

Koncepcja przedsięwzięcia to zbiór założeń, które będą stanowić podstawę sporządzenia biznesplanu. Powinny one dotyczyć genezy pomysłu, oceny pojemności potencjalnych rynków zbytu wraz z identyfikacją potencjalnych konkurentów, a także określenia warunków wykonalności technicznej, wraz z zasobami ludzkimi niezbędnymi do jego realizacji. Konieczne jest też oszacowanie wartości zaangażowanych środków finansowych.



Rysunek 2.1. Elementy koncepcji przedsięwzięcia

Niewątpliwie kluczem do sukcesu biznesplanu jest **dobry pomysł**, który można przekształcić w przedsięwzięcie. Warto wziąć pod uwagę fakt, że inwestor będzie często zainteresowany genezą pomysłu, ponieważ informacja taka ułatwia ocenę poziomu ryzyka, stanowiąc swego rodzaju punkt odniesienia do innowacyjności przedsięwzięcia i doświadczenia wykonawcy. Opisuując genezę pomysłu, warto stwierdzić, czy:

- stanowi on implementację pomysłu zastosowanego z sukcesem przez innego przedsiębiorcę,
- odpowiada na niezaspokojone dotychczas potrzeby klientów,
- dotyczy innowacyjnych rozwiązań,

- będzie rozszerzeniem działalności o nowe produkty lub usługi.

Ponadto należy wykazać, iż na rynku istnieje wystarczająca liczba klientów (uwzględniając działania konkurentów), którzy nie tylko zakupią produkty, usługi lub towary od przedsiębiorcy, lecz również dysponują środkami finansowymi, które chcą przeznaczyć na te zakupy. Kolejne elementy to konieczność wykazania, że przedsięwzięcie jest wykonalne od strony technicznej, a przedsiębiorca dysponuje odpowiednią – z tego punktu widzenia – kadrą menedżerską i odpowiednio wykwalifikowanymi pracownikami. Na koniec należy wyraźnie określić poziom zapotrzebowania na środki finansowe związane z realizacją projektu oraz przedstawić prognozę podstawowych wyników finansowych. Podstawowe elementy koncepcji przedsięwzięcia można zapisać w formie podanej w tabeli 3.1.

Tabela 2.1. Koncepcja przedsięwzięcia

1. Zagadnienia formalne	
1.1. Nazwa przedsięwzięcia	Nazwa przedsięwzięcia
1.2. Dane podmiotu	Nazwa podmiotu realizującego przedsięwzięcie Forma prawna Dane adresowe
1.3. Adresaci planu	Cele sporządzenia biznesplanu
1.4. Autor planu	Dane autora planu
2. Przedsięwzięcie	
2.1. Opis przedsięwzięcia	Charakterystyka podstawowych elementów przedsięwzięcia
2.2. Geneza	Źródło powstania przedsięwzięcia umożliwiające określenie punktu odniesienia do oceny pomysłu
2.3. Opis produktów, usług i towarów	Należy wskazać wszystkie produkty, usługi i towary związane z realizacją pomysłu. Opis zostanie rozszerzony

	w kolejnych punktach planu (sfera marketingowa i techniczna)
3. Elementy strategii	
3.1. Otoczenie i zasoby	Należy wskazać ograniczenia leżące po stronie otoczenia i zasobów przedsiębiorstwa. Czy możliwe jest pokonanie tych ograniczeń?
3.2. Charakterystyka głównych konkurentów	Należy scharakteryzować głównych konkurentów
3.3. Bariery wejścia i wyjścia z rynków	Należy określić poziom barier wejścia na rynek oraz warunki opuszczenia rynku
3.4. Przewaga konkurencyjna	Należy wskazać te cechy produktów, usług i towarów, które mogą być źródłem wypracowania przewagi nad konkurentami
3.5. Cele strategiczne	Należy wskazać cele strategiczne związane z realizacją przedsięwzięcia
4. Sfera techniczna	
4.1. Wykonalność techniczna	Należy odpowiedzieć na pytanie czy przedsięwzięcie jest wykonalne od strony technicznej?
4.2. Nakłady inwestycyjne i odtworzeniowe	Należy wskazać rodzaj i poziom nakładów inwestycyjnych i odtworzeniowych
4.3. Koszty w sferze technicznej	Należy wskazać rodzaj kosztów oraz ich poziom
5. Sfera organizacyjna	
5.1. Harmonogram przedsięwzięcia	Należy określić horyzont planu (liczbę okresów, na który będzie opracowany plan) oraz kamienie milowe
5.2. Kadra menedżerska	Charakterystyka kadry menedżerskiej, uwzględniająca wykształcenie oraz doświadczenie zawodowe w danej branży
5.3. Pracownicy	Należy wskazać liczbę zatrudnionych pracowników, ich kwalifikacje oraz formę zatrudnienia

5.4. Struktura organizacyjna	Należy przedstawić strukturę organizacyjną przedsiębiorstwa
5.5. Koszty wynagrodzeń	Należy wskazać koszty wynagrodzeń wraz z narzutami
6. Sfera marketingowa	
6.1. Charakterystyka klientów	Należy scharakteryzować segmenty rynku. Niezbędne jest wskazanie czynników, od których zależy poziom satysfakcji klientów
6.2. Prognoza przychodów ze sprzedaży	Najlepiej można ją obliczyć jako iloczyn spodziewanego poziomu sprzedaży oraz ich ceny
6.3. Promocja i reklama	Należy scharakteryzować nakłady na promocję i reklamę.
6.4. Kanał dystrybucji	Należy wskazać kanały dystrybucji (sprzedaż detaliczna, hurtowa, sklep internetowy...)
6.5. Koszty sfery marketingowej	Należy wskazać poziom kosztów sfery marketingowej, takich jak: koszty promocji i reklamy, koszty utrzymania kanału dystrybucji
6.6. Charakterystyka klientów	Należy scharakteryzować segmenty rynku. Niezbędne jest wskazanie czynników, od których zależy poziom satysfakcji klientów
7. Sfera finansowa	
7.1. Założenia planu finansowego	Założenia planu finansowego pochodzą z planu strategicznego oraz planu marketingowego, technicznego i organizacyjnego
7.2. Prognoza sprawozdań finansowych	Należy zamieścić przynajmniej prognozę przychodów, kosztów oraz zysków
7.3. Analiza wrażliwości	Należy wskazać zmienne, które mogą przyjmować inne wartości niż założono wraz z oceną skutków tych zmian
8. Wnioski i rekomendacje	

Źródło: opracowanie własne.