

Michał Świderek

Dotacje z Urzędu Pracy

- praktyczny poradnik -



Spis treści:

I	INFORMACJE	Str.
1.	Jak wygląda procedura ubiegania się o dotację z PUP?	3
2.	Wysokość dotacji	6
3.	Przeznaczenie dotacji	6
4.	Wymagania Urzędu Pracy względem wnioskodawcy	8
5.	Wykluczone rodzaje działalności	10
6.	Czy muszę posiadać wkład własny?	12
7.	Czy muszę posiadać kierunkowe kwalifikacje lub doświadczenie w wybranej branży?	13
8.	Czy oprócz wniosku potrzebny jest biznes plan?	15
9.	Jakie warunki po otrzymaniu dotacji?	17
10.	Jak to jest z poręczycielami?	18
11.	Kilka uwag rozliczeniowych	20
II	WSKAZÓWKI JAK WYKONAĆ WNIOSEK I BIZNES PLAN	
1.	Forma prawna planowanej działalności	22
2.	PKD	22
3.	Opis celu / motywacji	24
4.	Wkład własny	25
5.	Przedstawienie oferty	28
6.	Opis rynku i branży	30
7.	Opis konkurencji	37
8.	Wykonanie planu marketingowego	39
9.	Charakterystyka klientów	43
10.	Analiza SWOT	48
11.	Jak zaplanować wydatki z dotacji?	53
12.	Wybór formy opodatkowania w zakresie podatku dochodowego	56
13.	Wybór w zakresie podatku VAT	61
14.	Kalkulacja przychodu	63
15.	Jak obliczyć koszty prowadzenia firmy?	66
16.	Obliczenie zysku	69
17.	Jak wypełnić formularz o pomocy de minimis?	72
18.	Złożenie dokumentów w Urzędzie Pracy	79
19.	Wzory przydatnych dokumentów (listy intencyjne, oświadczenia itp.)	80

I. INFORMACJE

1. Jak wygląda procedura ubiegania się o dotacje z PUP?



a) Rejestracja w Urzędzie Pracy

Potrzebny dowód osobisty, a w przypadku jego braku – inny dokument potwierdzający tożsamość. Dobrze mieć ze sobą świadectwa pracy oraz dokumenty potwierdzające posiadane wykształcenie. W przypadku cudzoziemca konieczny będzie dokument wskazujący tytuł uprawniający do pobytu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (np. decyzja, karta pobytu). Rejestracji można dokonać osobiście w Urzędzie Pracy właściwym ze względu na adres zamieszkania lub przez portal praca.gov.pl (wymagany Profil Zaufany).

b) Złożenie wniosku o dotacje

Wniosek o dotacje można złożyć jedynie terminie, w którym dany PUP prowadzi ich nabór. Informacje o terminach, w których są przyjmowane wnioski znajdziesz na stronie: [Aktualne terminy naboru wniosków o dotacje PUP](#)

Termin naboru wniosków możesz też dzwoniąc do swojego Urzędu Pracy (telefon do Urzędu Pracy jest zwykle najpewniejszą metodą weryfikacji, gdyż często daje możliwość otrzymania informacji o planowanym naborze z nieco większym wyprzedzeniem).

Wnioski należy składać na formularzach obowiązujących w danym Urzędzie Pracy. Każdy PUP ma inne wzory dokumentów oraz inny szczegółowy regulamin dotacji. W większości przypadków biznes plan przedsięwzięcia stanowi element wniosku i nie składa się go jako osobnego załącznika. Prócz wniosku o dotacje należy złożyć formularz informacji o pomocy de minimis.

c) Ocena dokumentów

Urząd Pracy **rozpatruje wnioski pod względem formalnym i merytorycznym, przyznając dofinansowanie tym osobom, które przedstawiły najlepszy plan biznesowy i uzyskały najwyższą ocenę**, biorąc pod uwagę kryteria danego Urzędu. Zgodnie z przepisami, Urząd Pracy musi rozpatrzyć wnioski w przeciągu 30 dni od ich złożenia. Podczas oceny brane są pod uwagę takie elementy jak np. posiadane kwalifikacje, udokumentowanie zapotrzebowania na daną działalność w wybranym regionie, wiarygodność przedstawionej analizy finansowej, opis konkurencji, plan marketingowy, uzasadnienie wydatków z dotacji itp.

d) Decyzja Urzędu Pracy o przyznaniu dotacji

Urząd Pracy przyznaje dotacje w wysokości **nie większej niż 600% średniego wynagrodzenia** (ok. 52 tys. zł). Po **uzyskaniu pozytywnej oceny Komisji Oceny Wniosków**, **Urząd ustala datę, w której wnioskodawca ma się stawić w siedzibie Urzędu Pracy celem zawarcia umowy dotacji**. W przypadku oceny negatywnej, możliwość [odwołania się od decyzji PUP](#) jest bardzo ograniczona (możliwe jest to jedynie w sytuacji, gdy jest się w stanie wykazać błąd strony oceniającej wniosek np. naruszenie przez Komisję Oceny Wniosków własnego regulaminu). W przypadku uzasadnionego odrzucenia wniosku, można poprawić swoje dokumenty i spróbować ponownie podczas kolejnego naboru.

Uwaga! Dotacje z PUP są przyznawane na zasadach konkursu a środki finansowe jakimi dysponuje Urząd Pracy – zwykle dość ograniczone. W pierwszej kolejności dotacje otrzymują osoby, których wnioski uzyskały najlepszą ocenę – i tak kolejno w dół, do wyczerpania funduszu przeznaczonego na dotacje. Z tego względu może się zdarzyć, że wnioskodawca nie otrzyma dotacji mimo braku formalnych błędów we wniosku.

e) Zawarcie umowy dotacyjnej z Urzędem Pracy

Wnioskodawca w wyznaczonym przez Urząd Pracy terminie stawia się celem zawarcia umowy dotacji. **Konieczna jest obecność współmałżonka. W przypadku gdy wybraną formą zabezpieczenia dotacji są poręczyciele** – konieczna będzie również ich osobista obecność. Ponadto poręczyciele powinni stawić się ze swoimi współmałżonkami. Obecność współmałżonków nie będzie jednak konieczna w przypadku braku wspólnoty majątkowej. Co do zabezpieczenia dotacji, to prócz poręczyteli (żyrantów), dopuszcza się również inne formy możliwego zabezpieczenia dotacji.

Umowa zawierana z PUP reguluje szczegółowe aspekty udzielanego wsparcia finansowego, w tym – lokalizację firmy, profil działalności oraz zgodną z treścią wniosku listę wydatków, które można pokryć z dofinansowania. Działalności pod żadnym względem nie możemy rejestrować przed formalnym zawarciem takiej umowy. Treść typowej umowy znajdziesz tutaj: [Umowa dotacji PUP](#) (każdy Urząd Pracy w Polsce przygotowuje jednak własną umowę, więc poszczególne zapisy mogą się nieco różnić w twoim Urzędzie Pracy).

f) Otrzymanie dotacji

Wypłata środków z dotacji następuje przelewem w przeciągu **2-3 dni** od momentu zawarcia umowy z Urzędem Pracy.

g) Rejestracja działalności gospodarczej

Z rejestracją firmy możemy poczekać na faktyczne otrzymanie przelewu z PUP. **Jeżeli np. umowa dotacji została podpisana pod koniec miesiąca, zwykle opłaca się poczekać do początku kolejnego, tak by firmę rejestrować 1 dnia kolejnego miesiąca**. Od strony finansowej, zwykle najbardziej opłaca się jednak rejestrować firmę 2 dnia miesiąca, gdyż wydłuża nam to ulgę na start z 6 do 7 miesięcy, co pozwala zaoszczędzić dodatkowo ok. 1100,00 zł. Obecnie działalność gospodarczą rejestruje się całkowicie online w oparciu o platformę <https://www.biznes.gov.pl/pl>

h) Przeprowadzenie wydatków zaplanowanych z dotacji

Zwykle mamy na to **30 dni od momentu uruchomienia firmy**. Należy pamiętać, że **Urząd Pracy przy rozliczeniu nie uwzględni żadnej faktury, której data wystawienia była by wcześniejsza, niż data zawarcia umowy z PUP**. Treść faktur oraz ich wartość – powinny być tożsame z listą wydatków, która została wskazana we wniosku o dotację.

i) Dostarczenie do Urzędu Pracy dokumentów potwierdzających rejestrację firmy / wydatki

Zwykle wystarczy **wydruk z systemu CEIDG oraz faktury, rachunki, umowy kupna – sprzedaży, które jednoznacznie dokumentują przeprowadzone wydatki z dotacji**. Każdy taki dokument powinien zawierać informację o statusie transakcji tj. „zapłacono przelewem”, „zapłacono gotówką” itp. W przypadku wydatków w innej walucie, np. EUR – należy załączyć wydruk zawierający kurs walut Narodowego Banku Polskiego z dnia transakcji. Liczy się tu jedynie kurs NBP, bez względu na to po jakim kursie nastąpiło faktyczne przewalutowanie transakcji. Wydatki przekraczające jednostkowo 8 000,00 zł powinny być płacone przelewem lub kartą.

j) Kontrola ze strony Urzędu Pracy

Kontrola przeprowadzana jest w siedzibie firmy (nawet jeżeli siedziba firmy mieści się w lokalu mieszkalnym). **Zwykle jest ona zapowiedziana z kilkudniowym wyprzedzeniem** i polega na sprawdzeniu czy działalność jest prowadzona pod wskazanym adresem, czy jej profil faktycznie odpowiada treści wskazanej we wniosku oraz czy wnioskodawca wciąż posiada wszystkie środki trwałe zakupione z dotacji. Jeżeli z dotacji został zakupiony towar handlowy lub materiały – nie trzeba ich posiadać w momencie kontroli, gdyż ich zastosowanie z definicji polega na zbyciu lub zużyciu. Środki trwałe muszą jednak pozostać w firmie przez co najmniej 12 miesięcy od momentu zawarcia umowy z PUP.

k) Dokumenty na zakończenie umowy

Po upływie 12 miesięcy należy dostarczyć do Urzędu Pracy aktualny wydruk z CEIDG potwierdzający, że działalność nie została zlikwidowana oraz zaświadczenia z ZUS i Urzędu Skarbowego o niezaleganiu z wpłatami. W przypadku zawieszenia firmy, okres takiego zawieszenia nie powinien przekroczyć 6 miesięcy (w takiej sytuacji obowiązek prowadzenia firmy wydłuża się do 18 miesięcy).

2. Wysokość dotacji

Od 1.12.2025 do 28.02.2026 maksymalna kwota dotacji wyniesie 52 630,20 zł z uwagi na wzrost przeciętnego wynagrodzenia, które w III kwartale 2025 (które zgodnie z obwieszczeniem GUS z dnia 7 listopada 2025), wyniosło 8771,70 zł.

Wskazana tu kwota dotacji jest to maksymalna wysokość dofinansowania, jakie można otrzymać z Urzędu Pracy na podjęcie działalności gospodarczej. Wartość dotacji zgodnie z ustawą ustala się jako 600% średniego wynagrodzenia, biorąc pod uwagę dane z poprzedniego kwartału, od pierwszego dnia miesiąca następującego po jego ogłoszeniu.

Jeżeli dany Urząd Pracy nie obniżył we własnym zakresie kwoty udzielanej dotacji (do czego niestety ma prawo), to o taką właśnie kwotę można wnioskować. **W zależności od Urzędu Pracy kwota udzielanego dofinansowania wynosi od 50% do 100% wskazanej wyżej wartości.** Np. w przypadku Bytomia dotacja w 2025 roku wynosiła 48 000,00 zł, w Grodzkim Urzędzie Pracy w Krakowie można było ubiegać się o 42 000,00 zł, a w Warszawie o pełną kwotę wynikającą z rozporządzenia. Jak więc widać – wysokość dotacji z Urzędu Pracy zależy w równym stopniu od średniego wynagrodzenia, co od indywidualnej decyzji danego PUP.

Dość osobliwym przypadkiem jest Urząd Pracy we Wrocławiu, gdzie z jednej strony można wnioskować kwotę dotacji w wysokości 600% wynagrodzenia, ale przyjęło się, że Urząd Pracy rozpatrując wniosek i tak obcina dotacje o ok. 10 000,00 zł, skreślając wybrane przez siebie wydatki z listy zakupów wskazanych przez wnioskodawcę.

W przypadku osób niepełnosprawnych i dotacji finansowanych w oparciu o środki PFRON, kwota jest wyższa i może wynieść nawet 15-krotność średniego wynagrodzenia, co od grudnia 2025 daje kwotę w wysokości 131 575,50 zł. Jednak rzadko które Urzędy Pracy udzielają tego typu dofinansowanie w pełnej kwocie.

Jeżeli na stronie danego Urzędu Pracy nie pojawiła się informacja dotycząca wysokości realnie udzielanego dofinansowania – najlepiej sprawdzić to, dzwoniąc do swojego Urzędu Pracy (dział Instrumentów Rynku Pracy lub doradca zawodowy przypisany do osoby bezrobotnej).

3. Przeznaczenie dotacji

Środki z dotacji powinny zostać przeznaczone na zakup rzeczy niezbędnych do uruchomienia planowanej firmy. Zwykle bez ograniczeń kwotowych może to być zakup środków trwałych, sprzętu i wyposażenia. W niektórych Urzędach Pracy mogą się jednak pojawić dodatkowe ograniczenia przedmiotowe np. Urząd Pracy w Opolu wykluczył z dofinansowania zakup jakichkolwiek telefonów, a Urząd Pracy w Rzeszowie wykluczył z dofinansowania zakup wyposażenia stanowisk pracy dla planowanych do zatrudniania pracowników. Jak więc widać – warunki udzielania dotacji w poszczególnych Urzędach Pracy mogą być dość osobliwe.

Dotacje w pewnej części można przeznaczyć również na cele reklamowe (wykonanie strony internetowej, projekt logo, wykonanie szyldu reklamowego itp.). W zakresie zakupu samochodu, to

większość Urzędów Pracy dopuszcza taki wydatek jedynie w sytuacji, gdy auto stanowi podstawowe narzędzie pracy (szkoła nauki jazdy, usługi taksówkarskie itp.) Niestety są też Urzędy Pracy, które nie dopuszczają zakupu jakiegokolwiek środka transportu z dotacji (np. Urząd Pracy w Warszawie) lub umożliwiają zakup pojazdów, ale jedynie takich, które posiadają dedykowaną przestrzeń ładunkową większą od części osobowej (np. PUP Białystok).

Co się tyczy środków obrotowych (materiały, towar), to zwykle na ten cel można przeznaczyć ok. 20%-50% wnioskowanej kwoty.

Akceptuje się wydatki związane pomocą prawną obejmującą np. przygotowanie regulaminów, umów, wdrożenie RODO itp. Na ten cel można przeznaczyć od 5% do 10% wnioskowanej kwoty.

Informacje o zasadach na jakich dany Urząd Pracy udziela dotacji znajdziesz w regulaminie dofinansowania opublikowanym przez dany PUP. Tego typu informacje publikujemy również w dziale poświęconym ogłoszeniom o aktualnych naborach wniosków.

Racjonalność wydatków

Wskazane we wniosku wydatki które chcemy przeprowadzić z dotacji powinny być uzasadnione wskazanym profilem firmy i racjonalne cenowo, biorąc pod uwagę ich rzeczywiste wykorzystanie. Np. w przypadku złożenia wniosku na podjęcie działalności w postaci firmy remontowo-budowlanej świadczącej typowe usługi wykończeniowe, i chęci finansowania z dotacji zakupu laptopa – cena takiego komputera powinna odpowiadać temu, do czego będzie on realnie wykorzystywany. Jeżeli jest głównie kontakt mailowy z klientami, zarządzanie firmową stroną internetową, redagowanie umów i prowadzenie ewidencji, to adekwatna dla takiego zakupu będzie niższa lub średnia półka cenowa. Jeżeli jednak planuje się np. uruchomienie firmy zajmującej się edycją filmów, specjalistycznym projektowaniem, programowaniem itp. – to można wnioskować o sprzęt z górnej półki, gdyż jest to uzasadnione realnym zapotrzebowaniem w zakresie mocy obliczeniowej takiego urządzenia. To sama reguła tyczy się zakupu sprzętu fotograficznego.

Najważniejsze ograniczenia w wydatkowaniu dotacji PUP

W przypadku chęci zakupu rzeczy takich jak np. ekspres do kawy, to taki wydatek zostanie zaakceptowany jedynie w przypadku podejmowania działalności gastronomicznej. Jeżeli wnioskodawca planuje inny profil działalności np. salon kosmetyczny lub biuro rachunkowe i myśli o zakupie ekspresu, by móc częstować nią swoich klientów – to takiego wydatku nie może sfinansować ze środków dotacji.

Jeżeli planowana firma będzie prowadzona w lokalu mieszkalnym, to dotacji nie można też przeznaczyć na zakup innych mebli niż meble biurowe stanowiące bezpośrednie stanowisko pracy (a więc biurko, fotel biurowy, szafka na dokumenty).

Dofinansowania nie można przeznaczyć za zakup kasy / drukarki fiskalnej, finansować zakup nieruchomości, opłaty leasingowych ani opłaty związane z franczyzą.

Z dotacji wyklucza się wydatki dotyczące bieżącego funkcjonowania firmy, a więc zakup paliwa, finansowanie składek ZUS, wynagrodzeń, abonamentów itp. W niektórych Urzędach Pracy część środków można przeznaczyć na koszt wynajmu lokalu w pierwszym miesiącu działalności (np. w PUP Dąbrowa Górnicza). Ponadto dotacji nie można przeznaczyć na finansowanie jakichkolwiek szkoleń, licencji ani koncesji.

Działania takie jak np. kampania Google Ads oraz pozycjonowanie akceptowane są tylko przez część Urzędów Pracy z uwagi na to, że często są one interpretowane jako bieżące koszty prowadzenia firmy.

Z dotacji nie można finansować kosztów transportu zakupionych rzeczy. W przypadku kupna sprzętu w sklepie internetowym, do rozliczenia bierze się jedynie wartość brutto tego sprzętu z pominięciem kosztu przesyłki, figurującego zwykle jako odrębna pozycja na fakturze.

Pojawiają się też ograniczenia w zakresie zakupu sprzętu używanego. Wartość jednostkowa rzeczy używanej powinna przekraczać 1 000,00 zł. Dodatkowo cena musi być niższa od ceny rynkowej nowego sprzętu. Urzędy Pracy wymagają obecnie dodatkowego oświadczenia osoby sprzedającej, że taka rzecz nie została już wcześniej nabyta w oparciu o dotacje lub inne środki publiczne. W przypadku rzeczy używanych PUP może sobie również życzyć dodatkowej wyceny rzeczoznawcy.

Ze środków dotacji nie można dokonywać zakupów od najbliższej rodziny i/lub członków wspólnego gospodarstwa domowego. Dotacji nie można też przeznaczyć na przejęcie innej, istniejącej już działalności.

Wyklucza się też przeznaczenie środków z dotacji na pokrycie kosztów związanych z ewentualnym przygotowaniem wniosku i biznesplanu. Jeżeli więc zdecydujemy się powierzyć te zadanie zewnętrznemu specjalście, to wydatek ten musimy pokryć ze środków własnych.

Podsumowanie

Należy jednak pamiętać, że każdy Urząd Pracy w Polsce ma nieco inne kryteria udzielania dofinansowania. Z tego powodu, to co dozwolone w jednym Urzędzie Pracy, w innym może być zabronione. Lista ewentualnych wykluczeń w zakresie wydatkowania dotacji jest publikowana w regulaminie dotacji, dostępnym zwykle na stronie internetowej danego Urzędu Pracy. Niestety są też wyjątki. Np. PUP Wrocław, nie udostępnił pełnej treści tego dokumentu, w myśl swojsko brzmiącej zasady "petencie domyśl się sam". W takich przypadkach trzeba niestety polegać na bezpośrednim kontakcie z urzędnikami i weryfikować u źródła każdy wydatek, który dla urzędników może się wydawać kontrowersyjny. Istotne są też kompleksowe wyjaśnienia i pisemne uzasadnienie, dlaczego taka, a nie inna rzecz jest nam potrzebna do prowadzenia wskazanego profilu działalności.

4. Wymagania Urzędu Pracy względem wnioskodawcy

Aby móc ubiegać się o dotacje z PUP, należy być osobą zarejestrowaną w Urzędzie Pracy (bezrobotni, absolwenci KIS lub CIS oraz poszukujący pracy opiekunowie osoby niepełnosprawnej itp.). Od roku 2025 możesz zarejestrować się w każdym Urzędzie Pracy, który wskażesz jako właściwy na swoje miejsce zamieszkania (Urząd Pracy nie będzie jednak wymagał od Ciebie meldunku).

Wymóg posiadania IPD

W przypadku osób do 30 roku życia osób bezrobotnych zarejestrowanych powyżej 90 dni – pojawia się dodatkowy wymóg formalny związany z ustaleniem IPD, czyli Indywidualnego Planu Działania dla osoby bezrobotnej. Polega on na wskazaniu chęci podjęcia działalności podczas rozmowy z doradcą klienta. Jeżeli więc jesteś bezrobotnym do 30 roku życia lub zarejestrowanym powyżej 90 dni

i nie posiadasz Indywidualnego Planu Działania (lub nie pamiętasz co zostało tam wpisane) – skontaktuj się koniecznie z pracownikiem Urzędu Pracy zanim złożysz swój wniosek o dotację.

Czy okres zarejestrowania w PUP ma znaczenie?

Choć w większość Urzędów Pracy umożliwia złożenie wniosku o dotację zaraz po rejestracji w Urzędzie (oczywiście pod warunkiem, że dany PUP prowadzi aktualnie nabór wniosków) – to w nielicznych przypadkach Urzędy wprowadzają dodatkowy wymóg pozostawania w rejestrze danego PUP przez okres od 1 do 4 tygodni, poprzedzający złożenie wniosku. Tak się stało np. w Urzędzie Pracy w Gdyni i Krakowie, gdzie podczas tegorocznego naboru, wniosek o dotację mogły złożyć jedynie te osoby, które były zarejestrowane od co najmniej 1 miesiąca. Są to celowe działania niektórych Urzędów Pracy, mające utrudnić wnioskowanie o dotację tym osobom, które zasadniczo posiadają zatrudnienie, ale chcą płynnie przeskoczyć na pracę w trybie B2B.

Kto nie może ubiegać się o dotację?

- Studenci studiów dziennych
- Osoby, które prowadziły działalność gospodarczą w okresie ostatnich 12 miesięcy (w tym względzie weryfikuje się, czy wnioskodawca posiadał wpis do CEIDG). Uwaga! firmę zawieszoną traktuje się ją jako istniejącą.
- Bezrobotni, którzy odmówili bez uzasadnionej przyczyny przyjęcia propozycji pracy, stażu lub przygotowania zawodowego
- Osoby, które otrzymały już dofinansowanie na podjęcie działalności gospodarczej ze środków publicznych
- Osoby, które w okresie 2 lat poprzedzających złożenie wniosku o dotację zostały skazane za przestępstwa przeciwko obrotowi gospodarczemu
- Osoby posiadające zaległości w zobowiązaniach alimentacyjnych, podatkowych, wobec ZUS lub KRUS
- Osoby figurujące w Krajowym Rejestrze Długów Biura Informacji Gospodarczej SA.
- W zależności od tego z jakiego źródła dany Urząd Pracy finansuje dotacje – mogą pojawić się dodatkowe kryteria.

Grupy preferowane przy udzielaniu dotacji

Niektóre grupy osób są traktowane preferencyjnie przy udzielaniu dotacji. Zgodnie z obowiązującymi przepisami (w tym nową ustawą o rynku pracy i służbach zatrudnienia z 20 marca 2025 r.), do grupy osób w szczególnej sytuacji na rynku pracy należą:

- osoby posiadające Kartę Dużej Rodziny
- osoby powyżej 50. roku życia;

- osoby bez kwalifikacji zawodowych (wykształcenie maksymalnie średnie)
- osoby z niepełnosprawnościami;
- osoby długotrwale bezrobotne (zarejestrowane w Urzędzie Pracy łącznie przez 12 miesięcy w okresie 2 ostatnich lat)
- osoby do 30. roku życia;
- osoby samotnie wychowującym co najmniej jedno dziecko
- opiekunowie osób niepełnosprawnych

W zależności od źródła finansowania dotacji, na preferencje w przyznawaniu dotacji mogą liczyć kobiety.

Uwaga! Ogłoszony w danym Urzędzie Pracy może być skierowany zarówno do wszystkich osób, gdzie przynależność do jednej ze wskazanych grup oznacza dodatkowe punkty podczas oceny, jak i wyłącznie do określonych grup wskazanych w ogłoszeniu np. dotacje wyłącznie dla osób do 30 roku życia i kobiet. Z tego względu należy zapoznać się ze szczegółami naboru ogłaszanego przez dany Urząd Pracy.

5. Wykluczone rodzaje działalności



Jedyną dopuszczalną formą prawną dla działalności podejmowanej w oparciu o dotacje PUP jest: indywidualna pozarolnicza działalność gospodarcza osoby fizycznej. Z dotacji, które udzielają Urzędy Pracy nie można uruchomić Sp. z o.o., spółki prawa handlowego, spółki jawnej ani spółki komandytowej. W większości przypadków nie jest też dopuszczalna spółka cywilna.

Jakiej firmy nie można otworzyć w oparciu o dotacje?

Zgodnie z rozporządzeniem, w oparciu o dofinansowanie z PUP nie można uruchomić działalności w zakresie produkcji podstawowych produktów rolnych oraz w sektorze rybołówstwa i akwakultury.

Ponadto, każdy Urząd Pracy w Polsce we własnym zakresie wprowadza dodatkowe ograniczenia. O liście takich ograniczeń decyduje każdorazowo "widzimisię" urzędników pracujących w danym Urzędzie Pracy. Zwykle ich lista publikowana jest w regulaminie dotacji. Z uwagi na to, że każdy PUP ma inne szczegółowe zasady udzielania dotacji – nie istnieje jedna stała lista działalności, na które Urzędy Pracy nie przyznają dotacji.

Oto lista najczęściej spotykanych ograniczeń:

- działalność sezonowa
- handel akwizycyjny
- handel obwoźny, prowadzony na rynkach i targowiskach (bez stałej lokalizacji)
- działalność o profilu identycznym jak działalność prowadzona przez współmałżonka wnioskodawcy
- działalność prowadzona pod takim samym adresem co inna, istniejąca firma o podobnym profilu
- działalność paramedyczna
- salony gier hazardowych
- agencje towarzyskie
- działalność ezoteryczna
- działalność związana z wprowadzaniem do obrotu substancji mających charakter psychoaktywny
- działalność prowadzona wyłącznie poza granicami kraju
- działalność polegająca na prowadzeniu badań i diagnostyki w celu oceny stanu zdrowia, przez osoby nieposiadające wykształcenia medycznego
- działalność powstała w wyniku przejęcia istniejącej firmy

Zdarza się, że Urzędy Pracy wprowadzają dość osobliwe wykluczenia przedmiotowe, które trudno racjonalnie uzasadnić. Dla przykładu: Grodzki Urząd Pracy w Krakowie nie przyznaje dotacji na działalność taksówkarską, PUP Gdańsk wykluczył z dofinansowania dropshipping, a Urząd Pracy w Nowym Targu nie udzielał dotacji na działalność obejmującą tworzenie stron internetowych. Jak więc widać, wykluczenia w niektórych Urzędach Pracy są na prawdę dość osobliwe. Trzeba też pamiętać, że zapisy w regulaminie mogą się zmieniać i rodzaje działalności, które były wykluczone podczas jednego naboru wniosków – w kolejnym mogą już być akceptowane.

Dotacja PUP a adres siedziby firmy

Siedziba otwieranej firmy powinna się znajdować w obszarze administracyjnym właściwym dla danego Urzędu Pracy. Jeżeli jest to Powiatowy Urząd Pracy – to siedziba powinna znajdować się na terenie tego powiatu. Jeżeli mamy do czynienia z Miejskim lub Grodzkim Urzędem Pracy – siedziba otwieranej firmy powinna znajdować się na terenie danego miasta.

Choć warunek ten ma zastosowanie w znaczącej większości przypadków, to zdarzają się też wyjątki np. PUP w Brzezinach pozwalał, aby firma uruchamiana z dotacji miała swoją siedzibę na terenie powiatów sąsiednich, a Gdański Urząd Pracy akceptuje rejestrację firmy na terenie całego Obszaru Metropolitalnego Gdańsk-Gdynia-Sopot.

6. Czy muszę posiadać wkład własny?

Urzędy Pracy zwykle nie wymagają od wnioskodawcy posiadania określonego wkładu własnego. Zdarzają się jednak pewne wyjątki, np. Urząd Pracy w Pucku w roku 2025 wskazał wymóg zaangażowanie wkładu własnego na poziomie co najmniej 30% wnioskowanej dotacji (zapis dotyczył zarówno środków finansowych jak i wkładu materialnego). Z tego względu, przed złożeniem wniosku – zawsze należy przeczytać regulamin dotacji obowiązujący w danym Urzędzie Pracy.

Należy jednak pamiętać, że bez względu na zapisy w regulaminie, **wkład własny jest brany uwagę przy ocenie wniosku i może znacząco wpłynąć na ostateczną decyzję dotyczącą przyznania dofinansowania**. Tak jest np. w Urzędzie Pracy w Gdyni, gdzie za zaangażowanie środków własnych można otrzymać dodatkowe 5 punktów lub w Urzędzie Pracy Przeworsk, gdzie zadeklarowanie udziału własnych środków finansowych na poziomie przekraczającym 6 000,00 zł daje 3 dodatkowe punkty podczas oceny.

Dla urzędników, którzy oceniają wniosek i biznes plan, deklaracja posiadania wkładu własnego, to sygnał, że wnioskodawca jest realnie zaangażowany w podjęcie przedsięwzięcia. A skoro jest gotowy ryzykować własnymi środkami – to najwyraźniej jest bardziej zdeterminowany by odnieść sukces.

Ponadto, z uwagi na to, że niektórych wydatków nie można finansować z dotacji (np. kosztów transportu, OC samochodu stanowiącego majątek firmy, zakupu kasy fiskalnej), zaangażowanie własnych środków finansowych jest często niezbędne, by przedstawiony plan przedsięwzięcia był wewnętrznie spójny. Np. w przypadku zakupu firmowego wyposażenia przez Internet, wnioskodawca ponosi koszty przesyłki tych rzeczy, których z zasady nie może finansować ze środków dotacji. Powinien więc wykazać we wniosku, że posiada własne pieniądze, które przeznaczy na ten właśnie cel. To samo dotyczy się wspomnianej już kasy fiskalnej. Jeżeli planowana działalność wymaga ewidencjonowania sprzedaży za pomocą paragonów, to powinien wskazać we wniosku, że posiada środki na zakup takiego urządzenia.

Mile widziana jest też rezerwa finansowa, która ułatwi utrzymanie płynności finansowej w pierwszym – zwykle najbardziej newralgicznym, miesiącu prowadzenia firmy. Chodzi tu o ten okres, gdy firma już działa, lecz jeszcze nie przynosi dochodów. Np. firma budowlana często rozlicza się z klientem po zakończeniu prac. Tym samym pierwsze wpływy pojawią się dopiero po ukończeniu pierwszych zleceń a do tego czasu będzie trzeba przecież pokryć koszty dojazdu na miejsce realizacji prac budowlanych, kupić materiały budowlane itp. Zadeklarowanie przez wnioskodawcę oszczędności, które może przeznaczyć na ten cel w początkowym okresie prowadzenia firmy, to dodatkowy atut, dodający wiarygodności przedstawionemu opisowi przedsięwzięcia.

Czy posiadany sprzęt i narzędzia są traktowane jako wkład własny?

Jako wkład własny rozumie się również posiadane narzędzia i wyposażenie, które zostanie wykorzystane w ramach planowanej działalności np. samochód, komputer, telefon itp. Jeżeli są to sprzęty większej wartości (sprzęt o wartości jednostkowej powyżej 2 – 3 tys. PLN), mile widziane są faktury, paragony lub inne dokumenty mogące świadczyć, że osoba bezrobotna faktycznie posiada wyszczególnione środki. W przypadku auta takim dowodem może być też dowód rejestracyjny, w którym jako właściciel auta figuruje wnioskodawca.

Jaki wkład własny zadeklarować?

Jeżeli dany PUP nie opublikował kryteriów oceny, które wskazywałyby precyzyjnie jak punktowana jest wartość wkładu własnego – można przyjąć, że wystarczy wkład na poziomie 10-30% wnioskowanej kwoty dotacji.

Co zrobić, jeżeli nie posiada się żadnej wolnej gotówki? Urząd Pracy jest zainteresowany deklaracją osoby bezrobotnej, nie rozlicza jej jednak z tego, czy wskazane we wniosku wydatki ze środków własnych faktycznie zostaną poniesione. Można więc przyjąć, że wnioskodawca ma tu pewną swobodę, jeżeli chodzi o to co zostaje wskazane we wniosku, a co realnie ma miejsce po uruchomieniu firmy.

7. Czy muszę posiadać kierunkowe kwalifikacje lub doświadczenie w wybranej branży?

Osoba, która chce uzyskać dotacje z Urzędu Pracy musi przekonać urzędników, że poradzi sobie z prowadzeniem firmy o wybranym profilu. **Wszelkiego rodzaju dokumenty i zaświadczenia potwierdzające kwalifikacje osoby bezrobotnej (świadczenia pracy, szkolenia, kursy, kierunkowe wykształcenie) w oczywisty sposób działają na korzyść wnioskodawcy** i zwiększają jej szanse na uzyskanie dofinansowania.

Jeżeli wnioskodawca nie miał w przeszłości żadnej styczności z wybraną przez siebie branżą, to w przekonaniu Urzędu Pracy do przyznania dofinansowania pomocny będzie solidnie napisany biznes plan.

Nie trzeba znać się na wszystkim

Nie ma osoby, która zna się na wszystkim. Jeżeli ktoś chce uruchomić np. sklep internetowy, to nie musi być przecież informatykiem, a właściciel firmy budowlanej – nie musi znać się na rachunkowości. W tym względzie korzysta się zwykle z outsourcingu, a więc obsługę w tych obszarach zapewniają firmy zewnętrzne. Liczy się głównie to, aby wnioskodawca posiadał kwalifikacje w tym, co stanowi istotę podejmowanej działalności. W przypadku sklepu internetowego będzie to więc doświadczenie w e-commerce, a w przypadku firmy budowlanej – doświadczenie w wykonywaniu prac budowlanych. Urzędy Pracy wymagają bowiem, by wnioskodawca był osobiście zaangażowany w czynności stanowiące kluczowy aspekt danej działalności. Jeżeli więc twoja koncepcja biznesowa zakłada, że wszystkie kluczowe obowiązki będą wykonywać zatrudnieni pracownicy lub firmy zewnętrzne, a sobie pozostawisz jedynie funkcję zarządczą – to przyjęło się, że podczas oceny wniosku nie uzyskasz zbyt wielu punktów.

Umiejętności pokrewne

W wielu przypadkach może się okazać, że posiadamy pewne przydatne umiejętności, choć w danej branży wcześniej nie pracowaliśmy. Np. wnioskodawca pracował wcześniej w sklepie spożywczym, a planuje uruchomić warsztat samochodowy. Jest to inna branża, lecz umiejętność obsługi kasy fiskalnej oraz umiejętności związane z bezpośrednią obsługą klientów przydadzą się również w warsztacie samochodowym. Wnioskodawca pracował do tej pory w biurze rachunkowym, a zamierza otworzyć sklep internetowy? Umiejętności związane z prowadzeniem ewidencji i rozliczeń

przydadzą się również w e-commerce. Dobrze uwypuklić takie rzeczy w obrębie wniosku o dotację.

Dotacja z PUP a kwalifikacje pracowników

Jeżeli prowadzenie danej działalności wymaga specjalnych uprawnień (np. świadczenie usług elektrycznych) – to w przypadku ich braku, wnioskodawca może deklarować chęć zatrudnienia pracowników posiadających takie uprawnienia. Należy jednak pamiętać, że obecnie Urzędy Pracy dość sceptycznie podchodzą do tego typu sytuacji, tj. dość rzadko zdarza się, aby dotacje na otwarcie np. firmy elektrycznej otrzymała osoba, która nie posiada uprawnień zawodowych w tym względzie, bez względu na to, jakie zatrudnienie się deklaruje. To samo tyczy się działalności fizjoterapeutycznej, usług z wykorzystaniem koparko-ładowarki itp.

Przed złożeniem wniosku warto dokładnie sprawdzić kryteria przyznawania dotacji obowiązujące w danym PUP. Często pojawia się tam informacja, jak dany Urząd Pracy podchodzi do kwestii kwalifikacji wnioskodawcy. Może się zdarzyć, że dany PUP wprowadził określone wymagania względem kwalifikacji wnioskodawcy (np. co najmniej 3 miesiące doświadczenia zawodowego w pracy w podobnej firmie itp.) lub ukończenie kierunkowej szkoły. W takich przypadkach konieczne będzie spełnienie tych warunków, by wniosek miał realne szanse na pozytywną ocenę.

Finansowanie kursów i szkoleń z dotacji na podjęcie działalności

Kursów i szkoleń nie można finansować z dotacji na otwarcie firmy. Odpada więc opcja, że osoba bezrobotna wpisze sobie takie szkolenia w plan wydatków z dotacji. Osoba wnioskująca o dotację już na dzień złożenia wniosku powinna posiadać wszystkie wymagane kompetencje i kwalifikacje do prowadzenia działalności.

Darmowe kursy PARP

Istnieją bezpłatne kursy online realizowane przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości w zakresie kompetencji, marketingu, zarządzania, sprzedaży itp. Pełna lista kursów dostępna tutaj: <https://www.parp.gov.pl/component/site/site/kursy-online> Kursy można ukończyć online a certyfikaty są honorowane w Urzędach Pracy.

Kwalifikacje uzyskane w ramach działalności nierejestrowanej

Potwierdzeniem posiadanych umiejętności może być też fakt prowadzenia tzw. “działalności nierejestrowanej”. Dochód z działalności nierejestrowanej nie może jednak przekraczać 75% minimalnego wynagrodzenia. Tym samym w 2025 roku maksymalny dochód jaki można uzyskać w ramach działalności nierejestrowanej to 3 499,50 zł /miesiąc. W roku 2026 ten limit wynosi 3 604,50 zł. Jeżeli jednak chcemy być zarejestrowani w PUP, a jednocześnie uzyskiwać dochód w ramach działalności nierejestrowanej, to obowiązuje nas limit w wysokości 50% minimalnego wynagrodzenia. Tym samym w okresie, gdy figuruje się w ewidencji Urzędu Pracy, dochód z działalności nierejestrowanej nie może przekraczać 2 333,00 zł/miesiąc (w 2025 roku) oraz 2403,00 zł/miesiąc w 2026 roku.

8. Czy oprócz wniosku potrzebny jest biznes plan?

Co do obowiązku posiadania biznes planu, to wiele zależy od konkretnego Urzędu Pracy, w którym chcemy złożyć wniosek o przyznanie dotacji:

- a) Część Urzędów Pracy (np. Urząd Pracy m.st. Warszawa) nie przewiduje składania odrębnego biznes planu, gdyż jego rolę pełni rozbudowany wniosek wraz z załącznikami, które zasadniczo obejmują wszystkie elementy pojawiające się w biznes planie (opis rynku, konkurencji, plan marketingowy, analiza SWOT, rachunek zysków i strat itp.)
- b) Niektóre Urzędy Pracy przewidują załączenie do wniosku dodatkowego biznes planu i określają jego budowę – wskazując jakie elementy taki biznes plan powinien zawierać. Często ma on postać dodatkowego formularza do wypełnienia (taka sytuacja ma miejsce np. w Urzędzie Pracy w Bytomiu i Mikołowie)
- c) Niektóre Urzędy Pracy (np. PUP Wrocław) – przewidują jedynie ograniczony objętościowo wniosek, w którym nie można rozszerzać poszczególnych akapitów. W tym przypadku na wnioskodawcy spoczywa obowiązek utworzenia dodatkowego załącznika z Uzupełnieniami, który będzie zawierał wszystkie te elementy, które nie zmieściły się we wniosku, a są kluczowe do właściwego i wyczerpującego przedstawienia koncepcji biznesowej osoby bezrobotnej. O budowie i objętości takiego załącznika decyduje wnioskodawca

Składając dokumenty o dotacje należy zadbać o to, by spełniały wszystkie wytyczne określone w regulaminie lub ogłoszeniu o naborze wniosków i **wyczerpująco opisywały planowaną działalność**. Jest to nadrzędna zasada, którą powinniśmy się kierować przygotowując swój wniosek o dotację. Takie podejście zwiększa szanse na uzyskanie wysokiej punktacji, a w konsekwencji – na przyznanie dofinansowania.

Ocena wniosku o dotację z Urzędu Pracy

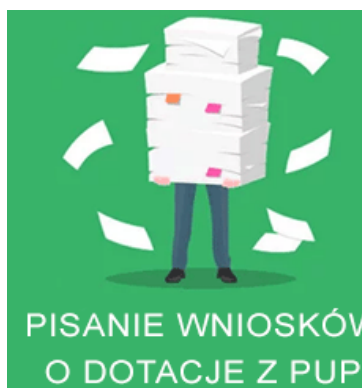
W większości przypadków liczba składanych w danym naborze wniosków, znacząco przekracza ilość środków finansowych, jakimi dysponuje dany PUP. Z tego względu dofinansowanie otrzymują te osoby, które uzyskały najlepszą ocenę. Np. podczas naboru wniosków w Urzędzie Pracy Warszawa, który odbył się w marcu 2025 roku, o dotację wnioskowało łącznie 398 osób, z czego jedynie 70 otrzymało dotację. Oznacza to, że jedynie 18% spośród osób wnioskujących – otrzymało dotację. Warto więc poświęcić odpowiednią ilość czasu na rzetelne przygotowanie całej dokumentacji. Wskazówki jak to zrobić, znajdą Państwo tutaj: Jak wykonać wniosek i biznes plan do Urzędu Pracy

Ile czasu zajmuje pisanie wniosku / biznes planu do PUP?

To zależy od posiadanej wiedzy i doświadczenia osoby bezrobotnej, skomplikowania wniosku i wytycznych obowiązujących w danym Urzędzie, a także skomplikowania samego przedsięwzięcia. Zupełnie inaczej pisze się biznes plan dla małej firmy remontowo-budowlanej, a inaczej dla przedsiębiorstwa zajmującego się np. spedycją lub świadczącej specjalistyczne usługi ze skomplikowanym łańcuchem podwykonawców. Istnieją też olbrzymie rozbieżności pomiędzy

poszczególnymi Urzędami Pracy. Np. w przypadku Urzędu Pracy w Mikołowie komplet dokumentów to ok. 40-45 str. podczas gdy wykonując wniosek i biznes plan dla Urzędu Pracy w Tarnowie, można się z powodzeniem zmieścić w 20 str. Z tego względu czas przygotowania dokumentów zawsze będzie inny.

POTRZEBUJESZ POMOCY W UZYSKANIU DOTACJI z PUP?



760

wykonanych wniosków



21 mln

pozyskanych grantów



97%

skuteczność



17 lat

doświadczenia

<https://biznesplany24.pl/oferta/>

9. Jakie warunki po otrzymaniu dotacji?

Po uzyskaniu dotacji z Urzędu Pracy, **działalność należy prowadzić przez okres pełnych 12 miesięcy**. Przez ten czas nie można zmienić siedziby firmy (bez uprzedniej zgody ze strony Urzędu Pracy) ani sprzedać rzeczy zakupionych z dotacji (za wyjątkiem sprzedaży rzeczy kupionych jako towar handlowy lub materiały).

Niektóre Urzędy Pracy podczas oceny wniosku mogą przyznawać dodatkową punktację, jeżeli wnioskodawca zadeklaruje chęć prowadzenia firmy przez okres dłuższy niż 12 miesięcy. Takie rozwiązanie wprowadził np. Powiatowy Urząd Pracy w Legionowie podczas Projektu „Aktywizacja osób w wieku 30 lat i powyżej pozostających bez pracy w powiecie legionowskim (II)”. Jest to jednak dość rzadka sytuacja i nie dotyczy większości naborów.

Dotacja PUP a możliwość zawieszenia działalności

Obecnie Urzędy Pracy **dopuszczają możliwość okresowego zawieszenia działalności**, co jest dużą zmianą w stosunku do lat ubiegłych. Okres takiego zawieszenia nie może jednak przekroczyć 6 miesięcy i nie wlicza się go do określonego umowie czasu prowadzenia działalności. Jeżeli więc w ciągu tych 12 miesięcy zawieszysz swoją działalność gospodarczą np. na 2 miesiące, to wymagany okres jej prowadzenia wyniesie 14 miesięcy (2 miesiące zawieszenia + 12 miesięcy prowadzenia).

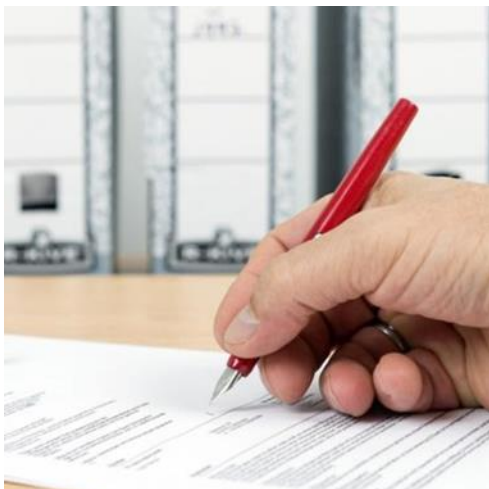
Dotacja na firmę a umowa o pracę

Osoba, która uzyskała dotację z PUP **nie może też podjąć zatrudnienia w oparciu o umowę o pracę**, umowę zlecenie ani umowę o dzieło. Przez okres obowiązywania umowy z PUP może podnajmować aktywność zawodową wyłącznie jako przedsiębiorca. Zasadniczo nie przeszkadza to jednak nawiązywaniu współpracy zbliżonej do zwykłego zatrudnienia, tyle, że na zasadach B2B. W gruncie rzeczy taka sytuacja dla wielu potencjalnych kontrahentów może być atutem, z uwagi na wysokie narzuty jakie ponosi pracodawca w przypadku np. standardowej umowy o pracę.

Co po upływie 12 miesięcy?

Na koniec pierwszego roku, osoba, która otrzymała dotację nie może mieć zaległości względem ZUS i Urzędu Skarbowego. Wymagane jest złożenie w Urzędzie Pracy zaświadczeń potwierdzających ten fakt.

10. Jak to jest z poręczycielami?



Otrzymanie dofinansowania na podjęcie działalności wiąże się z koniecznością zabezpieczenia tej dotacji na warunkach określonych w umowie zawieranej z danym PUP. Takie zabezpieczenie ustanawia się na wypadek sytuacji, w której osoba bezrobotna w sposób jednoznaczny nie dotrzyma warunków na jakich uzyskała dofinansowanie i jednocześnie nie zwróci samodzielnie dotacji po otrzymaniu wezwania ze strony PUP.

Obecnie najpowszechniejszą formą zabezpieczenia jest poręczenie (poręczenie osób fizycznych lub weksel z poręczeniem wekslowym). Przepisy dopuszczają też kilka innych form zabezpieczenia np. blokadę środków zgromadzonych na rachunku bankowym, zastaw na prawach lub rzeczach, gwarancję bankową lub akt notarialny o poddaniu się egzekucji przez dłużnika. Tak więc osoba bezrobotna nie musi mieć poręczycieli o ile zaproponuje inne, wiarygodne zabezpieczenie.

Urzędy Pracy we własnym zakresie ustalają szczegółowe kryteria takiego zabezpieczenia. W przypadku poręczenia, zwykle wymaga się, aby były to dwie osoby, posiadające stały udokumentowany dochód. Wysokość wymaganego dochodu zależy od decyzji danego Urzędu Pracy np. w przypadku GUP Kraków wystarczał dochód poręczyciela w wysokości minimalnego wynagrodzenia, a w Warszawie, wymagany w 2025 roku dochód poręczyciela wyniósł 7000,00 zł/brutto.

W przypadku niektórych Urzędów Pracy, np. PUP Tarnów – liczba wymaganych poręczycieli zależy od wnioskowanej kwoty dotacji.

Jako posiadanie stałego dochodu przez poręczyciela rozumie się umowę o pracę na czas nieokreślony lub określony, nie krótszy jednak niż 2 lata, licząc od momentu złożenia wniosku o dotację. Jako stały dochód liczy się również emerytura, renta stała, własna działalność itp.

Poręczycielem nie może być współmałżonek wnioskodawcy, chyba że istnieje pomiędzy nimi rozdzielnosc majątkowa. Choć i tu zdarzają się wyjątki, np. Urząd Pracy w Zielonej Górze wprowadził w regulaminie zapis, wg którego poręczycielem nie może być współmałżonek bez względu na status majątkowy. Ponadto Urząd ten wykluczył jako poręczycieli byłych współmałżonków. Na szczęście jest to odosobniony przypadek i w pozostałych Urzędach Pracy przepisy zwykle nie są tak restrykcyjne.

Większość Urzędów Pracy wprowadzają też dodatkowy wymóg, że poręczycielami nie mogą być osoby starsze, zwykle powyżej 70 lub 80 roku życia. W tym względzie niechlubny prym wiedzie wspomniany już Urząd Pracy w Zielonej Górze, który wprowadził dla poręczycieli limit wieku w wysokości zaledwie 65 lat.

Czy się różni poręczenie zwykłe od poręczenia wekslowego?

W ramach poręczenia zwykłego (cywilnego) – ewentualna spłata dotacji na wezwanie PUP daje poręczycielowi możliwość późniejszego dochodzenia należności od osoby, za którą wykonywane było poręczenie (art. 518 § 1 pkt 1 kodeksu cywilnego). Umowa takiego poręczenia zawierana jest w siedzibie PUP bez udziału notariusza. Poręczenie cywilne za dług przyszły jest możliwe tylko do wysokości z góry oznaczonej w umowie.

W przypadku poręczenia wekslowego jest ono bezwarunkowe (nie można uzależnić poręczenia wekslowego od spełnienia jakiegokolwiek warunku). Ponadto poręczenie wekslowe jest nieodwoływane i nie musi wskazywać konkretnej kwoty. Można stwierdzić, że poręczenie wekslowe jest dla Urzędu Pracy pewniejszą formą zabezpieczenia, niż poręczenie cywilne. W praktyce weksel to rodzaj papieru wartościowego, który może zostać wykorzystany przez PUP w celu windykacji należności, a podpisanie weksla musi się odbyć w obecności notariusza.

Co się tyczy formy zabezpieczenia w postaci blokady środków zgromadzonych na rachunku bankowym, to kwota zablokowanych środków musi przewyższać kwotę dotacji (najczęściej jest to ok. 120-130% dotacji). Przez okres obowiązywania umowy z Urzędem Pracy, a więc przez 12 miesięcy, środki te w wyniku ustanowionej blokady pozostają na rachunku bankowym i właściciel rachunku bankowego nie ma do nich dostępu.

Kolejna forma zabezpieczenia, to zastaw na prawach lub rzeczach. By móc skorzystać z tej formy zabezpieczenia, należy wykazać posiadanie praw lub rzeczy, których wartość przekracza wnioskowaną kwotę dotacji (np. nieruchomości).

Akt notarialny o poddaniu się egzekucji przez dłużnika, to zwykle najniżej oceniana forma zabezpieczenia. W wielu Urzędach Pracy jest ona akceptowana jedynie pod warunkiem, gdy stan majątkowy wnioskodawcy jest na tyle znaczący, że uprawdopodabnia możliwość ewentualnego wyegzekwowania odpowiedniej kwoty (oszczędności, lokaty, papiery wartościowe, samochód, nieruchomości itp.) Ponadto w przypadku zastawu na prawach lub rzeczach, aktu notarialnego o poddaniu się egzekucji przez dłużnika lub weksla in blanco – zwykle wymagane jest ustanowienie dodatkowego zabezpieczenia. Np. weksel in blanco + poręczenie.

Ewentualne dodatkowe koszty związane z zabezpieczeniem dotacji np. utworzenie aktu notarialnego o poddaniu się egzekucji przez dłużnika ponosi osoba bezrobotna (tego typu kosztów nie można finansować ze środków dotacji).

11. Kilka uwag rozliczeniowych



Urzędy Pracy nie weryfikują faktycznej rentowności firmy uruchomionej w oparciu o dotacje. Wymagane jest, by taka działalność była prowadzona przez okres 12 miesięcy. Przedsiębiorca nie musi jednak wykazywać konkretnych wpływów, a tym bardziej zysku. Wystarczy, jeżeli firma nie ma zaległości względem Zakładu Ubezpieczeń Społecznych i Urzędu Skarbowego. Co prawda, niektóre Urzędy Pracy (np. PUP Wrocław) wprowadzają do treści umowy zapis, w którym nakładają na wnioskodawcę obowiązek złożenia oświadczenia o uzyskanym w przeciągu tych 12 miesięcy przychodzie, ale jest on na tyle ogólny, że nie niesie żadnych konsekwencji prawnych. PUP Wrocław nie wyznaczył bowiem poziomu przychodu, który należy uzyskać.

Zawarty w biznes planie prognozowany rachunek zysków i strat stanowi jedynie szacunkową kalkulację. Jego celem jest wykazanie, że istnieje duże prawdopodobieństwo, że planowana działalność okaże się rentowna. Osoba bezrobotna, która uruchomi firmę w oparciu o środki z Funduszu Pracy, nie musi jednak osiągać wyników wskazanych w tej prognozie.

Nawet najbardziej profesjonalny rachunek wyników, to tylko zdroworozsądkowy opis zakładanej sytuacji. W praktyce uzyskany w ramach działalności zysk zawsze w jakimś stopniu odbiega od takiej kalkulacji. Obliczenia przedstawiają jedynie prawdopodobny scenariusz. W pierwszej kolejności chodzi o to, aby Komisja Oceny Wniosków po zapoznaniu się z taką prognozą nabrała przekonania, że wnioskodawca ma pojęcie o planowanej działalności i zdaje sobie sprawę ze skali kosztów jakie towarzyszą danemu rodzajowi działalności. W drugiej kolejności – że dochód uzyskiwany z działalności wystarczy wnioskodawcy do utrzymania się, a więc nie tylko pokrycia kosztów działalności, ale również uzyskanie zysku umożliwiającego zapewnienie jego potrzeb bytowych.

Rzeczywisty przychód i zysk z działalności zależą od wielu czynników zewnętrznych, na które przedsiębiorca ma bardzo ograniczony wpływ. Przykładem może być tu pandemia COVID-19 i związany z nim lockdown, który negatywnie wpłynął na wyniki finansowe wielu przedsiębiorstw. Podobnie jak kryzys migracyjny, który uderzył w branżę turystyczną na naszej wschodniej granicy – są to sytuacje, których nie da się zaplanować na etapie kalkulacji.

Dotacja PUP a podatek dochodowy

Dotacja z Urzędu Pracy na podjęcie działalności gospodarczej jest w całości zwolniona z podatku dochodowego. Otrzymane dofinansowanie należy jednak bezwzględnie wydatkować w kwocie brutto, a środki zakupione z dotacji nie powinny być wliczane do kosztów prowadzenia tej działalności (dotyczy to również odpisów amortyzacyjnych). Innymi słowy – kwota dotacji jest zwolniona z podatku dochodowego, więc wydatki dokonane z tej kwoty, nie mogą służyć

późniejszemu obniżeniu podstawy opodatkowania w ramach prowadzonej działalności.

Ponadto osoba, która uzyskała dotacje z Urzędu Pracy i uruchomiła firmę posiadającą status płatnika czynnego podatku VAT – nie może ubiegać się o zwrot podatku VAT od zakupów dokonanych ze środków takiego dofinansowania. Jeżeli odzyskała by zapłacony VAT, to zgodnie z obowiązującymi przepisami, takie środki finansowe powinny zostać zwrócone do Urzędu Pracy, który przyznał jej dotacje.

Stosowny zapis regulujący tą kwestię, znajduje się w obrębie standardowej umowy dotacji, jaka jest zawierana pomiędzy wnioskodawcą a Urzędem Pracy.

Dotacja a podatek VAT

Dotacje otrzymaną z Urzędu Pracy należy wydawać w kwocie brutto. Oznacza to, że dokonując zakupu narzędzi, usług, towarów, materiałów – bez względu na to, czy nasza firma jest płatnikiem czynnym czy zwolnionym z podatku VAT – zakupy rozliczamy biorąc pod uwagę wartość zakupu wraz z podatkiem VAT.

Należy pamiętać, że osoba otwierająca firmę, która rejestruje się, jako płatnik VAT, nie może wnioskować do Urzędu Skarbowego o zwrot VAT względem kosztów, które pokryła w oparciu o dotacje PUP. W przypadku uzyskania takiego zwrotu jest ona zobowiązana, do zwrotu tego odzyskanego podatku VAT na rzecz Urzędu Pracy.

Oczywiście, jeżeli zakupu dokonuje się od przedsiębiorcy prowadzącego firmę zwolnioną podmiotowo z podatku VAT, to kwotą brutto będzie tu po prostu cena sprzedaży, nawet jeżeli formalnie nie obejmuje ona podatku VAT.

II. WSKAZÓWKI JAK WYKONAĆ PRZYGOTOWAĆ WNIOSEK I BIZNES PLAN DO PUP

1. Forma prawna planowanej działalności

Właściwą formą prawną dla działalności uruchamianej w oparciu o dotacje z PUP jest **indywidualna pozarolnicza działalność gospodarcza osoby fizycznej** (w rzadkich przypadkach dopuszczana jest spółka cywilna). Oznacza to, że właściciel firmy całym swoim majątkiem ponosi odpowiedzialność za zobowiązania prowadzonej przez siebie działalności. W pełnej nazwie takiej firmy musi się znaleźć imię i nazwisko przedsiębiorcy (np. POL-BUD Andrzej Kowalski). Na co dzień możemy jednak korzystać z nazwy skróconej, pomijając imię i nazwisko. Ta forma działalności nie wymaga posiadania kapitału zakładowego, KRS ani pełnej księgowości.

2. Wybór numerów PKD

Wniosek o dofinansowanie podjęcia działalności wymaga wskazania numerów PKD odpowiadających profilowi planowanej firmy, a więc wskazania typu działalności wedle Polskiej Klasyfikacji Działalności. W przypadku, gdy wniosek zawiera miejsce tylko na jeden taki numer – należy wpisać kod dotyczący działalności przeważającej. Natomiast jeśli wniosek pozwala na wstawienie kilku numerów PKD – wpisujemy wszystkie, które odpowiadają opisywanemu we wniosku profilowi firmy.

Jak określić działalność przeważającą?

Działalność przeważającą definiuje się jako profil firmy posiadający największy udział w wartości dodanej, produkcji brutto, wartości sprzedaży, wielkość zatrudnienia lub wynagrodzeń. Na potrzeby wniosku o dotacje przyjmuje się, że działalność przeważającą stanowi ten zakres działalności, który przynosi firmie największy dochód. Z uwagi na to, że wniosek o dotacje dotyczy firmy, która jeszcze nie istnieje – określając przeważający profil działalności bierzemy pod uwagę zakładane dochody wskazane w prognozowanym rachunku zysków i strat.

Przykłady wyboru PKD:

A) Wnioskodawca zamierza uruchomić sklep internetowy, w którym chce prowadzić sprzedaż obuwia i książek. Sprzedaży obuwia odpowiada PKD 47.72.Z, a sprzedaży książek 47.61.Z. W prognozowanym rachunku zysków i strat zakładana wartość sprzedanego obuwia wyniosła 80 000,00 zł/rok, a ze sprzedanych książek – 70 000,00 zł. Jednocześnie od 2025 został zlikwidowany PKD 47.91.Z grupujący całościowo sklepy internetowe. W takiej sytuacji jako główny PKD należy wskazać 47,72.Z – odpowiadający sprzedaży obuwia.

B) Wnioskodawca zamierza uruchomić firmę remontowo-budowlaną, zajmującą się malowaniem, wstawianiem drzwi, wykonywaniem zabudowy K-G, kafelkowaniem itp. Z uwagi na to, że ciężko wyróżnić dominujący zakres usług (firma wystawia całościową fakturę za prace remontowo-

budowlane), jako główny kod PKD wskazuje dowolny z pośród numerów odpowiadających zakresowi świadczonych przez niego usług.

43.31.Z – Tynkowanie

43.32.Z – Zakładanie stolarki budowlanej

43.33.Z – Posadzkarstwo; tapetowanie i oblicowywanie ścian

43.34.Z – Malowanie i szklenie

43.35.Z – Wykonywanie pozostałych robót budowlanych wykończeniowych

C) Wnioskodawca uruchamia warsztat samochodowy (PKD 45.20.Z) połączony ze sklepem motoryzacyjnym (45.32.Z). Usługi naprawcze generują przychód roczny na poziomie 300 000,00 zł i koszt (zakup części i zatrudnienie) w wysokości 160 000,00 zł. W ramach sklepu wnioskodawca uzyskuje przychód w wysokości 480 000,00 zł i ponosi koszt zakupu towaru handlowego w wysokości 410 000,00 zł. Zysk z działalności warsztatu wynosi 140 000,00 zł a z działalności sklepu 70 000,00 zł. Tym samym należy przyjąć, że PKD 45.20.Z stanowi tu przeważający profil firmy.

Należy pamiętać, że w obrębie wniosku o dotacje powinniśmy odnieść się do każdego ze wskazanych tam numerów PKD. Jeżeli wybrane przez nas kody wskazują jednocześnie na usługi fotograficzne i usługi z zakresu projektowania graficznego, to opis oferty musi uwzględniać zarówno usługi fotograficzne jak i usługi z zakresu projektowania. Podobnie rzecz ma się z opisem konkurencji i innymi elementami wniosku i biznes planu. Nie ma więc sensu dodawać zbyt wielu numerów PKD “na zapas”. Jeżeli będziemy chcieli rozwijać firmę, to w każdym momencie możemy zgłosić dodatkowe PKD (rzecz jasna w okresie 12 miesięcy przez które obowiązuje umowa z PUP, zmiana/dodanie nr PKD wymaga uprzedniej zgody Urzędu Pracy).

Należy też wziąć pod uwagę, że zdarzają się wyjątki, a więc Urzędy Pracy, które nie tolerują wniosków, składanych jednocześnie na dwa odbiegające od siebie profile firmy (np. sklep spożywczy + usługi fotograficzne). Taka sytuacja miała miejsce np. w Urzędzie Pracy w Łodzi, gdzie tego typu wnioski (nawet w przypadku solidnego uzasadnienia wybranych profili firmy i wskazania zasadności dywersyfikacji źródeł przychodów) spotykały się z oporem ze strony urzędników. Wynika to głównie z chęci ułatwienia sobie pracy urzędników, gdyż rozporządzenie w żadnym stopniu nie limituje nr PKD w przypadku dotacji udzielanych przez Urzędy Pracy.

Co się tyczy określenia właściwych numerów PKD, to od 2025 roku obowiązuje nowa klasyfikacja, która jest dostępna tutaj: [Klasyfikacja PKD](#)

3. Opis celu / motywacji

W większości wniosków o dotację z Urzędu Pracy wprowadzono rubrykę służącą opisowi motywacji do otwarcia działalności i/lub wskazaniu celu przedsięwzięcia. Nawet w przypadku, gdy takie pytanie nie pojawia się w żadnej konkretnej części wniosku, dobrze jest dodać od siebie kilka zdań na ten temat w podsumowaniu lub w części poświęconej opisowi własnych kwalifikacji.

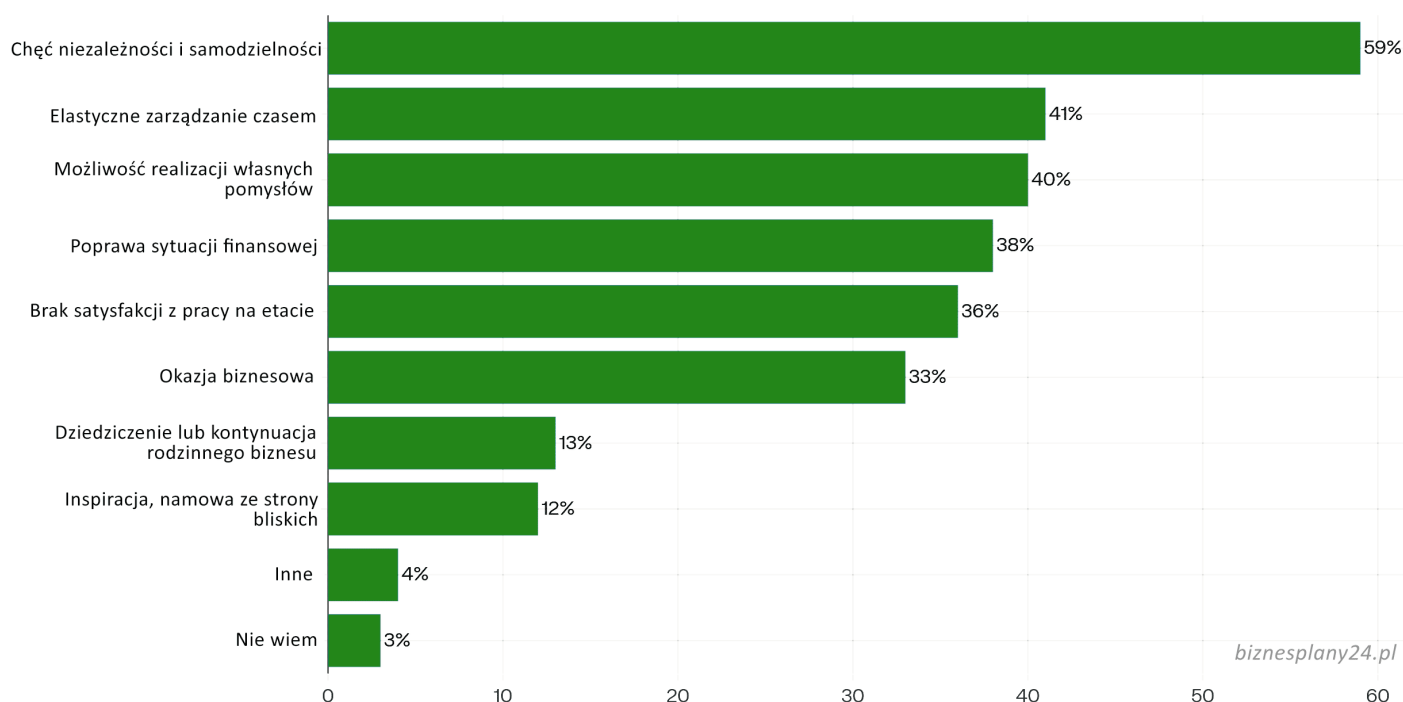
a) Motywacja – zwykle do uruchomienia firmy skłania nas pragnienie niezależności, możliwość uzyskania dochodów na które nie moglibyśmy liczyć pracując na etacie, ambicja, chęć zajmowania się tym co naprawdę nas interesuje, nielimitowany czas pracy lub konieczność zmiany swojego rytmu życia np. z uwagi na narodziny dziecka lub zdrowie. Motywować może nas również obiecująca sytuacja na rynku – okazja, którą dostrzegamy i chcemy wykorzystać. Naszą motywacją może być też chęć zabezpieczenia swojej sytuacji materialnej na starość lub brak perspektyw dalszego rozwoju zawodowego w dotychczasowym miejscu pracy. Młodsze osoby decydują o założeniu firmy częściej podejmują pod wpływem konkretnej okazji rynkowej, starsi przedsiębiorcy szukają głównie niezależności i autonomii.

b) Cele – powinien być przedstawiony w sposób możliwie konkretny. Dobrze jest też wskazać jakieś cele, które wykraczają poza zwykłą chęć poprawy swojej sytuacji ekonomicznej np. w przypadku kawiarni, takim celem może być podniesienie komfortu życia osób starszych w lokalnej społeczności, przez wprowadzenie w lokalu udogodnień architektonicznych i dedykowanego systemu rabatowego dla seniorów w postaci upustu finansowego w godzinach działania kawiarni, w których jest niewielkie natężenie ruchu.

Określając swój cel, należy jednak unikać zbyt ogólnych i dalekosiężnych deklaracji. Od uruchomienia własnej firmy do zmiany świata – droga daleka. Jeżeli planujesz uruchomić np. małą firmę remontowo-budowlaną, to w zupełności wystarczy, jeżeli jako cel działalności wskażesz uzyskanie zysku netto na poziomie ok. 100.000,00 PLN/rok, stworzenie rozpoznawalnej lokalnie marki oraz np. doprowadzenie do dwukrotnego wzrostu zdolności wytwórczych w przeciągu pierwszych 12 miesięcy prowadzenia firmy.

Poniższy wykres przedstawia wyniki ankiety przeprowadzonej przez IBRiS w 2024 roku w zakresie motywacji zakładania działalności gospodarczej.

Motywacja do podjęcia działalności (%)



4. Wkład własny

Plan swojego przedsięwzięcia, **należy opisać – jakimi zasobami dysponuje wnioskodawca w momencie składania wniosku. Taki opis powinien uwzględniać zasoby intelektualne, materialne, kapitałowe i organizacyjne.** Mają one istotny wpływ na finalną ocenę wniosku o dotację. W wielu Urzędach Pracy zostało to wręcz wpisane w schemat oceny wniosku. Tak stało się np. w Urzędzie Pracy w Bytowie, gdzie wnioskodawca może otrzymać do 5 dodatkowych punktów za zaangażowanie środków własnych (od 1 pkt za wkład finansowy powyżej 10% ogólnych kosztów podjęcie działalności, do 5 pkt za wkład przekraczający 80% dotacji).

a) Historia zawodowa (potwierdzona świadectwami pracy lub umowami)

Z reguły wyszczególnia się każdą udokumentowaną pracę, która ma jakiś związek z profilem planowanej firmy. Można tu również uwzględnić umowy o dzieło i zlecenie. Należy pamiętać, że praca mająca związek z planowaną działalnością nie musi być koniecznie pracą w podobnej firmie. Chodzi bardziej o zbliżony zakres obowiązków. Jeżeli chcemy uruchomić np. salon kosmetyczny, a pracowaliśmy wcześniej w sklepie odzieżowym – to posiadane umiejętności w zakresie kontaktu z klientem, obsługi kasy fiskalnej – przydadzą się również w salonie kosmetycznym i warto napisać o tym w swoim wniosku o dotację.

Nazwa i adres zakładu pracy	Okres zatrudnienia	Stanowisko / zakres obowiązków	Przyczyna rozwiązania stosunku pracy
Np. Zakład budowlany Jan Kowalski	Np. 1.02.2023 – 7.06.2023	Np. pracownik budowlany – gładzie, stolarka budowlana, zabudowa K-G	Np. porozumienie stron
Np. Firma budowlana ZEFIS Sp. z o.o.	Np. 1.06.2022 – 31.01.2023	Np. pomocnik budowlany	Np. wypowiedzenie ze strony pracodawcy

b) Doświadczenie zawodowe (nieudokumentowane)

W tym przypadku należy wyjaśnić, dlaczego nie możemy załączyć do wniosku dokumentów, które mogłyby potwierdzić ten fragment naszej historii zawodowej. **Oczywiście nie należy tu wspominać o pracy wykonywanej „na czarno”**. Mogliśmy jednak wykonywać pracę na potrzeby własne lub najbliższej rodziny np. remont generalny swojego mieszkania lub sesja fotograficzna dla kuzynki, która wychodzi za mąż jako forma prezentu ślubnego.

Mogą to też być prace wykonywane w ramach tzw. działalności nierejestrowanej. Należy jednak pamiętać, że w przypadku, gdy jest się osobą zarejestrowaną w Urzędzie Pracy, dochód z działalności nierejestrowanej nie może przekraczać 50% minimalnego wynagrodzenia. Tym samym w 2025 r., jeżeli było się osobą jednocześnie zarejestrowaną w PUP, to w ramach działalności nierejestrowanej można było uzyskać przychód w kwocie nie większej niż 2333,00 zł/miesiąc. W przypadku gdy wskazuje się działalność nierejestrowaną za okres, w którym nie posiadało się statusu osoby bezrobotnej, limit przychodu w 2025 r. wynosił 3 499,50 zł/miesiąc. W roku 2026 kwota ta zostaje podniesiona odpowiednio do 2.403,00 zł/miesiąc (w przypadku osób zarejestrowanych w PUP) oraz do 3 604,50 zł/miesiąc (w pozostałych przypadkach).

To czy doświadczenie uzyskane w ramach działalności nierejestrowanej zostanie uwzględnione podczas oceny wniosku o dofinansowanie z PUP zależy w dużym stopniu indywidualnego podejścia Komisji Oceny Wniosków. **Można też załączyć do wniosku zdjęcia wykonanych prac, które uprawdopodobnią naszą historię** lub ewidencję sprzedaży. Jeżeli deklarowana działalność nierejestrowana była prowadzona w roku poprzednim, można załączyć kopię zeznania podatkowego, gdyż dochód z działalności nierejestrowanej powinien zostać wskazany w zeznaniu podatkowym PIT-36.

c) Kursy, szkolenia, uprawnienia

Wszystkie kursy, szkolenia i uprawnienia przydatne z punktu widzenia planowanego profilu firmy. Wyszczególniamy tu kategorie posiadanego prawa jazdy, znajomość języków obcych, uprawnienia zawodowe, certyfikaty, umiejętności z zakresu obsługi konkretnych programów komputerowych itp.

d) Posiadane wykształcenie

Z zasady wskazujemy ostatnią ukończoną szkołę, chyba że wcześniejsze etapy edukacji mają istotny związek z planowaną działalnością np. planujemy otworzyć warsztat samochodowy, ukończyliśmy studia na kierunku socjologia, lecz wcześniej uczuliśmy się w technikum mechanicznym. W tym przypadku, podczas oceny wniosku technikum będzie ważniejsze od szkoły wyższej.

e) Posiadany kapitał

W tym wypadku należy podać kwotę oraz źródło pochodzenia np. 5.000,00 zł (z czego 3.000,00 zł to oszczędności własne, a 2.000,00 zł – pożyczka). Wskazana kwota powinna pokrywać się z wydatkami ze środków własnych przedstawionymi w planie wydatków inwestycyjnych, związanych z podjęciem działalności.

f) Zasoby materialne

Wyszczególniamy tu posiadane materiały, środki transportu, narzędzia i urządzenia, które będziemy wykorzystywać w ramach działalności. Opis powinien zawierać szacunkową wartość tych środków, np. samochód osobowy marki Opel Corsa (2015 r.) – 20 000,00 zł, narzędzia malarskie – 2 000,00 zł itp. Pamiętajmy, aby na liście posiadanych rzeczy nie wskazywać tego, co chcemy zakupić z dotacji. Jeżeli np. posiadamy już komputer, a chcemy zakupić komputer z dofinansowania, to wskazanie tego urządzenia w zestawie rzeczy posiadanych może w ocenie komisji podważać konieczność dokonania takiego zakupu ze środków dotacji. Można tu też wskazać rzeczy, którymi będziemy dysponować na podstawie umowy nieodpłatnego użyczenia np. samochód udostępniony osobie bezrobotnej przez jednego z rodziców.

g) Umowy wstępne, listy intencyjne, deklaracje współpracy itp.

Tego typu dokumenty mają istotny wpływ na ocenę wniosku o dotację. List intencyjny może mieć dość ogólne brzmienie i generalnie nie zobowiązuje stron do faktycznego podjęcia współpracy. Co prawda ciężko uzyskać tego typu dokumenty w przypadku, gdy jeszcze nie posiada się firmy. Warto zapytać o taką możliwość byłego pracodawcy lub znajomych, którzy prowadzą własną działalność. Dla Komisji Oceny Wniosków posiadanie takich listów intencyjnych jest wskazówką, że poczyniliśmy już miarodajne działania mające służyć pozyskaniu pierwszych klientów / kontrahentów.

Wzory listów intencyjnych na potrzeby dotacji z Urzędu Pracy:

- [List intencyjny od osoby prywatnej](#)
- [List intencyjny od przedsiębiorcy](#)

5. Przedstawienie oferty

Przedstawiając ofertę na potrzeby wniosku / biznesplanu do PUP, należy być jak najbardziej konkretnym. Ogólnikowe stwierdzenia w stylu: “moja firma będzie oferowała zróżnicowany zakres usług w konkurencyjnych cenach” – to stanowczo za mało, by liczyć na dobrą ocenę ze strony Urzędu Pracy. Przedstawiając ofertę należy wyszczególnić usługi i przedstawić zakres cen. Pracownicy PUP, którzy oceniają dany wniosek muszą się dowiedzieć nie tylko tego – czym będziesz handlował lub jakie usługi będziesz świadczyć, ale również – jak będzie się prezentował twój cennik i koszty zmienne (np. koszt zakupu towaru handlowego, koszt materiałów wykorzystywanych do produkcji itp.).

W przypadku działalności usługowej należy uwzględnić szacunkowy czas realizacji lub inny przelicznik umożliwiający określenie wykorzystywanych na potrzeby danego zlecenia zasobów ludzkich. W przypadku firmy jednoosobowej, chodzi tu o realny czas pracy właściciela firmy nad realizacją danej usługi. Taki opis można przedstawić w formie tabelarycznej. W przypadku działalności usługowej zwykle wystarczy ok. 10 pozycji. W przypadku działalności handlowej (jeżeli tylko pozwala na to asortyment) powinieneś uwzględnić co najmniej 20 – 30 produktów, które stanowią przekrój całego asortymentu. Poniżej dwa przykłady, prezentujące, jak taka oferta może zostać przedstawiona.

Przykładowy cennik firmy budowlanej

	A	B	C	D	E	F
Lp.	Rodzaj usługi	Cena	Zdolności realizacyjne w przeliczeniu na 1h	Koszty materiałów	Szacunkowy przychód w przeliczeniu na 1h (B x C)	Szacunkowe koszty w przeliczeniu na 1h (C x D)
1	Malowanie wnętrz farbami emulsyjnymi (dwukrotne)	14,00 zł/m ²	7m ²	2,00 zł/m ²	98,00 zł	28,00 zł
2	Montaż drzwi zewnętrznych	350,00 zł/szt.	0,25 szt.	40,00 zł (praca częściowo z powierzonego materiału)	87,50 zł	10,00 zł
3....	...					
Średnia					92,75 zł	19,00 zł

Przykładowy cennik dla sklepu internetowego

Lp.	Rodzaj towaru	Koszt zakupu	Cena sprzedaży	Koszt opakowania	Koszt wysyłki
1	Koszulka dziecięca XYZ	15,00 zł	25,00 zł	2,00 zł	12,00 zł
2	Spodnie męskie XYZ	75,00 zł	95,00 zł	2,00 zł	16,00 zł
3	Skarpety bawełniane XYZ	4,00 zł	9,00 zł	2,00 zł	9,00 zł
4					
Średnia		31,33 zł	43,00 zł	2,00 zł	12,33 zł

Tak wykonany cennik będzie podstawą do późniejszych wyliczeń w prognozowanym rachunku zysków i strat (więcej informacji na ten temat znajdziesz w dalszej części poradnika). W przypadku działalności produkcyjnej/usługowej, związanej z ponoszeniem dodatkowych kosztów energii elektrycznej, wody itp. – powinieneś przewidzieć dla nich dodatkową kolumnę w tabeli, chyba, że koszty zużywanych mediów są śladowe.

Umieszczony powyżej cennik firmy budowlanej, zakłada, że prace są prowadzone w miejscu wskazanym przez klienta, a więc to on ponosi koszty energii elektrycznej, wody itp. **Część biznes planu do PUP, w której prezentowana jest oferta może operować wartościami uśrednionymi.** W przypadku usług budowlanych np. w zakresie kafelkowania – ostateczna cena zależy również od ogólnej kubatury i kształtu pomieszczenia. Nie ma jednak potrzeby, aby rozbijać samo kafelkowanie na kilka pozycji (chyba, że firma zajmuje się tylko kafelkowaniem).

W zakresie wysyłki towaru przy sprzedaży dokonywanej w sklepie internetowym, cena wysyłki powinna być dopasowana do wielkości/wagi przedmiotu. W przypadku podobnych produktów, możemy jednak spokojnie posługiwać się jedną stawką. Do tak przedstawionego cennika warto dodać kilka zdań, które wytłumaczą, dlaczego zdecydowaliśmy się zbudować swoją ofertę w taki, a nie inny sposób.

Przykład dodatkowych wyjaśnień dla asortymentu w sklepie z odzieżą dziecięcą:

Wyróżniać się będę głównie jakością produktów (atesty, naturalne materiały) oraz ciekawym wzornictwem. Obecnie w modzie dla najmłodszych dominują typowe barwy ziemi: słoneczna żółć, intensywna oraz zgaszona zieleń, pomarańcz, brąz. Pojawiają się również ubrania w odcieniach nieba, bieli oraz kremowego koralu. Dominujące materiały to bawełna, zamsz, len oraz dzianina szydełkowana, a w okresie jesienno-zimowym: jeans. Będę kierowała się tymi kryteriami dobierając asortyment. Przeważać będą ubrania monomateriałowe, ponadto elementy odzieży będą dostarczane z zapasowymi guzikami i łatkami naprawczymi. W mojej ofercie pojawi się również bardzo modna obecnie odzież „kidult” – czyli dorosłe ubrania w dziecięcych rozmiarach. Klient będzie mógł liczyć na bezpłatne doradztwo, co zostanie wyeksponowane w przekazie marketingowym. W przypadku tego typu zapytań – będę przedstawiała gotowe rozwiązania w co ubrać dane dziecko. W oparciu o posiadany asortyment stworzę również dopasowane do siebie kolekcje.

6. Opis rynku i branży

Część wniosku dotycząca rynku i branży to jeden z najważniejszych elementów biznes planu, a jego rzetelne wykonanie często przysparza pewnych trudność. Należy pamiętać, że właściwie przygotowana charakterystyka rynku i branży, powinna się opierać się na wiarygodnych źródłach zewnętrznych. Własne obserwacje mogą pojawić się w takim opisie pod warunkiem, że mieliśmy okazję przez dłuższy okres obserwować działanie podobnej firmy np. pracując w podobnym przedsiębiorstwie lub na pokrewnym stanowisku.

Podstawą opisu powinny być tutaj dane statystyczne, publikacje ekspertów, oficjalne raporty itp. Rzecz jasna – każda branża jest inna i może wymagać nieco innego podejścia. Im bardziej specjalistyczna działalność, tym trudniej znaleźć użyteczne dane. W takim przypadku pozostaje zdroworozsądkowe podejście, łączenie danych pośrednich i dedukcja.

Dobrymi źródłami informacji, które mogą stanowić punkt wyjścia dla tej części biznes planu są informacje publikowane przez [GUS](#) oraz [CEIDG](#).

Opis rynku i branży na przykładzie działalności salonu kosmetycznego:

a) Informacja o rynku, wyrażona liczbą potencjalnych klientów dla przyjętego obszaru działania

W przypadku małych miast i wsi – jako obszar działania salonu kosmetycznego można przyjąć obszar całej miejscowości. W przypadku dużych miast – będzie to raczej jego fragment, np. określone dzielnice, zlokalizowane w promieniu kilku kilometrów od przewidywanej lokalizacji. Oczywiście może się zdarzyć, że klientem okaże się osoba z poza tego obszaru. Na potrzeby biznes planu skupiamy się jednak na sytuacji, którą można uznać za najbardziej typową. Jeżeli w ofercie salonu nie pojawiają się unikalne usługi i nie posiada się wyjątkowej renomy (a otwierając biznes na renomę dopiero trzeba sobie zapracować), to dany salon kosmetyczny odwiedzać będą przede wszystkim osoby z okolicy. Opisując rynek zbytu dla takiego salonu, można określić szacunkową liczbą potencjalnych klientów.

Przykład:

Przyjmijmy, że obszarem działania dla naszego salonu kosmetycznego jest jedna z dzielnic Warszawy: Mokotów. Liczba mieszkańców tej dzielnicy to obecnie 225 tys. osób. Z uwagi na to, że oferta salonu skierowana jest głównie do kobiet – określamy ich liczbę. Biorąc pod uwagę dane demograficzne, kobiety stanowią obecnie 53,8% populacji.

$225 \text{ tys. mieszkańców dzielnicy} \times 53,8\% = 121 \text{ tys. kobiet mających swoje miejsce zamieszkania w dzielnicy}$

Z tej grupy możemy wykluczyć osoby bardzo młode, które z oferty salonu raczej nie będą korzystały, np. osoby w wieku do 14 roku życia. Biorąc pod uwagę piramidę wieku, 14,5% populacji to osoby w wieku do 14 roku życia. Tym samym kryterium wieku spełnia 85,5% określonej wcześniej grupy.

Podsumowując, wielkość rynku wyrażona liczbą potencjalnych klientów dla salonu

kosmetycznego znajdującego się w dzielnicy Mokotów wynosi: $121 \text{ tys.} \times 85,5\% = 103 \text{ tys. osób.}$

Źródła informacji:

- Liczba mieszkańców dzielnicy Mokotów: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Mokot%C3%B3w>
- Odsetek kobiet w populacji: <https://www.polskawliczbach.pl/Warszawa>
- Piramida populacyjna: https://warszawa.stat.gov.pl/vademecum/vademecum_mazowieckie/portrety_miast/miasto_warszawa.pdf

b) Informacja o rynku wyrażona średnią liczbą potencjalnych klientów przypadająca na jedną tego typu firmę

W pierwszej kolejności określamy liczbę firm konkurencyjnych działających na interesującym nas obszarze. W przypadku salonu kosmetycznego możemy to zrobić w oparciu o Centralną Ewidencję i Informację o Działalności Gospodarczej. Znajdująca się na stronie [wyszukiwarka firm](#), pozwala określić liczbę podmiotów w oparciu o takie parametry jak miejscowość, gmina, PKD itp. W omawianym przypadku salonu kosmetycznego znajdującego się w dzielnicy Mokotów, wskazujemy gminę: Mokotów oraz PKD odpowiednie dla salonu kosmetycznego. Od 2025 roku działalności salonów kosmetycznych odpowiada PKD 96.22.Z, jednak większość istniejących salonów posiada jeszcze stary kod PKD (96.02.Z), gdyż termin obowiązkowej aktualizacji będzie miał miejsce dopiero końcem 2026 roku. Tym samym, aby rzetelnie przedstawić sprawę, trzeba uwzględnić obydwa kody. Co prawda na liście wyświetla się jedynie 100 pierwszych pozycji, lecz w prawym dolnym rogu wyświetla się informacja o sumie wszystkich rekordów dla danego zapytania. Przykład poniżej:

gov.pl Baza przedsiębiorców Centrum pomocy

SZCZEGÓŁY

Firma przedsiębiorcy [BIZARRE DANIEL KASKA spółnik spółki cywilnej](#)
 Przedsiębiorca [DANIEL KASKA](#)
 NIP 5311449064
 REGON 016112695
[Informacje o wpisie](#)

SZCZEGÓŁY

Firma przedsiębiorcy [BM SERVICE Monika Bieniek](#)
 Przedsiębiorca [Monika Bieniek](#)
 NIP 7961816433
 REGON 672768485
[Informacje o wpisie](#)

SZCZEGÓŁY

Znaleziono: 536

Wyświetlono pierwszych 90 pozycji spełniających podane warunki. Prosimy o podanie bardziej precyzyjnych kryteriów wyszukiwania.

gov.pl / Ceidg.gov.pl

• [Informacje](#)
 • [Usługi online](#)
 • [Konto przedsiębiorcy](#)

• [Centrum pomocy](#)
 • [Uwagi prawne](#)
 • [Polityka prywatności](#)

• [O nas](#)
 • [Deklaracja dostępności](#)

• [Serwis Ministerstwa](#)
 • [Serwis dla Obywateli](#)
 • [Portal UE](#)

Jak widać, na terenie dzielnicy Mokotów istnieje 536 firm, które wskazały PKD 96.02.Z oraz 44 firmy z kodem 96.22.Z. Trzeba jednak wziąć pod uwagę, że PKD wg starej klasyfikacji (96.02.Z), odpowiadał zarówno salonowi kosmetycznemu jak i fryzjerstwu. Przyjmując uproszczenie polegające na założeniu, że stosunek liczby zakładów fryzjerskich i salonów kosmetycznych jest podobny – liczbę salonów możemy obliczyć w sposób następujący:

$$(536 \times 50\%) + 44 = 312$$

Należy jednak wziąć poprawkę na to, że nie każda firma, która wskazała dany PKD podczas rejestracji – faktycznie wykonuje taką działalność. Wskazywanie dodatkowych kodów PKD “na przyszłość” – to częsta praktyka. Wystarczy jednak przejrzeć 10-20 wpisów z listy, by sprawdzić jak często dany PKD pojawia się jako główny profil firmy. Dla interesującego nas przypadku jest to ok. 60%. Tym samym ostateczna liczba firm konkurencyjnych wyniesie: $312 \times 60\% = 187$.

Teraz wskazaną wcześniej liczbę potencjalnych klientów, dzielimy przez liczbę firm konkurencyjnych działających na danym obszarze.

$103 \text{ tys. potencjalnych klientów} / 187 \text{ salonów kosmetycznych} = 551 \text{ potencjalnych klientów}$ przypadających w 2025 roku na jeden salon kosmetyczny w dzielnicy Mokotów

No dobrze. Ale czy taka liczba firm konkurencyjnych to dużo, czy mało? Aby to określić, należało by ją zestawić np. ze średnią liczbą potencjalnych klientów przypadających na salon kosmetyczny w perspektywie całego kraju. Powtarzamy więc badanie przy zmiennych dla całej Polski. Jeżeli liczba potencjalnych klientów na obszarze dzielnicy okaże się wyższa, niż średnia liczba potencjalnych klientów przypadająca na statystyczny salon kosmetyczny w perspektywie całego kraju – jest to już wiarygodna przesłanka by twierdzić, że sytuacja na lokalnym runku jest korzystna. Oczywiście duże znaczenie będą mieć też dodatkowe czynniki takie jak np. siła nabywcza mieszkańców wskazanego obszaru, średni wiek oraz nawyki/trendy. Inna siła nabywcza jest w Warszawie, a inna – w niewielkim mieście powiatowym na wschodzie kraju.

Obecnie wartościowym i miarodajnym źródłem informacji o liczbie firm działających na danym obszarze są również mapy Google i w skali mikro często mogą być one bardziej użytecznym rozwiązaniem, niż dane CEIDG. Google czerpie informacje z własnych centrów danych lokalnych, różnorodnych internetowych katalogów, spisu KRS, CEIDG, punktów POI z systemów nawigacyjnych, portali społecznościowych itp. Tym samym obecnie dane zawarte na Mapach Google są wystarczająco precyzyjne do tego typu analiz.

c) Odsetek zamykanych firm w stosunku do ogółu wszystkich firm o podobnym profilu

W tym przypadku możemy ponownie skorzystać z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej. Powtarzamy wyszukiwanie dla dzielnicy Mokotów z PKD właściwym dla salonu kosmetycznego. W pierwszej kolejności w wynikach wyszukiwania uwzględniamy ogólną liczbę firm (a więc podmioty istniejące i wykreślone). Następnie uzyskany wynik porównujemy z określoną wcześniej liczbą aktualnie istniejących firm. Pozwala to obliczyć odsetek zamykanych firm w stosunku do wszystkich istniejących firm w przedziale czasu, dla którego CEIDG działa w formie cyfrowej (od 2011 roku do dnia dzisiejszego).

Okazuje się, że odsetek zlikwidowanych salonów kosmetycznych w dzielnicy Mokotów dla okresu 2011 r. – 2025 r. wynosi 52%. Dużo? Niekoniecznie. Należy pamiętać, że informacja ta dotyczy

stosunkowo długiego przedziału czasu (14 lat). Aby właściwie ocenić te dane, kluczowe będzie porównanie względem ogółu wszystkich zamykanych firm z pominięciem profilu działalności. Wykonujemy ponowne obliczenia, tym razem z pominięciem PKD (wskazując jedynie tożsamy obszar – w tym przypadku dzielnicę Mokotów). Okazuje się, że odsetek firm likwidowanych wynosi 47%. Tym samym (biorąc pod uwagę czystą statystykę) – szanse przetrwania salonu komatycznego zlokalizowanego w tej dzielnicy Mokotów są nieco poniżej średniej.

Tym samym, salon kosmetyczny otwierany w dzielnicy Mokotów ma o ok. 5% wyższe niż ryzyko likwidacji innych firm działających na tym samym obszarze.

Oczywiście tego typu informacje należy rozpatrywać w szerszym kontekście. Proszę zwrócić uwagę, że średnia statystyczna liczba nóg dla zbioru obejmującego człowieka i wyprowadzanego przez niego psa – wynosi 3. Faktycznie żadne z nich nie ma 3 nóg. Uzyskana w opisany wyżej sposób informacja o zwiększonym lub zmniejszonym ryzyku likwidacji nie odnosi się do żadnej konkretnej działalności. To jedynie statystyka dla dużego zbioru.

d) Trendy w branży

W tej części możemy odwołać się do tematycznych artykułów w branżowych czasopismach i serwisach oraz danych publikowanych przez firmy analityczne, takie jak np. przez PMR, PwC. Wartościowym źródłem informacji mogą być również dane statystyczne Google związane z liczbą wyszukiwań dla określonych tematów lub słów kluczowych, które można agregować z Google Trends lub z Google Ads (dane dużo bardziej szczegółowe, wskazujące nie tylko ogólny trend, ale konkretną wartość dla wybranego okresu).

Przykład:

Rynek usług kosmetycznych w Polsce cechuje się tendencją wzrostową. Wpływa na to po części zmiana form spędzania czasu wolnego, gdzie wizyta w salonie staje się również swego rodzaju formą rekreacji, jak i zmiana sposobu myślenia o własnym wizerunku. Zdrowy styl życia i zadbane wygląd stał się po prostu modny. Ludzie w dzisiejszych czasach, chcą dbać o siebie, chcą być młodzi i piękni. Polki i Polacy pod tym względem upodabniają się do mieszkańców krajów Europy Zachodniej.

Warto nadmienić, że na branżę kosmetyczną w niewielkim stopniu oddziałuje kryzys gospodarczy. Konsumenci nie rezygnują całkowicie z dóbr luksusowych, lecz zamieniają je na tańsze. Kobiety zamiast luksusowych wakacji, czy drogich ubrań – wybierają drobną przyjemność np. w postaci zabiegu kosmetycznego.

Wahania popytu na usługi kosmetyczne nie przekraczają 50%. Wzrost notuje się w miesiącach letnich (większe zapotrzebowanie na usługi z zakresu manicure i pedicure) oraz w miesiącach, w których najczęściej brane są śluby, a więc: marzec, czerwiec, sierpień, wrzesień, październik. Poniżej przedstawiam wykres danych statystycznych Google, ukazujący zmianę liczby wyszukiwań dla hasła „salon kosmetyczny” na przestrzeni 4 lat. Jak widać popyt utrzymuje się na zrównoważonym poziomie, a najwięcej wyszukiwań pojawia się w miesiącach letnich.

Średnia liczba wyszukiwań dokonywanych z obszaru Warszawy dla słów kluczowych: „salon kosmetyczny” wynosi 3,6 tys./miesiąc (4). Można przyjąć, że liczba ta odzwierciedla popyt ze

strony osób, które nie są przywiązane do określonego salonu kosmetycznego, a więc jest to pula potencjalnych klientów, o których można „zawalczyć” w pierwszej kolejności.

Biorąc pod uwagę raport platformy Booksy, w salonach kosmetycznych największą popularnością cieszy się depilacja woskiem, depilacja laserowa oraz zabiegi na twarz. W kategorii „Brwi i rzęsy” prym wiedzie przedłużanie i zagęszczanie, regulacja brwi oraz henna. Najpopularniejszymi zabiegami w zakresie paznokci pozostaje manicure i pedicure hybrydowy. Najczęściej wykonywanym zabiegiem medycyny estetycznej w Polsce jest wypełnianie ust, botoks i zabiegi mezoterapii. Dużym zainteresowaniem cieszą się też lipoliza i endermologia.



Źródła informacji:

- http://www.gabi.net.pl/pub/dokumenty/rynek_uslug_kosmetycznych.pdf
- <https://aestheticcosmetology.com/wp-content/uploads/2021/10/ACM-2021-05-vE-Kryczka.pdf>
- <https://trends.google.pl>
- <https://ads.google.com/aw/keywordplanner/>
- <https://booksy.com/blog/pl/raport-booksy-ile-wydaja-klientki/>

e) Wartość rynku i siły nabywczej oraz perspektywy na przyszłość

Ta część obejmuje przede wszystkim dane makroekonomiczne mające istotny wpływ na opisywaną branżę.

Przykład:

Biorąc pod uwagę raport platformy Booksy, typowa mieszkanka Warszawy podczas odwiedzin w salonie kosmetycznym wydaje 164,00 zł (dane za 2023 r.). Jednocześnie średnia częstotliwość odwiedzin salonu kosmetycznego wynosi 0,76. W wyliczeniach średniej została wzięta pod uwagę grupa kobiet, która nie korzysta z oferty salonów kosmetycznych (blisko 40%). Biorąc pod uwagę populację kobiet mających miejsce zamieszkania w dzielnicy, pozwala to określić wartość lokalnego rynku usług kosmetycznych:

$103 \text{ tys. kobiet powyżej 14 roku życia} \times 0,76 \text{ zabiegu} \times 164,00 \text{ zł} \times 12 \text{ miesięcy} \times 60\% = 92\,433\,024,00 \text{ zł}$

Biorąc pod uwagę określoną liczbę salonów kosmetycznych działających w interesującej nas

dzielnicy, średnie roczne obroty, przypadające na jedną tego typu firmę wynoszą:

92 433 024,00 zł / 187 salonów kosmetycznych = 494 294,25 zł

Stały wzrost wynagrodzeń sprawia, że usługi kosmetyczne, znajdują się w zasięgu finansowym coraz większej liczby osób. Wynagrodzenie brutto w sektorze przedsiębiorstw w kwietniu 2024 r. wyniosło: 10044,91 zł (3). Tym samym dynamika wzrostu przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku wyniosła +16% (8631,32 zł dla kwietnia 2023 r.) Tym samym wzrost wynagrodzeń w Warszawie przewyższa inflację (4) o 11,9% – co stanowi o realnym dużym wzroście siły nabywczej i wpływa korzystnie na branżę kosmetyczną w Warszawie.

Biorąc pod uwagę dane raportu RAPORT McKinsey & Company, w najbliższych latach branża kosmetyczna będzie ewaluowała wokół rozszerzającej się gamy usług. Zmianę stymulują młodsze pokolenia, dla których zmieniają się nie tylko definicje piękna, ale również pojmowanie zrównoważonego rozwoju, roli influencerów i liderów opinii oraz ogólne znaczenie dbania o siebie. Rynek usług kosmetyczny prawdopodobnie będzie kierował się w stronę ofert premium. Szacuje się, że ten segment rynku w nadchodzących latach będzie rósł w tempie 8 proc. rocznie.

Źródła informacji:

- <https://jakdorobic.pl/raport-booksy-branża-beauty/>
- <https://stanislawska.pl/potrzeby-i-oczekiwania-klientow-wzgleciem-salonow-beauty/>
- <https://warszawa.stat.gov.pl/warszawa/>
- <https://nbp.pl/inflacja-bazowa-w-kwietniu-2024-r/>
- <https://www.mckinsey.com/pl/our-insights>

f) Specyfika branży

Opis charakterystycznych cech branży, w której przedsiębiorstwo podejmuje działalność. Opis może uwzględniać standardy związane z jakością obsługi klienta, typową dla danego sektora logistykę oraz wskazywać ewentualne wąskie gardła i stopień uzależnienia od podwykonawców.

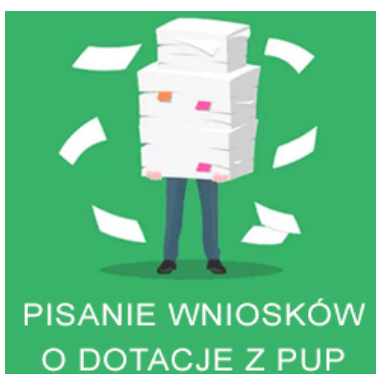
Przykład:

Obecnie widzimy wzrost popularności kuponów podarunkowych do salonów kosmetycznych, co zamierzam wykorzystać w ramach planowanych działań reklamowych. Usługi pakietowe stanowią dla salonu ważne źródło przychodu. Koszt takich pakietów waha się w granicach 500 – 1000 zł i jest jednocześnie jedną z popularniejszych usług wybieranych przez klientów. Zamierzam więc wprowadzić takie pakiety do swojej oferty. Klienci coraz częściej zgłaszają zapotrzebowanie na depilację z wykorzystaniem promieni IPL, która rzecz jasna znajdzie się w bogatym zestawie usług oferowanych przez moje przedsiębiorstwo. Aby nie ponosić kosztu zakupu drogiej maszyny, wprowadzę zapisy na usługę i będę wypożyczała na jeden dzień odpowiedni sprzęt by obsłużyć wszystkich zainteresowanych. Takie rozwiązanie jest stosowane z powodzeniem w wielu salonach. Dla mnie stanowi optymalną opcję, z uwagi na to, że koszt zakupu lasera jest duży i przekracza kwotę dotacji udzielanej przez PUP. O inwestycji w tego typu wyposażenie pomyślę dopiero wtedy, gdy sytuacja finansowa mojej firmy stanie się na tyle stabilna, bym mogła podjąć długookresowe zobowiązania związane z zakupem ratalnym lub leasingiem tego typu sprzętu.

Na zakończenie pragnę podkreślić, że nie ma jednego sposobu wykonania tej części biznes planu. To, jakie informacje będą dla nas użyteczne, zależy od tego jaką firmę chcemy uruchomić. W przypadku bardziej branż niszowych (np. działalność administracyjna, tuningowanie samochodów, usługi intrologatorskie) odnalezienie wartościowych źródeł informacji bywa dość trudne i wymaga uważnego łączenia wielu różnych zbiorów danych, i wyciągania wniosków pośrednich.

W wielu przypadkach, gdy mamy do czynienia z dość ogólnym nr PKD, który definiuje na tyle szeroki zakres podmiotów, że analiza wykonywana na podstawie samego PKD nie ma większego sensu. W takich przypadkach trzeba szukać innych rozwiązań. Generalnie im PKD bardziej ogólne, tym mniejszą ma on użyteczność dla analizy rynku.

POTRZEBUJESZ POMOCY W UZYSKANIU DOTACJI z PUP?



760

wykonanych wniosków



21 mln

pozyskanych grantów



97%

skuteczność



17 lat

doświadczenia

<https://biznesplany24.pl/oferta/>

7. Opis konkurencji

Aby wniosek i biznes plan o dotację był rzetelny – konieczny jest opis wiarygodny konkurencji. Ta część składa się zwykle z dwóch elementów:

a) Informacja na temat ogólnej liczby i specyfiki firm, które mogą stanowić dla nas konkurencję

W przypadku biznes planu dla małej firmy remontowo-budowlanej ta część może wyglądać następująco:

Na terenie województwa pomorskiego wg danych CEIDG(1) z dnia 28.10.2025, działała obecnie 21 tys. firm budowlanych. Biorąc pod uwagę charakter świadczonych usług – ich dokładna lokalizacja nie ma większego znaczenia, gdyż prace realizowane są mobilnie, w miejscu wskazanym przez klienta, a osoba decydująca się na wybór takiej firmy nie sugeruje się zwykle jej odległością, a raczej cennikiem, dostępnością i jakością świadczonych usług. Można więc przyjąć, że wszystkie firmy z obszaru województwa mogą stanowić dla mnie potencjalną konkurencję. Są to przedsiębiorstwa bardzo zróżnicowane, zarówno pod względem specjalizacji, liczby zatrudnionych pracowników jak i posiadanych zasobów. Biorąc pod uwagę liczbę firm budowlanych w województwie i ogólną wartość rynku szacowaną na ok. 29 mld PLN(2) – średnie roczne obroty przypadające na 1 tego typu firmę wynoszą tu 1,38 mln zł. Jak więc widać – mimo ilości firm konkurencyjnych, rynek zbytu na usługi remontowo-budowlane jest wciąż duży.

Źródła informacji:

1 - <https://aplikacja.ceidg.gov.pl/CEIDG/CEIDG.Public.UI/Search.aspx>

2 - <https://inzynierbudownictwa.pl/pomorze-i-mazowsze-z-najwieksza-wartoscia-planowanych-projektow-budowlanych/>

b) Szczegółowy opis kilku wybranych firm konkurencyjnych

Szczegółowy opis powinien obejmować co najmniej 3 firmy konkurencyjne. Do opisu powinniśmy wybrać te przedsiębiorstwa, które z uwagi na swoją lokalizację / ofertę / klienta docelowego – stanowią dla nas największe zagrożenie. Charakterystykę konkurencji można przedstawić w formie tabelarycznej. Poniżej przedstawiam przykładowy opis konkurencji dla firmy związanej z branżą fryzjerską:

Nazwa firmy	████████████████████ przedłużanie i Zagęszczanie Włosów
Adres	██████████, 44-196 Knurów
Data powstania	2021 r.
Opis	Firma oferuje szeroki zakres usług fryzjerskich, w tym koloryzację, strzyżenie dla kobiet, mężczyzn i dzieci, przedłużanie i zagęszczanie włosów, keratynowe prostowanie, botoks na włosy oraz kompleksową pielęgnację. Salon jest dostosowany do potrzeb osób z niepełnosprawnościami (łatwy dostęp dla wózków). Ceny zabiegów na własny wyższe od tych do tych jakie zamierzam oferować w ramach mojej działalności (ok. 550,00 zł za keratynowe prostowanie). Firma zlokalizowana w odległości ok. 100m od planowanej przeze mnie siedziby firmy. Gabinet mieści się na parterze i dysponuje dwoma stanowiskami fryzjerskimi. Godziny otwarcia: pon. – pt. (8:00 – 18:00), sob. (8:00 – 14:00) Biorąc pod uwagę dane Google Places, firma uzyskała ocenę 5/5 – średnia z 374 recenzji), co wskazuje na bardzo dobrą jakość świadczonych usług. Wykorzystywane środki reklamy to szyld na siedzibie firmy, aktywność w obrębie serwisów Facebook i Instagram. Ponadto salon posiada swój profil w serwisie Booksy, Google Maps oraz Fresha

Skąd brać informacje do opisu konkurencji?

Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej – pozwala uzyskać informacje o dacie uruchomienia firmy oraz o tym, czy dany podmiot był w przeszłości zawieszany. Jeżeli tak, to prawdopodobnie nie zatrudnia pracowników, a właściciel prowadzi ją w pełni samodzielnie, gdyż w przypadku etatów, zawieszenie działalności nie jest możliwe. CEIDG pozwala też określić zakres działalności w oparciu o zgłoszone kody PKD.

Osobista wizyta w siedzibie firmy konkurencyjnej, rozmowa z właścicielem lub pracownikami. Dzięki takiemu kontaktowi możemy uzyskać szczegółowe informacje o aktualnym cenniku, dostępnych miejscach parkingowych, reklamy zewnętrznej, stanu technicznego lokalu, szacunkowej liczbie pracowników i posiadanym wyposażeniu. Jeżeli z jakiś powodów osobista wizyta jest niemożliwa, możemy po prostu zadzwonić i uzyskać potrzebne informacje podając się za potencjalnego klienta.

Opis na stronie internetowej, Facebooku, katalogach typu PanoramaFirm.pl. W dzisiejszych czasach większość przedsiębiorstw w jakimś stopniu stara się wykorzystywać Internet w celach reklamowych. Często można znaleźć zdjęcia, informacje o ofercie, specjalizacji, dotychczasowych realizacjach, cenach etc. Taka treść może być cennym źródłem informacji dla przygotowywanego przez nas biznesplanu.

Recenzje klientów w ramach usługi Google Places lub w systemie recenzji Facebook. Opinia klientów może być miarodajnym wyznacznikiem jakości danego przedsiębiorstwa. Prócz ogólnej oceny warto zgłębić treść poszczególnych komentarzy. Tym sposobem możemy uzyskać wiedzę, którą ciężko zdobyć,

nawet jeżeli osobiście odwiedzimy daną firmę. Np. może się okazać, że dana restauracja ma dobre jedzenie i ceny, ale np. w okresie zimowym lokal jest niedograny, co znacznie przeszkadza klientom i może wskazywać, że dana działalność chyli się ku upadkowi. Rzecz jasna czytając tego typu recenzje należy zachować pewną ostrożność. Niektóre negatywne oceny mogą nie być wiarygodne, podobnie jak oceny pozytywne (zdarza się, że przedsiębiorcy zakładają kilkanaście fałszywych kont celem “podbicia” oceny lub zlecają zadanie manipulowania komentarzami firmie zewnętrznej).

Sprawozdania finansowe – dotyczy tych podmiotów, które prowadzą pełne księgi rachunkowe. Zwykle decyduje o tym status prawny (np. Sp. z o.o.) lub wielkość osiąganych obrotów. Sprawozdanie finansowe zawiera cenne informacje, np. stany aktywów i pasywów na dzień kończący bieżący i poprzedni rok obrotowy oraz rachunek zysków i strat. Oczywiście danych tych nie powinno się przyjmować bezkrytycznie, gdyż stosunkowo często ma miejsce zjawisko optymalizacji podatkowej, która może zakłócać ogólny obraz jaki wyłania się ze takiego sprawozdania (np. zysk z działalności trafia to właścicieli jako koszt najmu osobistego majątku należącego do członków zarządu).

Biorąc pod uwagę firmy, które są otwierane w oparciu o dotacje z Urzędu Pracy, niemal zawsze mamy do czynienia z jakąś konkurencją. Jeżeli jej nie widzisz, to prawdopodobnie źle szukasz. Wyjątkiem są wyłącznie najbardziej innowacyjne / niepowtarzalne projekty. Ale nawet w takim przypadku, gdy chcesz wprowadzić na rynek zupełnie nowy, niepowtarzalny produkt, należy się zastanowić nad ewentualnym substytutem takiego produktu. Dla przykładu – firma, która jako pierwsza wprowadziła na rynek hulajnogi elektryczne i tak miała konkurencję w postaci producentów rowerów i innych urządzeń o podobnej funkcjonalności, gdyż zarówno hulajnoga elektryczna jak i klasyczny rower – stanowią w gruncie rzeczy odpowiedź na bardzo podobne potrzeby (tani, ogólnodostępny środek transportu osobistego)

8. Wykonanie planu marketingowego



Skrojony na miarę plan marketingowy stanowi klucz do efektywnej sprzedaży i fundament rentownej działalności. Umieszczenie tablicy informacyjnej na siedzibie firmy, wydruk kilku wizytówek i założenie FanPage to w dzisiejszych czasach zwykle za mało, by skutecznie dotrzeć do klienta. No chyba, że oferuje się absolutnie unikalny zakres usług / produktów i zasadniczo nie posiada się żadnej konkurencji. Ale jest to niezwykle rzadki przypadek, biorąc pod uwagę, że niemal każdy produkt możemy kupić przez Internet a dowolnego wykonawcę znaleźć na Mapach Google.

W przypadku wniosku i biznes planu wykonanego na potrzeby dofinansowania PUP – opis strategii reklamowej w sposób znaczący wpływa na ocenę Komisji Oceny Wniosków. Warto więc poświęcić więcej czasu, by dobrze przemyśleć sprawę i w sposób możliwie wyczerpujący odnieść się do kwestii związanych z reklamą.

Przede wszystkim plan marketingowy powinien być dostosowany do profilu firmy. Inaczej będzie się reklamował salon fryzjerski, inaczej gabinet dietetyczny, a jeszcze inne środki reklamy będzie wykorzystywał sklep internetowy. Planując reklamę trzeba się więc zastanowić kim jest potencjalny klient i jaki środkami najlepiej do niego dotrzeć, by było to możliwie tanie i efektywne.

Przykładowe strategie w planie marketingowym:

- a) Jeżeli prowadzimy **mały sklep spożywczy** i klient stawia na tanią obsługę, to podejmowane działania reklamowe mogą się skupiać systemie rabatowym dla stałych klientów, dystrybucji gazetki z informacjami o promocjach w rejonie najbliższej dzielnicy, oraz na takiej ekspozycji w obrębie witryny sklepu, która będzie wyszczególniała najbardziej atrakcyjne cenowo produkty w danym tygodniu. Wykorzystanie atrakcyjnych zapachów (np. świeżego pieczywa) również może przynieść dobre efekty. Elementem strategii reklamowej mogą być również długie godziny otwarcia, co może zostać podkreślone na widocznym z daleka, podświetlanym szyldzie.
- b) Jeżeli świadczymy specjalistyczne **usługi np. z zakresu obsługi kadr i płac**, przekaz reklamowy może się skupiać na kampanii Google Ads, ogłoszeniach w obrębie takich serwisów jak Oferia.pl i Biznesoferty.pl oraz kampanii mailingowej przeprowadzonej do wyselekcjonowanej grupy odbiorców (np. subskrybentów jakiegoś znanego portalu związanego z biznesem i zarządzaniem). Z uwagi na to, że są to usługi z kategorii B2B – przekaz reklamowy może podkreślać posiadane kwalifikacje, elastyczny sposób rozliczeń oraz udogodnienia techniczne związane np. z elektronicznym obiegiem dokumentów.
- c) **W przypadku kawiarni** – dla klientów liczy się przede wszystkim szeroki wybór dobrej kawy oraz przytulna atmosfera. Dla freelancerów dodatkowym atutem może być obecność szerokopasmowego WI-FI. Plan marketingowy kawiarni może więc zawierać konkretne pomysły związane z wystrojem wnętrza, chwytliwą i dobrze zapadającą w pamięć nazwę oraz takie detale jak np. wystawianie przed wejściem potykacza reklamowego, informującego o ewentualnych zniżkach dla wybranych grup klientów (np. tania kawa dla seniora w godzinach przedpołudniowych). Przydatna będzie też aktywność w obrębie mediów społecznościowych, gdzie uśmiechnięty personel może umieszczać apetyczne zdjęcia dostępnych w danym dniu deserów. Pewnym standardem stała się też obecność na Mapach Google i zachęcanie klientów do umieszczania tam recenzji / ocen lokalu np. w zamian za darmowe ciastko lub 5% rabat.

W przypadku niektórych rodzajów działalności (np. **sklep internetowy**) plan marketingowy stanowi podstawę sprzedaży i często wymaga znacznych nakładów finansowych, które umożliwią przeprowadzenie kompleksowej kampanii (np. Google Ads, marketing szeptany, SEO, Facebook for business, porównywarki cenowe, wyróżnienie ofert na Allegro itp.). Opis działań reklamowych dla e-sklepu zwykle skupia się na opisie metod wykorzystywanych do pozyskania możliwie dużego i wartościowego ruchu, przy możliwie jak najniższych wydatkach.

Przyjmuje się, iż 0,5%-10% osób odwiedzających stronę sklepu internetowego, zdecyduje się na dokonanie transakcji. Jest to tzw. współczynnik konwersji, który zależy zarówno od tego czym handlujemy, jak i metod stosowanych do pozyskania użytkowników na stronie naszego sklepu.

Jeżeli np. sprzedajemy kosmetyki, możemy liczyć na 6,84% konwersję, o ile głównym źródłem pozyskania ruchu na naszej stronie są blogi tematyczne, fora internetowe i artykuły sponsorowane w branżowych serwisach.

Jeżeli sprzedajemy elektronikę, a głównym sposobem pozyskania klienta jest pozycjonowanie w wynikach wyszukiwania Google, możemy liczyć na 1,15% konwersję. Recz jasna – sklepy o rozpoznawalnej marce, intuicyjnej nawigacji i niskich cenach – zawsze będą osiągały wyższą konwersję w porównaniu do niewielkich, nowo powstałych e-sklepów o wątpliwej reputacji, przeciętnych cenach i skomplikowanym procesie dokonywania zakupów. Nie ma jednak narzędzia, które pozwoliłoby nam w sposób precyzyjny określić jaki będzie współczynnik konwersji przed faktycznym uruchomieniem sklepu.

W tej sytuacji musimy opierać się na własnym doświadczeniu, prognozach dostępnych po zalogowaniu w systemie Google Ads oraz informacji ze specjalistycznych artykułów. Ilustracja poniżej przedstawia typową konwersję dla najbardziej popularnych branż. Na niebiesko zastała zaznaczona konwersja w sklepach o wysokiej renomie. W wierszu poniżej – średnia konwersja dla ogółu sklepów w danej branży.

Top 25%	7.24 %	5.24 %	3.59 %	3.52 %	3.44 %	3.39 %	3.27 %	2.42 %	1.19 %
Median	3.58 %	3.08 %	2.43 %	2.14 %	1.81 %	1.85 %	1.96 %	1.27 %	0.68 %
	Food & Drink	Health & Beauty	Toys & Games	Jewelry & Accessories	Home & Garden	Clothing & Fashion	Sports & Recreation	Electronics	Furniture

© 2018 Ecommerce Benchmark www.compass.co

Można przyjąć, że uzyskanie 100 transakcji wiąże się z pozyskaniem ok. 5 tys. unikalnych wejść na stronę sklepu internetowego. Ile musimy wydać, by uzyskać taki ruch? Jeżeli kampanie reklamowe będą sprawnie zarządzane – koszt pozyskania 5 tys. unikanych odwiedzin będzie się wahał od 2.000,00 zł (np. dla sklepu z akcesoriami elektrycznymi sprzedającego kable, bezpieczniki itp.) do nawet 10.000,00 zł (np. w przypadku sklepu internetowego prowadzącego sprzedaż soczewek kontaktowych). Koszt kampanii reklamowej zależy w dużym stopniu od tego – kto będzie nią zarządzał. Osoby bez doświadczenia mogą szybko “przepalić” budżet nie uzyskując ostatecznie poziomu sprzedaży, która zwróciłaby koszty poniesione na przeprowadzenie całej kampanii.

W tym miejscu chciałbym ostrzec wszystkie osoby, które nie miały do tej pory żadnego praktycznego doświadczenia w handlu internetowym i pragną uruchomić tego typu rodzaj działalności, gdyż wydaje im się, że jest to łatwy i wygodny sposób zarabiania pieniędzy. Otóż, jeżeli nie posiada się absolutnie unikalnego asortymentu lub nie może się zaoferować najniższych na rynku cen, to **prowadzenie rentownego sklepu internetowego wymaga znacznej wiedzy, dużego nakładu pracy oraz ciągłych inwestycji**. Konkurencja w handlu internetowym bywa olbrzymia. W szczególności dotyczy to sklepów internetowych działających na zasadzie dropshippingu, gdzie marże są zwykle

minimalne.

Jak wygląda typowy plan marketingowy?

Przykład planu marketingowego dla działalności taksówkarskiej wykonywanej w małym mieście:

Podstawową formą reklamy, będzie odpowiednie oznaczenie auta wykorzystywanego do przewozu osób (kogut ze znakiem TAXI na dachu, naklejki i tablice informacyjne – zawierające informacje o stawkach za przejazd, numerze licencji itp.). Koszt tych działań przedstawiam w wydatkach jakie zamierzam ponieść z dotacji. Wyniosą one jednorazowo ok. 400,00 zł.

Z uwagi na to, że będę współpracował z korporacją taksówkarską, znaczna część działań promocyjnych względem moich usług taksówkarskich wykonywana będzie zewnątrz. Korporacja XXXXXXXXXXXX to jedna z najstarszych tego typu firm w kraju, mająca własne metody budowania marki i czerpiąca przychód prowizyjny – naliczany względem zleceń dostarczanych taksówkarzom należącym do tej korporacji. Dzięki temu, ponosząc opłatę abonamentową i prowizyjną od uzyskanych kursów – mogę liczyć na skuteczne pozyskanie i przekierowanie klientów.

Kolejnym rodzajem działań promocyjnych będą wizytówki rozdawane pasażerom. Na awersie znajdzie się mój nr telefonu i informacja o świadczonym zakresie usług, a na rewersie zestaw numerów alarmowych, co podnosi szanse, że dana osoba zatrzyma taką wizytówkę na dłużej. Tak przygotowane materiały promocyjne będę pozostawiał w okolicznych hotelach, pensjonatach i barach, tak – by mój nr telefonu znajdował się zawsze „pod ręką” potencjalnego klienta. W zamian będę oferował barter, polegający na poleceniu moim klientom określonych miejsc. Dla osób przyjezdnych, które nie znają miasta, taksówkarze są naturalnym źródłem informacji odnośnie tego, gdzie można dobrze zjeść, co zobaczyć oraz gdzie warto się zatrzymać. Biorąc pod uwagę oferty dostępne na Allegro.pl koszt przygotowania 1000 szt. wizytówek nie powinien przekroczyć 95,00 zł

Zamierzam również uruchomić stronę internetową, reklamującą wykonywane przeze mnie usługi taksówkarskie. Znajdzie się tam również aktualny cennik, dane kontaktowe oraz formularz umożliwiający zamówienie taksówki online. Koszt przygotowania witryny to jednorazowy wydatek w wysokości ok. 2000,00 zł. Koszt bieżące utrzymania strony internetowej nie powinien przekroczyć 240,00 zł/1rok (oferta LH.pl)

Zamierzam też korzystać z kampanii Google Ads. Reklama tego typu polega na wyświetlaniu linków reklamowych prowadzących do mojej strony bezpośrednio na stronie wyników wyszukiwania Google.pl oraz witryn partnerskich w sieci Google. Wyświetlanie linków reklamowych jest tu zbieżne z tematyką wyszukiwania internautów, a co za tym idzie – reklamy wyświetlają się tam, gdzie mogą liczyć na przychylny odbiór (np. moje reklamy wyświetlą się użytkownikom, którzy wpiszą hasło „taxi Głogów”, „taksówka Głogów” itp.) Co ważne, płatność względem Google Ads uzależniona jest nie od liczby wyświetleń reklamy, lecz od realnej ilości odwiedzin witryny, które odbyły się za pośrednictwem tych właśnie linków reklamowych. Tym samym jest to bardzo efektywna metoda reklamy. Ponadto, system ten identyfikuje fizyczną lokalizację danego internauty, przez co reklamy będę mógł kierować

wyłącznie do osób fizycznie przebywających na obszarze powiatu. Przewiduję zautomatyzowaną kampanię. Wg wstępnych ustaleń budżet na poziomie 200,00 zł/miesiąc powinien doprowadzić do pozyskania ok. 80 potencjalnych klientów. Zwykle wyszukiwarka Google stanowi główne źródło informacji dla osób chcących zamówić taksówkę.

Informacja o mojej firmie zostanie również naniesiona na Mapy Google dzięki usłudze Google Places, dzięki czemu będę widoczny na mapach Google, co jest wartościowe głównie, jeżeli chodzi o wyszukiwania z urządzeń mobilnych. Google Places to usługa bezpłatna, aczkolwiek wyniki szeregowane są przez algorytmy i aby dana firma pojawiła się na szczycie listy potrzeba czasu, recenzji i komentarzy. Początkowo będę więc wykorzystywał część budżetu z Google Ads, by podbić pozycję nie tylko w wynikach wyszukiwania, ale też na listach Google Places.

Należy pamiętać, że koszt opisywanych działań reklamowych powinien zostać uwzględniony w takich elementach biznes planu jak plan inwestycyjny oraz prognoza finansowa.

W planie inwestycyjnym uwzględnia się jedynie te koszty reklamy, które musimy pokryć w pierwszym miesiącu działalności, nim firma zacznie przynosić zysk, tj. tylko te, których źródłem finansowania nie jest przychód uzyskany w ramach działalności gospodarczej. Dotyczy to np. wykonania szyldu reklamowego, koszt stworzenia firmowej strony internetowej itp.

W prognozie finansowej, gdzie przedstawiamy rachunek zysków i strat dla typowego miesiąca, uwzględnia się z kolei te wydatki, które ponosimy w sposób stały (np. comiesięczna opłata za pozycjonowanie w wynikach wyszukiwania, druk ulotek reklamowych, kampania Google Ads itp.) Tym sposobem pomijamy tam np. szyld reklamowy, który zawieszony w pierwszym miesiącu – nie generuje już kosztów w kolejnych.

9. Charakterystyka klientów

Przedstawiony we wniosku o dotacje plan przedsięwzięcia powinien zawierać szczegółową charakterystykę klienta docelowego. Jeżeli obowiązujące w danym Urzędzie Pracy dokumenty nie zawierają takiego podpunktu, opis typowego klienta można umieścić w ramach planu marketingowego – z którym jest on ściśle związany.

Charakterystyka klienta docelowego polega na identyfikowaniu i definiowaniu grupy posiadającej wspólne cechy, które warunkują popyt i decyzje zakupowe w kontekście profilu podejmowanej działalności. Potencjalni klienci są najczęściej identyfikowani według kryteriów takich jak: wiek, płeć, poziom dochodów, wielkość rodziny, zawód, poziom wykształcenia, stan cywilny itp. Identyfikując różne typy klientów, firmy mogą lepiej rozumieć ich potrzeby. Informacje te mogą zostać wykorzystane zarówno do ulepszenia oferty jak i usprawnienia podejmowanych działań marketingowych.

Określamy docelową grupę klientów

Aby przygotować charakterystykę klienta na potrzeby biznes planu, należy znaleźć kluczowe

czynniki, które umożliwią nam zdefiniowanie zbioru odbiorców. Zwykle będziemy mieli do czynienia z definiowaniem takiego zbioru przez kilka czynników, które będą musiały być spełnione jednocześnie. Np. w przypadku sklepu z ekskluzywną odzieżą damską, która jest sprzedawana w stacjonarnym butik – istotne będą takie czynniki jak:

- a) Miejsce zamieszkania (z uwagi na możliwość fizycznego dotarcia do sklepu)
- b) Płeć (z uwagi na asortyment sklepu)
- c) Poziom zamożności (z uwagi ceny oferowanych produktów)

Z uwagi na to, że każda firma ma inną specyfikę, nie istnieje jedna, zamknięta lista kluczowych cech, adekwatna dla każdego profilu działalności. Przygotowanie wiarygodnej charakterystyki klienta docelowego wymaga indywidualnej analizy. Poniżej przedstawiam kilka kierunków, które można potraktować jako punkt wyjścia dla własnych poszukiwań. Zaprezentowane poniżej przykłady dotyczą tworzenia charakterystyki klienta w relacji **B2C** (oferta firmy skierowana do klientów indywidualnych).

W przypadku działalności realizowanej w trybie **B2B** (oferta skierowana do innych firm) będziemy mieli do czynienia z innymi cechami kluczowymi (np. wielkość firmy, branża, liczba pracowników itp.)

Potencjalne cechy klienta docelowego w przypadku działalności B2C

a) osoby w określonym wieku lub o określonej płci

np. usługi z zakresu przedłużania paznokci skierowane będą głównie do osób płci żeńskiej powyżej 14 roku życia, a sklep z akcesoriami dla kibica odwiedzać będą głównie młodzi mężczyźni interesujący się sportem

b) osoby przebywające na określonym obszarze

np. klientami małej kawiarni będą głównie osoby mieszkające / pracujące / uczące się – w promieniu 1-2km od podanej lokalizacji, ale do specjalistycznego sklepu z akcesoriami wędkarskimi mogą równie dobrze dojeżdżać klienci z całego powiatu

c) osoby / gospodarstwa domowe – o określonych dochodach

np. ze sklepu z ekskluzywnym wyposażeniem wnętrz korzystać będą raczej osoby zamożne, a klientami sklepu z meblami używanymi będą zwykle osoby o niższych dochodach

d) osoby o określonym poziomie wykształcenia

np. z oferty księgarni naukowej korzystać będą głównie studenci, doktoranci i wykładowcy, a z usług korepetytora częściej mogą korzystać rodzice, których wykształcenie nie zapewnia odpowiednich kompetencji by samodzielnie wspomóc dziecko w nauce

e) czynniki rodzinne

np. rodzice dzieci w wieku komunijnym będą zainteresowani akcesoriami typu: wianki, ozdoby stołu, odzież komunijna, a dzieci opiekujący się rodzicami w podeszłym wieku stanowią częstego klienta sklepu medycznego

f) osoby posiadające określone dobra materialne

np. właściciele aut sportowych mogą być zainteresowani usługami z zakresu tuningu, a posiadacze psa lub kota – wizytą w u groomera

g) osoby w określonym stanie zdrowia

np. osoby cierpiące na nadwagę będą częstymi klientami gabinetów dietetycznych, a osoby po wypadkach komunikacyjnych mogą być częstymi klientami gabinetów fizjoterapii

h) osoby w których życiu nastąpiło określone wydarzenie lub takie wydarzenie ma nastąpić w niedalekiej przyszłości

np. osoby zaręczone będą zainteresowane usługami DJ, który zapewni obsługę planowanego przez nich wesela, a rodzice nowo narodzonego dziecka mogą być zainteresowani dedykowaną sesją zdjęciową swojej latorośli

Potencjalne cechy klienta docelowego w przypadku działalności B2B**a) firmy należące do określonych branż**

np. biura nieruchomości mogą być klientami firmy zajmującej się fotografią i wykonywaniem filmów z użyciem dronów z uwagi na konieczność przygotowania materiałów promocyjnych dokumentujących atuty danego obiektu

b) podmioty mające swoje siedziby na określonym obszarze

np. klientami firmy cateringowej mogą być szpitale, szkoły, przedszkola – znajdujące się w tej samej miejscowości. Wynika to konieczność takiego czasu dostawy posiłków, który zagwarantuje, że będą ciepłe i świeże

c) przedsiębiorstwa o określonej wielkości obrotów

np. klientami firmy zajmującej się wykonywaniem specjalistycznych audytów i sprawozdań finansowych będą głównie większe firmy, których obroty przekraczają 10 mln zł

d) firmy o określonej liczbie pracowników

np. klientami firmy świadczącej usługi z zakresu obsługi kadrowo-płacowej będą głównie firmy zatrudniające powyżej 9 pracowników

e) przedsiębiorstwa posiadające określone zasoby

np. klientami przedsiębiorstwa świadczącego usługi z zakresu sprzątnia obiektów wielkopowierzchniowych będą głównie podmioty dysponujące dużą powierzchnią biurową, handlową lub magazynową (powyżej 400m²)

f) podmioty w określonej sytuacji finansowej

np. klientami firmy zajmującej się konsolidacją zobowiązań i oddłużaniem, będą przedsiębiorstwa w trudnej sytuacji finansowej

g) firmy o określonym profilu klientów

np. klientami agencji specjalizującej się w prowadzeniu kampanii reklamowych na platformie TIK-TOK będą najczęściej te firmy, które kierują swoją ofertą do osób młodych, głównie poniżej 25 roku życia

PRZYKŁAD:**Charakterystyka grupy klientów firmy świadczącej usługi z zakresu renowacji posadzek kamiennych:****Grupy potencjalnych klientów:**

a) Spółdzielnie mieszkaniowe, czyli podmioty posiadające osobowość prawną, powołane do zarządzania zbiorem nieruchomości w imieniu ich właścicieli bądź najemców. Zgodnie z danymi Centralnego Ośrodka Informacji Gospodarczej, na terenie Warszawy istnieje 534 spółdzielni mieszkaniowych. Tej grupie klientów będę oferował głównie naprawę powierzchni lastrykowych, które były najpopularniejszym rozwiązaniem, jeżeli chodzi o bloki mieszkalne z wielkiej płyty. Typowa spółdzielnia mieszkaniowa znajdująca się na terenie Warszawy zarządza nieruchomościami o powierzchni ok. 36 tys. m². Dla tego typu klientów liczy się głównie samodzielność w realizacji powierzonych zadań, terminowość oraz niskie ceny. Typowa miesięczna składka na obowiązkowy Fundusz Remontowy w Warszawie wynosi 3,00 zł/m²/miesiąc. Tym samym roczny budżet remontowy typowej spółdzielni mieszkaniowej to ok. 1,3 mln zł. Popyt na prace z zakresu renowacji powierzchni lastrykowych, marmurowych i granitowych wynika z konieczności naprawy uszkodzeń mechanicznych, ubytków i nierówności powstałych w trakcie wieloletniego użytkowania obiektów. Naprawa powierzchni wspólnych budynków (klatki schodowe, korytarze) stanowi jedno z głównych zadań, do których powołane są spółdzielnie.

b) Instytucje sektora publicznego i instytucje państwowe tj. szkoły, urzędy pocztowe, sądy, uczelnie wyższe, biblioteki, muzea, obiekty należące NFZ, ministerstwa itp. – zarządzające obiektami, w których znajdują się powierzchnie wykonane z lastryka, marmuru lub granitu. Zgodnie z danymi

Centralnego Ośrodka Informacji Gospodarczej, obecnie w Warszawie mamy 1928 instytucji sektora publicznego. Dla tego typu klientów najważniejszy aspekt to możliwość dokładnej wyceny z góry, możliwość wykonania prac w sposób zapewniający logistyczną drożność obiektu oraz przestrzeganie dodatkowych wytycznych w przypadku prac realizowanych na obiektach o wartości zabytkowej. Prace renowacyjne z jednej strony są konieczne do zachowania nieruchomości (stanowiącej często element majątku narodowego) w stanie nie pogorszonym. Z drugiej – mają znaczenie reprezentacyjne. Trzeci czynnik, to aspekt wartości historycznej i wynikająca z ustawy o ochronie zabytków konieczność bieżących napraw oraz konserwacji.

c) Banki, hotele, ekskluzywne restauracje, ośrodki SPA – a więc te firmy, które często dysponują reprezentacyjnymi siedzibami, w których został wykorzystany marmur, granit lub lastryko. Obecnie w Warszawie mamy ponad 700 placówek bankowych, 66 hoteli 4 i 5 gwiazdkowych, ok. 40 ekskluzywnych restauracji (selekcja wg. Google Places) oraz blisko 80 Ośrodków Odnowy Biologicznej podjadające dostęp do basenu, sauny, łaźni, hydromasaży czy kąpieli leczniczych lub relaksacyjnych. Dla tego typu klientów liczy się przede wszystkim wysoka jakość wykonywanych usług oraz przystępna cena. W tym przypadku powierzchnie marmurowe lub granitowe pełnią zwykle funkcje reprezentacyjną, wpływającą na ogólny wizerunek przedsiębiorstwa i utrzymanie ich w dobrym stanie technicznym stanowi element ogólnej strategii marketingowej przedsiębiorstwa.

d) Parafie. Archidiecezja Warszawska liczy 182 parafie, mające pod swoją pieczę 283 kościoły i większe kaplice. W tego typu obiektach powszechnie stosuje się posadzki lastrykowe i marmurowe. Dla tego typu klientów liczy się przede wszystkim wysoka jakość wykonywanych prac oraz dostosowanie harmonogramu renowacji do cyklu życia świątyni. Konieczność bieżącej renowacji posadzek wynika z jednej strony z aspektów religijnych (opieka nad świątynią, w szczególności kościoła parafialnego spoczywa na całej wspólnotie). Z drugiej strony kościoły często mają wartość zabytkową i ustawa o ochronie zabytków nakłada na właściciela świątyni obowiązek bieżących napraw i konserwacji tych obiektów.

e) Osoby prywatne – właściciele ekskluzywnych willi, apartamentów i pałacików, w których zostały wykorzystane powierzchnie marmurowe, granitowe lub lastrykowe. Aby określić liczbę tego typu nieruchomości wziąłem pod uwagę ogłoszenia opublikowane w jednym z największych serwisów zajmujących się nieruchomościami tj. gratka.pl W bazie danych, na wszystkie nieruchomości przeznaczone do sprzedaży w Warszawie (50 tys. ofert), posadzki z marmuru lub granitu są wspomniane w 87 przypadkach. Oznacza to stosunek 1 do 575. Biorąc pod uwagę, że w Warszawie mamy ok. 1 mln domów i mieszkań oraz przyjmując stosunek 1 do 575 – daje to nam 1,7 tys. nieruchomości, które potencjalnie posiadają powierzchnie wykonane z marmuru lub granitu. Zwykle właścicielami tego typu obiektów są osoby majątne, dla których liczy się przede wszystkim szybka realizacja prac, dokładność oraz przystępna cena. Chęć naprawy i renowacji obiektów jest związana z wysokim kosztem zakupu tego typu nieruchomości. Utrzymanie ich w odpowiednim stanie technicznym często podnosi ich wartość i stanowi element długoterminowej strategii inwestycyjnej.

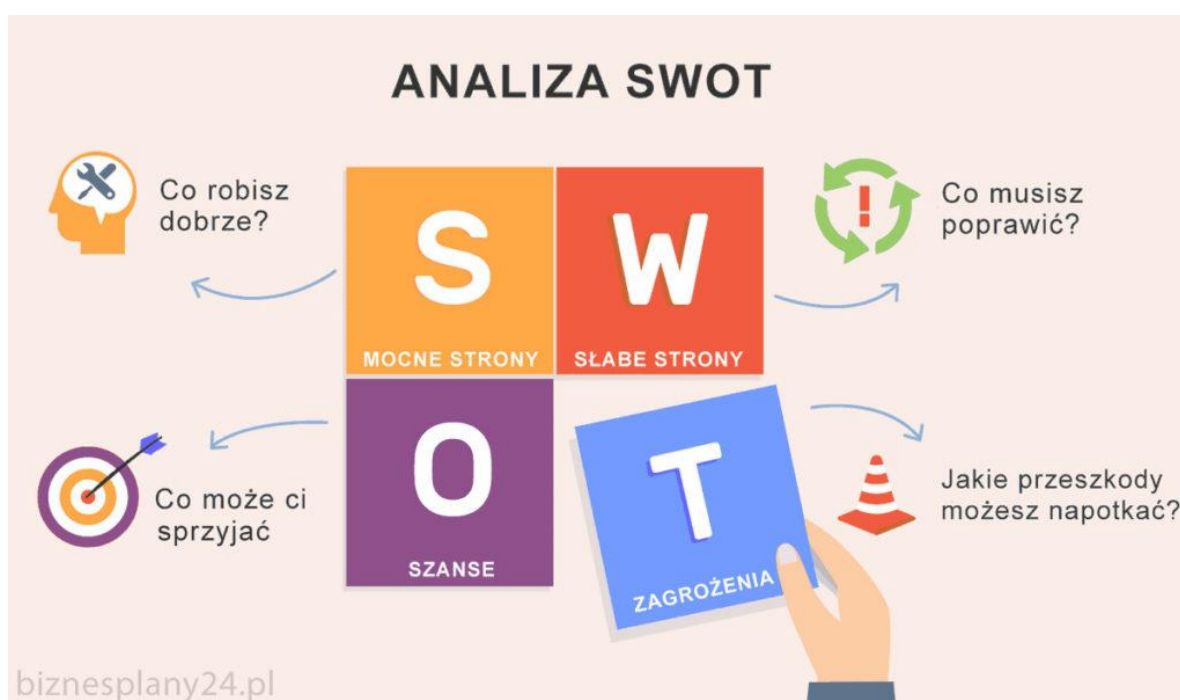
Należy pamiętać, aby wszystkie dane ilościowe, które podajemy w takiej charakterystyce klientów – miały swoje uzasadnienie. Linki do stron internetowych lub publikacji z których czerpiemy informacje, należy podać w przypisach dolnych lub utworzyć listę źródeł bezpośrednio w obrębie danego akapitu. Dzięki temu nasz wniosek o dotacje stanie się dla Komisji bardziej **wiarygodny**.

10. Analiza SWOT

Analiza SWOT to nic innego, jak przegląd wewnętrznego i zewnętrznego środowiska realizowanego modelu biznesowego. Stosunkowo często stosuje się też określenie: „analiza mocnych i słabych stron przedsięwzięcia”. Jeżeli w obrębie wniosku o dotację nie ma takiego podpunktu, analizę SWOT można wykonać np. w ramach analizy rynku.

Analiza SWOT – wyjaśnienie

Analiza SWOT mówi nam, co może pomóc w realizacji celów firmy oraz jakie przeszkody należy przezwyciężyć, aby osiągnąć pożądane rezultaty. Jest to całościowe spojrzenie na firmę, gdzie w sposób uogólniony, gdzie uwzględnia się wszystkie najważniejsze informacje zawarte w całym biznes planie.



Analiza SWOT to opis sytuacji przedsiębiorstwa wykonany w czterech perspektywach: Mocne strony (ang. Strengths), Słabe strony (ang. Weaknesses), Szanse (ang. Opportunities), Zagrożenia (ang. Threats). Poniżej przedstawiam szczegółową charakterystykę dla każdej z tych perspektyw. Należy pamiętać, że mocne oraz słabe strony dotyczą sytuacji teraźniejszej i powinny skupiać się na czynnikach wewnętrznych (na który właściciel firmy ma bezpośredni wpływ). W przypadku szans i zagrożeń – opis powinien obejmować czynniki zewnętrzne (na które właściciel firmy nie ma bezpośredniego wpływu) i kierować w stronę tego, co potencjalnie może się wydarzyć w przyszłości.

Poniżej przedstawiam wskazówki dla analizy SWOT w perspektywie firmy, którą dopiero planuje się uruchomić np. w oparciu o dofinansowanie z Urzędu Pracy. Poniższa lista wskazuje typowe obszary tematyczne, które można uwzględnić w analizie. Nie wyczerpuje to jednak tematu. W zależności od profilu / specjalizacji – mogą pojawić się inne, ważne aspekty, których nie uwzględnia poniższy opis. Przygotowując analizę SWOT powinniśmy przede wszystkim zachować otwartość i

dogłębnie przemyśleć swój projekt, patrząc na niego pod każdym możliwym kątem. Analiza SWOT powinna być dostosowana do specyfiki naszego modelu biznesowego.

Mocne strony / Słabe strony

- Wiedza (np. kierunkowe kursy, wykształcenie / brak kursów i wykształcenia związanego z branżą podejmowanej działalności)
- Doświadczenie (np. wykonywanie wcześniej pracy bezpośrednio związanej z podejmowanym rodzajem działalności / brak "know how" związanego z planowanym profilem firmy)
- Środki finansowe (np. posiadanie dodatkowych oszczędności, które można zaangażować w biznes / brak rezerwy finansowej umożliwiającej utrzymanie płynności finansowej w początkowym okresie prowadzenia firmy)
- Aspekty innowacyjne (np. wykonywanie nowoczesnych urządzeń i technologii podnoszących wydajność np. cyfrowy system zamówień w restauracji / przestarzała technologia, standardowy papierowy obieg dokumentów w firmie)
- Oferta (np. atrakcyjne ceny, rabaty dla stałych klientów, unikatowy asortyment / ceny które nie wyróżniają się na tle konkurencji, typowy asortyment, niska jakość produktów)
- Zasoby ludzkie (np. wykwalifikowany personel, znaczne zdolności realizacyjne / niedoświadczony personel, niskie zdolności realizacyjne)
- Zasoby techniczne (np. posiadanie wydajnych narzędzi budowlanych, które podnoszą wydajność pracy w firmie remontowo-budowlanej / przestarzałe i awaryjne zasoby techniczne wymagające dodatkowych nakładów na konserwację i naprawy)
- Siedziba (np. łatwy dojazd, dostępne miejsca parkingowe, bezpieczna okolica, duża powierzchnia magazynowa / problem z parkowaniem przed siedzibą firmy, trudny dojazd, szemrana okolica)
- Aspekty organizacyjne (np. posiadane umowy z dostawcami, wykorzystane rozwiązania fiskalne zapewniające małe obciążenia podatkowe, posiadanie zastępstwa dla kluczowych pracowników / brak zastępstwa dla kluczowego personelu, wysokie zobowiązania podatkowe)

Szanse / Zagrożenia

- Rynek (np. spadek lub wzrost poziomu bezrobocia, zmiany demograficzne, rozwój branży, negatywne lub pozytywne prognozy dla rynku)
- Lokalizacja (np. firmy/instytucje w najbliższym otoczeniu, mogące mieć wpływ na sytuację naszego przedsiębiorstwa, stanowiąc konkurencję lub przyciągając potencjalnych klientów)
- Styl życia (nawyki i przyzwyczajenia potencjalnego klienta, które mogą wpłynąć na biznes np. klient przywiązany do określonej marki)
- Firmy konkurencyjne (liczba firm konkurencyjnych w obszarze działania naszej firmy, ich miejsce na rynku, posiadane przez te firmy zasoby, możliwa reakcja tych firm na pojawienie się naszej firmy itp.)

- Zmiany w polityce i prawie (możliwość zmiany przepisów z zakresu regulacji określonych zawodów, planowane zmiany podatkowe, programy socjalne typu 800+ itp.)
- Sezonowość (spadek/wzrost popytu w określonych porach roku)
- Płynność finansowa (np. utrzymanie płynności finansowej w przypadku spadającej liczby zleceń, wpływ ewentualnych zatorów płatniczych na bieżące funkcjonowanie firmy itp.)
- Współpraca z innymi firmami (poziom zależności, możliwość dywersyfikacji źródeł zaopatrzenia, korzystne lub niekorzystne warunki współpracy)
- Zdarzenia losowe (kradzieże, awarie kluczowych urządzeń, pożar, choroba właściciela firmy itp.)

Model analizy SWOT na przykładzie studia tatuażu

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
• Urozmaicona oferta (tattoo, Grillz, piercing, laminacja, biżuteria nazębna) • Oryginalny styl tatuatorski, który dobrze wpisuje się w obecne trendy • Doświadczenie w wykonywaniu tatuażu • Posiadam list intencyjny od szwalni, z którą ustalałam już zasady współpracy względem produkcji odzieży z moimi wzorami • Wysokie zdolności interpersonalne • Niski stopień zależności od dostawców • Posiadana rezerwa finansowa na utrzymanie płynności w 1 miesiącu oraz finansowanie części niezbędnych wydatków • Atrakcyjna lokalizacja siedziby firmy • Duże zdolności realizacyjne • Liczne kontakty w środowisku tattoo	• Brak doświadczenia w prowadzeniu firmy • Brak rozpoznawalnej marki • Wysokie koszty stałe prowadzenia działalności • Niewielka liczba miejsc parkingowych w pobliżu siedziby firmy • Ograniczona rezerwa finansowa
SZANSE	ZAGROŻENIA
• Duża liczba potencjalnych klientów na obszarze miasta tak dużego jak Warszawa • Niskie obciążenia ZUS dla nowych firm	• Duża liczba firm konkurencyjnych zajmujących się wykonywaniem tatuaży • Możliwe usterki wykorzystywanych w pracy urządzeń

• Rosnąca popularność tatuażu, piercingu i innych form ozdabiania ciała • Przemysłany plan marketingowy dostosowany do charakterystyki klienta docelowego • Unikalne w skali kraju usługi związane z przygotowaniem nakładek Grillz • Rozwijające się subkultury • Duża przestrzeń lokalu umożliwia w przyszłości stopniowe rozszerzanie pakietu dostępnych usług	• Zaniżanie stawek przez osoby prowadzące działalność w ramach działalności nierejestrowanej • Możliwość pojawienia się problemów zdrowotnych które mogły by mi utrudnić wykonywanie tatuażów • Nieprzewidziane reakcje skórne, mogące w rzadkich przypadkach doprowadzić do nieprzewidzianych efektów i narazić mnie na roszczenia ze strony klienta
---	---

Analiza SWOT powinna zostać opatrzona podsumowaniem, które stanowi rozwinięcie wskazanych w tabeli czynników. Komentarz można umieścić w tabeli lub w dodatkowym załączniku. Poniżej przedstawiam **wzór takiego podsumowania na przykładzie salonu tatuażu**:

W ramach działalności będę oferowała szeroki zakres usług (prócz tatuaży są to również usługi kosmetyczne z zakresu laminacji brwi i rzęs, kolczykowanie oraz wykonywanie biżuterii nazębnej). Oferta wyróżnia mnie więc na tle większości innych salonów tatuażu działających w Warszawie. Niektóre usługi, jak np. wykonywanie nakładek Grillz to oferta wyjątkowa i wpisująca się w rosnące zainteresowanie tego typu ozdobami, czemu sprzyja rozwijająca się społeczność hip-hopowa. W ramach działalności będą funkcjonowały 3 stanowiska pracy umożliwiające jednoczesną obsługę 3 klientów, co zapewnia optymalne wykorzystanie sprzętu i personelu. Generalnie przestrzeń lokalu to ponad 60 m², więc w przyszłości umożliwi stopniowe rozszerzanie pakietu dostępnych usług w ramach tej samej przestrzeni (wskazane planie na przyszłość inne usługi kosmetyczne i sprzedaż odzieży).

Dużym atutem mojej działalności jest dobra lokalizacja w centrum miasta, która umożliwia łatwy dojazd autobusami, tramwajami lub metrem. Minimalizuje to skutecznie niewielką liczbę dostępnych miejsc parkingowych w bezpośrednim sąsiedztwie firmy.

Pracując w ramach działalności nierejestrowanej oraz odbywając 120h praktyk w salonie tatuażu XXXXXX, zyskałam wiedzę i niezbędne doświadczenie do kompleksowej obsługi w tym względzie. Stworzyłam też własny, wyróżniający się styl, który dobrze wpisuje się w obecne trendy.

Choć nigdy nie prowadziłam własnej firmy, to odbyłam w tym względzie szereg kursów organizowanych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości (dokumenty w załączeniu do wniosku) a działania typowo administracyjne takie jak księgowość, kadry, płace itp.) zostaną sędowane na biuro rachunkowe. Moja poprzednia praca wymagała o de mnie sporych umiejętności interpersonalnych co z pewnością przyda mi się zarówno w zarządzaniu personelem jak i kontakcie z klientami. Posiadam też liczne kontakty w środowisku body-art., dzięki czemu nie przewiduję trudności w zatrudnieniu kompetentnych osób (przeprowadziłam już w tym względzie wstępne rozmowy).

Posiadam też środki finansowe, które angażuję w przedsięwzięcie. Umożliwia mi to

stworzenie pewnej rezerwy na potrzeby zachowania płynności finansowej w 1 miesiącu działalności. Choć środki te nie są duże, to zgodnie z przedstawioną analizą finansową powinny w zupełności wystarczyć do utrzymania płynności finansowej.

Co się tyczy dostawców w zakresie tuszy i biżuterii – to będzie istniał znikomy stopień zależności i małe ryzyko problemów z zaopatrzeniem, gdyż na rynku działa wiele firm prowadzących dystrybucję tego typu asortymentu.

Zdaję sobie sprawę, że uruchamiając firmę będę musiała przebić się na lokalnym rynku i stopniowo budować rozpoznawalność. Pomoże mi w tym plan marketingowy, który opisuję w załączonym biznes planie i wspomniany wcześniej zestaw unikalnych usług związanych z przygotowywaniem nakładek Grillz. Rozwojowi mojej firmy sprzyja rosnąca popularność wszelkich form zdobienia i kształtowania swojego ciała.

Mojej działalności sprzyjają też niskie składki ZUS przeznaczone dla nowych przedsiębiorców (6 miesięczne zwolnienie ze składki społecznej i późniejszy okres 24 miesięcy składek obniżonych). Jest to istotna oszczędność, gdyż środki te będę mogła przeznaczyć na działania reklamowe.

Choć prowadzenie tego typu działalności wiąże się ze stosunkowo dużymi kosztami stałymi to potencjalne przychody (nawet przy dość ograniczonym wykorzystaniu zdolności realizacyjnych firmy – co wskazują w prognozie finansowej), zapewnią satysfakcjonującą rentowność.

W przypadku takich zagrożeń jak np. awaria maszynki do tatuażu – posiłkować się będę sprzętem rezerwowym (posiadam 2 maszynki). W przypadku awarii innych ważnych dla działania mojej firmy urządzeń, to ich koszt jednostkowy nie jest duży i jestem w stanie nabyć w oparciu o środki własne i zakup ratalny. Co się tyczy możliwości zaniżania stawek przez osoby prowadzące działalność w szarej strefie lub w ramach działalności nierejestrowanej, to nie można na to za wiele poradzić. Ale gdy sama pracowałam w ramach działalności nierejestrowanej przekonałam się, że gdy tylko zaczynasz rozwijać się w tej branży – bardzo łatwo przekroczyć limit uprawniający do tej szczególnej formy aktywności zawodowej. Tym samym profesjonalni tatuatorzy działają zwykle w ramach własnej firmy lub umowy o pracę.

W zakresie możliwość pojawienia się problemów zdrowotnych, które mogły by mi czasowo utrudnić wykonywanie tatuażów, to pragnę podkreślić, że w ramach ZUS będę korzystała z dobrowolnej składki na ubezpieczenie chorobowe. Tym samym mogę liczyć na chorobowe świadczenie ZUS, jeżeli np. złamię sobie rękę lub doznam innego urazu, który może mi utrudnić pracę.

Jeżeli chodzi o potencjalne roszczenia ze strony klienta w przypadku niezadowolającego efektu lub komplikacji skórnych zabezpieczeniem będzie ubezpieczenie od Odpowiedzialności Cywilnej jakie zamierzam wykupić dla mojej działalności.

Biorąc pod uwagę opisane mocne strony i rysujące się szanse, oraz przedstawiony sposób minimalizacji zagrożeń i słanych stron – sądzę, że będę w stanie odnieść sukces z własnym salonem tatuażowym.

Ważną rzeczą jest, aby w sposób przenikliwy i obiektywny spojrzeć na planowany biznes. Nie ma czegoś takiego jak firma bez wad i zagrożeń. Jeżeli ich nie widzisz, to prawdopodobnie robisz coś nie tak. Jeżeli z kolei wady i zagrożenia znacznie przeważają – należy poważnie zastanowić się nad sensownością całego przedsięwzięcia. Należy też pamiętać, że każdy biznes jest inny i nawet w przypadku tej samej branży – analiza SWOT może wyglądać zupełnie inaczej.

POTZREBUJESZ POMOCY W UZYSKANIU DOTACJI z PUP?



760

wykonanych wniosków



21 mln

pozyskanych grantów



97%

skuteczność



17 lat

doświadczenia

<https://biznesplany24.pl/oferta/>

11. Jak zaplanować wydatki z dotacji?



Wniosek o dotację wymaga **wskazania konkretnych wydatków, które chcemy przeprowadzić w oparciu o środki pochodzące z dofinansowania**. Zwykle ta część wniosku zostaje określona jako „kalkulacja kosztów związanych z podjęciem działalności” lub „planowane koszty podjęcia działalności gospodarczej”. Ma ona postać tabeli, w której wyszczególniamy zakupy, które musimy przeprowadzić w celu uruchomienia firmy. Chodzi tu o wydatki finansowane z dotacji, środków własnych oraz ewentualnych kredytów/pożyczek (chyba, że instrukcja w danym wniosku wyraźnie nakazuje, że mamy ograniczyć się jedynie do wydatków ze środków dotacji). Po uzyskaniu dotacji – Urząd Pracy według tej tabeli będzie

rozliczał wnioskodawcę ze sposobu wykorzystania otrzymanego dofinansowania.

Lista wydatków z dotacji

Należy pamiętać, że **plan wydatków musi być zgodny z wytycznymi danego PUP w zakresie rozdysponowania środków dotacji**. Lista planowanych wydatków powinna być możliwie precyzyjna, tj. powinniśmy wskazywać konkretne przedmioty i unikać sformułowań ogólnych. Jeżeli np. chcielibyśmy

zakupić meble biurowe, to powinniśmy wyszczególnić konkretne elementy np. zakup biurka 1 szt., zakup fotela biurowego 1 szt. zakup szafki na segregatory 2 szt. itd. Jeżeli chcielibyśmy zakupić towar – powinniśmy doprecyzować jaki to będzie towar i w jakich ilościach.



Lp.	Specyfikacja wydatków związanych z podjęciem działalności gospodarczej oraz źródła ich finansowania	Termin realizacji	Finansowanie	
			W ramach środków z dotacji	W ramach środków własnych
1.	Narzędzia i wyposażenie			
1.1	Fala uderzeniowa Air Essence Vortex V1 fala elektromagnetyczna CET, RET i EMS/Tecar	10.2025 r.	25 998,00 zł	0,00 zł
1.2	Pistolet do masażu Medigun – masażer mięśni 6 w 1	10.2025 r.	1500,00 zł	0,00 zł
1.3	Mankiet na biodra i brzuch, 8-komorowy do aparatów serii CarePump z przewodem powietrznym	10.2025 r.	650,00 zł	0,00 zł
1.4	Głowica do sonoterapii GS-1/1 (1MHz, 3,5MHz/1cm2)	10.2025 r.	852,00 zł	248,00 zł
1.5	Elektrostymulator przenośny Compex	10.2025 r.	0,00 zł	2 500,00 zł
1.6	Kasoterminal iPOS pocket	10.2025 r.	0,00 zł	1 200,00 zł
1.7	Biurko	10.2025 r.	0,00 zł	400,00 zł
1.8	Komoda	10.2025 r.	0,00 zł	300,00 zł
1.9	Krzesła 2 szt.	10.2025 r.	0,00 zł	300,00 zł
2.	Zakup towarów i materiałów			
2.1				

Należy pamiętać, że **wszystkie podane kwoty muszą być kwotami brutto**, bez względu na to, czy będziemy płatnikiem VAT, czy podatnikiem korzystającym z podmiotowego zwolnienia. Suma wszystkich wydatków z dotacji musi się zgadzać z kwotą dotacji, o którą wnioskujemy. Jeżeli więc wnioskujemy o dotację z PUP w wysokości np. 40 000,00 zł, to suma wszystkich wydatków wskazanych w tabeli musi wynosić dokładnie 40 000,00 zł.

Zwykle istnieje możliwość zakupu finansowanego jednocześnie ze środków własnych i z dotacji np. planujemy zakupić drukarkę 3D w cenie 25 000,00 zł, z czego 16 000,00 zł zostanie pokryte z dotacji, a 9 000,00 zł ze środków własnych. W takim przypadku PUP rozlicza jedynie wspomniane 16 000,00 zł pochodzące z dotacji.

Przedstawiony plan wydatków musi być spójny z całością biznes planu. Jeżeli np. wskazaliśmy w planie marketingowym wykorzystanie takich środków promocji jak szyld reklamowy, stworzenie strony internetowej itp. – to wydatki związane z zakupem szyldu i stworzeniem strony również powinny pojawić się w kalkulacji kosztów podjęcia działalności.

Co w przypadku zmiany cen?

Zdarza się, że ceny poszczególnych usług lub produktów ulegają zmianie i po rozpatrzeniu wniosku nie jesteśmy w stanie wykonać danego zakupu w takiej cenie – w jakiej był planowany. Jest to dość

powszechna sytuacja i zwykle możemy liczyć na pewną wyrozumiałość ze strony Urzędu. Zakupy w cenach +/- 5% w stosunku do cen podanych w planie inwestycyjnym nie stanowią problemu, o ile nie tanią one innych wytycznych PUP. Jeżeli np. regulamin dotacji stanowi, że na zakup towaru można przeznaczyć maksymalnie 50% dofinansowania, a cena przedmiotów wzrosła, to bezwzględnie musimy się zmieścić w tych 50% (kupując np. mniejszą ilość towaru lub dokładając środki własne).

Jeżeli ceny spadły i po wykonaniu zakupów zostały nam jeszcze środki finansowe pochodzące z dotacji, to możemy zwrócić się do PUP z prośbą o przeprowadzenie dodatkowych zakupów. Takie dodatkowe zakupy zawsze powinny być jednak uzgodnione z pracownikami Urzędu Pracy.

Czy w planie inwestycyjnym uwzględniać bieżące koszty działalności?

W kalkulacji kosztów związanych z podjęciem działalności pomijamy wydatki, które będziemy pokrywać w oparciu o zysk generowany w ramach działalności np. w przypadku sklepu stacjonarnego, rozsądnie będzie wpisać koszt najmu lokalu w pierwszym miesiącu działalności, gdyż lokal musimy wynająć by móc prowadzić sprzedaż. Możemy jednak założyć, że w kolejnych miesiącach wydatek będzie pokrywany w ramach uzyskanego zysku. Z tego względu dobrze umieścić w tabeli pozycję: środki na utrzymanie płynności finansowej w pierwszym miesiącu działalności, gdzie można łącznie uwzględnić wszystkie tego typu wydatki. Ta pozycja nie może być jednak finansowana w oparciu o kwotę dotacji. Wyjątkiem od tej reguły jest koszt najmu lokalu w przypadku, gdy dany Urząd Pracy w ustalonych przez siebie kryteriach udzielania dotacji pozwoli przeznaczyć część dofinansowania na wynajem w pierwszym miesiącu prowadzenia firmy. Taki wydatek dopuszczał np. Urząd Pracy w Dąbrowie Górniczej, ale jest to stosunkowo rzadka sytuacja.

Uzasadnienie wydatków z dotacji

W obrębie wniosku i biznes planu powinno znaleźć się uzasadnienie planowanych wydatków. Chodzi o to, aby wyjaśniać konieczność i niezbędność danego zakupu. Dotyczy to w szczególności sytuacji, w których planujemy zakup specjalistycznego sprzętu, którego zastosowanie może być dla osoby oceniającej wniosek niejasne.

Przykład:

Zakup wiertarki w przypadku firmy remontowo-budowlanej można skwitować określeniem – „narzędzie niezbędne do wykonywania usług budowlanych” Jeżeli jednak chcemy uruchomić biuro nieruchomości i kupić z dotacji np. drona wyposażonego w kamerę HD – należało by ten wydatek dokładnie wyjaśnić np. “będzie on wykorzystywany do wykonywania zdjęć i materiałów filmowych, celem uatrakcyjnienia prezentacji większych nieruchomości przez dodatkowy materiał filmowy zawierający ujęcia z powietrza”.

Każdy Urząd Pracy ma inne zasady

Należy pamiętać, że **każdy Urząd Pracy w Polsce ma inne szczegółowe zasady przeznaczenia dotacji** i zakupy, które będą dozwolone w jednym PUP, w innym mogą być wykluczone. Dla przykładu:

a) Grodzki Urząd Pracy w Krakowie w roku 2025 umożliwił zakup z dotacji samochodu, o ile pozostaje on w bezpośrednim związku z profilem zamierzonej działalności gospodarczej (np. nauka jazdy, food truck itp.). Jednocześnie GUP Kraków nie udziela dotacji na działalność taksówkarską.

b) Powiatowy Urząd Pracy w Katowicach w 2025 roku umożliwił zakup z dotacji samochodu, pod warunkiem, że planuje się działalność taksówkarską. W takiej sytuacji na zakup auta można przeznaczyć 50% wnioskowanej dotacji.

c) Powiatowy Urząd Pracy w Białymstoku umożliwia zakup z dotacji wyłącznie samochodów z jednym rzędem siedzeń plus przestrzeń ładunkowa, oraz samochodów mających więcej niż jeden rząd siedzeń (pod warunkiem, że część przeznaczona do przewozu ładunków jest dłuższa od części osobowej, oraz samochodów przeznaczonych do działalności polegającej na nauce jazdy).

d) PUP Jastrzębie-Zdrój – nie dopuszcza się zakupu jakichkolwiek samochodów z dotacji.

Podsumowanie

Jak widać w zakresie wydatkowania dotacji PUP nie ma łatwych odpowiedzi, gdyż każdy Urząd ma inne kryteria (często są one diametralnie różne). Z tego też względu dzwonięcie w tej sprawie na ogólnopolską infolinię Urzędów Pracy mija się z celem, gdyż osoby obsługujące infolinię nie znają specyfiki poszczególnych placówek. Najlepiej budować plan wydatków w oparciu o regulamin publikowany przez dany PUP lub dzwonić bezpośrednio do swojego Urzędu Pracy.

12. Wybór formy opodatkowania w zakresie podatku dochodowego

Cała sztuka polega na tym, by wybrać najbardziej opłacalną formę opodatkowania, czyli taką, która umożliwi płacenie najniższego możliwego podatku (pozostając w zgodzie z obowiązującym prawem). W zakresie podatku dochodowego wyróżnia się obecnie 3 formy opodatkowania: ryczałt, zasady ogólne i podatek liniowy (od roku 2022 opodatkowanie w formie karty podatkowej nie jest już dostępne dla nowych firm).

Do tego dochodzi podatek VAT i decyzja czy chcemy być czynnymi płatnikami VAT, czy będziemy płatnikiem zwolnionym z VAT (oczywiście jeżeli tylko w naszym przypadku pozwolą na to przepisy). Tekst poświęcony opodatkowaniu VAT znajdziesz w następnym rozdziale. W niniejszym artykule skupiam się wyłącznie na podatku dochodowym.

Formy opodatkowania w zakresie podatku dochodowego

a) Ryczałt

W przypadku ryczałtu wielkość podatku dochodowy zależy wyłącznie od wysokości i źródła przychodu. Jedynymi dopuszczalnymi odliczeniami, które pomniejszają podstawę opodatkowania na ryczałcie są:

- Składka na ubezpieczenie społeczne
- 50% zapłaconych składek na ubezpieczenie zdrowotne
- Wydatki na Internet do kwoty 760 zł rocznie

Przykład

Przedsiębiorca w roku 2025 uzyskał przychód w wysokości 150 tys. zł a wykonywane przez niego usługi budowlane wykonywane są z użyczonego materiału (w takim przypadku obowiązuje stawka ryczału 8,5%).

a) Z uwagi na to, że przychód mieści się w przedziale od 60 000 zł do 300 000 zł składka zdrowotna wyniesie 9% liczona względem 100% przeciętnego wynagrodzenia z IV kwartału roku ubiegłego (769,43 zł miesięcznie w roku 2025). W ciągu 12 miesięcy prowadzenia firmy składki zdrowotne wyniosą: $769,43 \text{ zł} \times 12 = 9\,233,16 \text{ zł}$. Tym samym od podstawy opodatkowanie będziemy mogli odliczyć: $9\,233,16 \text{ zł} \times 50\% = 4\,616,58 \text{ zł}$.

b) Składka na ubezpieczenie społeczne – przyjmujemy, że mamy do czynienia z nowym przedsiębiorcom. W takim wypadku przez 6 miesięcy może on korzystać ze zwolnienia ze składki na ubezpieczenie społeczne, a później płaci preferencyjną składkę, która w 2026 wyniesie 456,20 zł. Tym samym w 1 roku działalności składka na ubezpieczenie społeczne wyniesie: $456,20 \text{ zł} \times 6 \text{ miesięcy} = 2\,737,20 \text{ zł}$.

c) Przedsiębiorca wydał w ciągu roku 600,00 zł na Internet

Podatek wraz ze wskazanymi odliczeniami obliczamy w sposób następujący:

$[150\,000,00 \text{ zł} - (4\,616,58 \text{ zł} + 2\,737,20 \text{ zł} + 600,00 \text{ zł})] \times 8,5\% = 12\,073,93 \text{ zł}$

Stawka ryczału w zależności od źródła przychodu przedstawia się następująco:

Przychody osiągane w zakresie wolnych zawodów <i>Wolny zawód oznacza działalność gospodarczą wykonywaną osobiście przez tłumaczy, adwokatów, notariuszy, radców prawnych, biegłych rewidentów, księgowych, agentów ubezpieczeniowych, agentów oferujących ubezpieczenia uzupełniające, brokerów reasekuracyjnych, brokerów ubezpieczeniowych, doradców podatkowych, doradców restrukturyzacyjnych, maklerów papierów wartościowych, doradców inwestycyjnych, agentów firm inwestycyjnych oraz rzeczników patentowych.</i>	17%
Przychody ze świadczenia usług związanych m.in. z reprodukcją komputerowych nośników informacji, pośrednictwo w sprzedaży motocykli oraz części i akcesoriów, pośrednictwo w sprzedaży hurtowej, przetwarzaniem danych, finansowych i ubezpieczeniowych, związanych z obsługą nieruchomości, prawnych, rachunkowo-księgowych i doradztwa podatkowego innego niż w ramach wolnego zawodu, usług reklamowych, fotograficznych, tłumaczeniowych, detektywistycznych, ochroniarskich, obsługi nieruchomości	15%

wykonywanych na zlecenie, polegających m.in. na utrzymaniu porządku w budynkach, kontroli systemów ogrzewania, wentylacji, klimatyzacji, wykonywaniu drobnych napraw, dezynfekcji i tępienia szkodników, centrów telefonicznych, związanych z organizowaniem kongresów, targów i wystaw, pomocą społeczną, niektórych usług kulturalnych i rozrywkowych oraz związanych ze sportem, rozrywką i rekreacją.	
Usługi w zakresie opieki zdrowotnej, architektonicznych i inżynierskich; usług badań i analiz technicznych oraz specjalistycznego projektowania.	14%
Działalność związana z wydawaniem pakietów gier komputerowych, z wyłączeniem publikowania gier komputerowych w trybie on-line, pakietów oprogramowania systemowego, użytkowego oraz oprogramowania komputerowego pobieranego z Internetu, z wyłączeniem pobierania oprogramowania w trybie on-line. Działalność związana z doradztwem w zakresie sprzętu komputerowego, związanych z oprogramowaniem objętych grupowaniem „Oryginały oprogramowania komputerowego”, związanych z doradztwem w zakresie oprogramowania, w zakresie instalowania oprogramowania oraz związanych z zarządzaniem siecią i systemami informatycznymi, programiści.	12%
Działalność w postaci najmu, podnajmu, dzierżawy, poddzierżawy oraz innych umów o podobnym charakterze, z wyjątkiem składników majątku związanych z działalnością gospodarczą. Przychody z tytułu świadczenia usług związanych z zakwaterowaniem, usług wynajmu i obsługi nieruchomości własnych lub dzierżawionych, w zakresie badań naukowych i prac rozwojowych, przychody z tytułu wynajmu i dzierżawy pojazdów, kontenerów i własności intelektualnej.	8,5% przychodów do kwoty 100 000 zł oraz 12,5% przychodów od nadwyżki ponad kwotę 100 000 zł
Przychody z działalności usługowej, w tym przychody z działalności gastronomicznej w zakresie sprzedaży napojów o zawartości alkoholu powyżej 1,5%. Usług związanych ze zwalczaniem pożarów i zapobieganiem pożarom, usług w zakresie edukacji, działalnością bibliotek, archiwów, muzeów oraz pozostałych usług w zakresie kultury. Przychody z działalności polegającej na wytwarzaniu przedmiotów (wytrobów) z materiału powierzzonego przez zamawiającego (np. usługi budowlane z powierzonego materiału).	8,5%

Prowizja uzyskana przez komisanta ze sprzedaży na podstawie umowy komisu. Prowizja uzyskana przez kolportera prasy na podstawie umowy o kolportaż prasy.	
Przychody z działalności wytwórczej np. robót budowlanych z własnego materiału. Prowizja uzyskana z działalności handlowej w zakresie sprzedaży jednorazowych biletów komunikacji miejskiej, znaczków do biletów miesięcznych, znaczków pocztowych, żetonów i kart magnetycznych do automatów.	5,5%
Przychód z działalności handlowej i gastronomicznej, z wyjątkiem przychodów ze sprzedaży napojów o zawartości alkoholu powyżej 1,5%	3%
Przychody ze sprzedaży przetworzonych w sposób inny niż przemysłowy produktów roślinnych i zwierzęcych, z wyjątkiem przetworzonych produktów roślinnych i zwierzęcych uzyskanych w ramach prowadzonych działów specjalnych produkcji rolnej oraz produktów opodatkowanych podatkiem akcyzowym na podstawie odrębnych przepisów.	2%

W przypadku profilu firmy obejmującego więcej zakresów działalności np. zarówno handel detaliczny i tłumaczenia, należy wykorzystać obydwie stawki (15% i 3%) – obliczając odrębnie podatek dla przychodu z każdego źródła.

Podstawą opodatkowania są całościowe obroty przedsiębiorstwa, pomniejszone od zapłacone składki na ubezpieczenie społeczne właściciela firmy oraz 50% zapłaconych składek na ubezpieczenie zdrowotne.

Uwaga! Niektóre rodzaje działalności nie mogą korzystać z opodatkowania w firmie ryczałtu. Zakaz dotyczy m.in. lombardów, aptek, handlu częściami i akcesoriami do pojazdów mechanicznych, kupna i sprzedaży wartości dewizowych oraz wytwarzania wyrobów opodatkowanych podatkiem akcyzowym. Ponadto nie można korzystać z opodatkowania w formie ryczałtu od przychodów ewidencjonowanych, jeśli rozpoczyna się prowadzenie działalności, w ramach której dochodzi do sprzedaży towarów lub usług na rzecz byłego lub obecnego pracodawcy.

Ryczałt – wady i zalety tego rozwiązania

Podstawową zaletą tego rozwiązania jest uproszczona księgowość oraz możliwość płacenia niższych podatków o ile całościowe koszty prowadzenia firmy (wliczając czynsze, wynagrodzenia, zakup towarów, media etc.) są względnie niskie (nie przekraczają 40-50% uzyskiwanych przez firmę obrotów). Oczywiście od tej reguły są pewne wyjątki i najlepiej przeliczyć sobie wszystko w rachunku zysków i strat.

Wadą ryczałtu jest to, że podatek dochodowy naliczamy względem obrotów firmy, a nie zysku. Ryczałt nie pozwala też skorzystać z kwoty wolnej od podatku (w roku 2026 jest to 30 000,00 zł/rok). Tym samym w większości przypadków jest to mniej opłacalne rozwiązanie niż Zasady Ogólne (przynajmniej w granicach I progu podatkowego).

b) Podatek liniowy i zasady ogólne

W tym przypadku **podatek dochodowy naliczany jest od zysku, a więc przychodu, pomniejszonego o wszystkie udokumentowane koszty prowadzenia działalności**. Stawka podatku liniowego wynosi 19% bez względu na wielkość zysku. Jest to podstawowa różnica pomiędzy podatkiem liniowym, a podatkiem rozliczanym wg zasad ogólnych. Podatek liniowy będzie opłacalny głównie dla tych przedsiębiorców, dla których zysk z działalności przekracza 150.000,00 zł/rok. W przypadku zasad ogólnych wg. skali – podatek dochodowy wynosi 12% dla zysku, który mieści się w limicie 120.000,00 zł/rok i dodatkowo 32% liczone od kwoty powyżej tego limitu.

Uwaga! Zasady ogólne pozwalają uwzględnić w rozliczeniu podatkowym kwotę wolną od podatku. Obecnie kwota wolna od podatku wynosi 30.000,00 zł. Kwota wolna od podatku obniża podstawę opodatkowania. Jeżeli np. w rachunku zysku i strat uzyskaliśmy prognozowany zysk na poziomie 80 000,00 zł, to wedle zasad ogólnych podatek dochodowy wyniesie: $(80.000,00 \text{ zł} - 30.000,00 \text{ zł}) \times 12\% = 6.000,00 \text{ zł}$.

Obecnie w większości rodzajów działalności zasady ogólne są bardziej opłacalne niż ryczałt. Wynika to z tego, że 1 próg podatkowy jest względnie niski a podstawę opodatkowania stanowi przychód pomniejszony o koszty. Na ryczałcie podstawa opodatkowania są całościowe obroty firmy.

Przykład

Firma X uzyskała przychód w wysokości 150 000,00 zł. Jednocześnie prowadzenie firmy wiązało się z wydatkami na poziomie 60 000,00 zł (ZUS, materiały, abonamenty, paliwo itp.).

a) Opcja 1 – ryczałt

Podatek dochodowy (wraz z odliczeniami o których pisałem wcześniej) wyniesie:

$$[150\,000,00 \text{ zł} - (4\,616,58 \text{ zł} + 2\,737,20 \text{ zł} + 600,00 \text{ zł})] \times 8,5\% = 12\,073,93 \text{ zł}$$

b) Opcja 2 – zasady ogólne

Podatek dochodowy wyniesie:

$$(150\,000,00 \text{ zł} - 60\,000,00 \text{ zł kosztów} - 30\,000,00 \text{ zł kwoty wolnej}) \times 12\% = 7\,200,00 \text{ zł}$$

Podatek dochodowy a składka na ubezpieczenie zdrowotne

Obliczając podatek dochodowy na potrzeby rachunku zysków i strat (zwykle taka tabela pojawia się w biznes planie i prezentuje szacunkowe przychody, koszty i zysk z działalności w perspektywie pierwszych 12 miesięcy) – należy pamiętać, że składkę ZUS przedsiębiorcy tworzą dwa odrębne ubezpieczenia, tj. składka na ubezpieczenie społeczne i składka na ubezpieczenie zdrowotne. Ubezpieczenie społeczne może być traktowane jako koszt działalności. W przypadku ubezpieczenia zdrowotnego, podejście zależy od wybranej formy opodatkowania.

Ryczałt – od podstawy opodatkowania można odjąć 50% zapłaconych składek na ubezpieczenie zdrowotne

Podatek liniowy i zasady ogólne – składki zdrowotnej nie można odliczyć.

Podsumowanie

Jak wybrać najbardziej opłacalną formę opodatkowania? Jak już wspominałem najlepszym sposobem, jest obliczenie podatku dochodowego w kilku różnych wariantach. Aby nasz biznes plan był bardziej przekonujący, warto napisać uzasadnienie dla podjętej decyzji. Oczywiście nie zawsze to, co znajduje się w dokumentach – odpowiada późniejszej rzeczywistości. Nie sposób bowiem ze 100% pewnością przewidzieć faktycznego, dokładnego przychodu i kosztów w prowadzonej działalności. Na szczęście każdy przedsiębiorca ma możliwość zmiany wybranej formy opodatkowania na początku nowego roku kalendarzowego. Tym samym decyzję względem podatku dochodowego można zmieniać wielokrotnie.

13. Wybór w zakresie podatku VAT

Otwierając firmę należy podjąć decyzję, czy nasza firma będzie płatnikiem podatku VAT. Zwykle tego typu informacje podaje się już na etapie składania wniosku o dotację z Urzędu Pracy. Nie każdy przedsiębiorca musi być VAT-owcem.

Zwolnienie podmiotowe z podatku VAT

Przedsiębiorca podejmujący działalność ma możliwość skorzystania ze zwolnienia podmiotowego z podatku VAT. Zgodnie z obowiązującymi od 2025 roku przepisami, z takiego zwolnienia można korzystać do momentu, gdy obroty uzyskane w ramach działalności nie przekroczą 200 000,00 zł/rok. Od 2026 roku limit ten wzrasta do 240 000,00 zł/rok. W przypadku przekroczenia tego limitu – konieczna będzie rejestracja jako czynny płatnik podatku VAT.

Uwaga! Z podmiotowego zwolnienia z podatku VAT nie mogą skorzystać przedsiębiorcy, którzy prowadzą działalność związaną z:

- handlem metalami szlachetnymi
- handlem monetami,
- handlem wyrobami z bursztynu,
- handlem / wyrobem alkoholi,
- handlem nowymi środkami transportu,
- świadczeniem usług prawnych,
- w zakresie doradztwa (z wyjątkiem doradztwa rolniczego związanego z uprawą i hodowlą roślin oraz chowem i hodowlą zwierząt, a także związanego ze sporządzaniem planu zagospodarowania i modernizacji gospodarstwa rolnego)
- w zakresie ściągania długów (w tym factoringu)
- zajmują się sprzedażą części i akcesoriów do pojazdów samochodowych lub motocykli

Zwolnienie przedmiotowe z podatku VAT

Prócz zwolnienia podmiotowego, istnieje **zwolnienie przedmiotowe, dotyczące określonych rodzajów działalności**. W myśl przepisów art. 43 ust.1 ustawy o VAT zwalnia się z podatku VAT **usługi w zakresie opieki medycznej**, służące profilaktyce, zachowaniu, ratowaniu, przywracaniu i poprawie zdrowia, oraz dostawę towarów i świadczenie usług ściśle z tymi usługami związane, wykonywane w ramach działalności leczniczej przez podmioty lecznicze. Ponadto z podatku VAT zwolnione są podmioty świadczące usługi **w zakresie kształcenia i wychowania objęte systemem oświaty** w rozumieniu przepisów o systemie oświaty. Tym samym ze zwolnienia mogą korzystać osoby fizyczne zakładające niepubliczne placówki i szkoły, jednak dopiero po wpisaniu ich do ewidencji prowadzonej przez jednostkę samorządu terytorialnego. Tak dzieje się też w przypadku usług szkoleniowych, gdzie mamy do czynienia ze świadczeniem usług nauczania prywatnego świadczonych przez nauczycieli. Co ważne, **w przypadku zwolnienia przedmiotowego nie ma górnej granicy limitu** (zwolnienie obowiązuje bez względu na wielkość uzyskiwanych obrotów).

Czy zwolnienie z VAT jest opłacalne w przypadku dotacji?

Korzystając z wyżej wymienionego zwolnienia, nie musimy doliczać podatku VAT do prowadzonej przez nas sprzedaży, dzięki czemu, w przypadku sprzedaży lub świadczenia usług na rzecz klienta indywidualnego (który nie może sobie odliczyć takiego podatku VAT) często będziemy w stanie zaoferować cenę niższą od konkurencji, jeżeli ta stanowi czynnego płatnika VAT. To może korzystnie wpłynąć na konkurencyjność naszej firmy i przynieść większe zyski.

Dotyczy to w szczególności sytuacji, gdy nie ponosimy dużych kosztów działalności. Konsekwencją zwolnienia z VAT jest bowiem utrata możliwości odzyskania zapłaconego podatku VAT od kosztów związanych z prowadzeniem firmy (reklama, zakup towarów, narzędzi, usługi telekomunikacyjne itp.). Można powiedzieć, że zwolnienie z VAT powinno być dla nas opłacalne, jeżeli koszty prowadzenia działalności opodatkowane tym podatkiem nie przekraczają 50% uzyskiwanego przychodu.

Jeżeli jednak naszą główną grupę klientów są przedsiębiorstwa, lepiej być czynnym płatnikiem podatku VAT, gdyż klient biznesowy w większości przypadków ma możliwość uzyskania zwrotu od zapłaconego podatku VAT, a tym samym zwolnienie z VAT nie wpływa na atrakcyjność cenową naszej oferty.

Najczęściej ze wspomnianego zwolnienia korzystają osoby zajmujące się fotografią okolicznościową, obsługą imprez, wykonujące zabiegi fizjoterapeutyczne itp. Jeżeli ktoś prowadzi sklep, warsztat samochodowy, wykonuje prace budowlane z własnego materiału, to w 95% przypadków bardziej opłacalna będzie rejestracja VAT. Ostatecznie każdy przypadek trzeba jednak rozpatrywać indywidualnie.

Dodatkowe atuty zwolnienia z podatku VAT:

- brak konieczności prowadzenia ewidencji VAT
- brak konieczności comiesięcznej wysyłki JPK VAT do Urzędu Skarbowego
- mniejsze prawdopodobieństwo kontroli ze strony Urzędu Skarbowego

Podatek VAT a wydatki z dotacji

Zgodnie z obowiązującymi przepisami nie możemy od takich wydatków otrzymać zwrotu podatku VAT. **Bez względu na to, czy będziemy płatnikiem VAT czy nie – inwestycje finansowane z otrzymanych pieniędzy ponosimy w kwocie brutto.** Jeżeli nie planujemy dodatkowo większych wydatków inwestycyjnych realizowanych w oparciu o środki własne, może być to dodatkowa przesłanka by korzystać ze wspomnianego zwolnienia.

14. Prognoza przychodu



Bez względu na to, czy planowana firma będzie płatnikiem podatku VAT, czy podmiotem zwolnionym z podatku VAT, **przychody w ramach prognozy finansowej zawsze wskazujemy z pominięciem podatku VAT.** W kalkulacji przychodów nie wpisuje się też samej dotacji, gdyż nie stanowi ona zysku z prowadzonej działalności.

Prognoza przychodu powinna w sposób bezpośredni wiązać się z przedstawionym we wniosku i biznesplanie cennikiem oraz planem marketingowym. Chodzi o to, by wskazany przychód był wiarygodny względem zdolności wytwórczych firmy i możliwej do pozyskania liczby klientów. Należy pamiętać, że każda działalność wymaga nieco innego podejścia i nie ma jednej złotej metody określenia przewidywanego poziomu przychodów. Wykonując obliczenia – powinniśmy umieścić opis, wyjaśniający jak zostały wykonane nasze obliczenia i na jakich założeniach się opierały. Powinny one być też racjonalne. Deklaracja wykorzystania zdolności produkcyjnych nowopowstałej firmy na poziomie przekraczającym 90% – może świadczyć o nierealnym optymizmie przedsiębiorcy (chyba, że firma należy do branży charakteryzującej się dużym deficytem usługodawców, dla której taki poziom wykorzystania zdolności produkcyjnych już w pierwszym roku działalności będzie możliwy).

Przykładowa prognoza przychodów dla działalności usługowej (kosmetyka)

a) Cennik świadczonych usług

Rodzaj usługi	Cena	Szacunkowy czas pracy (w minutach)	Szacunkowy koszt materiałów jednorazowych i kosmetyków na zabieg
Lifting rzęs z farbą, botoksem i keratyną	170,00 zł	70	20,00 zł
Lifting brwi z farbą, botoksem i keratyną	180,00 zł	80	20,00 zł
Zabieg odżywczy brwi, zabieg odżywczy rzęs	145,00 zł	55	12,50 zł
Fototerapia	175,00 zł	25	5,00 zł
Infuzja tlenowa	350,00 zł	45	15,00 zł
Oczyszczanie wodorowe 4 etapowe	305,00 zł	65	40,00 zł
Oczyszczanie wodorowe 5 etapowe	335,00 zł	70	50,00 zł
Oczyszczanie wodorowe 6 etapowe	375,00 zł	90	55,00 zł
Bloomea	585,00 zł	90	115,00 zł
Bloomea (rozstępy)	475,00 zł	50	70,00 zł
Bloomea (dłonie)	250,00 zł	50	60,00 zł
Depilacja pastą cukrową	60,00 zł	25	5,00 zł
Sonoforeza	185,00 zł	30	7,50 zł
Fala radiowa bipolarna	250,00 zł	40	12,50 zł
Kawitacja	100,00 zł	15	2,00 zł
Farbka brwi	70,00 zł	30	3,00 zł
Masaż oczu i okolic oczu	100,00 zł	20	2,00 zł
Mikroprądy: twarz, okolice oczu, usta	150,00 zł	20	7,00 zł
Średnia	236,67 zł	48	27,86 zł

b) Wyjaśnienia

Biorąc pod uwagę podejmowane działania reklamowe, które opisuję w punkcie XY wniosku – w typowym miesiącu kalendarzowym wykonam ok. 70 usług. Uwzględniając przedstawiony wyżej cennik, średnia stawka dla pojedynczej usługi wyniesie 236,67 zł, a związany z nią czas pracy: 48 minut. Wykonanie 70 zabiegów zajmie mi więc ok. 56 roboczogodzin i umożliwi uzyskanie przychodu na poziomie 16 566,90 zł/miesiąc. Do tego dochodzi czas przejazdów do klienta. Przyjmując dodatkowe 30 minut na zabieg (dojazd, rozpakowywanie i zapakowywanie sprzętu), szacuję, że dodatkowy czas mojej

pracy wyniesie ok. 35 godzin w miesiącu. Łącznie – 91 roboczogodzin. Przy założeniu, że 160 roboczogodzin stanowi 100% moich zdolności realizacyjnych, przedstawiona kalkulacja i założenia są dość ostrożne i realne. 91 roboczogodzin w miejscu odpowiada bowiem wykorzystywaniu ok. 57% moich faktycznych zdolności realizacyjnych.

Prognoza przychodów w handlu

W przypadku działalności handlowej należy skupić się na możliwościach pozyskania klienta, gdyż czas samej transakcji zwykle zamyka się w okresie maksymalnie kilku minut, przez co nie stanowi istotnej zmiennej mającej realny wpływ na poziom sprzedaży.

Dobrym sposobem określenia szacunkowego poziomu sprzedaży będzie obserwacja innej firmy o takim samym profilu, zlokalizowanej w miejscu o podobnej atrakcyjności. Warto kilkakrotnie odwiedzić taki sklep i oszacować – ilu klientów kupuje tam średnio w ciągu godziny oraz ile średnio wydają klienci podczas zakupów. Na potrzeby prognozy najlepiej uwzględnić stosunkowo szeroki zakres towarów (najlepiej 30-40 przykładów), a jednocześnie zadbać o to, by były to produkty zróżnicowane cenowo, tak by swoje miejsce w tabeli miała zarówno drobnica, jak i najdroższe towary.

Zupełnie innego podejścia wymaga sklep internetowy. W tym przypadku liczbę transakcji określamy głównie w oparciu o liczbę odwiedzin sklepu (wynikającą z planu marketingowego) i przewidywaną konwersję (odsetek osób odwiedzających stronę sklepu decydujących się na zakup). Jako typową wartość koszyka zamówień w sklepie internetowym możemy przyjąć średnią wartość typowego produktu pomnożoną przez 1,5, chyba, że planujemy sprzedaż towarów niskiej wartości np. akcesoria papiernicze lub krawieckie. W takich przypadkach typowy koszyk zamówień zwykle obejmuje co najmniej kilka produktów (raczej nikt nie zakupi pojedynczego długopisu lub guzika przez Internet, gdyż byłoby to dla niego nieopłacalne z uwagi na koszt przesyłki).

Oczywiście, każda firma jest inna i może wymagać nieco innego podejścia. Prognozując przychody powinniśmy robić to w sposób możliwie obiektywny, bazując na silnych przesłankach, które uprawdopodobnią przewidywane efekty ekonomiczne.

Prognoza finansowa we wniosku o dotację PUP

Prognoza finansowa zawsze pozostaje tylko prognozą. W przypadku dotacji na podjęcie działalności gospodarczej, stanowi ona jeden z elementów, w oparciu o który Komisja ocenia szanse przetrwania danej firmy na lokalnym rynku. W perspektywie procesu ubiegania się o dofinansowanie służy ona głównie przekonaniu urzędników do przyznania środków finansowych. Po uzyskaniu dotacji, Urząd Pracy (lub inna instytucja udzielająca dotacji), nie rozlicza wnioskodawcy z realnie uzyskiwanych przychodów. Oznacza to, że nie weryfikuje się na ile zakładane we wniosku i biznesplanie efekty ekonomiczne pokrywają się z realnie uzyskiwanymi efektami finansowymi.

Z drugiej jednak strony, dla własnego dobra dobrze jest poważnie podejść do tematu. W końcu świadomość możliwych do uzyskania efektów ekonomicznych w dużym stopniu decyduje o tym jakie koszty warto ponosić, a w jakich obszarach oszczędzać, co znacząco ułatwi utrzymanie płynności finansowej.

15. Jak obliczyć koszty prowadzenia firmy?

Jeżeli nasza firma jest płatnikiem podatku VAT, należy pamiętać, aby wszystkie koszty ujmować w kwotach netto (wyjątkiem jest koszt paliwa). I odwrotnie, jeżeli nasza firma ma stanowić płatnika korzystającego z podmiotowego zwolnienia w zakresie VAT – wszystkie koszty ujmujemy w kwotach brutto, czyli łącznie z podatkiem VAT (gdyż w przypadku zwolnienia nie możemy uzyskać zwrotu VAT).

Poniżej przedstawiam listę typowych kategorii kosztowych, jakie należy uwzględnić w obliczeniach. Jeżeli dana kategoria kosztowa nie ma zastosowania w przypadku naszego przedsięwzięcia, a pojawia się we wniosku, to należy wpisać 0,00 zł oraz wskazać, dlaczego dana wartość nie występuje (np. koszt najmu lokalu – 0,00 zł: na potrzeby działalności wykorzystam własnościowy lokal mieszkalny)

Zaleca się, aby każda przedstawiona kategoria kosztowa posiadała swoje uzasadnienie. Jeżeli konstrukcja wniosku nie pozwala na umieszczenie takiego uzasadnienia bezpośrednio w tabeli, może one zostać umieszczone pod tabelą lub w odrębnym załączniku.

Przykład uzasadnienia dla kategorii kosztowej – reklama firmy zajmującej się obsługą muzyczną wesel:

*Hosting i rejestracja domeny – 25,00 zł/miesiąc
Kampania reklamowa Google Ads – 500,00 zł/miesiąc
Pakiet srebrny w serwisie weselezkasa.pl – 99,00 zł/miesiąc
Kampania Meta Ads – 200,00 zł/miesiąc
Druk wizytówek – 20,00 zł/miesiąc
Razem: 844,00 zł/miesiąc*

Typowe kategorie kosztowe:

• Zakup towaru handlowego

Wskazujemy wartość przedmiotów, które kupujemy do późniejszej odsprzedaży. Ilość towaru handlowego powinna pokrywać się z zakładanym w prognozie przychodów poziomem sprzedaży. Na potrzeby dotacji z PUP stosujemy pewne uproszczenie i zwykle pomijamy rezerwy magazynowe.

• Zakup materiałów do produkcji

Wskazujemy materiały i surowce, które zostają przez nas przetworzone celem wykonania innych produktów lub zostaną zużyte w ramach świadczonych usług. Ilość materiałów do produkcji powinna się pokrywać z zakładanym w prognozie przychodów poziomem sprzedaży. Zwykle w tej kategorii możemy uwzględnić również koszt zakupu ewentualnych opakowań.

- **Koszt najmu lokalu**

Wskazujemy koszt najmu wszystkich nieruchomości wykorzystanych w ramach działalności. Jeżeli siedziba firmy mieści się w miejscu zamieszkania, co często ma miejsce np. w przypadku usług z zakresu projektowania graficznego to możemy tu wskazać zerowy koszt najmu. Konieczna jest jednak umowa nieodpłatnego użyczenia lub akt własności potwierdzający fakt dysponowania takim lokalem.

- **Wynagrodzenie pracowników**

Wskazujemy wynagrodzenie wszystkich zatrudnianych pracowników w kwocie brutto, czyli kwotę brutto zawierającą również składki ZUS płacone przez pracowników.

- **Narzuty na wynagrodzenie pracowników**

W związku z zatrudnieniem pracowników pracodawca ponosi dodatkowe koszty związane z narzutami na wynagrodzenia. Jest to ubezpieczenie emerytalne, rentowe, wypadkowe, składka na Fundusz Pracy i Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Harcowniczych. Ta kwota nie jest potrącana z wynagrodzenia, z tego względu traktuje się ją zwykle jako odrębną kategorię kosztową. Dla przykładu, przy minimalnym wynagrodzeniu (4 806,00 zł brutto/miesiąc w 2026 roku), dodatkowe narzuty na wynagrodzenia wyniosą 984,28 zł/miesiąc.

- **Reklama**

Uwzględniamy tu wszelkie wydatki związane z reklamą, które ponosimy w sposób stały, tj. druk wizytówek, dystrybucję ulotek, kampanie Google Ads, pozycjonowanie strony internetowej, publikację ogłoszeń w prasie itp. Zwykle nie uwzględnia się tu inwestycji o charakterze jednorazowym, które zostały uwzględnione w tabeli kosztów podjęcia działalności np. wykonanie szyldu reklamowego, oklejenie samochodu, stworzenie strony internetowej, zaprojektowanie logotypu itp. Wskazane kwoty powinny odpowiadać temu, co zostało wyszczególnione w zaprezentowanym wcześniej planie marketingowym.

- **Koszty transportu**

Koszty transportu obejmują:

- a) wydatki związane z przywiezieniem towaru handlowego i surowców do siedziby firmy
- b) dojazd do miejsca wskazanego przez klienta celem wykonania powierzonych usług (np. prace budowlane)
- c) dostawa towarów/produktów do klienta (należy pamiętać, by wskazany koszt wysyłki towarów był adekwatny do prognozowanego poziomu zamówień, przedstawionego w prognozie przychodów)
- d) ewentualny dojazd przedsiębiorcy do siedziby firmy

Uzasadnienie dla kosztów transportu może wyglądać w sposób następujący (przykład dotyczy firmy zajmującej się lokalnym serwisem urządzeń elektronicznych):

Przykład

W celu dojazdu do klientów będę się posługiwał samochodem Opel Zafira B (spalanie 8,9 L.Pb/100km). Zakładam, że średni dystans związany z dojazdem do klienta wyniesie 10km x 2 (odbior urządzenia i dowóz naprawionego urządzenia). Biorąc pod uwagę cenę benzyny na poziomie 6,90 zł/1L, koszt transportu obliczam w sposób następujący: $[(50 \text{ klientów} \times 10\text{km} \times 2) / 100\text{km}] \times 8,9\text{L} \times 6,90 \text{ zł} = 614,10 \text{ zł}$. Do tego dochodzi koszt transportu części zamiennych. Wskazani przeze mnie dostawcy oferują darmową dostawę części przy zamówieniach przekraczających 200,00 zł. Biorąc pod uwagę zakładaną ilość usług i związaną z tym liczbę części – nie przewiduję dodatkowych kosztów transportu.

- **Media**

Uwzględniamy tu koszt ogrzewania, wody, energii elektrycznej, gazu itp. Należy pamiętać, iż nawet w przypadku, gdy dysponujemy lokalem w oparciu o umowę nieodpłatnego użyczenia – należy **koniecznie uwzględnić media, gdyż umowa użyczenia nie może obejmować kosztów eksploatacyjnych**. Jeżeli siedzibę firmy stanowi jednocześnie miejsce zamieszkania, to powinniśmy uwzględnić część opłat, tj. dodatkowej energii elektrycznej, wody, ogrzewania – których zużycie wzrasta z tytułu prowadzonej firmy. W wielu przypadkach (np. usług związanych z projektowaniem graficznym) jedynym medium, którego zużycie realnie wzrośnie będzie prąd (eksploatacja komputera, tabletu itp.). W takich sytuacjach możemy wspomóc swoje obliczenia [kalkulatorem zużycia prądu](#).

- **Opłaty administracyjne, koncesje, ubezpieczenia**

Możemy tu uwzględnić abonament telefoniczny, Internet, opłaty związane z prowadzeniem rachunku bankowego, OC samochodu, koncesje na sprzedaż alkoholu itp.

- **Amortyzacja środków trwałych**

Amortyzacja dotyczy tylko tych podatników, którzy wybrali rozliczenie podatku dochodowego na zasadach ogólnych lub w oparciu o podatek liniowy. W przypadku środków trwałych, których wartość przekracza 10 000,00 zł – koszt ich zakupu uwzględnia się w kosztach prowadzenia firmy stopniowo (koszt ma odpowiadać stopniowej utracie wartości środków trwałych wraz z ich zużyciem). Rzecz jasna nie można amortyzować rzeczy zakupionych z dotacji, gdyż kwota dotacji jest zwolniona z podatku dochodowego i amortyzacja prowadziłaby do podwójnego zwolnienia. Stawkę amortyzacji można sprawdzić tutaj: [Wykaz Rocznych Stawek Amortyzacyjnych](#).

Przykład:

Jeżeli w ramach działalności zamierzamy wykorzystać własny samochód, którego obecna wartość wynosi 15 000,00 zł, to możemy go amortyzować w stawce 20%/rok, co oznacza, iż miesięczna amortyzacja wyniesie 250,00 zł ponieważ $(15\,000,00 \text{ zł} \times 20\%) / 12 \text{ miesięcy} = 250,00 \text{ zł}$. Amortyzacja umożliwia obniżenie podstawy opodatkowania. Przy samochodzie o wskazanej wyżej wartości, w ciągu 5 lat, amortyzacja obniży nasz podatek dochodowy o 2700,00 zł. Jeżeli więc mamy możliwość amortyzacji, to zawsze warto z niej korzystać. Oczywiście by móc amortyzować posiadany samochód, musi się on stać majątkiem naszej firmy (wprowadzenie do ewidencji środków trwałych).

• Składki ZUS

Przedsiębiorca z tytułu prowadzonej działalności ponosi koszty związane ze składkami ZUS. **Kosztem prowadzenia firmy jest składka na ubezpieczenie społeczne.** W przypadku składki zdrowotnej sprawa jest bardziej skomplikowana. W przypadku gdy wybraną formą opodatkowania są zasady ogólne – nie możemy odliczać składki zdrowotnej od podstawy opodatkowania. Jeżeli wybraną formą opodatkowania jest ryczałt, możemy od podstawy opodatkowania odliczyć 50% kwoty zapłaconych składek zdrowotnych. W przypadku gdy płacimy podatki liniowo – możemy odliczyć od podstawy opodatkowania zapłacone składki zdrowotne (obowiązuje jednak limit, który w 2026 roku wynosi 11600,00 zł).

W wielu Urzędach Pracy konstrukcja rachunku zysków i strat która znajduje się w obrębie wniosku może narzucać nam konkretny sposób prowadzenia obliczeń. Przykładem może być wniosek, o dotacje który obowiązywał w PUP Wałbrzych, gdzie konstrukcja rachunku zysków i strat wymagała łączenia ubezpieczenia społecznego i zdrowotnego. W tych rzadkich przypadkach najlepiej stosować się do wytycznych PUP nawet jeżeli pod względem formalnym są one błędne.

W przypadku nowych przedsiębiorców, a więc takich, którzy w ostatnich 5 latach nie prowadzili działalności gospodarczej – mogą oni przez pierwsze 6 miesięcy korzystać ze zwolnienia i nie płacić ubezpieczenia społecznego a przez kolejne 2 lata korzystać z tzw. składki preferencyjnej, która od stycznia 2026 wynosi: 456,20 zł/miesiąc (wliczając dobrowolne ubezpieczenie chorobowe).

• Pozostałe koszty

Umieszczamy tu koszty wynikające z prowadzenia firmy, które nie zostały uwzględnione w innym miejscu np. koszt obsługi biura rachunkowego, koszt zakupu materiałów biurowych, zakup środków czystości, prowizja od sprzedaży na rzecz allegro.pl itp.

16. Obliczenie zysku



Punktem wyjścia dla obliczenia prognozowanego zysku z działalności jest szacunkowy przychód oraz prognoza kosztów związanych z prowadzeniem firmy. Informacje dotyczące obliczenia tych pozycji znalazły się w poprzednich artykułach.

Pierwszy krok – obliczenie zysku brutto

Operację wykonujemy odejmując sumę ponoszonych w ramach prowadzenia firmy kosztów od prognozowanego przychodu.

Przykład

W ramach uzyskaliśmy przychód na poziomie 16095,00 zł/miesiąc i koszty prowadzenia firmy w wysokości 10266,54 zł/miesiąc. Zysk brutto wyniesie więc: $16095,00 \text{ zł} - 10266,54 \text{ zł} = 5828,46 \text{ zł}$.

Kolejny krok to odliczenie zysku netto

W tym celu od uzyskanego zysku brutto, odejmujemy wartość należnego podatku dochodowego oraz wartość składki na ubezpieczenie zdrowotne właściciela firmy. Niestety sposób obliczania składki na ubezpieczenie zdrowotne po wprowadzeniu Polskiego Ładu znacznie się skomplikował. Do tej pory była to odgórnie ustalona kwota obowiązująca przez cały rok. Obecnie wysokość składki na ubezpieczenie zdrowotne zależy od wybranej formy opodatkowania i/lub kwoty uzyskanego dochodu za miesiąc poprzedni. W przypadku zasad ogólnych jest to 9% dochodu z miesiąca poprzedniego (lub 4,9% w przypadku opodatkowania liniowego). Jeżeli uzyskany dochód jest niższy, niż minimalne wynagrodzenie – to składkę zdrowotną nalicza się względem wynagrodzenia minimalnego.

Uwaga! Składki za pierwszy miesiąc prowadzenia firmy odprowadzamy do 20 dnia kolejnego miesiąca. Daje to czas na właściwe wyliczenie i zaraportowanie względem ZUS wysokości składki zdrowotnej. I niestety – będzie się tak działo co miesiąc, czyli co miesiąc należy złożyć do ZUS deklarację DRA określającą w jaki sposób została obliczona składka zdrowotna.

W przypadku ryczałtu składka zdrowotna zależy od rocznych obrotów firmy i przeciętnego wynagrodzenia w sektorze przedsiębiorstw za IV kwartał roku poprzedzającego. Biorąc pod uwagę, że przeciętne miesięczne wynagrodzenie z IV kwartału 2024, składka zdrowotna dla ryczałtowców w roku 2025 kształtuje się następująco:

- 461,66 zł/miesiąc dla przedsiębiorców, których roczne obroty nie przekroczą 60.000,00 zł
- 769,43 zł/miesiąc dla przedsiębiorców, których roczne obroty wyniosły od 60.000,00 zł do 300.000,00 zł
- 1384,97 zł/miesiąc dla przedsiębiorców osiągających obroty przekraczające 300.000,00 zł/rok

Wartość podatku dochodowego zależy od wybranej formy opodatkowania. Szczegółowe informacje na ten temat znajdziesz w rozdziale dotyczącym wyboru formy opodatkowania.

Należy pamiętać, że zwolnienie ze składek przez okres 6 miesięcy oraz preferencyjna stawka ZUS dla nowych przedsiębiorców nie obejmują ubezpieczenia zdrowotnego, a jedynie ubezpieczenie społeczne.

Przykład

Firma opłaca podatek dochodowy na zasadach ogólnych. W ramach prowadzonej działalności uzyska w lutym 2026 zysk w wysokości 8 000,00 zł (w styczniu 2026 jej zysk wyniósł 6.000,00 zł). Tym samym podatek dochodowy za luty wyniesie: $8.000,00 \text{ zł} \times 12\% = 960,00 \text{ zł}$. Składka na ubezpieczenie zdrowotne za luty wyniesie: $6.000,00 \text{ zł} \times 9\% = 540,00 \text{ zł}$.

Umożliwia to określenie zysku netto w lutym:

$$8.000,00 \text{ zł} - (960,00 \text{ zł} + 540,00 \text{ zł}) = 6500,00 \text{ zł}$$

Jeżeli chcielibyśmy być bardziej precyzyjni, to możemy w rozliczeniu miesięcznym uwzględnić wartość wynikającą z kwoty wolnej od podatku:

$30.000,00 \text{ zł (kwota wolna od podatku)} \times 12\% \text{ (wysokość podatku w pierwszym progu skali podatkowej)} = 3.600,00 \text{ zł}$

$3.600,00 \text{ zł} / 12 \text{ miesięcy} = 300,00 \text{ zł/miesiąc jako kwota obniżająca podatek}$

Tym samym obliczenie realnego zysku netto prezentowało by się w sposób następujący:

$8.000,00 \text{ zł} - [(960,00 \text{ zł} - 300,00 \text{ zł}) + 540,00 \text{ zł}] = 6800,00 \text{ zł}$

Uwaga! Wraz z ustaleniami Polskiego Ładu, przedsiębiorcy opodatkowani na zasadach ogólnych stracili możliwość odliczania składki zdrowotnej od podatku. Jednocześnie zasady ogólne są jedyną formą opodatkowania pozwalającą na korzystanie z kwoty wolnej od podatku.

Należy pamiętać, że każdy Urząd Pracy ma inne wzory wniosku/biznes planu oraz odmienne wytyczne w zakresie przygotowania dokumentów. Może się okazać, że dany PUP narzucił taką budowę prognozowanego rachunku zysków i strat, która przesuwając ubezpieczenie zdrowotne do kosztów i/lub uniemożliwia zastosowanie niektórych odliczeń. W takim przypadku należy dostosować się do oczekiwań Urzędu Pracy, nawet jeżeli nie są one zgodne z obowiązującymi zasadami.

POTRZEBUJESZ POMOCY W UZYSKANIU DOTACJI ?



760

wykonanych wniosków



21 mln

pozyskanych grantów



97%

skuteczność



17 lat

doświadczenia

<https://biznesplany24.pl/oferta/>

17. Jak wypełnić formularz informacji o pomoc de minimis?

Formularz informacji przedstawianych przy ubieganiu się o pomoc de minimis to jeden z obowiązkowych załączników do wniosku o dotację na podjęcie działalności (wyspania się go również w przypadku, jeżeli wcześniej nie uzyskało się żadnej pomocy de minimis). Poniżej przedstawiam instrukcję jego wypełniania.

Czysty formularz w nowej wersji, która obowiązuje od 13 listopada 2025 można pobrać tutaj:

- [Formularz informacji przedstawianych przy ubieganiu się o pomoc de minimis \(wersja PDF\)](#)

Uwaga! Poniższa instrukcja dotyczy jedynie sytuacji, w której wnioskowania stara się dotację z Urzędu Pracy na podjęcie działalności a wcześniej nie otrzymał żadnej pomocy de minimis. W innych sytuacjach formularz ten wypełnia się w nieco odmienny sposób.

Uwaga! Jeżeli dany Urząd Pracy przygotował swój własny wzór wypełnienia tego załącznika, to należy się do niego dostosować. Z uwagi na to, że formularz jest uogólniony i dotyczy głównie podmiotów istniejących, format niektórych pytań dopuszcza pewną dowolność. Bywa więc, że dany Urząd życzy sobie, aby pytania, które nie dotyczą wnioskodawcy oznaczać w inny sposób.

Załączniki do rozporządzenia Rady Ministrów
z dnia 17 października 2025 r. (Dz. U. poz. 1489)

Załącznik nr 1

Formularz informacji przedstawianych przy ubieganiu się o pomoc <i>de minimis</i>	
Stosuje się do pomocy <i>de minimis</i> udzielanej na warunkach określonych w rozporządzeniu Komisji (UE) 2023/2831 z dnia 13 grudnia 2023 r. w sprawie stosowania art. 107 i 108 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do pomocy <i>de minimis</i> (Dz. Urz. UE L 2023/2831 z 15.12.2023)	
A. Informacje dotyczące podmiotu, któremu ma być udzielona pomoc <i>de minimis</i>¹⁾	A1. Informacje dotyczące wnioskodawcy niebędącego podmiotem, któremu ma być udzielona pomoc <i>de minimis</i>²⁾
1. Identyfikator podatkowy NIP podmiotu	1a. Identyfikator podatkowy NIP wnioskodawcy ³⁾
Wpisujemy nr NIP. Jeżeli nie mamy, wpisujemy „nie posiadam”	
2. Imię i nazwisko albo nazwa podmiotu	2a. Imię i nazwisko albo nazwa wnioskodawcy
Imię i nazwisko	
3. Adres miejsca zamieszkania albo adres siedziby podmiotu	3a. Adres miejsca zamieszkania albo adres siedziby wnioskodawcy
Adres zamieszkania wnioskodawcy	
4. Identyfikator gminy, w której podmiot ma miejsce zamieszkania albo siedzibę ⁴⁾	
	Wpisujemy identyfikator gminy, zgodny z adresem zamieszkania. Listę identyfikatorów gmin do pobrania znajdziesz poniżej galerii
5. Forma prawna podmiotu ⁵⁾	
przedsiębiorstwo państwowe	☐
jednoosobowa spółka Skarbu Państwa	☐
jednoosobowa spółka jednostki samorządu terytorialnego w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 20 grudnia 1996 r. o gospodarce komunalnej (Dz. U. z 2021 r. poz. 679)	☐
podmiot, w stosunku do którego Skarb Państwa, jednostka samorządu terytorialnego, przedsiębiorstwo państwowe lub jednoosobowa spółka Skarbu Państwa są podmiotami, które posiadają uprawnienia takie jak przedsiębiorcy dominujący w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 1616, z późn. zm.)	☐
jednostka sektora finansów publicznych w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. z 2024 r. poz. 1530, z późn. zm.)	☐
inna (podać jaka)	☒
Indywidualna pozarolnicza działalność gospodarcza osoby fizycznej	

1

Lista identyfikatorów GMIN do pobrania:

https://bip.stat.gov.pl/files/gfx/bip/pl/defaultstronaopisowa/142/1/1/wykaz_identyfikatorow_i_nazw_jednostek_podzialu_terytorialnego_kraju_01012015.pdf

6. Wielkość podmiotu, zgodnie z załącznikiem I do rozporządzenia Komisji (UE) nr 651/2014 z dnia 17 czerwca 2014 r. uznającego niektóre rodzaje pomocy za zgodne z rynkiem wewnętrznym w zastosowaniu art. 107 i 108 Traktatu (Dz. Urz. UE L 187 z 26.06.2014, str. 1, z późn. zm.) ⁵⁾			
mikroprzedsiębiorca	☒	średni przedsiębiorca	☐
mały przedsiębiorca	☐	inny przedsiębiorca	☐
7. Klasa działalności, w związku z którą podmiot ubiega się o pomoc <i>de minimis</i> ⁶⁾			
Wpisujemy 4 pierwsze cyfry z wybranego, głównego kodu PKD dla planowanej firmy. Listę kodów gmin znajdziesz w linku poniżej v v v			
a) określona zgodnie z rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 18 grudnia 2024 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) (Dz. U. poz. 1936)	☒		
b) określona zgodnie z rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 24 grudnia 2007 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) (Dz. U. poz. 1885, z późn. zm.) ⁷⁾	☐		
8. Data utworzenia podmiotu			
- - dzień miesiąc rok Wpisujemy przewidywaną datę uruchomienia firmy, a więc datę w przyszłości (najlepiej dodać ok. 6-8 tygodni licząc od planowanej daty złożenia wniosku)			
9. Powiązania z innymi przedsiębiorcami ⁸⁾			
Czy między podmiotem a innymi przedsiębiorcami istnieją powiązania polegające na tym, że:			
a) jeden przedsiębiorca posiada większość praw głosu akcjonariuszy lub wspólników drugiego przedsiębiorcy?	☐ tak	☐ nie	
b) jeden przedsiębiorca ma prawo wyznaczyć lub odwołać większość członków organu zarządzającego lub nadzorczego innego przedsiębiorcy?	☐ tak	☐ nie	
c) jeden przedsiębiorca ma prawo wywierać dominujący wpływ na innego przedsiębiorcę zgodnie z umową zawartą z tym przedsiębiorcą lub zgodnie z jego dokumentami założycielskimi?	☐ tak	☐ nie	
d) jeden przedsiębiorca, który jest akcjonariuszem lub wspólnikiem innego przedsiębiorcy lub jego członkiem, zgodnie z porozumieniem z innymi akcjonariuszami, wspólnikami lub członkami tego przedsiębiorcy, samodzielnie kontroluje większość praw głosu u tego przedsiębiorcy?	☐ tak	☐ nie	
e) przedsiębiorca pozostaje w jakimkolwiek ze stosunków opisanych w lit. a–d przez jednego innego przedsiębiorcę lub kilku innych przedsiębiorców?	☐ tak	☐ nie	
W przypadku zaznaczenia przynajmniej jednej odpowiedzi twierdzącej w lit. a–e należy podać:			
a) identyfikator podatkowy NIP wszystkich powiązanych z podmiotem przedsiębiorców	NIE DOTYCZY		

b) łączną wartość pomocy <i>de minimis</i> udzielonej wszystkim powiązanym z podmiotem przedsiębiorcom w okresie minionych 3 lat ⁹⁾ poprzedzających dzień wystąpienia z wnioskiem o udzielenie pomocy <i>de minimis</i> ¹⁰⁾	NIE DOTYCZY	
10. Informacja o utworzeniu podmiotu w wyniku podziału innego przedsiębiorcy lub połączenia z innym przedsiębiorcą, w tym przez przejęcie innego przedsiębiorcy, lub w wyniku przekształcenia przedsiębiorcy		
Czy podmiot w okresie 3 lat poprzedzających dzień wystąpienia z wnioskiem o udzielenie pomocy <i>de minimis</i> :		
a) powstał wskutek połączenia się innych przedsiębiorców?	☐ tak	☐ nie
b) przejął innego przedsiębiorcę?	☐ tak	☐ nie
c) powstał w wyniku podziału innego przedsiębiorcy?	☐ tak	☐ nie
d) powstał w wyniku przekształcenia przedsiębiorcy?	☐ tak	☐ nie
W przypadku zaznaczenia odpowiedzi twierdzącej w lit. a lub b należy podać:		
a) identyfikator podatkowy NIP wszystkich połączonych lub przejętych przedsiębiorców	NIE DOTYCZY	
b) łączną wartość pomocy <i>de minimis</i> udzielonej wszystkim połączonym lub przejętym przedsiębiorcom w okresie minionych 3 lat ⁹⁾ poprzedzających dzień wystąpienia z wnioskiem o udzielenie pomocy <i>de minimis</i> ¹⁰⁾	NIE DOTYCZY	
W przypadku zaznaczenia odpowiedzi twierdzącej w lit. c lub d należy podać:		
a) identyfikator podatkowy NIP przedsiębiorcy przed podziałem lub przekształceniem	NIE DOTYCZY	
b) łączną wartość pomocy <i>de minimis</i> udzielonej przedsiębiorcy istniejącemu przed podziałem lub przekształceniem, w odniesieniu do działalności przejmowanej przez podmiot, w okresie minionych 3 lat ⁹⁾ poprzedzających dzień wystąpienia z wnioskiem o udzielenie pomocy <i>de minimis</i> ¹⁰⁾	NIE DOTYCZY	
Jeżeli nie jest możliwe ustalenie, jaka część pomocy <i>de minimis</i> uzyskanej przez przedsiębiorcę przed podziałem była przeznaczona na działalność przejętą przez podmiot, należy podać:		
a) łączną wartość pomocy <i>de minimis</i> udzielonej przedsiębiorcy przed podziałem w okresie minionych 3 lat ⁹⁾ poprzedzających dzień wystąpienia z wnioskiem o udzielenie pomocy <i>de minimis</i> ¹⁰⁾	NIE DOTYCZY	
b) wartość kapitału przedsiębiorcy przed podziałem (w PLN)	NIE DOTYCZY	
c) wartość kapitału podmiotu na moment podziału (w PLN)	NIE DOTYCZY	
B. Informacje dotyczące sytuacji ekonomicznej podmiotu, któremu ma być udzielona pomoc <i>de minimis</i>¹¹⁾		
1. Czy wobec podmiotu toczy się postępowanie upadłościowe lub restrukturyzacyjne lub czy spełnia on kryteria kwalifikujące go do objęcia postępowaniem upadłościowym?		

☐ tak	☐ nie
2. Czy podmiot będący przedsiębiorcą innym niż mikroprzedsiębiorca lub innym niż mały lub średni przedsiębiorca albo – w przypadku, o którym mowa w art. 4 ust. 7 rozporządzenia Komisji (UE) 2023/2831 z dnia 13 grudnia 2023 r. w sprawie stosowania art. 107 i 108 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do pomocy <i>de minimis</i> – podmiot będący każdym przedsiębiorcą znajduje się w sytuacji gorszej niż sytuacja kwalifikująca się do oceny kredytowej B-? ¹²⁾	
☐ tak	☐ nie ☒ nie dotyczy
3. Czy w okresie 3 lat poprzedzających dzień wystąpienia z wnioskiem o udzielenie pomocy <i>de minimis</i> :	
a) podmiot odnotowuje rosnące straty?	☐ tak ☐ nie
b) obroty podmiotu maleją?	☐ tak ☐ nie
c) zwiększeniu ulegają zapasy podmiotu lub niewykorzystany potencjał do świadczenia usług?	☐ tak ☐ nie
d) podmiot ma nadwyżki produkcji? ¹³⁾	☐ tak ☐ nie
e) zmniejsza się przepływ środków finansowych?	☐ tak ☐ nie
f) zwiększa się suma zadłużenia podmiotu?	☐ tak ☐ nie
g) rosną kwoty odsetek od zobowiązań podmiotu?	☐ tak ☐ nie
h) wartość aktywów netto podmiotu zmniejsza się lub jest zerowa?	☐ tak ☐ nie
i) zaistniały inne okoliczności wskazujące na trudności w zakresie płynności finansowej?	☐ tak ☐ nie
Jeżeli tak, należy wskazać jakie:	
NIE DOTYCZY	
C. Informacje dotyczące działalności gospodarczej prowadzonej przez podmiot, któremu ma być udzielona pomoc <i>de minimis</i>	
1. Czy podmiot, któremu ma być udzielona pomoc <i>de minimis</i> , prowadzi działalność:	
a) w zakresie produkcji podstawowej produktów rybołówstwa i akwakultury? ¹⁴⁾	☐ tak ☒ nie
b) w zakresie produkcji podstawowej produktów rolnych wymienionych w załączniku I do Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej?	☐ tak ☒ nie

2. Czy pomoc <i>de minimis</i> , o którą podmiot wnioskuję, będzie przeznaczona na działalność wskazaną w pkt 1 lit. a lub b?						
☐ tak		☒ nie				
3. W przypadku zaznaczenia odpowiedzi twierdzącej w pkt 1 lit. a lub b: czy jest zapewniona rozdzielnosc rachunkowa ¹⁵⁾ uniemożliwiająca przeniesienie na wskazaną w tych literach działalność korzyści wynikających z uzyskanej pomocy <i>de minimis</i> (w jaki sposób)?						
☐ tak		☐ nie		☒ nie dotyczy		
D. Informacje dotyczące pomocy otrzymanej w odniesieniu do tych samych kosztów, na których pokrycie ma być przeznaczona pomoc <i>de minimis</i>, o którą podmiot wnioskuję						
1. Czy pomoc <i>de minimis</i> , o którą podmiot wnioskuję, zostanie przeznaczona na pokrycie dających się zidentyfikować kosztów?						
☒ tak		☐ nie				
2. Jeżeli tak, to czy na pokrycie tych samych kosztów, o których mowa powyżej, podmiot otrzymał pomoc inną niż pomoc <i>de minimis</i> ?						
☐ tak		☒ nie		☐ nie dotyczy		
3. Jeżeli tak, należy wypełnić poniższą tabelę ¹⁶⁾ w odniesieniu do ww. pomocy innej niż pomoc <i>de minimis</i> oraz w odniesieniu do pomocy <i>de minimis</i> na te same koszty						
Lp.	Dzień udzielenia pomocy	Podmiot udzielający pomocy	Podstawa prawna udzielenia pomocy	Przeznaczenie pomocy	Forma pomocy	Wartość pomocy brutto (PLN)
1	2	3	4	5	6	7
4. Jeżeli w tabeli wykazano otrzymaną pomoc inną niż pomoc <i>de minimis</i> , należy dodatkowo wypełnić lit. a–h poniżej:						
a) opis przedsięwzięcia						
NIE DOTYCZY						
b) koszty kwalifikujące się do objęcia pomocą w wartości nominalnej i zdyskontowanej oraz ich rodzaje						
NIE DOTYCZY						
c) maksymalna dopuszczalna intensywność pomocy						

NIE DOTYCZY
d) intensywność pomocy już udzielonej w związku z kosztami, o których mowa w lit. b
NIE DOTYCZY
e) lokalizacja przedsięwzięcia ¹⁷⁾
NIE DOTYCZY
f) cele, które mają być osiągnięte w związku z realizacją przedsięwzięcia
NIE DOTYCZY
g) etapy realizacji przedsięwzięcia
NIE DOTYCZY
h) data rozpoczęcia ¹⁸⁾ i zakończenia realizacji przedsięwzięcia
NIE DOTYCZY
E. Informacje dotyczące osoby upoważnionej do przedstawienia informacji
Data
– – dzień miesiąc rok
Stanowisko służbowe
NIE DOTYCZY
Numer telefonu
Wpisujemy nr telefonu wnioskodawcy
Imię, nazwisko i podpis
Podpisać należy się własnoręcznie, długopisem koloru innego niż kolor druku

¹⁷⁾ W przypadku gdy o pomoc *de minimis* wnioskuje wspólnik spółki cywilnej, jawnej albo partnerskiej, komplementariusz spółki komandytowej albo komandytowo-akcyjnej niebędący akcjonariuszem, wspólnik jednoosobowej spółki z ograniczoną odpowiedzialnością albo akcjonariusz prostej spółki akcyjnej lub inny podmiot, na który została przeniesiona odpowiedzialność podatkowa, w związku z działalnością prowadzoną w tej spółce, podaje się informacje dotyczące tej spółki. W przypadku spółki cywilnej należy podać NIP tej spółki, nazwę, pod jaką spółka funkcjonuje na rynku, oraz miejsce prowadzenia działalności, a w przypadku braku nazwy i miejsca prowadzenia działalności – imiona i nazwiska oraz adresy wszystkich wspólników tej spółki.

¹⁸⁾ Wypełnia się w przypadku, gdy o pomoc *de minimis* wnioskuje wspólnik spółki cywilnej, jawnej albo partnerskiej, komplementariusz spółki komandytowej albo komandytowo-akcyjnej niebędący akcjonariuszem, wspólnik jednoosobowej spółki z ograniczoną odpowiedzialnością albo akcjonariusz prostej spółki akcyjnej lub inny podmiot, na który została przeniesiona odpowiedzialność podatkowa, w związku z działalnością prowadzoną w tej spółce (podaje się informacje dotyczące tego wspólnika, akcjonariusza albo komplementariusza lub osoby trzeciej, na którą przeniesiono odpowiedzialność podatkową).

³⁾ O ile posiada identyfikator podatkowy NIP.

18. Złożenie dokumentów w Urzędzie Pracy

Każdy PUP ma inne wytyczne dotyczące wniosku

Przed zanieśieniem wniosku do PUP, dobrze jest raz jeszcze przejrzeć regulamin dotacji oraz wszelkie dodatkowe wskazówki znajdujące się w obrębie dokumentów. Bywa, że dany Urząd Pracy wprowadza szczegółowe zasady dotyczące ich składania. Takie dodatkowe wytyczne mogą określać dopuszczalny rodzaj czcionki, wielkość odstępów między wierszami, maksymalną liczbę stron, sposób połączenia stron itp.

Np. w Urzędzie Pracy m.st. Warszawa, dokumenty powinny być wykonane z wykorzystaniem czcionki Times New Roman 12 px, interlinia pojedyncza, a strony wniosku powinny być ze sobą trwale połączone (np. przez bindowanie). PUP w Opolu życzył sobie z kolei, aby wnioski były drukowane w kolorze.

Niedostosowanie się do wytycznych danego Urzędu Pracy może skutkować odrzuceniem wniosku ze względów formalnych.

Czytelność i struktura dokumentów

Należy zadbać o to, by dokumenty były czytelne. Najlepiej uzupełnić je na komputerze i wydrukować. Pismo odręczne jest mało przystępne dla osoby oceniającej. Łatwiej też o błędy i literówki. Jeżeli dany Urząd Pracy udostępnił formularze w postaci nieedytowalnej (np. wniosek w formacie PDF) – to komputerowe wypełnienie jest trochę trudniejsze. Można jednak posłużyć się dostępnym online programem, który przekonwertuje nam pliki .PDF na edytowalny format .DOC (np. <https://www.ilovepdf.com/pl/pdf-do-word>)

Wypełniając wniosek i biznesplan – nie można zmieniać ogólnej budowy dokumentów. Możemy jedynie rozszerzać objętość poszczególnych akapitów, dodawać wiersze w tabelach – tak by zmieściła się cała treść. Jeżeli w obrębie wniosku chcesz wspomnieć o jakichś istotnych kwestiach, na które nie znajdujesz miejsca w obrębie formularzy – to umieść je w dodatkowym załączniku.

W dokumentach należy uzupełnić wszystkie pola. Jeżeli jakieś elementy Cię nie dotyczą (np. imię i nazwisko współmałżonka w sytuacji, gdy jest się panną lub kawalerem), należy wpisać „nie dotyczy”.

Upewnij się, że dokumenty zostały podpisane we wszystkich wyznaczonych do tego miejscach. Jeżeli w obrębie wniosku znajduje się lista załączników, to ponumeruj je według tej właśnie listy. Każdy załącznik w postaci kserokopii, np. prawo jazdy – powinien zostać opatrzony komentarzem: „potwierdzam zgodność z oryginałem” (data i podpis). Oryginały należy wziąć ze sobą do ewentualnego okazania w kancelarii PUP, podczas składania wniosku.

Złożenie wniosku o dotację w Urzędzie Pracy

Komplet dokumentów najlepiej zanieść w opisanej teczce (imię, nazwisko, adres, nr telefonu). Poszczególne strony powinny być ze sobą zespolone, w sposób uniemożliwiający zgubienie przez urzędników którejs z stron.

W przypadku zaświadczeń, np. o dochodach poręczyciela – to od daty wydania takiego dokumentu nie powinno minąć więcej niż 30 dni.

Dobrze jest zachować dla siebie kopię przygotowanych dokumentów. Może się ona przydać w przypadku ewentualnego odwołania od decyzji PUP lub jako podstawa do wykonania ewentualnych uzupełnień.

W przypadku wniosków składanych elektronicznie – muszą one zostać uprzednio podpisane kwalifikowanym podpisem elektronicznym. Taki podpis jest dostępny na platformie ePUAP dla każdej osoby posiadającej swój profil zaufany: [Podpisz dokumenty przez ePUAP](#)

W przypadku wysyłki elektronicznej, wniosek powinien zostać nadany na adres elektronicznej skrzynki podawczej w systemie e-Doręczenia lub elektronicznej skrzynki podawczej bezpośrednio w systemie ePUAP. Nie należy wysyłać dokumentów zwykłą wiadomością e-mail.

19. Wzory przydatnych dokumentów

a. List intencyjny od osoby fizycznej

..... <i>Data, miejscowość</i>
LIST INTENCYJNY OSOBY FIZYCZNEJ
Ja, niżej podpisany(a) legitymujący(a) się dowodem osobistym seria nr zamieszkały(a) pod adresem: nr PESEL: oświadczam, że jestem zainteresowany(a) skorzystaniem z oferty Pani/Pana w zakresie , w przypadku uruchomienia działalności gospodarczej przez tą osobę.
..... podpis

List intencyjny od firmy

.....
Data, miejscowość

LIST INTENCYJNY - PRZEDSIĘBIORCA

Ja, niżej podpisany(a)

legitymujący(a) się dowodem osobistym seria nr

reprezentujący(a) firmę

z siedzibą pod adresem: Nr REGON:

oświadczam, że jestem zainteresowany(a) nawiązaniem współpracy z firmą, którą Planuje

uruchomić Pan/Pani

w zakresie

.....
Podpis / pieczęć

b. Umowa użyczenia lokalu

UMOWA UŻYCZENIA LOKALU

zawarta dnia w..... pomiędzy:

Imię i nazwisko.....

zam. w

legitymującym/cą się dowodem osobistym (seria i numer dowodu osobistego)

zwanym dalej "Użyczającym"

a

Imię i nazwisko.....

zam. w

legitymującym/cą się dowodem osobistym (seria i numer dowodu osobistego)

zwanym dalej "Biorącym do używania".

§ 1

Użyczający oświadczenia, że posiada tytuł prawny do lokalu znajdującego się pod adresem:

....., składającego się

z, o łącznej powierzchni..... m².

§ 2

Użyczający użycza i daje w bezpłatne użytkowanie Biorącemu, a Biorący przyjmuje do używania przedmiot użyczenia określony w § 1, zwanym dalej Lokalem na czas nie oznaczony.

§ 3

Biorący do używania oświadcza, że odebrał przedmiot użyczenia, zapoznał się z jego stanem i stwierdza, że jest on przydatny do umówionego użytku i nie zgłasza żadnych zastrzeżeń.

§ 4

Użyczający wyraża zgodę na prowadzenie działalności gospodarczej w użyczonym lokalu przez osobę Biorącą do używania.

§ 5

W sprawach nieuregulowanych niniejszą umowę stosuje się przepisy Kodeksu cywilnego.

§ 6

Zmiany niniejszej umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.

§ 7

Umowa została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.

.....
Użyczający

.....
Biorący do używania

c. Umowa użyczenia części lokalu

UMOWA UŻYCZENIA CZĘŚCI LOKALU

zawarta dnia w..... pomiędzy:

Panem/iązam. w

legitymującym/cą się dowodem osobistym (seria i numer dowodu osobistego)

zwanym dalej "Użyczającym"

a

Panem/ią

zam. w

legitymującym/cą się dowodem osobistym (seria i numer dowodu osobistego)

zwanym dalej "Biorącym do używania".

§ 1

Użyczający oświadczenia, że posiada tytuł prawny do lokalu znajdującego się pod adresem:

....., składającego się z....., o łącznej powierzchni m².

§ 2

Przedmiot użyczenia stanowi pomieszczenie/pomieszczenia o powierzchni , znajdujące się w lokalu, wskazanym w § 1

§ 3

Użyczający użycza i daje w bezpłatne użytkowanie Biorącemu, a Biorący przyjmuje do używania przedmiot użyczenia określony w § 1, zwanym dalej Lokalem na okres 14 miesięcy.

§ 4

Biorący do używania oświadcza, że odebrał przedmiot użyczenia, zapoznał się z jego stanem i stwierdza, że jest on przydatny do umówionego użytku i nie zgłasza żadnych zastrzeżeń.

§ 5

Biorący do używania zobowiązuje się do używania Przedmiotu użyczenia zgodnie z jego przeznaczeniem oraz do utrzymania go w należytych stanie.

Biorącemu do używania nie wolno oddawać Lokalu do korzystania innym osobom.

§ 6

Biorący do używania zobowiązuje się do wykonywania na własny koszt wszelkich napraw niezbędnych do zachowania Lokalu w stanie nie pogorszonym.

§ 7

Użyczający wyraża zgodę na rejestrację działalności gospodarczej w użyczonym lokalu przez osobę Biorącą do używania oraz przechowywanie wyposażenia nie zmieniającego formalnego sposobu użytkowania lokalu.

§ 8

Użyczający może wypowiedzieć niniejszą umowę bez zachowania okresu wypowiedzenia, jeżeli Biorący do używania używa Lokal niezgodnie z przeznaczeniem lub narusza inne postanowienia niniejszej umowy.

§ 9

W sprawach nieuregulowanych niniejszą umowę stosuje się przepisy Kodeksu cywilnego.

§ 10

Zmiany niniejszej umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.

§ 11

Umowa została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.

.....
Użyczający

.....
Biorący do używania

d. Umowa użyczenia samochodu

UMOWA UŻYCZENIA SAMOCHODU

zawarta dnia w..... pomiędzy:

imię i nazwisko:
adres zamieszkania:
seria i nr dowodu:
zwanym dalej Użyczającym,

a

imię i nazwisko:
adres zamieszkania:
seria i nr dowodu:
zwanym dalej Biorącym do używania.

§ 1

1 . Przedmiotem użyczenia czyni się samochód marki.....koloru o numerze rejestracyjnym, rok produkcji, którego Użyczający jest właścicielem.

2. Użyczający oświadcza, że samochód oddany do użyczenia jest sprawny i w dobrym stanie technicznym. Wraz z samochodem Użyczający wydaje Biorącemu kluczyki do samochodu, dowód rejestracyjny oraz polisę OC na rok 2024/2025
3. Użyczający wyraża zgodę na wykorzystanie pojazdu do celów związanych z działalnością gospodarczą w przypadku uruchomienia jej przez Biorącego do używania.

§ 2

Wszelkie ewentualne zmiany umowy mogą nastąpić tylko w formie pisemnej pod rygorem nieważności.

§ 3

Biorący do używania zapewnia, że będzie wykorzystywał samochód zgodnie z jego przeznaczeniem. Ponadto zobowiązuje się nie oddawać go do używania osobom trzecim.

§ 4

Bielące koszty użytkowania i napraw samochodu ponosi Biorący do używania.

§ 5

Użyczający oddaje Biorącemu do używania do bezpłatnego używania samochód opisany w § 1 na okres od dnia do dnia Po upływie niniejszego terminu na Biorącym do używania ciąży obowiązek zwrotu samochodu.

§ 6

W sprawach nie uregulowanych w umowie mają zastosowanie przepisy Kodeksu cywilnego.

§ 7

Umowa zostaje sporządzona w 2 jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze Stron.

.....
Użyczający

.....
Biorący do używania