

FRAGMENT WNIOSKU / BIZNES PLANU

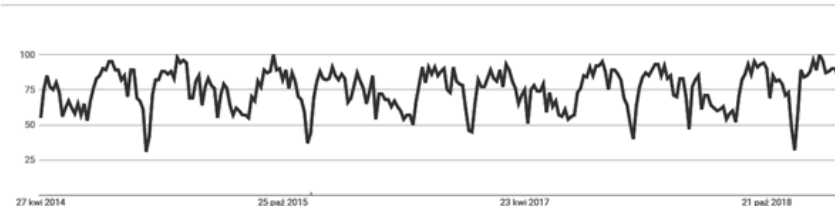
organizacyjne, doświadczenie na stanowisku pracownika biurowego, oraz predyspozycje do pracy z ludźmi. Wierzę, iż moja kreatywność, pracowitość, oraz wrodzona sumienność - pozwolą na sprawny rozwój firmy.

W ramach działalności będę świadczył usługi związane z prowadzeniem biura, drobnymi naprawami sprzętu biurowego, jego optymalizacją czyszczeniem, wymianą podzespołów, konfiguracją, zespawaniem wielu urządzeń, instalowaniem oprogramowania, sterowników, oraz aplikacji. Ponadto będę zajmował się organizacją firmowych imprez integracyjnych, szkoleń i konferencji.

O zasadności uruchomienia firmy o wskazanym profilu, przekonuje mnie fakt, iż w przypadkach małych przedsiębiorstw, utrzymanie odrębnego etatu w celach administracyjno-biurowych często nie jest opłacalne, gdyż np. firma jest na tyle mała, iż wymaga jedynie kilku godzin tego typu pracy w miesiącu. Jednocześnie prace te często wiążą się ze specyficznym zakresem umiejętności – które mogą sprawiać trudność wielu przedsiębiorcom, będącym praktykami w zakresie świadczonych usług/sprzedaży, a już niekoniecznie w zakresie administracji i prac biurowych. Do takich klientów chcę skierować ofertę mojej firmy, oferując elastyczny model współpracy, dopasowany do rzeczy-

wistych potrzeb danego przedsiębiorstwa. Obecnie outsourcing usług biurowych zyskuje na popularności i jest coraz powszechniej stosowanym rozwiązaniem. Na koniec 2017 r. blisko 66% firm zlecało pewien zakres prac biurowych wyspecjalizowanym w tym względzie podwykonawcom¹. Branża cechuje się też niewielką sezonowością.

W zakresie popytu na działania edukacyjne / imprezy integracyjne – spadek popytu występuje w okresie świąt (Boże Narodzenie, Wielkanoc), oraz w miesiącach wakacyjnych (lipiec sierpień). Świadczą o tym dane statystyczne Google ukazujące ogólną liczbę wyszukiwania w określonym czasie. Dla słowa kluczowego „szkolenia”, intensywność wyszukiwania na przestrzeni 5 ostatnich lat, przedstawia się w sposób następujący:



Popyt na ten typ usług wynika bezpośrednio z rachunku ekonomicznego. Przedsiębiorstwom opłaca się szkolić i integrować pracowników, w

¹ https://gf24.pl/biznes-raport/item/download/93_0a90f36313b1ad2c4d7352aa8ec63e10

1. Usługi administracyjno-biurowe – fragment wniosku do PUP

FRAGMENT WNIOSKU / BIZNES PLANU

- podać profil działalności gospodarczej (np. produkcja, handel, usługi) oraz listę usług, które będą realizowane.

Działalność handlowa. Sprzedaż złota, biżuterii, monet, sreber użytkowych, antyków, akcesoriów kolekcjonerskich itp.

- podać symbole podklasy PKD (główny i pokrewne związane z profilem działalności gospodarczej).

główny symbol PKD: 47.79.Z - Sprzedaż detaliczna artykułów używanych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach

pokrewne symbole PKD: 47.91.Z - Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet, 47.77.Z - Sprzedaż detaliczna zegarków, zegarów i biżuterii prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach

RODZAJ OFERTY:

- podać szczegółowy opis planowanej oferty

Przedmiotem działalności będzie sprzedaż monet, złota, biżuterii, sreber użytkowych, kamieni szlachetnych, numizmatów itp. Sprzedaż będzie prowadzona w kanale sprzedaży internetowej, a później również w stacjonarnym punkcie na terenie Poznania.

W zakresie biżuterii będę się skupiał na wyrobach o walorach historycznych i artystycznych, często wykonanych przez rzemieślników, projektowanych na indywidualne zamówienia klientów albo dla galerii. Ceny takich przedmiotów zależą nie tyle od ilości użytego surowca, ile od nazwiska projektanta lub marki, pod którą jest sprzedawana. Numizmat to dawna moneta lub medal o wartości historycznej, zabytkowej. Nie są np. numizmatami współczesne produkty Mennicy Polskiej, pomimo że są tak przez producenta nazywane. Tu najcenniejsze są monety dawne, trudnodostępne na rynku i bez skaz. Cenę numizmatów obniża np. pojawienie się nalołów, które często można znaleźć na monetach srebrnych sprzed kilkadziesiąt lat.

W polu mojego zainteresowania znajdują się również stare polskie medale, które obecnie są niewartościowane. Mają one zazwyczaj dużą wartość historyczną i artystyczną a emitowane były w stosunkowo niskich nakładach.

Kupno i sprzedaż złota, biżuterii z metali szlachetnych, oraz monet - nie wymaga specjalnych uprawnień. Ograniczeniom podlega obrót złotem i platyną dewizową – przez co rozumie się kruszec w stanie nieprzerobionym, oraz w postaci sztab, monet bitych po 1850 r., a także półfabrykatów. Biżuteria nie stanowi więc dewiz, którymi obrót byłby ograniczony na podstawie art. 9 Prawa dewizowego. W przyszłości będę się jednak starał o zezwolenie dewizowe NBP.

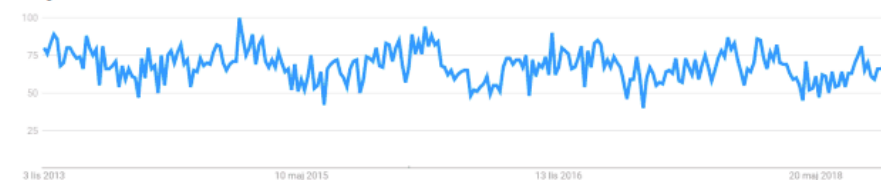
OKREŚLENIE KLIENTA DOCELOWEGO:

- podać grupę klientów docelowych (np.: klient instytucjonalny, klient indywidualny),
- opisać segment klientów uwzględniając obszar branżowy, geograficzny, grupy wiekowe, zawodowe, kierunki zmian popytu, zjawiska sezonowości i inne,

- Kolekcjonerzy (monet, biżuterii) - zwykle ludzie zamożni, często posiadający wyższe wykształcenie, interesująca się zakupem unikalnych wyrobów jubilerskich i antyków do swojej kolekcji. O zakupie decyduje w tym przypadku głównie wartość historyczna, artystyczna i materiałowa.
- Inwestorzy - traktujący zakup biżuterii jako długotrwałą inwestycję kapitału, w tym przedsiębiorcy poszukujący atrakcyjnych towarów do dalszej, zyskowej odsprzedaży. O zakupie decyduje tu głównie wartość artystyczna, oraz materiałowa (kruszczy / kamieni szlachetnych wykorzystanych do produkcji).
- Osoby poszukujące oryginalnej biżuterii dla siebie, lub jako prezentu - korzystające z oferty antykwariatów spontanicznie, pod wpływem okoliczności. Dla tego typu klienta najważniejsza jest wartość artystyczna, oraz nienaganny stan przedmiotu (taki klient nie chce ponosić dodatkowych wydatków na jego ewentualną naprawę).

Co się tyczy zjawiska sezonowości, to odpowiednich danych dostarczają statystyki udostępniane przez wyszukiwarkę Google – w ramach systemu Google Trends², który monitoruje liczbę zapytań kierowanych do wyszukiwarki przez użytkowników. Poniższe wykresy przedstawiają kolejno liczbę wyszukiwania w okresie 5 ostatnich lat, kolejno dla takich słów kluczowych jak:

Antyki



Biżuteria



Złoto



2. Antykwariat – fragment wniosku do PUP

FRAGMENT WNIOSKU / BIZNES PLANU		
- obcy		
8. Ubezpieczenie firmy w zł.	0,00 zł	0,00 zł
9. Inne koszty (np. reklama, telefon, poczta) w zł	1675,00 zł	20100,00 zł
10. Odsetki od kredytów – pożyczek dot. działalności	0,00 zł	0,00 zł
Razem koszty zł	5 924,38 zł	71 092,56 zł
C. Zysk brutto (A - B) w zł	6 975,62 zł	83 707,44 zł
D. Składki na ubezpieczenie społeczne właściciela (odlicza się od podstawy opodatkowania) zł	200,16 zł	2 401,92 zł
E. Podatek dochodowy	1219,61 zł	14 634,99 zł
F. Zysk netto (C - E) w zł	5 756,01 zł	69 072,45 zł
G. Spłata innych zobowiązań (podać jakich)	600,00 zł	7200,00 zł

Szczegółowy opis wyliczeń znajduje się w punkcie III.4 str. 12-1.

III. DANE DOTYCZĄCE RYNKU I KONKURENCJI:

1. Czy posiada Pan (i) rozeznanie lub ewentualne kontakty (np. wstępne ustalenia) z przyszłymi :

- dostawcami (opisać, załączyć)

Usługi budowlane będę świadczył głównie z powierzonego materiału. Będę jednak doradzał w wyborze odpowiedniej jakości materiału. Są to materiały ogólna dostępne w sprzedaży i zbędne są wcześniejsze umowy z dostawcami. Na terenie powiatu istnieje dwie dobrze zaopatrzone hurtownie materiałów budowlanych:

- a) Hurtownia materiałów budowlanych. Dul W (Kościuszki 28, 67-400 Wschowa)
- b) Mrówka As-Bud Sp. z o.o. (Towarowa 2, 67-400 Wschowa)

- odbiorcami (opisać, załączyć)

Zawarłem ustalenia z dwoma firmami z którymi będę współpracował jako podwykonawca. Jest to Firma Remontowo Budowlana - Dekarstwo [REDAKTOR] oraz Zakład Ogólnobudowlany [REDAKTOR]. Oczywiście moja działalność nie będzie ograniczała się wyłącznie do podwykonawstwa.

3. Dekarstwo – fragment biznes planu do PUP

MS. Obsługa nie wymaga posiadania wiedzy informatycznej. Znajdzie się tam aktualny cennik, informacje o realizowanych usługach, portfolio, oraz dane kontaktowe. Podstawowa funkcjonalność jest jednak w pełni darmowa (w tym subdomena z rozszerzeniem „wix.com”).

Informacja o mojej firmie zostanie również umieszczona na mapach Google, dzięki bezpłatnej usłudze Google Places. Dzięki temu informacja o mojej firmie będzie wyświetlać się również w obrębie nawigacji samochodowych, które korzystają z bazy danych Google Maps. Usługa Google Places jest bezpłatna.

Firma będzie również pozyskiwała klientów z polecenia zadowolonych zleceniodawców. W tego typu działalności tzw. „poczta pantoflowa” - stanowi jedną z bardziej skutecznych form promocji. Zamierzam tu w pełni wykorzystać posiadane przez ze mnie liczne zgromadzone do dnia dzisiejszego znajomości, zarówno, jeżeli chodzi o firmy budowlane, jak i osoby, z którymi miałem styczność w trakcie mojej dotychczasowej pracy zawodowej. Każdemu nowemu klientowi będę rozdawał również swoje wizytówki (zawierające na rewersie przydatne numery telefonów alarmowych, przez co istnieje większe prawdopodobieństwo ich zachowania na przyszłość). Druk wizytówek to koszt rzędu 30,00 zł/miesiąc.

Zamierzam raz w miesiącu umieszczać reklamę w Gazecie Lubuskiej. Koszt umieszczenia modułu ½ strony w sobotnim wydaniu to 800,00 zł. Nakład gazety oscyluje w granicach 115 tys. egzemplarzy.

Zamierzam również kontaktować się z innymi firmami dekarскими działającymi na interesującym mnie obszarze, oferując podwykonawstwo. Firmy które nie mogą wyrobić się w terminie, lub realizujące większe inwestycje, często korzystają z takiego rozwiązania.

3. Czy w Pana (i) rejonie działania istnieją firmy lub osoby zajmujące się taką samą działalnością? Jeśli tak, to w jakiej formie? - proszę opisać podając liczbę, rozmiar działalności, usytuowanie.

Usługi dekarские będę realizował głównie na terenie powiatu Wschowskiego (20 tys. mieszkańców), Głogowskiego (90 tys. mieszkańców) oraz Legonia (64 tys.

FRAGMENT WNIOSKU/BIZNES PLANU do PUP (perfumeria)

rynku. Według danych z raportu sporządzonego przez firmę badawczą Nielsen, Polski rynek perfum w roku 2014 wzrosł o 3%, a jego wartość przekroczy 1,6 mld PLN. Największą popularnością cieszą się w Polsce perfumy marek zagranicznych, na czele z takimi markami jak Chanel i Dior. Dostosuję się do tego trendu, budując ofertę na bazie produktów wysokiej jakości.

O znaczeniu branży perfumeryjnej może świadczyć również fakt, iż Ministerstwo Gospodarki opracowało koncepcję promowania polskiej gospodarki, oraz budowania wśród zagranicznych konsumentów świadomości Marki Polskiej Gospodarki, poprzez promocję 15 wybranych branż. Jedną z tych branż jest właśnie branża kosmetyczna.

Należy podkreślić, iż perfumy są produktem źle sprzedającym się w sieci, gdyż internauta nie ma możliwości zdalnego porównywania zapachów, a jest to główna cecha użytkowa tego produktu. Dzięki temu sklepy internetowe, oraz sprzedawcy z Allegro nie będą odbierać mi klientów, co jest typowe dla większości innych branż.

Branża perfumeryjna cechuje się również wysoką odpornością na wahania ogólnej sytuacji ekonomicznej. Sprzedaż rosła systematycznie od wielu lat, nawet w okresie kryzysu finansowego lat 2007-2010. Jest to związane z tym, iż perfumy stanowią jeden z najtańszych produktów luksusowych. W przypadku trudności finansowych, rezygnacja z innych, większych wydatków - powoduje psychologiczną potrzebę kompensacji. W tym przypadku kupno perfum stanowi świetny, bo umiarkowany cenowo ekwiwalent.

Obecnie, zgodnie z danymi Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej, w Polsce działa 15 tys. przedsiębiorstw, specjalizujących się w sprzedaży perfum. Biorąc pod uwagę obroty branży w zakresie sprzedaży perfum (1,6 mld), statystycznie na jedną tego typu firmę przypadają wpływy rządu 106 000,00 zł/rok. Na uwagę zwraca również liczba powstających tego typu podmiotów. Co miesiąc, powstaje w kraju ponad 150 nowych perfumerii, co można traktować, jako świetny barometr bieżącej sytuacji na rynku kosmetycznym.

Lublin jest dla mnie doskonałym rynkiem zbytu. Aktualnie liczba ludności to ponad 343 tys. mieszkańców. Miasto jest prężnie rozwijającym się, wiodącym ośrodkiem o dużych szansach gospodarczych, oświatowych i kulturalnych. Jest największym ośrodkiem akademickim po prawej stronie Wisły, oraz jednym z największych

w Polsce. Potencjał w postaci dostępności komunikacyjnej, oraz wysokiego 21% odsetka osób z wyższym wykształceniem - sprzyja inwestycjom realizowanym na obszarze miasta. Te z kolei przekładają się bezpośrednio na stabilność finansową konsumentów, oraz chęć do zakupu produktów „para-luksusowych”.

Biorąc pod uwagę powyższe informacje, oraz obowiązujące w sprzedaży perfum marże, wynoszące 300% - otwarcie tego rodzaju działalności wydaje się być trafnym pomysłem.

Źródła:

http://zapachowy.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=419

<http://www.serfin.pl/16586,brak-oznak-kryzysu-na-ryнку-perfum/>

<http://finanse.wp.pl/kat,1033783,title,Dzieki-ozwieniu-gospodarczemu-rosnie-sprzedaz-kosmetykow,wid,16686377,wiadomosc.html>

<http://finanse.wp.pl/kat,1033783,title,Sprzedaz-kosmetykow-bedzie-rosla,wid,16465017,wiadomosc.html>

<http://www.polishcosmetics.pl/pl/>

<https://prod.ceidg.gov.pl>

<http://pl.wikipedia.org/wiki/Lublin>

3. Symbol wraz z nazwą podklasy rodzaju działalności określony zgodnie z Polską

Klasyfikacją Działalności (PKD):

47.75.Z - Sprzedaż detaliczna kosmetyków i artykułów toaletowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach

4. Opis zamierzonej działalności gospodarczej (*m.in. charakterystyka profilu, specyfikacja, zakres*)

Zamierzam prowadzić działalność handlową, w zakresie sprzedaży stacjonarnej produktów kosmetycznych. Oferta mojego sklepu zostanie stworzona przede wszystkim, w oparciu o perfumy sprzedawane na mililitry. W asortymencie znajdzie się od 60 do 90 oryginalnych zapachów. Będą to takie marki jak: AZZARO, ECOCERT, THEMAE PARIS, LA SULTANE DE SABA etc. Ponadto oferować będę kosmetyki naturalne, mydło naturalne, sole do kąpieli i świece

4. Perfumeria – fragment wniosku do PUP