

Upplýsingar í viðskiptaáætlun

Til að fá umsókn metna hjá Isavia þarf að útbúa nákvæma viðskiptaáætlun. Viðskiptaáætlunin skal hafa að geyma ítarlega lýsingu á rekstri fyrirtækisins, þ.m.t. nákvæma lýsingu á vörunni eða þjónustunni, markaðnum, færni og sérþekkingu fólksins sem starfar við reksturinn og eigin fé, til viðbótar við fjárhagsáætlunir. Áætlunin ætti að ná yfir a.m.k. þriggja ára tímabil og innihalda viðeigandi upplýsingar úr gáttlistanum sem sjá má fyrir neðan. Um skal vera að ræða flugtengda starfsemi sem fellur að rekstri og skipulagi flugvallarins.

1. Bakgrunnur/Eðli verkefnis

1.1 Höfuðatriði

Heiti, saga, vöxtur og frammistaða fyrirtækisins yfir síðustu þrjú ár, þ.m.t. upplýsingar um eignarhald, stjórnendur, móðurfélag, sölu, markaði, starfsfólk, vörur og aðrar viðeigandi upplýsingar.

1.2 Áherslur

Upplýsingar um tilgang og eðli viðskiptaáætlunarinnar þurfa að koma fram, þ.e. hvort um er að ræða stofnun og uppbyggingu nýs fyrirtækis frá grunni, stækkun á starfandi fyrirtæki eða aukningu í fjölbreytni vara eða markaða, lýsingu á vörunni og yfirlit yfir tækniferli sem notuð eru, til viðbótar við lykilskref við framkvæmd áætlunarinnar.

2. Arðsemi

Frá sjónarhorni Isavia er arðsemi viðskiptaáætlunarinnar mjög mikilvægur þáttur.

Áætlunin ætti að sýna með skýrum hætti hvernig, með hliðsjón af greininni og markaðsþróun, stefnumörkun fyrirtækisins mun leiða til samkeppnisforskots þegar áætlunin verður framkvæmd. Eftirfarandi atriði koma til greina í þessu samhengi:

2.1 Rekstrarhorfur innan atvinnugreinarinnar

Ástæðurnar fyrir því að þú telur að atvinnugreinin sem þú ert að fjárfesta í muni verða arðbær til lengri tíma litið. Hér mætti t.d. íhuga eftirfarandi:

- nákvæmt eðli atvinnugreinarinnar sem fyrirtækið starfar innan;
- sambandið milli afkastagetu og eftirspurnar;
- lífsferill vöru;
- þróun framleiðslu- og sölukostnaðar;
- tæknipróun (vara eða ferli).

2.2 Markaðsþróun

Greina ætti helstu krafta sem móta þróun þess hluta markaðarins þar sem fyrirtækið hyggst starfa, t.d. eftirfarandi:

- þættir sem hafa áhrif á raunverulega eftirspurn og áhrif þeirra á markaðsvöxt;
- umfang og uppruni samkeppni, þ.m.t. markaðshlutdeild;
- eðli samkeppnisforskots ráðandi keppinauta;
- þættir sem hafa áhrif á velgengni á viðkomandi markaði.

2.3 Stefnumörkun fyrirtækisins

Isavia verður að skilja hvernig stefnumörkun fyrirtækisins mótast af þeirri þróun greinarinnar og markaðarins sem tilgreind er að ofan. Mikilvæg atriði sem hafa ætti í huga eru m.a. eftirfarandi:

- staðsetning fyrirtækisins á markaðnum;
- stefna í markaðssetningu, þ.m.t. dreifing;
- vöruþróunarstefna;
- fjárfestingarstefna.

Það er sérstaklega mikilvægt að sýnt sé fram á skilning á því hvernig fyrirtækið muni nýta auðlindir sínar til að hrinda viðskiptaáætluninni í framkvæmd.

2.4 Samkeppniskraftar

Fyrirtæki sem leggur fram viðskiptaáætlun þarf að greina helstu grunnkrafta innan atvinnugreinarinnar sem ákvarða styrk samkeppnisaðila og arðsemi greinarinnar. Þar sem að viðskiptaáætlunin ætti að miða að því að veita fyrirtækinu samkeppnisforskot ætti hér að íhuga eftirfarandi:

- ógn/kostnaður við innkomu nýrra aðila;
- fyrirliggjandi keppinautar;
- staðkvæmdarvörur;
- styrkur kaupenda;
- styrkur seljenda.

2.5 Markaðsgreining

Þeir markaðsþættir sem hafa ætti í huga eru eftirfarandi:

- stærð markaðar (út frá verðmæti og magni);
- vaxtarhraði markaðar;
- stig í lífsferli vöru (þ.e. kynningarstig, vaxtarstig, mettunarstig, hnignunarstig);
- árstíðasveiflur/aðrar sveiflur í eftirspurn.

2.6 Samkeppnisstaða

Við mat á samkeppnisstöðu fyrirtækisins ætti að hafa eftirfarandi í huga:

- Markaðssetning, sala og dreifing;
- Hvaða þættir ákvarða velgengni á viðkomandi markaði?
- Hvaða liðir í sölu- og dreifingarstefnu fyrirtækisins munu gefa því samkeppnisforskot í samanburði við keppinauta?
- Hvernig verður sölu- og dreifingarkostnaður í samanburði við þann sem tíðkast innan greinarinnar og hjá helstu keppinautum

2.7 Tækni

- Hversu hátt tæknistig mun endurspeglast í hönnun og framleiðslu vörunnar?
- Hversu samkeppnishæfur verður framleiðslukostnaður?
- Mun gæðaeftirlit fyrirtækisins vera gott í samanburði við almennar kröfur innan greinarinnar?
- Mun fyrirtækið halda áfram að fjárfesta í rannsóknum og þróun til að þróa nýjar og fyrirbyggjandi vörur? Ef svo er, upp að hvaða marki?

2.8 Hráefni

Er fyrirtækið á einhvern hátt í betri eða verri stöðu en keppinautar hvað varðar framboð, kostnað eða gæði hráefnis?

3. Fjármál

3.1 Ferill og núverandi staða

Isavia verður að fullvissa sig um að það er að hafa samskipti við fyrirtæki sem er greiðslufært og arðbært. Því er nauðsynlegt að lögð séu fram afrit af endurskoðuðum ársreikningum síðustu þriggja ára ásamt öllum athugasemdum og öðrum viðkomandi upplýsingum.

3.2 Fjármögnun

Gefa þarf skýrt til kynna það heildarfjármagn sem þörf er á og hvernig lagt er til að því verði ráðstafað við reksturinn.

Sýnt skal með skýrum hætti eftirfarandi:

- upphæðin sem forsvarsmenn eða aðrir munu fjárfesta í formi hlutafés, og tilgreina hvaðan fjármagnið kemur;
- upphæðir sem afla á með styrkjum;
- upphæðir sem afla á með lánum, frá hverjum og með hvaða skilmálum;
- fjárhagsáætlanir (sundurliðað sjóðstreymi, rekstrarreikningur og efnahagsreikningur) fyrir a.m.k. fyrstu þrjú ár rekstrarins ásamt þeim forsendum sem áætlanirnar byggjast á.

4. Áætlanagerð & forsendur og spár

Það sem þarf að fylgja er:

Mannaflaáætlanir sem gefa til kynna þann fjölda starfsfólks og þá sérþekkingu sem krafist er fyrir hvern áfanga í uppbyggingu rekstrarins þar til ráðið hefur verið í öll störf. Ef gert er ráð fyrir þjálfunaráætlun ætti að útvega yfirlit yfir áætlunina og tengdan kostnað. Lýsa skal nákvæmlega áformuðu stjórnunarskipulagi og skipuriti.

- upplýsingar um mögulegan ávinning fyrir íslenska hagkerfið (kaup á hráefni, vöru og þjónustu sem á uppruna sinn á staðnum);
- véla- og tækjalisti;

- byggingaráætlanir, þar sem á við, þ.m.t. sérhverjar áformaðar breytingar á byggingum;
- upplýsingar um áætlaða vöruþróun og útgjöld til markaðssetningar;
- upplýsingar um þóknunir, sölulaun og gjöld sem greidd eru til utanaðkomandi aðila í tengslum við verkefnið.

5. Umhverfiseftirlit

Isavia skulu veittar nákvæmar upplýsingar um allt frárennsli, útblástur, hávaða eða umhverfisleg áhrif.

6. Fylgigögn

- Skýrslur og ársreikningar
- Fjárhagsáætlanir

Fyrir frekari upplýsingar hafið samband við:

Isavia ohf.
Viðskiptaþróun
Reykjavíkurlflugvelli

Tel: +354 425 6000
Email: marketing@isavia.is

www.isavia.is