osiągania tych celów w przyszłości, przy założonych uwarunkowaniach gospodarczych, kadrowych i innych. Traktowany jest jako podstawowy i nowoczesny instrument niezbędny do skutecznego i efektywnego kierowania firmą.

Biznes plan to nazwa, która w naszym języku codziennym pojawiła się dopiero w 1989 r., ale to co nią jest określane było wykonywane już znacznie wcześniej, tylko inaczej to nazywano i nie miało takiej formy jak aktualnie.

Plan ten spełnia dwie podstawowe funkcje. Pierwsza to funkcja

wewnętrzna, wyrażająca się tym, że biznes plan jest dokumentem niezbędnym w kierowaniu firmą i pewnego rodzaju przewodnikiem w działaniach personelu zarządzającego nią oraz narzędziem umożliwiającym sprane prowadzenie działalności gospodarczej. Precyzując zadania i czynności, jakie powinny być wykonane, by osiągnąć cel przedsiębiorstwa, biznes plan umożliwia ustalenie realnych terminów wykonania wyznaczonych zadań oraz określenie osób odpowiedzialnych za ich realizację. Pomaga to zarządowi jednostki gospodarczej lub jej właścicielowi ocenić przyczyny niewykonania zamierzonych zadań i przeprowadzić analizę zewnętrznych zagrożeń oraz działania konkurencji, jeżeli pewne odcinki planu nie zostały w pełni wykonane. Umożliwia to ustalenie słabych stron przedsiębiorstwa i skłania personel zarządzający do określenia strategii działania w celu poprawy sytuacji.

Druga funkcja ma znaczenie zewnętrzne. Funkcja zewnętrzna polega na prezentacji firmy wobec otoczenia, w którym firma funkcjonuje. Chodzi głównie o przedstawienie całości zamierzonych działań firmy wobec potencjalnych inwestorów, współpracujących przedsiębiorstw i innych partnerów oraz instytucji finansowych w razie ubiegania się o środki na sfinansowanie działalności. Bank, zanim pożyczy pieniądze wymaga argumentów możliwości zwrotu wydanych pieniędzy, a tym podstawowym argumentem opisującym szansę na zwrot poniesionych nakładów jest biznes plan.

Obie funkcje biznes planu są ze sobą ściśle powiązane. Funkcja zewnętrzna występuje głównie, gdy chodzi o pozyskanie funduszy na działalność firmy, funkcja wewnętrzna zaś występuje w każdym innym wypadku. Z biznes planu inwestorzy i jednostki kredytujące powinny dowiedzieć się, w jaki sposób firma ma zamiar wykorzystać uzyskane środki pieniężne w powiązaniu z całym potencjałem gospodarczym firmy, w celu uzyskania zaplanowanych rezultatów. Na cele zewnętrzne stosuje się zazwyczaj skróconą wersję biznes planu zawierającą głównie te elementy, które interesują inwestorów i mogą ich zachęcić do

finansowania działalności firmy.

Nie ma idealnego, ściśle określonego, ustalonego wzorca budowy biznes planu. Różnorodność planów wynika z wielkości przedsiębiorstw, struktur organizacyjnych jednostek, stosunków własnościowych firm, branż, do których należą, rodzaju ich działalności i złożoności procesów gospodarczych oraz zamierzeń przyszłościowych. Ponadto jest różnica w formie opracowywanego biznes planu dla nowych przedsiębiorstw, które mają być dopiero uruchomione, a biznes planu dla istniejących już firm.

Najogólniej biznes plan powinien być zwartym, krótkim, ale kompletnym i przejrzystym opracowaniem.

W typowym biznes planie wyodrębnić można z formalnego punktu widzenia trzy oddzielne części:

1. wprowadzenie do biznes planu,
2. zasadniczą część planu zawierającą charakterystykę firmy, jej działalności i otoczenie w jakim działa,
3. załączniki do planu (materiały uzupełniające).

Wprowadzenie (streszczenie) jest podstawowym elementem biznes planu. Pisane jako ostatnie, ale zamieszczone na początku całego zbioru elementów. Wynika to z samej treści wprowadzenia, na którą składa się streszczenie całego planu opisujące aktualną kondycję firmy, jej pozycję na rynku, projekty na przyszłość oraz zasadnicze cele jakie chcemy osiągnąć.

Zasadnicza część planu obejmuje zwykle dwa rodzaje informacji. Pierwszy to najczęściej informacje dotyczące charakterystyki firmy oraz produktu i usług[1]:

- dotychczasowej działalności, osiągnięć w dziedzinie produktu i sprzedaży;
- formy własności, statusu prawnego, stanu majątkowego, struktury, lokalizacji;

- branży, przedmiotu działalności;
- pozycji na rynku;
- cech konkurencyjności, wiodących firm w branży;
- celów i zamierzeń na najbliższy okres;
- technologia i stopień je nowoczesności, opis techniczny;
- dostawcy, ich pozycje na rynku, alternatywne możliwości zaopatrzenia;
- skala produkcji i jej organizacja, majątek produkcyjny, zdolności produkcyjne;
- jakość wyrobów firmy;
- ostatnie modernizacje.

Druga część zawiera: plan marketingowy, plan firmowy oraz informacje o kadrze kierowniczej i personelu.

W planie marketingowym powinna być oszacowana:

- charakterystyka potencjalnych kierunków i ich potrzeb;
- wielkość rynku, jego struktura, złożoność, tendencje zmian, segmentacja oraz grupy nabywców;
- konkurencja (tzw. obecni i potencjalni najpoważniejsi konkurenci), obszary, formy walki z konkurencją, nowe formy uatrakcyjniania sprzedaży, system obserwacji klientów;
- określenie mocnych i słabych stron firmy oraz szans i zagrożeń;
- metody dotarcia do nabywców oraz kreowanie ich potrzeb i preferencji;
- wielkość, struktura, prognoza i formy sprzedaży, strategia jej wzrostu, sieć dystrybucji, terminy płatności, systemy gwarancyjne, poziom cen, możliwość ich wzrostu z uwzględnieniem elastyczności popytu i reakcji nabywców, przewidywana rentowność;
- metody planowania marketingowego.

Plan finansowy powinien zawierać: opis aktualnej sytuacji finansowej firmy, ocenę możliwości i potrzeb finansowych, wielkości i strukturę zysków i kosztów, stan należności i

zobowiązań, finansową ocenę przyszłych projektów inwestycyjnych oraz metody planowania i realizacji przepływów pieniężnych z uwzględnieniem zapewnienia płynności finansowej. W przypadku rozpoczynania działalności należy określić przewidywany całkowity koszt uruchomienia prowadzenia biznesu, potrzebny kapitał zaangażowany, a także źródła jego pochodzenia. Ponadto plan finansowy powinien prezentować[2]:

- rentowność w ujęciu rachunku wyników i płynności finansowej;
- strukturę pokrycia majątku funduszami własnymi i obcymi;
- wskaźniki finansowe;
- fizyczną strukturę majątku trwałego;
- poziom zapasów;
- ocenę możliwości pozyskiwania zewnętrznych źródeł finansowania;
- skalę potrzeb finansowych w powiązaniu ze wzrostem produkcji, inwestowaniem oraz realizację wdrożeń.

Następnie powinny być zawarte informacje odnośnie personelu, członków zarządu, kadry kierowniczej, a także opis i ocena systemu zarządzania, struktury organizacyjnej, wielkość zatrudnienia, kwalifikację oraz charakterystyka systemu płacowego.

Ostatnia trzecia część biznes planu składa się z załączników uzupełniających informację zawarte w poprzednich dwóch częściach. Niekiedy załącznikami mogą być plany odcinkowe lub ich fragmenty, sporządzone w ramach planowania rzeczowego i finansowego. Załączniki zawierają często dodatkowe informacje o produkcji i usługach, zdolności produkcyjnej, sytuacji rynkowej, systemie zarządzania, prognoz rachunku wyników itp.

W ostatnich latach coraz więcej podmiotów gospodarczych sporządza biznes plany. W zależności od celów, dla których biznes plan jest sporządzany, niektóre punkty planu mogą być szczególnie eksponowane, inne – pomijane. Biznes plan opisuje z reguły prognozę działalności firmy w okresie od dwóch do

pięciu lat.

Biznes plany wykonywane są obecnie także dla gospodarstw rolnych zajmujących się produkcją rolniczą oraz przetwórstwem. Najczęściej plany wykonywane są jako załączniki do wniosku kredytowego. W większości przypadków są sporządzane przez kadrę z Ośrodków Doradztwa Rolniczego. Sporządzając biznes plan dla gospodarcza rolniczego należy uwzględnić nie tylko warunki ekonomiczne zewnętrzne (czyli otoczenie gospodarstwa) i wewnętrzne gospodarstwa, ale w szczególności przy tej produkcji warunki przyrodnicze.

Produkcja rolnicza opiera się na wykorzystaniu organizmów żywych, a więc w dużej mierze zależy właśnie od nich.

Środowisko przyrodnicze i ekonomiczne, w którym przebiega produkcja rolnicza wywiera bardzo istotny wpływ na zróżnicowanie przestrzenne jej form organizacyjnych, a ponadto wpływa na poziom intensywności oraz uzyskiwanych efektów produkcyjnych.

Warunki przyrodnicze mają charakter prawie całkowicie obiektywny, są praktycznie niezależne od człowieka, w odróżnieniu od warunków ekonomicznych, które kształtuje człowiek.

Właściwe zorganizowanie produkcji rolniczej, a w szczególności roślinnej wymaga uwzględnienia zarówno czynników przyrodniczych jak również i ekonomicznych. Produkcja rolnicza należy do szczególnych produkcji, charakteryzuje się dużą sezonowością, pracochłonnością, kapitałochłonnością oraz dużą wrażliwością produktów na transport.

Gospodarstwa rolnicze według Zygmunta Wojtaszka[3] to jednostka produkcyjna składająca się z określonego obszaru ziemi oraz innych środków produkcji takich jak np.: budynki, budowle, urządzenia, narzędzia. Posiada własne zasoby siły roboczej i pociągowej w odpowiednim rozmiarze. Całość jego działalności produkcyjnej odbywa się pod wspólnym

kierownictwem. Od innych jednostek produkcyjnych odróżnia się tym, że ziemia stanowi w nim najważniejszy środek produkcji oraz tym, że w zasadzie reprodukuje w naturze szereg niezbędnych dla siebie środków. Zajmuje się z reguły wytwarzaniem produktów roślinnych i zwierzęcych ale może również posiadać zakłady działu przetwórstwa rolniczego.

Przy wykonywaniu biznes planu dla gospodarstwa należy wziąć pod uwagę zarówno jego pewne cechy uniwersalne charakterystyczne dlatego typu działalności oraz cechy świadczące o pewnej odrębności sektorowej. Tą odrębność określają dwa zasadnicze czynniki[4]:

- specyfika podstawowego źródła surowców;
- rodzaj zaspokajanych potrzeb.

Ze specyficznych właściwości produkcji rolnej należy jej bezpośredni związek z przyrodą, z czego wynikają dwie ważne konsekwencje dla formułowania planów i strategii gospodarstw rolnych. To prawa przyrody wyznaczają wielkość i tempo wzrostu produkcji rolnej, ograniczając tym samym możliwość przyjmowania strategii polegającej na rozwoju produktu (innowacji produktowej).

Strategie przyjmowane w rolnictwie wynikają z biologicznego charakteru ciągłości procesu produkcyjnego. Nie można go bowiem dowolnie przerwać i w pewnym okresie powtórnie uruchomić. Wiąże się to również ze szczególną organizacją pracy i wysoką dyspozycyjnością siły roboczej.

Decydujące dla gospodarstwa (dla jego produkcji) są warunki lokalne, gdyż większość z nich wytwarza na rynki lokalne(firmy przetwórcze, sklepy zamawiające świeże produkty, firmy gastronomiczne).Gospodarstwa rolne z reguły nie kierują się względami długookresowej strategii rynkowej, lecz koniecznością bieżącego dostosowania do zmian zachodzących w otoczeniu.

[1] J. Śliwa, S. Wymysłowski, *Biznesplan w teorii i praktyce*, Oficyna Wydawnicza WSHiP, Warszawa 2001.

[2] Tamże.

[3] Z. Wojtaszek, *Ćwiczenia z ekonomiki i organizacji gospodarstw rolniczych. Cz. 2, Koszty i kalkulacje rolnicze*, Dział Wydawnictw SGGW, Warszawa 1979

[4] Tamże.

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis