

Så skriver Du en affärsplan för näringsbiodling



Detta material har delvis
finansierats med EU-medel

Så skriver Du en affärsplan för näringsbiodling

En praktisk handledning¹

En affärsplan för näringsbiodlaren ska:

- beskriva affärsidén med näringsbiodlingen,
- hur verksamheten är tänkt att fungera
- vad företaget planerar att göra
- näringsbiodlingens mål med verksamheten
- hur man tänker nå dessa.

Förord

Ekonomiskt nyskapande och utveckling kommer många gånger från mindre och medelstora företag, hit räknas även biodlare som vill utveckla sin verksamhet och vars ägare är villiga att ta risker för att investera i framtiden. Dessa ägare – eller entreprenörer – biodlare söker efter möjligheter att starta eller utveckla sitt företag - biodling. Tyvärr möts ofta de flesta nya idéer med skepsis. Det är först när idén visat sig vara bärkraftig som den vinner allmän acceptans.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. Varför behöver man en affärsplan?
2. Målgrupper
3. Utformning
4. Disposition
5. Innehåll

Internt ger affärsplanen en god grund när det gäller att skapa riktlinjer för biodlingsföretagaren att följa. Affärsplanen ger milstolpar och referenspunkter som kan användas för att mäta framstegen. Arbetet med affärsplanen gör dessutom att Du blir tvungen att tänka efter före och planera, strukturera och formulera biodlingens kommande aktiviteter.

Externt visar affärsplanen, för bl.a. tilltänkta intressenter, banker, kunder och leverantörer, att idéerna är genomtänkta samt att prognosen bygger på dokumenterbara fakta med mätbara faktorer. I grunden bygger affärsplanen på samma principer oberoende av företagets storlek, den huvudsakliga skillnaden ligger i mängden information och typ av information. Frågorna är likartade men svaren skiljer sig något beroende på företagets storlek och omfattning.

- Utformning

När Du utformar affärsplanen måste Du först tänka igenom vad **läsaren** kan anse är viktigt. Viktigt att komma ihåg när man förbereder en affärsplan:

• **Den bör omfatta högst 2-4 sidor**

Läsaren kan förlora intresset, om den blir för lång. Många läsare av en affärsplan vet vilken information som är väsentlig och fokuserar därför bara på denna del.

¹ Som förlaga till denna affärsplan har vi använt Connects utformning

Förslag till affärsplan för näringsbiodling

1. Affärskoncept.

- 1.1 Affärsidé – Vad är syftet med min näringsbiodling
- 1.2 Mål – vad vill jag uppnå med min näringsbiodling

2. Produkter.

- 2.1 Sortiment som skall produceras

3. Marknadsplan.

- 3.1 Marknaden - Hur ser min marknad ut.
- 3.2 Kunder – Vilka kunder är min målgrupp.
- 3.3 Konkurrenter – Vilka andra biodlare bearbetar min tilltänkta marknad.

- 3.4.1 Prissättning – Försäljning – Distribution - Marknadsföring

4. Lokaler

6. Produktion.

- 6.1 Bigården
- 6.2 Produktionsekonomi.
- 6.4 Miljöaspekter.

7. Ekonomisk översikt.

8. Genomförande.

- 8.1.3 Skördebortfall – låg honungsskörd
- 8.2 Riskanalys - Bisjukdomar - Vinterdödlighet av bisamhällen

1.1 AFFÄRSIDÉ

Här förklaras företagets affärsidé och verksamhet i enkla termer.

- I affärsidéns formulering bör följande helt eller delvis beröras:
 - Vem är kunden? Kunderna utgörs av lokala/regionala återförsäljare som betalar efter leverans av varan. Intäkterna ökar kontinuerligt i takt med att antalet bisamhällen ökar. Utökning av nya produkter och tjänster kommer att ske kontinuerligt.
- Särskilda egenskaper, som skiljer bolaget från konkurrenter, bör understrykas, t.ex. eget honungssortiment, odling av drottningar, försäljning av bisamhällen.

1.2 MÅL

Vad vill jag uppnå med min näringsbiodling inom 3 år och 5 år. Till exempel: antalet samhällen, bigårdar, omsättning mm.

2. PRODUKTER

Denna del beskriver bl.a. produkterna med ord som en icke-fackman kan förstå.

Nuvarande produkter

- Bulk alternativt burkförsäljning - Drottningar – avläggare - Smaksatt honung - Sorthonung

Produktutveckling

Vilken produktutveckling är planerad

3. MARKNADSPLAN

3.1 HUR SER DIN MARKNAD UT

Marknaden – nuläge

- Beskrivning av marknaden: aktuell storlek lokalt, tillväxtpotentialer, särskilda egenskaper.

Marknaden – framtiden

- Klarar företaget av att vara en åretruntleverantör av honung?

3.2 KUNDER – VILKA ÄR FÖRETAGETS MÅLGRUPPER

Här beskrivs företagets viktigaste kunder och deras andel av omsättningen och hanteringen av riskerna som uppstår om företaget är beroende av ett begränsat antal kunder.

Allmänt om kunderna

- Var finns kunderna geografiskt och hur många är kunderna i dag?
- Är kunderna små eller stora, köper man ofta eller sällan?
- Hur tillfredställs kundernas behov av honung under hela året?

Viktigaste kunderna

- Vilka är företagets viktigaste kunder?

3.3 KONKURRENTER

Här jämförs huvudkonkurrenterna och deras marknadsandelar med den egna verksamhetens.

Fakta om konkurrenterna

- Vilka företag är konkurrenter? - Vilka konkurrenter är prisledande?

3.4.1 PRISSÄTTNING

Beskriv hur företaget tänker prissätta dina produkter. Ordinarie priser, Introduktionspriser – Stamkundspriser - Volympriser (mängdrabatt)?

3.4.2 FÖRSÄLJNING

Beskriv hur företaget tänker försälja sina produkter

- Kommer försäljningen att ske i egen regi?
- Finns det idag återförsäljare till burkad honung och hur länge har detta samarbetet varat?

Säljaktiviteter

- Hur sker försäljningen? Ringer kunden upp, ringer företaget upp, får kunden besök av säljare, beställning per mail eller brev?

3.4.3 MARKNADSFÖRING

- Beskriv hur företaget tänker marknadsföra sina produkter

4. LOKALER

Här beskrivs kortfattat fakta om företagets fysiska lokalisering: ägande, hyresrätt och expansionsmöjligheter.

Hyrda lokaler

- Vilken är bindningstiden för kontrakten - Var ligger lokalerna - Hyresnivåer?

Ägda lokaler/fastigheter

- Marknadsvärde – Belåning - Typ av lokal eller fastighet.

Utrymmesbehov

- Är tillgängliga utrymmen för små eller för stora?
- Finns expansionsmöjligheter i tillgängliga utrymmen?

Lokalisering

- Finns det möjligheter att söka lokaliseringsstöd

5 PRODUKTION

5.1 BIGÅRDEN

Här beskrivs bl.a: Aktuell situation för att producera honung och möjligheter till att öka kapaciteten och eventuella fördelar gentemot konkurrenter.

Effektivitet

- Finns det någon trång sektor i honungsproduktionen? Kapital, bisamhällen, bigårdar, utrustning, mm

5.2 PRODUKTIONSEKONOMI

- Hur sker inköp och lagerhållning av insatsvaror till exempel: burkar, ramar, vax mm - Finns eventuella behov av kapital för att köpa in insatsvaror, bikipor, slungrum, slungrumsutrustning?

6.3 MILJÖASPEKTER

Redovisa eventuella nuvarande eller kommande nödvändiga tillstånd, gjorda och förväntade miljöinvesteringar samt förväntade förändringar i regelverk och lagstiftning.

Tillstånd

- Vilka slags tillstånd behövs för verksamheten till exempel: godkänd livsmedelslokal?

Investeringar

- Vilka investeringar krävs för att erhålla tillstånd. Beskriv genomförda investeringar och eventuellt planerade för de kommande tre åren?

Regelverk och lagstiftning

- Nu kända förändringar som påverkar företagets verksamhet. Livsmedelsverkets anvisningar

7 EKONOMISK ÖVERSIKT

7.1 KOSTNADSSTRUKTUR

Biodlarekalkylen

7.2 FINANSIERING

Här redogörs för verksamhetens nuvarande finansiering, t.ex. ägarkapital, bank, leasing, samt av företaget ställda säkerheter för bank och annan finansiering.

Ägarkapital

- Hur mycket har ägarna investerat i företaget genom aktiekapital, aktieägarettillskott, lån eller annat?

Lån

- Hur mycket och när har företaget tagit lån från bank och/eller annan finansiär?

7.3 KAPITALBEHOV

Här anges syftet med en ny finansiering, vilka belopp som erfordras, hur finansieringen i sin helhet är tänkt, vad pengarna ska användas till.

- Vad ska finansieringen användas till?

8 GENOMFÖRANDE

8.1 PROBLEMINVENTERING

Under rubriken "Probleminventering" följer en sammanställning över dels problem som berörs i affärsplanen under olika rubriker, dels problem i övrigt som företagsledningen upplever finns i verksamheten.

8.1. SKÖRDEBORTFALL – LÅG HONUNGSSKÖRD

Honungsskörden kan variera kraftigt mellan olika år.

- Hur klarar företaget av att möta detta lönsamhetsmässigt
- Hur klarar företaget av att möta marknadens behov av burkad honung

8.2 RISKANALYS

8.2.1 BISJUKDOMAR

Bisjukdomar kan ge upphov till inte oväsentlig kostnadsökningar eller intäktsbortfall, risk för skördebortfall och störningsmoment när olika typer av sjukdomar kan uppträda i ett bisamhälle.

- Beskriv företagets förmåga att arbeta preventivt med bisjukdomar.

8.2.2 VINTERDÖDLIGHET

För många biodlare kan vinterdödligheten vara en stor kostnad samt orsaka skördebortfall.

- Beskriv företagets "normala" vinterdödlighet av bisamhällen
- Beskriv företagets förmåga och möjligheter att minimera vinterförluster av bisamhällen

BILAGOR

Här nedan ges exempel på bilagor:

- Resultat- och balansprognos samt likviditetsprognos för innevarande verksamhetsår.

SAMMANFATTNING

Första delen i affärsplanen är en sammanfattning. Den ska vara kort och koncis samt bestå av högst en sida. Syftet med sammanfattningen är att redovisa finansieringsförslagets huvudpunkter för finansiären, väcka nyfikenhet och uppmuntra till vidare läsning.