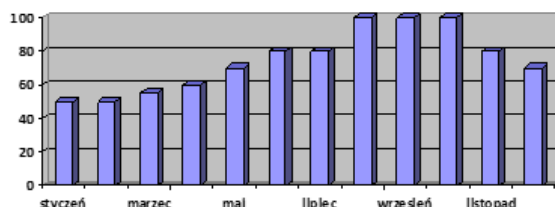


FRAGMENT WNIOSKU (PUP ROPCZYCE) - profil firmy: IMPREZY DLA DZIECI

c) Obsługa wesel – z uwagi na to, iż największa liczba ślubów odbywa się w miesiącach letnich tj. czerwiec – wrzesień, w tym okresie mogą liczyć na większą liczbę zleceń.

Spadek popytu w zakresie wszystkich wskazanych wyżej zakresów działalności, może wystąpić w okresie adwentowym tj. 1-14 grudnia, w okresie wielkiego postu tj. na przełomie marca i kwietnia, oraz w dzień Wszystkich Świętych.

W okresie mniejszego popytu będę się skupiała na działalności organizacyjnej i reklamowej (przygotowanie materiałów promocyjnych, przygotowanie urozmaicenia dla oferty, aktywne poszukiwanie klientów). Aby określić wielkość tych wahań biorę pod uwagę dane programu Google Trends², ukazującego zmianę liczby wyszukiwań dla określonego tematu / słowa kluczowego w czasie. W mojej ocenie pozwala w sposób wymierny i obiektywny ocenić popyt, gdyż liczba wyszukiwań dokonywana przez Internautów jest przecież współmierna do ich potrzeb i zainteresowań. Tym samym liczę, iż popyt w kolejnych miesiącach roku będzie się przedstawiał następująco:



Zródła

1 - <https://www.wprost.pl/kraj/10183263/kiedy-najwiecej-kobiet-zachodzi-w-ciaze-polacy-zmienili-przyzwyczajenia.html>

2 - <https://trends.google.pl>

IV. ZNAJOMOŚĆ RYNKU, KLIENTÓW I KONKURENCJI

1. Klienci

Do kogo adresowana jest oferta firmy?
Proszę uzasadnić wybór.

Biorąc pod uwagę charakter świadczonych usług, wyszczególnić mogę następujące grupy klientów:

- a) Placówki edukacyjne (obsługa szkolnych festynów, balów dla dzieci itp.). Biorąc pod uwagę dane serwisu <http://www.spisszkol.eu>, na terenie województwa podkarpackiego działa ponad 3 tys. placówek edukacyjnych.

b) Firmy zajmujące się kompleksową obsługą dużych eventów, poszukujące podwykonawców w zakresie zajęć z dziećmi. Biorąc pod uwagę dane serwisu <https://PanoramaFirm.pl>, na terenie województwa jest działa ok. 30 tego typu większych firm.

c) Podmioty zarządzające obiektami sportu i rekreacji, organizujące okolicznościowe wydarzenia dla najmłodszych. Wedle danych Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej, na terenie województwa działa obecnie 120 tego typu placówek. (Uwzględniłam jedynie te firmy, które wskazały PKD 93.11.Z jako główny profil działalności).

d) Większe firmy, organizujące okolicznościowe wydarzenia dla swoich pracowników (np. wspólny grill, piknik itp.). Biorąc pod uwagę dane z Centralnego ośrodka Informacji Gospodarczej (www.coig.com.pl/spis-polskich-firm-katalog-polskich-firm.php) - na terenie województwa działa ok. 400 zakładów pracy, w których liczba osób zatrudnionych przekracza 50 osób.

e) Osoby indywidualne o wyższym statusie materialnym, pragnące zapewnić swoim pociechą dodatkowe atrakcje urodzinowe. Biorąc pod uwagę dane GUS - <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ludnosc/>, oraz dane z serwisu <https://wynagrodzenia.pl/artykul/rozklad-wynagrodzen-w-polsce-wedlug-gus>, szacuję, iż 32% społeczeństwa spełnia ten warunek. Jednocześnie z uwagi na rodzinny charakter tego typu imprez, można przyjąć, iż decyzja o skorzystaniu z oferty animacyjnej dla dzieci dokonuje się na poziomie gospodarstwa domowego (wg. danych GUS - https://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/.../1/polska_w_liczbach_2017.pdf przeciętna liczba osób w gospodarstwie domowym wynosi 2,69). Tym samym liczba potencjalnych klientów na terenie województwa wynosi:

$2,1 \text{ mln (populacja województwa podkarpackiego)} \times 32\% \text{ (odsetek osób zamożnych)} / 2,69 \text{ (liczba osób w gospodarstwie domowym)} = 249 \text{ tys.}$

f) Osoby biorące ślub, pragnące zapewnić dodatkowe atrakcje i opiekę dla dzieci swoich gości weselnych. W ciągu roku, w całej Polsce zawieranych jest w Polsce ok. 190 tys. związków małżeńskich. (dane wg. <https://www.pch24.pl/demografia-polski-w-2017-roku--propaganda-sukcesu-a-rzeczywistosc,58357,i.html>). Oznacza to ok. 10 tys. związków małżeńskich zawieranych w ciągu roku na obszarze działania mojej

FRAGMENT WNIOSKU (PUP CZARNKÓW) - profil firmy: MEBLE NA WYMIAR

melaminowym (7 mb), wraz z dostawą, projektem i montażem			16h
Meble z laminatu z obrzeżem PCV (7 mb)	7 800,00 zł	6 500,00 zł	
Meble z laminatu i obrzeżem z profili aluminiowych (7 mb)	10 800,00 zł	8 800,00 zł	
Meble z płyty MDF (7 mb)	5 100,00 zł	4 100,00 zł	
Meble fornirowane – połysk (7 mb)	9 000,00 zł	7 200,00 zł	
Meble kuchenne drewniane – sosna (7 mb)	10 000,00 zł	7 100,00 zł	
Średnia	7 916,67 zł	6 266,67 zł	16h

Realizacja typowego zlecenia będzie przebiegała w sposób następujący:

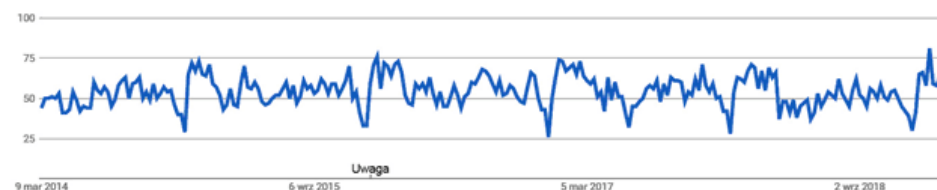
- Inicjacja kontaktu z potencjalnym klientem (email, telefon, spotkanie osobiste w siedzibie firmy). Wstępne ustalenia.
- Wykonanie pomiaru u klienta,
- Wykonanie projektu.
- Akceptacji projektu przez klienta, podpisanie umowy i pobranie zaliczki.
- Przekazanie projektu do podwykonawcy.
- Ustalenie z klientem dogodnego terminu dla montażu mebli
- Odbiór mebli od podwykonawcy i montaż u klienta.
- Rozliczenie z klientem.
- Rozliczenie z podwykonawcą.

Główny czynnik kształtujący koniunkturę na usługi z zakresu wykonywania mebli kuchennych na wymiar to ogólna kondycja finansowa w gospodarstwach domowych – a na to wpływa głównie poziom bezrobocia, oraz poziom średniego wynagrodzenia. Obecnie mamy rekordowo niski poziom bezrobocia (6,2%)¹, oraz rekordowo wysoki poziom wynagrodzeń (4863,74 zł/miesiąc²) co bez wątpienia sprzyja profilowi planowanej przez mnie firmy. Zamożni klienci o stabilnej sytuacji finansowej częściej decydują się na zamówienie mebli kuchennych wykonywanych na wymiar.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej badanej przez GUS (tzw. BWUK) syntetycznie opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej, wyniósł w styczniu 2019 r. +5,4% i był wyższy o 4,3% w stosunku do grudnia 2018 r. Wszystkie składowe wskaźniki zyskały wartości wyższe niż przed miesiącem. Największe wzrosty odnotowano dla ocen możliwości obecnego dokonywania ważnych zakupów i przyszłej sytuacji ekonomicznej kraju

(wzrosty odpowiednio o +7,4 i +5,4 p. proc.). Dla pozostałych składowych wskaźników wzrosty kształtowały się następująco: +3,8 p. proc. dla oceny przyszłej sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, +2,9 p. proc dla oceny obecnej sytuacji finansowej gospodarstw domowych.

Biorąc pod uwagę dane statystyczne Google dostępne w ramach usługi Google Trends³, wskazującej liczbę wyszukiwań określonych słów kluczowych - branża wydaje się cechować pewną sezonowością. Spadek popytu na poziomie 30% występuje w okresie letnim (maj - lipiec). Najgorszym okresem wydaje się grudzień – gdzie spadek zainteresowania meblami wykonywanymi na wymiar sięga 70%. Biorąc pod uwagę powszechność Internetu – przyjmuję, iż zmiany trendów wyszukiwania w Google w sposób adekwatny odzwierciedlają sytuację na rynku.



Biorąc pod uwagę, iż wartość produkcji mebli w UE w latach 2014–2017 wzrosła aż o 15,8%⁴, a eksport polskich mebli osiągnął poziom 11,4 mld EUR – myślę że można optymistycznie patrzeć w przyszłość i jest to trafny wybór profilu działalności. Według badania dokonanego przez KPMG w ramach raportu: „Rynek meblarski w Polsce” – średnio w ciągu roku, ok. 12% gospodarstw domowych dokonuje zakupu mebli kuchennych⁵.

W celach reklamowych zamierzam uruchomić stronę internetową, na której znajdą się moje dane kontaktowe, cennik, pełna oferta, rozbudowane portfolio, oraz formularz kontaktowy pozwalający składanie zapytań online. Koszt wykonania strony wyniesie 1500,00 zł, a koszt jej utrzymania (domena + serwer) nie powinien przekroczyć 20,00 zł/miesiąc. Strona internetowa będzie promowana w systemie Google AdWords. Reklama tego typu polega na wyświetlaniu linków prowadzących do mojej witryny, bezpośrednio na stronie wyników wyszukiwania Google. Emisja linków reklamowych jest tu zbieżna z tematyką wyszukiwań internautów, a więc reklamy wyświetlają się tam, gdzie mogą liczyć na przychylny odbiór. Płatność w ramach Google AdWords naliczana jest wedle realnej ilości odwiedzin strony, które odbyły się za pośrednictwem tych właśnie linków reklamowych. Tym samym, jest to skuteczna metoda. System AdWords pozwala kierować reklamy na komputery znajdujące się w określonym

² <https://stat.gov.pl/sygnalne/komunikaty-i-obwieszczenia/18,2019,kategoria.html>

³ <https://trends.google.pl/trends/explore?date=today%20-y&geo=PL&q=meble%20na%20wymiar>

⁴ <https://wspieramyeksport.pl/raporty-branzowe/B2.1/meble>

⁵ <https://home.kpmg/pl/home/insights/2017/06/infografika-rodzaje-mebli-kupowanych-w-ciagu-ostatnich-trzech-lat.html>

¹ <https://www.bankier.pl/gospodarka/wskazniki-makroekonomiczne/stopa-bezrobocia-pol>

FRAGMENT WNIOSKU (PUP OLSZTYN) - profil firmy: FIRMA BUDOWLANA

23. Przewidywane efekty ekonomiczne prowadzenia działalności gospodarczej

(analiza finansowa przedsięwzięcia)

Lp.	WYSZCZEGÓLNIENIE	Rok, w którym została założona działalność	Kolejny rok prowadzenia działalności gospodarczej
A.	PRZYCHÓD OGÓLEM w tym*:	50 457,60 zł	88 805,38 zł
1.	z działalności handlowej	0,00 zł	0,00 zł
2.	z działalności produkcyjnej	0,00 zł	0,00 zł
3.	z działalności usługowej	50 457,60 zł	88 805,38 zł
	Zakładam, iż w zakresie prac budowlanych, średnie wykorzystanie moich zdolności produkcyjnych wyniesie 75% (średnie wykorzystanie mocy produkcyjnych dla firmy budowlanej, które zostało obliczone przez GUS ⁷ w badaniu koniunktury wynosi 83,4%, asekuracyjnie przyjmuję wskaźnik 70% z uwagi na to, iż dopiero wchodzi na rynek).		
	Przy założeniu, iż 160 roboczogodzin/miesiąc to 100% zdolności realizacyjnych i uwzględnieniu średniego przychodu dla 1 roboczogodziny: 52,56 zł/1h (obliczenia wg tabeli poniżej) – szacunkowy miesięczny przychód w 1 roku działalności wyniesie: (160h x 75%) x 52,56 zł = 6 307,20 zł Jednocześnie przyjmuję, iż moja firma zostanie uruchomiona 1.IV.2020 r. co oznacza 8 pełnych miesięcy w pierwszym roku kalendarzowym. 6 307,20 zł x 8 = 50 457,60 zł.		
	Zakładam, iż w drugim roku działalności, średni poziom wykorzystania moich zdolności produkcyjnych wzrośnie do 80%. Jednocześnie przewiduję podniesienie moich cen o 10%. Tym samym przychód z działalności wyniesie: 52,56 zł x 110% x 160h x 80% x 12 miesięcy = 88 805,38 zł		
4.	inne	0,00 zł	0,00 zł
B.	KOSZTY OGÓLEM w tym:	13 909,14 zł	23 859,00 zł
1.	Zakup towarów (handlowych)	0,00 zł	0,00 zł
	Nie przewiduję działalności handlowej		
2.	Zakup surowców, materiałów	0,00 zł	0,00 zł
	Prace będą wykonywał w całości z powierzonych materiałów		
3.	Najem lokalu	0,00 zł	0,00 zł
	Umowa nieodpłatnego użyczenia		
4.	Oplaty administracyjne i telekomunikacyjne	800,00 zł	1200,00 zł
	Internet 50,00 zł/miesiąc + telefon 50,00 zł/miesiąc = 100,00 zł/miesiąc. Pierwszy rok = 100,00 zł x 8 miesięcy = 800,00 zł Drugi rok = 100,00 zł x 12 miesięcy		
5.	Oplaty eksploatacyjne (co, energia, woda, gaz)	320,00 zł	480,00 zł
	Energia elektryczna wykorzystywana w siedzibie firmy w związku z pracą biurową i ładowaniem baterii do elektronarzędzi – 40,00 zł/miesiąc. Na placu budowy koszt energii elektrycznej ponosi bezpośrednio zleceniodawca. Pierwszy rok = 40,00 zł x 8 miesięcy = 320,00 zł Drugi rok = 40,00 zł x 12 miesięcy = 480,00 zł		
6.	Usługi obce (w tym np. księgowość zewnętrzna)	1600,00 zł	2400,00 zł
	Księgowość – 200,00 zł/miesiąc Pierwszy rok = 200,00 zł x 8 miesięcy = 1600,00 zł Drugi rok = 200,00 zł x 12 miesięcy = 2400,00 zł		

⁷ https://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5516/4/33/1/koniunktura_gospodarcza_styczen_2020.pdf

17

7.	Koszty reklamy, promocji Utrzymanie strony internetowej (domena i hosting) – 10,00 zł/miesiąc Druk wizytówek – 20,00 zł/miesiąc Ogłoszenia w branżowych serwisach internetowych – 50,00 zł/miesiąc Druk i wysyłka folderów ofertowych do wybranych firm – 50,00 zł/miesiąc Razem: 130,00 zł/miesiąc Pierwszy rok = 130,00 zł x 8 miesięcy = 1040,00 zł Drugi rok = 130,00 zł x 12 miesięcy = 1560,00 zł	1040,00 zł	1560,00 zł
8.	Wynagrodzenia pracowników z narzutami	0,00 zł	0,00 zł
9.	Inne koszty Zakup materiałów biurowych – 20,00 zł/miesiąc Środki czystości – 20,00 zł/miesiąc Części zamienne (wiertła, tarcze itp.) – 100,00 zł/miesiąc Razem: 140,00 zł/miesiąc. Do tego dochodzi koszty dojazdu na miejsce zlecenia. Zakładam, iż w pierwszym roku działalności miesięcznie będę pokonywał ok. 2 tys. km/miesiąc, co oznacza koszt na poziomie 700,00 zł/miesiąc. Zakładam, iż w drugim roku działalności wraz ze wzrostem liczby zleceń, koszt transportu wzrośnie do 750,00 zł/miesiąc. Pierwszy rok = (140,00 zł + 700,00 zł) x 8 miesięcy = 6720,00 zł Drugi rok = (140,00 zł + 750,00 zł) x 12 miesięcy = 10 680,00 zł	6720,00 zł	10 680,00 zł
10.	Składki na ubezpieczenie ZUS ZUS (ubezpieczenie zdrowotne + społeczne+ ewentualnie FP): Składka na ubezpieczenie społeczne właściciela firmy. „Ulga na start” zakłada 6-miesięczne zwolnienie z obowiązku opłacania składek na ubezpieczenia społeczne. Później obowiązuje mnie preferencyjna stawka dla nowych przedsiębiorców w wysokości: emerytalne 152,26 zł, rentowe 62,40 zł, chorobowe 19,11 zł, wypadkowe 15,03 zł, FP 19,11 zł. Tym samym średnia miesięczna składka na ubezpieczenie społeczne w pierwszym roku działalności wyniesie: 265,91 zł x (8 miesięcy – 6 miesięcy) = 530,68 zł. Do tego dochodzi składka na ubezpieczenie zdrowotne w wysokości 362,34 zł x 8 miesięcy = 2898,72 zł (ulga na start nie obejmuje ubezpieczenia zdrowotnego). Razem w pierwszym roku działalności ZUS wyniesie: 3429,40 zł W drugim roku działalności, składki ZUS wyniosą: (ubezpieczenie społeczne 265,91 zł + ubezpieczenie zdrowotne 362,34 zł) x 12 miesięcy = 7 539,00 zł	3429,40 zł	7 539,00 zł
C.	ZYSK BRUTTO (A-B)	36 548,46 zł	64 946,38 zł
D.	PODATEK DOCHODOWY		
	Zdecydowałem się na ryczałt, tj. 8,5% liczone względem przychodu.	4 288,90 zł	7 548,46 zł
E.	ZYSK NETTO (C-D)	32 259,56 zł	57 397,92 zł

*Wskazać m. in. ceny jednostkowe produktów/usług, przykładowy cennik:

Rodzaj usługi	Cena	Zdolności realizacyjne w przeliczeniu na 1 roboczogodzinę
Ściana szkieletowa g-k, konstrukcja pojedyncza, okładzina jednowarstwowa	45,00 zł/m ²	1,5m ²
Ściana szkieletowa g-k, konstrukcja pojedyncza, okładzina dwuwarstwowa	55,00 zł/m ²	1,2m ²
Ściana szkieletowa g-k, konstrukcja pojedyncza, okładzina trzywarstwowa	75,00 zł/m ²	0,8m ²

18