**KONFIDENTIELL**

**UTVECKLINGSPLAN**

# Grundläggande uppgifter om företaget eller yrkesutövaren

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Företagets eller yrkesutövarens namn** | | **FO-nummer eller personbeteckning** |
|  | |  |
| **Utdelningsadress** | **Postnummer och postort** | |
|  |  | |
| **Telefon/mobiltelefon** | **E-post** | |
|  |  | |

|  |
| --- |
| **Företagets ägare och ägarförhållanden** |
|  |

|  |
| --- |
| **Arbetstillfällen inom fiskerinäringen** |
| Arbetstillfällen inom fiskerinäringen året om, inklusive företagaren/företagarna:       st.  Antal säsongsanställda inom fiskerinäringen:       st., vilkas arbetsinsats uppgår till *sammanlagt*       arbetsmånader. |
| **Företagets organisation**  Beskriv företagets organisation. |
|  |

# Företagets verksamhet

## Historia, nuläge, verksamhetsidé och produkter

|  |
| --- |
| Presentera kort företagets historia från att det grundades till i dag, i synnerhet viktiga skeden såsom ändringar av bolagsform och/eller bransch. Beskriv företagets verksamhetsidé, dvs. vilken affärsidé som ligger bakom verksamheten. Räkna upp företagets nuvarande produkter/tjänster. Om produkterna är fler kan de anges enligt produktgrupp.  Vilken andel av försäljningen har de olika produkterna/produktgrupperna/tjänsterna? Vilka är fördelarna och nackdelarna med produkterna? Hur sker produktutvecklingen? Hur följs utvecklingen av produkterna och råvarorna i branschen och den tekniska utvecklingen? |
|  |

## Kunder

|  |
| --- |
| Vilka är företagets främsta kunder? Hur många är kunderna? Hur har företagets kundrelationer utvecklats under de senaste 2–3 åren? Hur når du ut till dina kunder, vilka marknadsföringsmetoder och reklammedel använder du? Hur samlas kundrespons in och hur utnyttjas den? Vilka är de främsta marknadsområdena för ditt företag? |
|  |

## Konkurrenter

|  |
| --- |
| Vilka är företagets främsta konkurrenter? Vilka är konkurrenternas styrkor och svagheter och hur placerar de sig i förhållande till det egna företagets styrkor och svagheter? Vad är din största fördel ur kundens synvinkel jämfört med konkurrenterna? |
|  |

## Företagets image

|  |
| --- |
| Vilken image vill företaget förmedla? Vilka verksamhetsprinciper vill företaget förmedla? Varför köper kunderna produkter av just ditt företag och inte av konkurrenterna? Vilket speciellt mervärde kan du erbjuda kunderna (t.ex. i anslutning till betalning, leveranser osv.)? Vilka är den nuvarande företagsverksamhetens styrkor och svagheter? |
|  |

## Produktionsresurser

|  |
| --- |
| Beskriv kort: produktionens resurser och lokaler (yta, byggår samt när och hur lokalerna eventuellt renoverats), egna lokaler eller hyreslokal, transport- och distributionsutrustning, förekommer det logistiska problem? Anlitar ni underleverantörer eller andra utomstående samarbetspartner? |
|  |

|  |
| --- |
| **För fiskare**: fartygs-, vintertransport- och fångstkapacitet, fiskevatten och fiskerättigheter, var behandlas fångsten om det saknas lokaler t.ex. i fiskehamnen? |
|  |

## Utveckling av företagets verksamhet och personal

|  |
| --- |
| Besvara om företaget har haft utvecklingsprojekt. Om företaget de senaste tre åren genomfört betydande projekt för utveckling av verksamheten, t.ex. investeringar eller utbildnings- och utvecklingsprojekt för personalen (högst 5). Motivera varför de har varit betydande.  Vilka åtgärder vidtar företaget för att främja arbetsklimatet, effektiviteten, samarbetet eller personalens beständighet? |
|  |

## Bedömning av utvecklingen i branschen

|  |
| --- |
| I vilken riktning är branschen på väg? Hur uppskattar du att branschen kommer att utvecklas i framtiden och vilka faktorer inverkar på marknad, försäljning och utveckling, till exempel politiska faktorer, miljöfaktorer, sociala faktorer eller den tekniska utvecklingen? |
|  |

# Företagets framtid

## Företagets vision och marknadsföringsplan

|  |
| --- |
| Vad är målet med företagets verksamhet om 3–5 år? Vad krävs av företaget för att nå det? Kommer företagets verksamhetsidé att förändras i framtiden och hur? Vilken marknadsandel strävar ni efter att nå under de närmaste åren? Hur ska marknadsandelen skaffas (till exempel med hjälp av nya kunder eller marknadsområden)? Vilka är de främsta konkurrensfaktorerna för att nå målet, till exempel specialisering, differentiering, pris osv.? |
|  |

## Personalplan

|  |
| --- |
| Har företaget som mål att i framtiden öka eller minska sin personal? För vilka företagsfunktioner ska ny personal anställas? Vilka åtgärder för utveckling av personalen (t.ex. arbetsrotation eller utbildning) ska genomföras i framtiden? Ska organisationen eller ledningssättet ändras? Hur förbättrar de eventuella förändringarna företagsverksamheten? Står ni inför en generationsväxling inom den närmaste framtiden? |
|  |

## Produktutvecklingsplan

|  |
| --- |
| Produktutveckling kan vara till exempel att ta fram nya produkter, hitta nya produktionssätt och följa den tekniska utvecklingen. Vilka är företagets främsta produktutvecklingsplaner under de närmaste åren? |
|  |

## Samarbete

|  |
| --- |
| Har ni behov av att centralisera produktionen eller behöver ni fler underleverantörer, nätverk, samarbete med aktörer inom eller utanför den egna branschen? Vilka fördelar eftersträvas i så fall och på vilka områden? |
|  |

## Investeringar

Har ni behov av nya investeringar för att effektivisera produktionen?

Det kan handla om t.ex. fysiska resurser, nya lokaler eller renovering/ombyggnad av gamla lokaler,

produktionsanordningar och maskiner eller arbetsredskap. Motivera i närmare detalj vilka fördelar som eftersträvas med investeringarna.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Investeringsobjekt | Motivering till och klassificering av investeringen, dvs. är investeringen nödvändig eller behövlig\*? | Kostnad (€): (faktisk eller uppskattad) | Återbetalningstid: (faktisk eller uppskattad) | Tid för genomförandet: |
| Nyinvesteringar: |  | | | |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

\* *Nödvändiga investeringar* är investeringar som måste göras i vilket fall som helst.

\* *Behövliga investeringar* görs om företagets ekonomiska situation tillåter det.

# Anvisning för ifyllning av utvecklingsplan

Utvecklingsplanerna hör till de operativa riktlinjerna för genomförandet av Europeiska havs- och fiskeri- och vattenbruksfonden, EHFVF 2021–2027 och bestämmelserna i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2021/1139 och tillämpningsföreskrifterna. Kraven på utvecklingsplanens innehåll finns i Ålands landskapsregerings principer för genomförande av programmet, ÅLR 2023/8367

Avsikten med utvecklingsplanen är att strukturera upp företagets nuvarande verksamhet, men i första hand är planen ett centralt verktyg för att kartlägga olika utvecklingsåtgärder och ställa upp mål för framtiden. I korthet ger planen svar på följande frågor: Var är vi nu? Vart vill vi komma? Hur tar vi oss dit?

Det lönar sig att lägga ner tid på att utarbeta utvecklingsplanen, eftersom den i framtiden kan bli ett viktigt verktyg för utveckling och verksamhetsplanering i företaget. Planen upprättas alltid utifrån företagets egna premisser, inte för finansiären.

Med hjälp av planen kan den som beviljar stöd bedöma den understödda verksamheten bättre, och stödet kan anvisas effektivare till modernisering av näringsverksamheten och långsiktig strukturell utveckling. De utvecklingsplaner som lämnas in till stödgivaren behandlas konfidentiellt och offentliggörs inte. Stödgivaren har rätt att be företagaren komplettera innehållet i planen.

**Vid upprättandet av utvecklingsplanen ska man tänka på följande:**

1. Omslag

– innehåller företagets namn, vem som upprättat utvecklingsplanen och när.

1. Allt påverkar allt

– det får inte finnas motstridigheter mellan de olika delarna av utvecklingsplanen.

1. Man får använda sunt bondförnuft

– undvik onödig upprepning, om någon punkt känns onödig med tanke på den egna företagsverksamheten kan punkten lämnas obesvarad så länge man motiverar det t.ex. genom att skriva ”har inte betydelse för vår verksamhet”.

1. Språk och formsaker

– texten ska vara redig och lätt att läsa; perfekt grammatik krävs inte. Texten ska vara kortfattad.

1. Inga sanktioner

– affärsplanering innebär inte att man till varje pris följer den upprättade planen trots att det sker förändringar i företagets omvärld, såsom förändringar i marknadsläget eller lagändringar.

1. Uppdatering

– ur företagets perspektiv bör planen uppdateras varje år eller åtminstone i samband med större strategiska förändringar i företagets verksamhet/marknadsområden. Detsamma gäller alla större förändringar (kriser, ägarbyten, ledningsbyten, ackvisitioner av ny affärsverksamhet osv.). Om de verksamhetslinjer som beskrivs i planen kan genomföras som sådana räcker som uppdatering att de konstateras vara korrekta. Även finansiären kan begära om en uppdaterad plan om företagsverksamheten förändras avsevärt till exempel på grund av ovan nämnda orsaker.