



BIZNESPLAN W ZARYSIE

PORADNIK DLA OSÓB PLANUJĄCYCH
ZAŁOŻENIE DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ



WOJEWÓDZKI URZĄD PRACY
w WARSZAWIE

Mazowsze.
serce Polski

Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie
Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej

Biznesplan w zarysie

Poradnik dla osób planujących założenie
działalności gospodarczej

Warszawa 2014

Biznesplan w zarysie. Poradnik dla osób planujących założenie działalności gospodarczej

Autor:

Grzegorz Reszka

Redakcja:

Iwona Kalinowska

Projekt okładki:

Marcin Rucki

Publikacja bezpłatna

Prawa autorskie zastrzeżone, Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie, Warszawa 2014

Wydanie drugie uzupełnione, Warszawa 2014

Nakład: 5000 egzemplarzy

ISBN 978-83-62188-52-9

Skład i druk: Drukarnia ARTPRESS.pl



Spis treści

1. Czym jest biznesplan i od czego zacząć jego tworzenie?.....	5
2. Streszczenie w biznesplanie	9
3. Charakterystyka firmy oraz kompetencji jej założyciela.....	10
4. Charakterystyka produktu lub usługi	12
5. Analiza otoczenia konkurencyjnego.....	14
6. Analiza SWOT.....	17
7. Plan działań marketingowych	20
8. Plan działalności operacyjnej.....	22
9. Plan finansowy przedsięwzięcia	24
10. Przykład planu finansowego przedsięwzięcia	27
Bibliografia	35

1. Czym jest biznesplan i od czego zacząć jego tworzenie?

Na początku, gdy tak naprawdę dopiero zaczynasz myśleć o swojej własnej firmie, zastanawiasz nad wieloma aspektami jej przyszłego funkcjonowania. Jest jednak kilka kluczowych z punktu widzenia prowadzenia każdej nowej działalności gospodarczej pytań, na które powinieneś w pierwszej kolejności poszukać konkretnych odpowiedzi.

Zacznij więc od zastanowienia się nad tym:

- co zamierzasz zrealizować?
- w jaki sposób osiągniesz zamierzone cele?
- do kogo będziesz kierował ofertę firmy?
- za pomocą jakich środków i nakładów finansowych zbudujesz swoją firmę?
- jak będzie wyglądała twoja firma za rok, dwa lub trzy lata?

Uzyskanie odpowiedzi na tego rodzaju pytania wymaga od ciebie zebrania konkretnych informacji dotyczących planowanego przedsięwzięcia oraz poddania ich stosownym analizom. Dzięki temu otrzymasz kluczowe dane i wskazówki, które będziesz mógł następnie wykorzystać w momencie rozpoczęcia prowadzenia własnej działalności gospodarczej.

Jak te wszystkie informacje uporządkować oraz wyciągnąć z nich właściwe wnioski? Otóż powinieneś opracować jeden dokument, który będzie w sposób kompleksowy i rzetelny obrazował cel i zakres planowanego przez ciebie przedsięwzięcia. Tym dokumentem jest właśnie biznesplan.

Biznesplan to narzędzie przydatne w planowaniu działalności biznesowej, które dzięki swojej budowie i określonym zasadom jego tworzenia pomoże ci zebrać konkretne informacje i dane o twoim przedsięwzięciu. Tego rodzaju dokument możesz przygotować zarówno na potrzeby własne, ale również w celu ubiegania się o wsparcie z funduszy unijnych na rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej. Każdy biznesplan powinien powstać w oparciu o pewien schemat, który krok po kroku będzie opisywał planowane przez ciebie przedsięwzięcie. Ten właśnie schemat został wykorzystany do zbudowania tego poradnika po to, aby ułatwić ci trudne biznesowe początki.

Biznesplan tworzony na potrzeby opracowania założeń dla nowo powstającej firmy powinien uwzględniać niżej wymienione elementy. Jest to ogólnie przyjęta struktura biznesplanu, ale jego ostateczny wygląd zależy tak naprawdę od tego, jak złożona będzie twoja przyszła firma. Przygotowując swój biznesplan pamiętaj jednak, że każdy z poniższych elementów jest ważny z punktu widzenia końcowego efektu tego rodzaju dokumentu.

Elementy składowe biznesplanu¹:



- streszczenie
- charakterystyka firmy oraz kompetencji jej założyciela
- charakterystyka produktu lub usługi
- analiza otoczenia konkurencyjnego
- analiza SWOT
- plan działań marketingowych
- plan działalności operacyjnej
- plan finansowy przedsięwzięcia

Jeśli zatem zastanawiasz się właśnie nad założeniem własnego biznesu, to jednym z najważniejszych celów, dla którego powinieneś przygotować biznesplan, jest zebranie i ustrukturalizowanie wielu istotnych danych i informacji, które pozwolą ci przełożyć pomysł na własną firmę w prowadzenie realnego biznesu.

Dzięki przygotowaniu biznesplanu dla swojego przedsięwzięcia otrzymasz:

- szczegółowy plan (strategię) działania swojej przyszłej firmy,
- dokument zawierający stosowne analizy i sposoby osiągnięcia zamierzonych celów biznesowych,
- ocenę możliwości funkcjonowania swojej firmy oraz jej perspektyw.

Tworząc biznesplan dla swojej przyszłej firmy musisz pamiętać, że tego rodzaju dokument powinien wyróżniać się kilkoma cechami, dzięki którym będziesz mógł w rzetelny sposób zobrazować planowane przez ciebie przedsięwzięcie. Jest to szczególnie istotne w sytuacji, gdy przygotowujesz biznesplan, który będzie następnie oceniany przez zewnętrzne instytucje, decydujące o przyznaniu środków finansowych wspierających założenie twojej działalności gospodarczej.

¹ M. Ingram, „Zasady i techniki sporządzania biznesplanów”, Akademia Ekonomiczna w Katowicach, 2000 r.

Pamiętaj, aby twój biznesplan wyróżniał się takimi cechami, jak:

- **celowość**

Przystępując do pisania swojego biznesplanu pamiętaj o celu, który postawiłeś sobie na początku. Jasno sformułowany cel biznesowy pomoże ci szybciej zgromadzić niezbędne dane i informacje, dzięki czemu łatwiej będzie ci wyciągnąć stosowne wnioski, a tym samym przygotować wartościowy biznesplan.

- **czytelność (przejrzystość)**

Stwórz biznesplan, który w czytelny i przejrzysty sposób będzie opisywał twoje główne założenia biznesowe. Czytelny czyli taki, który będzie zawierał konkretne informacje dotyczące zakresu i charakteru planowanego przedsięwzięcia. Może być to szczególnie istotne, jeśli zdecydujesz się na udział w projekcie, który wymaga przygotowania i przedstawienia biznesplanu twojego przedsięwzięcia w celu otrzymania dotacji lub pożyczki na rozpoczęcie działalności gospodarczej.

- **kompleksowość**

Staraj się zebrać jak najwięcej przydatnych informacji, które będziesz mógł następnie wykorzystać w swojej analizie biznesowej. Analiza planowanego przez ciebie przedsięwzięcia wymaga zwrócenia uwagi m.in. na takie zagadnienia, jak: charakterystyka konkurencji istniejącej na rynku, określenie grupy potencjalnych odbiorców, planowane nakłady inwestycyjne, koszty prowadzenia firmy.

- **wiarygodność**

Jest to cecha będąca jednym z fundamentów, w oparciu o który musisz przygotowywać biznesplan swojego przedsięwzięcia. Wiarygodność przedstawianych w biznesplanie informacji można uzyskać m.in. poprzez opieranie się na danych z ogólnie dostępnych rejestrów, statystyk, czy też badań rynkowych. Nie podawaj informacji lub danych, które nie mają pokrycia w rzeczywistości.

- **elastyczność**

Przygotowany przez ciebie biznesplan powinien uwzględniać możliwość zmiany przyjętych założeń i zastosowania nowych wartości, które

będą odpowiadały aktualnej sytuacji na rynku. Proces ten będzie wymagał od ciebie m.in. umiejętności dostosowania cen za poszczególne usługi, czy też korekty kosztów bieżących prowadzenia działalności tak, aby odpowiadały one twoim możliwościom i oczekiwaniom ze strony klientów. Zachowanie takiej elastyczności w biznesplanie pozwoli ci szybciej zareagować na procesy zachodzące w otoczeniu planowanego przedsięwzięcia.

Uwzględniając powyższe cechy masz możliwość stworzenia biznesplanu, który będzie opierał się na realnych założeniach, a tym samym będzie dokumentem wiarygodnym. Tworząc biznesplan dla swojego przedsięwzięcia musisz mieć poczucie, że przyjęte przez ciebie założenia biznesowe dają ci realną szansę na osiągnięcie określonych efektów już jako działającemu przedsiębiorcy.

Każdy kolejny rozdział broszury opisuje poszczególne elementy biznesplanu. Potraktuj je jako wskazówki, pamiętając, że tylko od ciebie tak naprawdę zależy, jaką wartość będzie prezentował przygotowany przez ciebie biznesplan. Jeśli poświęcisz odpowiedni czas na analizę i wnioski płynące z zebranych przez siebie informacji oraz danych dotyczących planowanego przedsięwzięcia, masz dużą szansę na uruchomienie dobrze prosperującej firmy. Pamiętaj, że dobrze przemyślany biznesplan świadczy o odpowiedzialności i dojrzałości przyszłego przedsiębiorcy, co powinno przełożyć się również na sukces twojej przyszłej firmy.



Dobrze przygotowany biznesplan zmniejsza ryzyko niepowodzenia twojego przedsięwzięcia.

2. Streszczenie w biznesplanie

Streszczenie (wstęp) powinno w sposób zwięzły i jasny przedstawiać te informacje, które będą szczegółowo opisane w dalszej części biznesplanu. Może to być zwłaszcza istotne w sytuacji, kiedy ubiegasz się o zewnętrzne środki finansowe na uruchomienie planowanej działalności gospodarczej np. w banku, funduszu pożyczkowym czy instytucji przyznającej dotacje na założenie firmy. Streszczenie powinieneś tak naprawdę przygotować po opracowaniu swojego biznesplanu, ponieważ będziesz już wtedy wiedział, co dokładnie w nim opisałeś i jakie wnioski z niego płyną.

W streszczeniu powinieneś uwzględnić takie informacje, jak:

a. cel i przedmiot biznesplanu

W tym punkcie powinieneś jasno zdefiniować cel i przedmiot swojego przedsięwzięcia. Wyjaśnij, co zamierzasz zrealizować, jaki będzie zakres planowanego przedsięwzięcia, czego oczekujesz po uruchomieniu planowanego przedsięwzięcia.

b. motywy założenia firmy

Wskaż rzeczywiste powody, dla których zdecydowałeś się na założenie własnej firmy. Powinny przemawiać za tym przede wszystkim względy biznesowe, ale może zdarzyć się również tak, że rozpoczęcie działalności gospodarczej jest dla ciebie jedyną szansą na bycie osobą aktywną zawodowo, z uwagi na brak możliwości podjęcia stałego zatrudnienia. Musisz sam odpowiedzieć sobie na pytanie, co tak naprawdę motywuje cię do tego, żeby zostać przedsiębiorcą.

c. potrzeby finansowe

Opisz wstępnie, na jakim poziomie będą kształtowały się wydatki inwestycyjne, które warunkują uruchomienie planowanego przedsięwzięcia. Dzięki temu będziesz mógł zobrazować skalę przedsięwzięcia, co może być szczególnie istotne w przypadku ubiegania się o środki pochodzące z zewnętrznych źródeł finansowych, np. dotacji unijnych, pożyczek czy też kredytów.

3. Charakterystyka firmy oraz kompetencji jej założyciela

W charakterystyce firmy oraz kompetencji jej założyciela(li) musisz podać te informacje, które odnoszą się zarówno do twojej osoby, jak i planowanego przedsięwzięcia. Ten punkt biznesplanu powinien obrazować rzeczywisty zakres funkcjonowania twojej przyszłej firmy.

Przedstaw w nim informacje dotyczące:

a. formy prawnej i wyboru formy opodatkowania

Określ, w jakiej formie prawnej zamierzasz prowadzić swoją firmę. Czy będzie to indywidualna działalność gospodarcza, czy być może inna forma prawna, np. spółka cywilna lub spółka z o.o. Przed założeniem działalności gospodarczej sprawdź również, czy musisz spełnić dodatkowe warunki wynikające z przepisów prawa np. uzyskać licencję lub zezwolenie. Zastanów się również nad wyborem formy opodatkowania dla swojej firmy, ponieważ będzie miało to istotne znaczenie przy analizie kosztów i potencjalnych zysków, wynikających z prowadzenia twojego biznesu (zobacz: „Pierwsze kroki we własnym biznesie – przewodnik początkującego przedsiębiorcy” dostępny na stronie www.wup.mazowsze.pl).

b. celów działalności firmy na najbliższe lata

Zastanów się nad perspektywami rozwoju dla twojej firmy oraz przybliż działania, które pozwolą ci osiągnąć te cele. Przyjmij plan funkcjonowania firmy, który chcesz zrealizować przez najbliższy rok oraz określ wstępnie rozwiązania, które zamierzasz wprowadzić do firmy w następnych latach. Przygotowany przez ciebie harmonogram działalności firmy pozwoli ci lepiej zaplanować kolejne etapy rozwoju twojego biznesu.

c. uzasadnienia wyboru branży

Wyjaśnij, dlaczego akurat w wybranej przez ciebie branży widzisz szanse na osiągnięcie sukcesu i perspektywy rozwojowe dla swojej przyszłej firmy. Wybór branży lub konkretnego rodzaju działalności wymaga przedstawienia argumentów, które będą uzasadniały słuszność podjętej przez ciebie decyzji.

d. charakterystyka kompetencji założyciela(li) firmy

Opisz swoje kwalifikacje oraz doświadczenie zawodowe, które posiadasz. Wskaż zwłaszcza te, które będą przydatne w prowadzeniu planowanej działalności gospodarczej, i które wynikają z posiadanego przez siebie wykształcenia, ukończonych kursów, szkoleń oraz dotychczasowego doświadczenia zawodowego i pozazawodowego.

4. Charakterystyka produktu lub usługi

W tym punkcie powinieneś opisać to, czym twoja przyszła firma będzie się zajmowała, jaki rodzaj produktów/usług będzie świadczyła oraz jak odczytujesz potrzeby przyszłych odbiorców w tym zakresie.

Musisz zebrać i przedstawić następujące informacje:

a. rodzaj produktu/usługi

Opisz produkt lub usługę, którą zamierzasz świadczyć w ramach planowanej działalności gospodarczej. Postaraj się, aby twój opis był precyzyjny, tak żeby przedstawiał rzeczywistą ofertę twojej przyszłej firmy. Powinieneś scharakteryzować działalność główną oraz działalność poboczną, jeśli zamierzasz również taką prowadzić.

b. główne cechy i zalety

W opisie produktu/usługi powinieneś zwrócić również uwagę na te elementy, które będą wyróżniały twoją ofertę na tle konkurencji. Zastanów się i wskaż, w czym twoja oferta może być lepsza od już dostępnej na rynku, czym jesteś w stanie zaskoczyć potencjalnych klientów.

c. dostępność produktu/usługi na rynku

Sprawdź i omów, w jakim zakresie dostępne są już na rynku produkty/usługi, które zamierzasz oferować. Zwróć zwłaszcza uwagę na ich ceny oraz jakość. Spróbuj także ocenić swój produkt na tym rynku. Oceń, czy musisz ewentualnie podnieść konkurencyjność swojej oferty np. poprzez rozszerzenie zakresu oferowanych produktów/usług lub zapewnienie bardziej konkurencyjnych cen.

d. ewentualna innowacyjność produktu lub usługi

Jeśli wprowadzasz produkty lub usługi oparte na innowacyjnych rozwiązaniach, powinieneś precyzyjnie wyjaśnić, na czym one polegają i co dzięki zastosowanym rozwiązaniom mogą zyskać ich odbiorcy. Więcej informacji dotyczących zagadnienia innowacyjności produktów/usług możesz

znaleźć na stronie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości www.parp.gov.pl.

e. szacunkowa cena produktu/usługi

Określ, na jakim poziomie będą kształtowały się ceny za poszczególne produkty/usługi oferowane w twojej firmie. Pamiętaj, żeby podane przez ciebie ceny uwzględniały ich realny poziom rynkowy, co będzie czyniło twoje założenia bardziej wiarygodnymi. Przyjęte ceny za oferowane produkty/usługi będą później wykorzystane w tworzonym przez ciebie planie finansowym przyszłego przedsięwzięcia.

f. potrzeby klientów w zakresie oferowanego produktu/usługi

Planując produkty lub usługi, które zamierzasz oferować, musisz pamiętać, że będą one kierowane do konkretnej grupy odbiorców. Opisz jakie mają potrzeby twoi przyszli klienci, biorąc pod uwagę również ich możliwości finansowe. Dla ułatwienia możesz przeprowadzić tzw. segmentację klientów, czyli podzielić wszystkich odbiorców na mniejsze grupy o podobnych potrzebach i oczekiwaniach. Możesz wziąć pod uwagę m.in. takie kryteria jak: wiek, płeć, miejsce zamieszkania. Pamiętaj przede wszystkim, żeby traktować swoich przyszłych klientów w taki sposób, w jaki sam chciałbyś być traktowany.

Planując swój biznes warto znaleźć takie miejsce lub branżę, w której istnieje jeszcze pewna nisza, a tym samym zaoferować takie produkty lub usługi, na które będzie zapotrzebowanie. Dostrzeżenie przez ciebie takiej niszy na rynku może gwarantować sukces twojego przedsięwzięcia.



Nisza rynkowa to² :

Pewna niewielka grupa odbiorców, oczekujących na zaspokojenie wyraźnie sprecyzowanych potrzeb. Zapotrzebowanie to dotyczy zarówno nabycia produktów, jak i usług. Czynnikiem wpływającym na decyzje zakupowe klientów może być zarówno cena, jak i jakość danego produktu czy też usługi.

² M. Moszkowicz, „Zarządzanie strategiczne. Systemowa koncepcje biznesu”, PWE, Warszawa 2005 r.

5. Analiza otoczenia konkurencyjnego

Prowadząc działalność gospodarczą będziesz funkcjonował na konkretnym rynku, a co za tym idzie twoja przyszła firma będzie musiała się zmierzyć z konkurencją ze strony firm, które mogą na tym rynku już działać. Aby być na to odpowiednio przygotowanym, musisz wcześniej przeprowadzić analizę otoczenia konkurencyjnego, która pozwoli ci uzyskać informacje, jaka będzie twoja pozycja wyjściowa w miejscu, w którym zamierzasz uruchomić swoją przyszłą firmę.

Przygotowując analizę otoczenia konkurencyjnego powinieneś skupić się na takich zagadnieniach, jak:

a. wielkość i dynamika rynku, na którym chcesz funkcjonować

Scharakteryzuj rynek, na którym zamierzasz prowadzić swoją przyszłą działalność gospodarczą. Napisz, czy twoja firma będzie kierowała swoje produkty/usługi na rynek lokalny (gmina, miasto), wojewódzki czy może krajowy. Zwróć uwagę na aktualną pozycję na rynku branży, w której zamierzasz działać, a także ewentualne zmiany, które mogą wpływać na jej kondycję oraz potencjalne możliwości rozwoju w najbliższym czasie.

b. istniejąca konkurencja na rynku

Wskaż konkretne podmioty, które będą stanowiły konkurencję dla twojej firmy. Zwróć uwagę zwłaszcza na ich silne i słabe strony, dotychczasową pozycję na rynku, sprawdź, jaką ofertą usług/produktów dysponują. Pamiętaj, że im więcej informacji będziesz posiadał na temat istniejącej na rynku konkurencji przed uruchomieniem swojej planowanej działalności, tym łatwiej będzie ci dostosować swoją ofertę oraz ocenić szanse twojej firmy na rynku.

c. dostawcy towarów/produktów dla twojej firmy

Przedstaw, jak będzie wyglądała kwestia zaopatrzenia twojej firmy w towary/materiały niezbędne dla realizacji planowanych usług lub procesu produkcji. Sprawdź, czy w najbliższym otoczeniu istnieją hurtownie, punkty odbioru towarów, składy celne itp. Jest to istotne z punktu widzenia późniejszych kosztów prowadzenia działalności, np. kosztów paliwa.

Do zbadania potencjału rynku możesz wykorzystać niżej opisane metody, niektóre z nich mogą również posłużyć ci do rozpoznania potrzeb i oczekiwań przyszłych klientów:

- **ankiety**

Jest to metoda, która pozwala zebrać informacje bezpośrednio wśród potencjalnych klientów, co pozwala poznać ich oczekiwania, potrzeby oraz ocenić ofertę produktów/usług już dostępnych na rynku. Możesz sam przygotować zestaw pytań, na które chciałbyś uzyskać odpowiedź lub zlecić to zadanie firmie, która zajmuje się tym profesjonalnie.

- **wywiady**

Pogłębiona metoda zbierania informacji, wymagająca poświęcenia większego nakładu czasu. W przypadku zastosowania tej metody masz szansę na bezpośrednią rozmowę z potencjalnym klientem oraz możliwość zdobycia dodatkowych danych, które będziesz mógł wykorzystać np. w doborze i zakresie oferowanych produktów/usług.

- **bezpośrednia obserwacja klientów oraz konkurencji**

Dzięki tej metodzie możesz poznać gusta klientów, ale również sprawdzić bezpośrednio ofertę konkurencji, obsługę klientów, standardy i warunki świadczonych usług. Możesz wcielić się w klienta, zamierzającego skorzystać z usług/produktów firmy, która będzie stanowić dla Ciebie konkurencję. Innym sposobem jest zapoznanie się z informacjami zamieszczonymi na stronie internetowej, folderze reklamowym firmy, którą zamierzasz sprawdzić.

- **analiza danych statystycznych**

Analiza dostępnych danych statystycznych to metoda, która dostarcza wiarygodnych i rzetelnych informacji dotyczących obszaru działania twojej planowanej firmy. Możesz w tym celu posłużyć się np. danymi dostępnymi na stronie Głównego Urzędu Statystycznego www.stat.gov.pl. Możesz również skorzystać z informacji dostępnych na stronie Mazowieckiego Obserwatorium Rynku Pracy www.obserwatorium.mazowsze.pl, gdzie w ramach realizowanych projektów zgromadzono szereg przydatnych danych m.in. z obszaru gospodarki i ekonomii.

- **informacje prasowe/internet**

Analiza danych dostępnych w prasie branżowej oraz internecie również może dostarczyć ci przydatnych informacji. Możesz skorzystać np. z informacji podawanych na portalach branżowych, gdzie dostępne są oceny oraz komentarze specjalistów na temat konkretnych obszarów gospodarki.

Dobrze przygotowana analiza rynku pozwala wyciągnąć wnioski, czy planowana przez siebie działalność gospodarcza będzie dobrze ulokowana oraz czy twoje produkty lub usługi znajdą potencjalnych odbiorców. Jest to odpowiedni moment na uzyskanie odpowiedzi, czy warto rozpocząć ją w tym miejscu i czasie. Pamiętaj również o tym, że po rozpoczęciu działalności gospodarczej będziesz musiał aktualizować przyjęte przez siebie założenia, w zależności od sytuacji rynkowej oraz zachowania firm konkurencyjnych. Analiza rynku, na którym chcesz prowadzić własną działalność gospodarczą, wymaga jego ciągłej obserwacji i wyciągania stosownych wniosków. Im więcej informacji uzyskasz na etapie planowania biznesu, tym mniej pułapek będzie na ciebie czekało w trakcie prowadzenia działalności gospodarczej.

6. Analiza SWOT

Gdy przygotowujesz się do założenia swojej własnej działalności gospodarczej, musisz ustalić, jakie będą mocne strony twojej przyszłej firmy, a w jakich obszarach możesz mieć słabszą pozycję wyjściową np. w stosunku do już istniejącej konkurencji. W tym miejscu powinieneś zastanowić się również nad potencjalnymi szansami oraz zagrożeniami, które mogą wpłynąć na prawidłowe funkcjonowanie twojego przedsięwzięcia. Narzędziem, które pomoże ci spisać te rozważania w jednym miejscu, jest tzw. analiza SWOT. Skrót ten pochodzi od pierwszych liter angielskich słów: strenghts (mocne), weaknesses (słabe), opportunities (szanse, możliwości), threats (zagrożenia).

Analiza SWOT jest ważnym punktem biznesplanu, ponieważ pozwala ci sprawdzić, na jakich filarach będziesz mógł tak naprawdę oprzeć swoją przyszłą firmę, a co może ewentualnie utrudniać jej prowadzenie. Analiza tych czterech obszarów, czyli mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń pozwoli ci zobaczyć, jakie elementy będą decydowały o przewadze twojej firmy na rynku, a nad którymi będziesz musiał popracować, żeby nie stanowiły bariery rozwoju twojego planowanego przedsięwzięcia. Pamiętaj również, że mocne i słabe strony zależą głównie od czynników, na które możesz mieć realny wpływ jako przyszły właściciel firmy. Natomiast szanse i zagrożenia w dużej mierze zależą od procesów zachodzących na zewnątrz firmy, które często musisz zaakceptować, np. wzrost podatków. Analiza SWOT jest narzędziem, które pozwoli ci w przejrzysty sposób zaprezentować wszystkie te obszary, które mogą mieć realny wpływ na funkcjonowanie twojej planowanej działalności gospodarczej.

Przy ocenie mocnych i słabych stron planowanego przedsięwzięcia oraz potencjalnych szans i zagrożeń pomocna może być analiza poniższych informacji, mających znaczenie przy zakładaniu prawie każdej nowej działalności gospodarczej.

MOCNE STRONY PRZEDSIĘWZIĘCIA	SŁABE STRONY PRZEDSIĘWZIĘCIA
<ul style="list-style-type: none"> • dobra lokalizacja firmy • mała konkurencja na rynku • posiadane zasoby własne (finansowe, kadrowe) • zapewnienie konkurencyjnej oferty • innowacyjność oferowanych produktów/usług • wysoka jakość oferowanych produktów/usług • zapewnienie odpowiednich nakładów finansowych na promocję/reklamę firmy 	<ul style="list-style-type: none"> • słaba lokalizacja firmy • duża konkurencja na rynku • brak doświadczenia biznesowego • brak własnych środków finansowych • wysokie koszty zakupu urządzeń, maszyn • niska jakość oferowanych produktów/usług • wysokie koszty bieżące prowadzenia firmy • niskie nakłady finansowe na promocję/reklamę firmy • brak środków finansowych na nowe inwestycje w firmie
SZANSE PRZEDSIĘWZIĘCIA	ZAGROŻENIA PRZEDSIĘWZIĘCIA
<ul style="list-style-type: none"> • pojawienie się nowych grup odbiorców • wejście na nowe rynki • możliwość poszerzenia asortymentu produktów/usług • szybki rozwój branży • możliwość zastosowania nowszych technologii produkcji 	<ul style="list-style-type: none"> • pojawienie się na rynku firm oferujących podobne usługi/produkty • stagnacja gospodarcza, recesja na rynku • wzrost podatków, opłat za media • spadek zainteresowania wśród klientów produktami/usługami firmy • sezonowość działalności

Źródło: G. Gierszewska, M. Romanowska „Analiza strategiczna przedsiębiorstwa”, PWE Warszawa 1997 r.

Pamiętaj jednak, że przeprowadzając analizę SWOT nie powinieneś opierać się na analizach, które były przygotowane dla podobnych przedsięwzięć, ponieważ i tak mogą pojawić się w nich elementy lub czynniki, które nie będą odpowiadały twoim własnym założeniom i celom biznesowym. Dlatego zrób swoją własną analizę SWOT.

Dobrze przygotowana analiza SWOT powinna być:

- **obiektywna**

Przeprowadzając analizę SWOT dla swojego przedsięwzięcia wskaż te elementy, które rzeczywiście będą mogły stanowić mocną stronę uruchamianej działalności gospodarczej. Nie zapomnij o przeanalizowaniu ewentualnych słabych punktów twojej przyszłej firmy. Obiektywna analiza to taka, która jest poparta konkretnymi faktami i informacjami. Takie spojrzenie na swój planowany biznes pozwoli ci lepiej przygotować się do jego uruchomienia. W ten sposób będziesz mógł również sprawniej podejmować działania, które być może pozwolą ci w przyszłości stopniowo eliminować słabsze strony prowadzonego przedsięwzięcia.

- **przeprowadzona niezależnie dla każdego obszaru planowanej działalności**

Jeśli zamierzasz prowadzić działalność w kilku obszarach (działalność poboczna), to przeprowadź analizę dla każdego z osobna. Dzięki temu będziesz miał dokładniejszy przegląd sytuacji oraz unikniesz niepotrzebnych błędów na etapie uruchamiania planowanego przedsięwzięcia.



Dobrze przeprowadzona analiza SWOT twojego planowanego przedsięwzięcia pomoże ci dostrzec te elementy, które będą stanowiły jego mocną i słabą stronę oraz zasycalizują ci potencjalne szanse i zagrożenia, które będą mogły wpływać na funkcjonowanie twojej firmy.

7. Plan działań marketingowych

W tym punkcie biznesplanu powinieneś wskazać te działania marketingowe, które musisz zrealizować, jeśli chcesz, aby twoja przyszła działalność była rozpoznawalna na rynku, a oferowane produkty/usługi były identyfikowane właśnie z twoją firmą. Działania związane z promocją oraz reklamą firmy powinny być realizowane w zależności od twoich możliwości finansowych oraz oceny bieżącej sytuacji na rynku. Jednak zwłaszcza w pierwszym okresie funkcjonowania działalności gospodarczej, tego rodzaju działania mogą odegrać kluczową rolę w powodzeniu całego przedsięwzięcia. Poniżej wskazano obszary, w których powinieneś podjąć działania marketingowe, jeśli chcesz, żeby oferta twojej przyszłej firmy zainteresowała rynek i potencjalnych odbiorców.

Działania marketingowe powinieneś zastosować w obszarze:

a. produktu/usługi

Opisz działania, które zamierzasz podjąć w celu zaprezentowania oferty twojej firmy. Możesz skorzystać z kilku instrumentów, które pozwolą wypromować zakres planowanych usług/produktów, np. reklama w prasie lub internecie, ulotki, katalogi, udział w targach lub kiermaszach, wysyłanie oferty za pomocą poczty elektronicznej, sprzedaż bezpośrednia. Korzystając z tego rodzaju instrumentów pamiętaj, aby brać pod uwagę również indywidualne potrzeby twoich potencjalnych odbiorców, tak aby przekaz zawarty w reklamie czy ulotce był dla nich atrakcyjny i zrozumiały.

Ponadto, gdy już uruchomisz swoją planowaną działalność gospodarczą, nie zapomnij o bieżącym monitoringu sytuacji na rynku i podejmuj w odpowiednim momencie działania, które pozwolą ci utrzymać przy sobie dotychczasowych odbiorców oraz ewentualnie pozyskać nowych.

b. ceny

Zaplanuj, na jakim poziomie będą kształtowały się ceny za poszczególne produkty/usługi oraz zastanów się, w jakiej wysokości będziesz mógł oferować promocje lub rabaty na swój asortyment, aby nie utracić minimalnego poziomu rentowności planowanego przedsięwzięcia. Jeśli zależy ci na szybkim wejściu na rynek oraz zainteresowaniu klientów ofertą firmy, warto przynajmniej na początku zastosować strategię niższych cen za swoje produkty/usługi.

c. klientów

Zastanów się i opisz, w jaki sposób zamierzasz pozyskać i utrzymać przy sobie klientów. Pamiętaj zwłaszcza, że to stali klienci będą generowali większość przychodów twojej przyszłej firmy. Dlatego zwłaszcza tej grupie musisz zapewnić atrakcyjną ofertę na swoje produkty/usługi. Możesz tego dokonać m.in. poprzez zapewnienie zniżek na produkty/usługi, oferowanie kart podarunkowych czy też programów lojalnościowych, z których będą mogli korzystać.



Planując działania marketingowe, pamiętaj, że chcesz:

- Zaprezentować ofertę twojej firmy
- Budować pozytywny wizerunek marki
- Wzmacniać pozycję firmy na rynku
- Dotrzeć do nowych odbiorców i utrzymać już istniejących

8. Plan działalności operacyjnej

Przygotowując biznesplan musisz również przemyśleć, jak będzie wyglądała bieżąca działalność twojej przyszłej firmy.

W tym punkcie musisz szczegółowo określić:

a. plan sprzedaży

W tym punkcie powinieneś wstępnie określić przyjęty przez siebie plan sprzedaży, czyli określić ceny jednostkowe za poszczególne produkty/usługi, które zamierzasz oferować. Dane te będziesz mógł wykorzystać następnie do przygotowywania planu finansowego swojego przedsięwzięcia, który będzie obrazował miesięczne koszty i zyski uzyskane ze sprzedaży twoich produktów/usług.

b. opis procesu produkcji lub sposobu świadczenia usług

Jeśli wiesz już, co chcesz oferować swoim przyszłym klientom, to w tym punkcie powinieneś opisać zakres i sposób świadczenia planowanych usług lub proces produkcji poszczególnych wyrobów.

c. plan ilościowy produkcji

Przedstaw, jak będzie wyglądał szacunkowy plan ilości produkowanych towarów lub świadczonych usług w skali np. miesiąca lub roku. Planując wielkość produkcji poszczególnych towarów lub świadczenia usług, musisz wziąć pod uwagę sezonowość niektórych przedsięwzięć. Pozwoli ci to na lepszą organizację całego procesu produkcji oraz dostosowanie go do aktualnych potrzeb i możliwości twojej firmy.

d. źródła finansowania inwestycji

Oprócz początkowych nakładów inwestycyjnych związanych z planowanym przedsięwzięciem, również w trakcie prowadzenia działalności gospodarczej mogą pojawić się perspektywy rozwojowe dla twojej przyszłej firmy. Wiąże się to jednak z koniecznością poniesienia określonych wydatków finansowych, dlatego już na etapie przygotowywania się do uruchomienia

biznesu powinieneś określić potencjalne źródła i możliwości finansowania planowanych inwestycji. Dzięki temu będziesz mógł lepiej zaplanować i przygotować się do realizacji konkretnych działań inwestycyjnych w swojej firmie np. ubiegać się o środki na rozwój firmy (dotacje, pożyczki, kredyty).

e. zaopatrzenie

Przeanalizuj i opisz możliwości zaopatrzenia się w produkty lub materiały, które są potrzebne w prowadzeniu planowanej przez ciebie działalności gospodarczej. Sprawdź ofertę hurtowni i magazynów, żeby ocenić, jaki posiadają asortyment oraz jak długo będziesz musiał czekać na dostawę. Dzięki temu zyskasz czas na lepsze przygotowanie się do świadczenia planowanych usług oraz na terminową realizację zamówień zlecanych przez klientów.

f. zatrudnienie i płace

Opisz, jak będzie wyglądała struktura zatrudnienia w twojej przyszłej firmie. Powinieneś zastanowić się, czy ewentualni pracownicy będą zatrudnieni w twojej firmie w oparciu o umowy o pracę czy też umowy cywilnoprawne. Pozwoli ci to oszacować koszty zatrudnienia oraz obsługi księgowej. Będziesz mógł również sprecyzować, jakich pracowników będziesz potrzebował w swojej firmie.

g. koszty remontów i inwestycji

Określ, jaka kwota będzie ci potrzebna na pokrycie niezbędnych prac remontowo-inwestycyjnych w twojej firmie. Pamiętaj, że prowadzenie praktycznie każdej działalności gospodarczej wymaga ponoszenia kosztów związanych z remontami, konserwacją urządzeń i innymi inwestycjami, które zapewnią bieżące funkcjonowanie przedsiębiorstwa.

9. Plan finansowy przedsięwzięcia

Tworzenie biznesplanu jest złożonym zadaniem i wymaga uwzględnienia wielu danych o planowanym przedsięwzięciu. Wychodząc od ogólnych informacji, prezentujących cele i zakres działania twojej przyszłej firmy, stopniowo musisz przejść do coraz bardziej szczegółowych danych, które pozwolą ci oszacować koszty oraz potencjalne zyski wynikające z prowadzenia działalności gospodarczej. Istotne jest, że informacje, które zgromadzisz w omawianych dotychczas punktach biznesplanu, tj. analizie otoczenia konkurencyjnego, planie działań marketingowych czy też planie działań operacyjnych, będziesz mógł wykorzystać przy tworzeniu planu finansowego twojego przedsięwzięcia.

Plan finansowy planowanego przedsięwzięcia pozwoli ci uzyskać odpowiedzi m.in. na pytania:

- jakie będą szacunkowe koszty uruchomienia planowanej działalności?
- na jakim poziomie może kształtować się zysk (strata) firmy?
- jakie są perspektywy rozwoju dla twojej firmy?

Aby uzyskać odpowiedzi na powyższe pytania, musisz zestawić szacunkowe dane, które będą określały:

- cenę za poszczególne usługi/produkty,
- ilość sprzedanych produktów/usług (miesięcznie, kwartalnie),
- ceny materiałów,
- nakłady inwestycyjne,
- koszty bieżące prowadzenia działalności (czynsz, opłaty za media, wynagrodzenia, obsługę księgowo-prawną),
- podatki,
- przychody z działalności.

Pamiętaj, że przyjęte przez siebie założenia będą mogły podlegać modyfikacjom w zależności od bieżącej sytuacji gospodarczej. Możesz w tym celu opracować na potrzeby swojego planowanego przedsięwzięcia dwa warianty kosztów prowadzenia firmy oraz szacowanych zysków, biorąc pod uwagę możliwość pojawienia się lepszej lub gorszej koniunktury na rynku. Dzięki temu będziesz mógł szybciej zareagować i w odpowiednim momencie wprowadzić stosowne zmiany w swojej firmie. Lepiej wystrzegać się sytuacji, w której nie doszacujesz kosztów lub przeszacujesz dochody.

W celu przygotowania zestawienia obrazującego przychody i koszty prowadzenia planowanej działalności gospodarczej oraz osiągnięte przez firmę zyski (straty) należy opracować rachunek zysków i strat, który w przejrzysty sposób będzie wskazywał planowane wyniki finansowe firmy w danym roku. Dzięki temu będziesz mógł wstępnie sprawdzić, czy planowane przedsięwzięcie ma szansę powodzenia na rynku.

Zamieszczone w tabeli rachunku zysku i strat dane dla planowanego przedsięwzięcia pomagają oszacować przychody oraz koszty prowadzenia przyszłej działalności gospodarczej. Widząc poszczególne pozycje kosztów generowanych przez twoją firmę, będziesz mógł uwzględnić ewentualne korekty w bieżących wydatkach, które zabezpieczą cię przed utratą płynności finansowej np. poprzez ograniczanie kosztów opłat za media, czy też reklamy firmy.

Pamiętaj również o możliwości dokonania odpisów amortyzacyjnych dla środków trwałych, które zakupisz na potrzeby prowadzenia działalności gospodarczej. Odpisów amortyzacyjnych dokonuje się, gdy wartość początkowa środka trwałego albo wartości niematerialnej i prawnej w dniu przyjęcia do użytkowania jest wyższa niż 3 500 zł.

W przypadku gdy wartość początkowa jest równa lub niższa niż 3 500 zł, podatnicy mogą dokonywać odpisów amortyzacyjnych albo jednorazowo w miesiącu oddania do użytkowania tego środka trwałego lub wartości niematerialnej i prawnej, albo w miesiącu następnym. Podatnicy mają również możliwość pominięcia takiej kwoty i wprowadzenia wydatku bezpośrednio do kosztów. Mogą to zrobić w miesiącu przekazania ich do użytkowania.³ Wysokość stawek amortyzacyjnych można znaleźć w załączniku nr 1 do Ustawy z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych (Dz. U. z 2012 r., poz. 361, z późn. zm.).

³ źródło: P. Szulczewski, Co to są odpisy amortyzacyjne?, www.vat.pl/odpisy-amortyzacyjne-srodk-trwale

Rachunek zysków i strat

POZYCJE	rok	rok	rok
A. PRZYCHODY			
Przychody ze sprzedaży produktów/usług/towarów			
Inne przychody (jakie?)			
RAZEM PRZYCHODY			
B. KOSZTY			
Zakup materiałów/towarów/surowców			
Wynagrodzenia pracowników			
Narzuty na wynagrodzenia			
Amortyzacja środków trwałych			
Czynsz			
Koszt transportu			
Koszt opakowań			
Energia elektryczna			
Woda, c.o., gaz			
Reklama			
Usługi obce (bankowe, księgowe)			
Podatek lokalny			
Inne podatki			
Telefony			
Własne ubezpieczenia			
Odsetki od kredytów/pożyczek			
Pozostałe koszty (jakie?)			
RAZEM KOSZTY			
C. DOCHÓD (STRATA) BRUTTO: (A – B)			
D. PODATEK DOCHODOWY			
E. ZYSK NETTO: (C – D)			

źródło: www.wup.mazowsze.pl – projekt „Kierunek - Własna Firma IV” realizowany przez Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie w ramach Priorytetu VI „Rynek pracy otwarty dla wszystkich” Działanie 6.2 „Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości” Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007 – 2013

10. Przykład planu finansowego przedsięwzięcia

Przygotowanie planu finansowego to jedno z najtrudniejszych zadań, jakie czeka cię w trakcie tworzenia biznesplanu. Jednocześnie jest to kluczowy element, który wpływa na ocenę realności i szans powodzenia przyszłej firmy na rynku. Dlatego dla ułatwienia ci tego zadania, w tym punkcie opracowano i przedstawiono przykładowy plan finansowy, w oparciu o który możesz spróbować przygotować prognozy przychodów, kosztów i zysków dla planowanej przez siebie działalności gospodarczej.

Przykładowy plan finansowy:

a. założenia planowanego przedsięwzięcia

Planowana działalność będzie związana ze sprzedażą naleśników z różnym nadzieniem: wegetariańskim, mięsnym, na słodko. Działalność będzie prowadzona w wynajmowanym lokalu o powierzchni ok. 50 m², który położony jest przy jednej z głównych ulic w Dzielnicy Wola w Warszawie. W pobliżu znajdują się siedziby instytucji publicznych (urząd, szkoły, przedszkole) oraz prywatne firmy i duże osiedle mieszkaniowe. Osoba planująca założenie firmy posiada wykształcenie gastronomiczne oraz kilkuletnie doświadczenie zawodowe w tej branży, co pozwoli jej wykonywać większość obowiązków samodzielnie. Dodatkowo zamierza zatrudnić do pomocy jednego pracownika na podstawie umowy o pracę.

b. ustalenie przychodów – plan miesięczny

Do obliczenia miesięcznych przychodów wykorzystano cenę za każdego z proponowanych naleśników, którą przyjęto w oparciu o dane ze strony internetowej www.manekin.pl, prognozowaną liczbę sprzedanych sztuk dziennie oraz miesięcznie, z założeniem sprzedaży przez 30 dni w miesiącu.

Plan miesięcznych przychodów

Składniki naleśnika	Cena za szt.	Liczba sprzedanych naleśników dziennie	Liczba sprzedanych naleśników miesięcznie	Przychód dzienny	Przychód miesięczny (30 dni)
brokuły, ser topiony, sos	10,5 zł	2 szt.	60 szt.	21 zł	630 zł
szparagi, szynka, ser topiony, sos	12 zł	4 szt.	120 szt.	48 zł	1440 zł
meksykański (ostry), sos	14,5 zł	6 szt.	180 szt.	87 zł	2610 zł
warzywa zapiekane, sos	9,5 zł	4 szt.	120 szt.	38 zł	1140zł
mięso mielone, żółty ser, zioła, sos	12 zł	8 szt.	240 szt.	96 zł	2880 zł
pieczarki, szynka, ananas, ser, sos	12,5 zł	8 szt.	240 szt.	100 zł	3000 zł
suszone pomidory, mozzarella, szynka, sos	13,5 zł	5 szt.	150 szt.	67,5 zł	2025 zł
kurczak, fasola, papryka, cebula, sos	13,5 zł	3 szt.	90 szt.	40,5 zł	1215 zł
szpinak, łosoś marynowany, sos	14 zł	3 szt.	90 szt.	42 zł	1260 zł
dżem: truskawka, brzoskwinia, powidła śliwkowe	5,5 zł	10 szt.	300 szt.	55 zł	1650 zł
rafaello, mascarpone, wiórki, biała czekolada, sos	12,5 zł	4 szt.	120 szt.	50 zł	1500 zł
nutella, banan, bita śmietana, sos	11,5 zł	6 szt.	180 szt.	69 zł	2070 zł
biały ser, truskawki, bita śmietana, sos	11,5 zł	8 szt.	240 szt.	92 zł	2760 zł
ferrero, nutella, mascarpone, orzechy laskowe, sos	13 zł	4 szt.	120 szt.	52 zł	1560 zł
			Suma 2250 szt.	Suma 858 zł	Suma 25 740 zł

c. ustalenie przychodów – plan na lata 2014-2016

Do obliczenia prognozowanych przychodów rocznych w latach 2014-2016 wykorzystano prognozowany przychód miesięczny (dane z tabeli Plan miesięcznych przychodów) oraz założono, że firma będzie prowadziła sprzedaż należników przez pełne 12 miesięcy w ciągu roku. Dodatkowo przyjęto wzrost przychodów o 4% w stosunku do poprzedniego roku, począwszy od 2015 r.

Plan rocznych przychodów na lata 2014-2016

Przychód miesięczny w 2014 r.	Planowany wzrost przychodów od 2015 r.	Przychody w 2014 r.	Przychody w 2015 r.	Przychody w 2016 r.
25 740 zł	0,04	308 880 zł	$308\ 800\ \text{zł} \times (1+0,04) = 321\ 235,2\ \text{zł}$	$321\ 235,2\ \text{zł} \times (1+0,04) = 334\ 084,6\ \text{zł}$

d. zestawienie kosztów stałych

Przy prognozowaniu kosztów stałych wzięto pod uwagę m.in. wysokość składek na ubezpieczenie społeczne obowiązujące w 2014 r. oraz średnią cenę za wynajem lokalu w miejscu, w którym ma być planowana siedziba firmy (wg ogłoszeń zamieszczonych w portalach internetowych). Również przy prognozie kosztów związanych z opłatami za media, energię, transport, reklamę przyjęto średnie wartości odpowiadające cenom rynkowym. Ustalając koszt zakupu surowców/produktów przyjęto założenie, że średnia cena składników potrzebnych do przygotowania jednego naleśnika wynosi 4 zł, a planowana miesięcznie liczba sprzedanych naleśników będzie kształtowała się na poziomie 2250 sztuk (dane z tabeli dotyczącej miesięcznych planów przychodów). Ponadto obliczając koszty prowadzenia działalności w kolejnych latach uwzględniono ich 4% wzrost, tzn. w 2015 r. w stosunku do 2014 r. i w 2016 r. w stosunku do 2015 r.

Koszty stałe związane z prowadzeniem planowanej działalności gospodarczej

Rodzaj kosztu stałego	Koszty w ujęciu miesięcznym	Planowany wzrost kosztów od 2015 r.	Koszty w 2014 r.	Koszty w 2015 r.	Koszty w 2016 r.
Czynsz za lokal	5000 zł	0,04	60000 zł	$60000 \text{ zł} \times (1+0,04) = 62400 \text{ zł}$	$62400 \text{ zł} \times (1+0,04) = 64896 \text{ zł}$
Wynagrodzenie pracownika	2000 zł	0,04	24000 zł	$24000 \text{ zł} \times (1+0,04) = 24960 \text{ zł}$	$24960 \text{ zł} \times (1+0,04) = 25958,4 \text{ zł}$
ZUS pracownika	400 zł	0,04	4800 zł	$4800 \text{ zł} \times (1+0,04) = 4992 \text{ zł}$	$4992 \text{ zł} \times (1+0,04) = 5191,7 \text{ zł}$
ZUS właściciela	431,80 zł (składka dla nowych przedsiębiorców - stan na 2014 r.)	0,04	5181,6 zł	$5181,6 \text{ zł} \times (1+0,04) = 5388,9 \text{ zł}$	$5388,9 \text{ zł} \times (1+0,04) = 5604,4 \text{ zł}$
Zakup surowców, produktów	9000 zł	0,04	108000 zł	$108000 \text{ zł} \times (1+0,04) = 112320 \text{ zł}$	$112320 \text{ zł} \times (1+0,04) = 116812,8 \text{ zł}$
Koszt transportu (paliwo)	400 zł	0,04	4800 zł	$4800 \text{ zł} \times (1+0,04) = 4992 \text{ zł}$	$4992 \text{ zł} \times (1+0,04) = 5191,7 \text{ zł}$
Koszt opakowań (plastikowe talerze, sztućce)	300 zł	0,04	3600 zł	$3600 \text{ zł} \times (1+0,04) = 3744 \text{ zł}$	$3744 \text{ zł} \times (1+0,04) = 3893,76 \text{ zł}$
Energia elektryczna	400 zł	0,04	4800 zł	$4800 \text{ zł} \times (1+0,04) = 4992 \text{ zł}$	$4992 \text{ zł} \times (1+0,04) = 5191,7 \text{ zł}$
Woda, c.o., gaz	500 zł	0,04	6000 zł	$6000 \text{ zł} \times (1+0,04) = 6240 \text{ zł}$	$6240 \text{ zł} \times (1+0,04) = 6489,6 \text{ zł}$
Reklama (ulotki)	200 zł	0,04	2400 zł	$2400 \text{ zł} \times (1+0,04) = 2496 \text{ zł}$	$2496 \text{ zł} \times (1+0,04) = 2595,8 \text{ zł}$
Usługi obce (bankowe, księgowe)	200 zł	0,04	2400 zł	$2400 \text{ zł} \times (1+0,04) = 2496 \text{ zł}$	$2496 \text{ zł} \times (1+0,04) = 2595,8 \text{ zł}$

Rodzaj kosztu stałego	Koszty w ujęciu miesięcznym	Planowany wzrost kosztów od 2015 r.	Koszty w 2014 r.	Koszty w 2015 r.	Koszty w 2016 r.
Telefon	100 zł	0,04	1200 zł	1200 zł x (1+0,04) = 1248 zł	1248 zł x (1+0,04) = 1297,92 zł
Własne ubezpieczenia	100 zł	0,04	1200 zł	1200 zł x (1+0,04) = 1248 zł	1248 zł x (1+0,04) = 1297,92 zł
Pozostałe koszty	50 zł	0,04	600 zł	600 zł x (1+0,04) = 624 zł	624 zł x (1+0,04) = 648,96 zł
			Suma 228 981,6 zł	Suma 238 140,9 zł	Suma 247 666,5 zł

e. prognozowany zysk przy wyborze opodatkowania na zasadach ogólnych i przy zastosowaniu opodatkowania w formie ryczałtu ewidencjonowanego

Aby ustalić możliwy zysk z prowadzonej działalności, po przygotowaniu prognozy przychodów i kosztów stałych, zestawiono uzyskane w ten sposób dane w tabeli rachunku zysków i strat. Przy dokonywaniu obliczeń w pierwszej tabeli uwzględniono stawkę wynikającą z opodatkowania dochodów według zasad ogólnych.

Rachunek zysków i strat na lata 2014-2016

POZYCJE	rok 2014	rok 2015	rok 2016
A. PRZYCHODY			
Przychody ze sprzedaży produktów/ usług/towarów	308 880 zł	321 235,2 zł	334 084,6 zł
Inne przychody (jakie?)	-	-	-
RAZEM PRZYCHODY	308 880 zł	321 235,2 zł	334 084,6 zł
B. KOSZTY			
Zakup materiałów/towarów/surowców	108 000 zł	112 320 zł	116 812,8zł
Wynagrodzenia pracowników	24 000 zł	24 960 zł	25 958,4 zł

POZYCJE	rok 2014	rok 2015	rok 2016
Narzuty na wynagrodzenia (ZUS)	4800 zł	4992 zł	5191,7 zł
Amortyzacja środków trwałych	5000 zł	5000 zł	5000 zł
Czynsz	60 000 zł	62 400 zł	64 896 zł
Koszt transportu	4800 zł	4992 zł	5191,7 zł
Koszt opakowań	3600 zł	3744 zł	3893,76 zł
Energia elektryczna	4800 zł	4992 zł	5191,7 zł
Woda, c.o., gaz	6000 zł	6240 zł	6489,6 zł
Reklama	2400 zł	2496 zł	2595,8 zł
Usługi obce (bankowe, księgowo)	2400 zł	2496 zł	2595,8 zł
ZUS właściciela	5181,6 zł	5388,9 zł	5604,4 zł
Telefony	1200 zł	1248 zł	1297,92 zł
Własne ubezpieczenia	1200 zł	1248 zł	1297,92 zł
Odsetki od kredytów/pożyczek	-	-	-
Pozostałe koszty (jakie?)	600 zł	624 zł	648,96 zł
RAZEM KOSZTY	233 981,6 zł	243 140,9 zł	252 666,5 zł
C. DOCHÓD (STRATA) BRUTTO: (A – B)	74 898 zł	78 094 zł	81 418 zł
D. PODATEK DOCHODOWY (opodatkowanie wg zasad ogólnych)	12 926 zł	13 501 zł	14 099 zł
E. ZYSK NETTO: (C – D)	61 972 zł	64 593 zł	67 319 zł

Dla ustalenia prognozowanego zysku **przy zastosowaniu opodatkowania w formie ryczałtu ewidencjonowanego** przyjęto, zgodnie z Ustawą z dnia 20 listopada 1998 r. o zryczałtowanym podatku dochodowym od niektórych przychodów osiągniętych przez osoby fizyczne (Dz. U. Nr 144,

poz. 930, z późn. zm.), stawkę ryczałtu dla działalności gastronomicznej, która wynosi 3%.

Prognozowany zysk przy zastosowaniu opodatkowania w formie ryczałtu ewidencjonowanego

Rok	A. Przychody ze sprzedaży	B. Stawka ryczałtu	C. Wysokość podatku (AxB)	D. Koszty	E. Zysk netto (A-C-D)
2014 r.	308 880 zł	3%	9266 zł	233 981,6 zł	65 632 zł
2015 r.	321 235,2 zł	3%	9637 zł	243 140,9 zł	68 457 zł
2016 r.	334 084,6 zł	3%	10 023 zł	252 666,5 zł	71 395 zł

Zestawiając wyniki prognozowanego zysku netto wynika, że w przypadku wybrania, jako podstawy opodatkowania ryczałtu ewidencjonowanego możliwy do osiągnięcia jest nieco wyższy zysk niż w przypadku zastosowania opodatkowania na zasadach ogólnych. W prognozie na rok 2014 jest on wyższy o 3 660 zł (65 632 zł – 61 972 zł). Pokazuje to, że przygotowując plan finansowy dla swojego przedsięwzięcia musisz dokładnie przemyśleć, z jakiej formy opodatkowania będziesz korzystać i czy jest ona dla Ciebie możliwa do zastosowania. Jest to decyzja, która może często decydować o końcowym sukcesie Twojego przedsięwzięcia.

Pamiętaj, że nawet najlepiej przygotowany plan finansowy może nie dać stu procentowej odpowiedzi na pytanie, jaka będzie ilość produktów lub usług, które ostatecznie sprzedasz docelowym klientom. Może się okazać, że w pierwszym okresie prowadzenia firmy będziesz „na minusie” np. w związku z poniesionymi nakładami inwestycyjnymi. Dlatego tak bardzo ważne jest to, aby w planie finansowym przyjąć jak najbardziej realne założenia prognozowanych przychodów ze sprzedaży produktów/usług oraz kosztów, które będziesz musiał ponieść w związku z prowadzeniem firmy, uwzględniając jednocześnie czas niezbędny na „rozkrcenie” firmy i wyrobienia pozycji na rynku. Przybliży Ci to do uzyskania odpowiedź na najważniejsze pytanie, które postawiłeś sobie na początku tworzenia biznesplanu, czy Twój pomysł na działalność gospodarczą jest opłacalny i czy w ogóle warto podjąć się próby jej uruchomienia.

Kiedy opracujesz już swój biznesplan, uwzględniając każdy wymieniony w tym informatorze punkt, możesz być pewien, że czas, jaki poświęcisz na analizę zebranych informacji i danych dotyczących twojego planowanego przedsięwzięcia, będzie procentował od chwili rozpoczęcia prowadzenia twojej własnej działalności gospodarczej.



Pamiętaj, że opracowany przez ciebie biznesplan pomoże ci:

- ocenić mocne i słabe strony twojego przedsięwzięcia,
- ocenić branżę i konkurencję istniejącą na rynku,
- oszacować koszty związane z rozpoczęciem i prowadzeniem planowanej działalności gospodarczej,
- określić źródła sfinansowania planowanej działalności gospodarczej.

Bibliografia

Literatura:

Gierszewska G., Romanowska M., „Analiza strategiczna przedsiębiorstwa”, PWE, Warszawa 1997 r.

Ingram M., „Zasady i techniki sporządzania biznesplanów”, Akademia Ekonomiczna w Katowicach, Katowice 2000 r.

Moszkowicz M. (red.), „Zarządzanie strategiczne. Systemowa koncepcje biznesu”, PWE Warszawa 2005 r.

Jarka S. (red.), „Założenie i prowadzenie innowacyjnej firmy”, WSFiZ w Warszawie, Warszawa 2014 r.

Akty prawne:

Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych (Dz.U. z 2012 r., poz. 361 z późn. zm.).

Ustawa z dnia 20 listopada 1998 r. o zryczałtowanym podatku dochodowym od niektórych przychodów osiąganych przez osoby fizyczne (Dz.U. Nr 144, poz. 930, z późn. zm.).

Strony internetowe:

www.wup.mazowsze.pl – projekt „Kierunek – Własna Firma IV” realizowany przez Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie w ramach Priorytetu VI „Rynek pracy otwarty dla wszystkich” Działania 6.2 „Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia” Program Operacyjny Kapitał Ludzki 2007 – 2013 (25.09.2013 r.).

www.vat.pl – Szulczewski P., Co to są odpisy amortyzacyjne? (14.08.2014 r.).

www.zus.pl (18.09.2014 r.).

Notatki:

