|  |
| --- |
| **Poslovni načrt** |

**POSLOVNI NAČRT**

Pravna oseba\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

(polno ime in naslov pravne osebe, ki je upravičenec)

ki je priznana za sektor:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ,

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Matična številka: |  |  | Davčna številka: |  |

ki jo zastopa \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(ime in priimek odgovorne osebe oziroma pooblaščene osebe za zastopanje)

1. **POSLOVNI NAČRT**
   1. **Obvezni razvojni cilji**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Obvezni razvojni cilj: | 1 | Upravičenec bo v koledarskem letu pred vložitvijo zadnjega zahtevka za izplačilo sredstev povečal število članov glede na stanje ob vložitvi vloge na javni razpis.  Če upravičenec uveljavlja podporo za obdobje, ki je daljše od dveh koledarskih let, lahko namesto povečanja števila članov, izpolni razvojni cilj s povečanjem rasti vrednosti tržne proizvodnje v koledarskem letu, za katerega se vlaga zadnji zahtevek za izplačilo sredstev, glede na koledarsko leto po vložitvi vloge na javni razpis. |
| 2 | Upravičenec bo najpozneje v drugem koledarskem letu trajanja podpore pripravil poročilo o raziskavi trga, možnosti povečanja števila članstva organizacije ali skupine proizvajalcev, pripravil skupna pravila o informacijah o proizvodnji in priporočila za izboljšanje kakovosti proizvodov iz sektorja, za katerega je priznan (lastnosti proizvoda, tehnološka navodila, smernice). |
| 3 | Upravičenec bo v obdobju trajanja podpore razvijal poslovne in trženjske spretnosti ter organiziral in pospeševal procese inovacij na način, da bo v času trajanja podpore izvedel najmanj dve izobraževanji članov organizacije ali skupine proizvajalcev na temo izboljšanja tehnologije oziroma pridelave proizvodov iz sektorja, za katerega je priznan, v skupnem trajanju najmanj šest ur, pri čemer se mora izobraževanja udeležiti najmanj pet članov organizacije ali skupine proizvajalcev. |

**1.2. Opis stanja organizacije ali skupine proizvajalcev**

1.2.1. Razvojni načrt organizacije ali skupine proizvajalcev

Upravičenec mora izpolniti Razvojni načrt v tabelarični obliki. Tabela se oblikuje v velikost formata A4- ležeče, do največ A3- ležeče:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ključni partnerji | Ključne aktivnosti | Ponudba in analiza trga | | Razmerja do kupcev | Segmentacija kupcev |
| Ključni viri za delovanje | Distribucijske poti |
| Struktura stroškov | | | Viri prihodkov | | |

\*V posamezni razdelek vpisujte besedilo v alinejah.

1.2.2. Učinek povezovanja članov organizacije ali skupine proizvajalcev:

|  |  |
| --- | --- |
| Učinek povezovanja | A \_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ EUR/KMG  B \_ \_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ EUR/enoto proizvoda  C \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(poljubno izberite enoto)  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  D \_**X**\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ %  Učinek povezovanja članov organizacije ali skupine proizvajalcev se odraža predvsem v načrtovani višji ceni proizvoda in racionalizaciji poslovanja organizacije ali skupine proizvajalcev. Izbere se najmanj eden izmed zgornjih načinov prikaza učinka. Prikazana vrednost je približek preliminarnega izračuna prihranka, ki ga bo organizacija ali skupina proizvajalcev vsako leto poročala ob vložitvi zahtevka za izplačilo sredstev, pri čemer imajo oznake naslednji pomen:  A: izračun prispevka predvidenega združevanja članov k racionalizaciji poslovanja povprečnega kmetijskega gospodarstva, ki je član skupine ali organizacije proizvajalcev, v obdobju trajanja podpore;  B: izračun prispevka predvidenega združevanja članov k višjim povprečnim cenam priznanih proizvodov v obdobju trajanja podpore;  C: izračun ugodnosti na poslovanje skupine ali organizacije proizvajalcev, ki jih prinaša povezovanje članov;  D: delež (uspešnost) se izračuna kot količnik med vrednostjo, ki jo je upravičenec prikazal v razdelkih A, B oziroma C in povprečno ceno prodanega proizvoda na trgu. Povprečna cena prodanega proizvoda je cena iz Priloge 1 3. Javnega razpisa. Če povprečna cena ni določena v Prilogi 1 3. Javnega razpisa, jo določi upravičenec in pripiše vir oziroma metodologijo izračuna povprečne cene.  Pri izračunu učinka povezovanja se upošteva predvsem finančni učinek racionalizacije poslovanja, skladiščenja, transporta, zbiranja, potreb po delovni sili in podobno. |

V \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, dne\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Podpis odgovorne osebe

oziroma pooblaščene osebe za zastopanje:

žig

**Sestavine razvojnega načrta iz te točke imajo naslednji pomen:**

1. Ključni partnerji: navedejo se ključni partnerji, ključni izvajalci in ključne aktivnosti med skupino oziroma organizacijo proizvajalcev in ključnimi partnerji. Upravičenec lahko opredeli namen in razlog sklepanja partnerstev tako z vidika kupcev kot tudi dobaviteljev. Upravičenec lahko navede katere ključne vire zagotavljajo in katere ključne aktivnosti pridobivajo od partnerjev. Motivacija za sklepanje partnerstev je lahko optimizacija procesov, drugi ekonomski razlogi, zmanjšanje tveganja in negotovosti ali pridobivanje določenih virov in aktivnosti;
2. Ključne aktivnosti: navedejo se ključne aktivnosti, ki jih zahteva ponudba skupine oziroma organizacije proizvajalcev. Upravičenec lahko opredeli predvsem katere aktivnosti zahtevajo distribucijske poti, katere aktivnosti zahtevajo odnosi s kupci, katere aktivnosti zahtevajo viri prihodkov. Upravičenec lahko opredeli reševanje možnih zapletov v aktivnostih s kupci in dobavitelji;
3. Ključni viri za delovanje: navedejo se ključni viri, ki jih zahteva ponudba skupine oziroma organizacije proizvajalcev. Upravičenec lahko opredeli predvsem katere vire zahtevajo distribucijske poti, katere vire zahtevajo odnosi s kupci, katere vire zahtevajo viri prihodkov. Ključni viri so lahko materialni, intelektualni (patenti znamk, pravice, podatki), kadrovski ali finančni viri.
4. Ponudba in analiza trga: opredeli se predvsem obseg ponudbe in kateremu segmentu potrošnikov je ponudba namenjena. Upravičenec lahko opredeli predvsem kateri sveženj izdelkov in storitev ponuja, kaj je potrošnikov problem in kaj je rešitev, ki jo ponuja upravičenec ter katere potrebe kupcev izpolnjuje. Ponudba za namen opredelitve vrednosti prodajnega proizvoda lahko vključuje pregled in analizo trga. Značilnosti ponudbe so na primer novosti, zmogljivost, prilagoditev, zagotoviti, da bo delo opravljeno, znamka, status, cena, dostopnost, priročnost, uporabnost, zmanjšanje stroškov, zmanjšanje tveganja, dizajn.
5. Razmerja do kupcev: opredelijo se predvsem odnosi in razmerja do kupcev ter kako se bodo odnosi in razmerja vzpostavila in vzdrževala. Upravičenec lahko opredeli predvsem katere odnose je že vzpostavil, kakšen tip odnosa pričakuje vsak izmed kupcev, kako ga bo vzpostavil in vzdrževal, kako bo usklajen s preostalimi deli poslovnega modela ter koliko stane njun odnos. Značilnosti odnosov s kupci so na primer osebna podpora, predana osebna podpora, samo-postrežba, avtomatizirana storitev, skupnosti, so-ustvarjanje, sodelovanje, podrejena, nadrejena.
6. Distribucijske poti: opredelijo se predvsem distribucijske poti do kupcev in njihova učinkovitost. Upravičenec lahko opredeli predvsem kako zdaj dosega kupce, kako integrirati distribucijske poti, katere poti najbolje delujejo, katere so stroškovno najučinkovitejše, kako integrira poti z navadami kupcev. Stopnje distribucijskih poti so na primer zavedanje o izdelkih in storitvah v družbi, širše vrednotenje ponudbe in organizacije, kakšne so možnosti nakupa izdelkov in storitev, kako dostavlja kupcem, kako prodaja in kaj se dogaja v poprodaji (poprodajna podpora) med kupcem in dobaviteljem.
7. Segmentacija kupcev: opredelijo in razvrstijo se kupci po njihovi pomembnosti za skupino oziroma organizacijo proizvajalcev. Upravičenec lahko opredeli predvsem komu ustvarja dodano vrednost in kdo so njegovi najpomembnejši kupci. Segmentacija kupcev je na primer opredelitev trga kot trg široke potrošnje, nišni trg, segmentirani trg, raznovrstni trg, več-stranska platforma. Lahko se opredeli na primer uspešnost poslovanja kupca, vloga kupca za upravičenca.
8. Struktura stroškov: opredelijo in razvrstijo se predvsem najpomembnejši stroški delovanja (trženja) skupine oziroma organizacije proizvajalcev.

Upravičenec lahko opredeli predvsem kateri so najpomembnejši stroški njegovega poslovnega modela, kateri ključni viri so najdražji, katere ključne aktivnosti so najdražje. Upravičenec lahko predvsem išče stroškovne prednosti (vitka stroškovna struktura, nizko-cenovna ponudba vrednosti, največja možna avtomatizacija, široko zastavljeno zaposlovanje z zunanjimi partnerji), oziroma išče vrednosti (usmerjenost na ustvarjanje vrednosti, premium ponudba). Upravičenec lahko opredeli vzorce značilnih stroškov, kot so stalni stroški (plače, najemnine, pripomočki), spremenljivi stroški, lahko opredeli ekonomijo obsega ali ekonomijo področja.

1. Viri prihodkov: opredelijo in razvrstijo se predvsem najpomembnejši prihodki in njihov prispevek k celotnim prihodkom. Upravičenec lahko opredeli predvsem katero vrednost so kupci pripravljeni plačati, kaj trenutno plačajo, kako trenutno plačujejo in kako bi raje plačevali in koliko vsak posamezen vir prihodkov prispeva k celotnim prihodkom. Upravičenec lahko opredeli prihodke oziroma cene, kjer so cene določene dinamično (pogajanja (dogovarjanje), upravljanje donosov, v realnem času), fiksno (cenik, glede na funkcijo izdelkov, glede na segment kupcev, glede na količino) oziroma glede na tip (prodaja premoženja, pristojbina za uporabo, naročnine, kreditiranje/najem/zakup, licenciranje, posredniške provizije, oglaševanje).