

BIZNES PLAN

(WZÓR)

PROJEKTY INWESTYCYJNE

**ZALĄCZNIK DO WNIOSKU O DOFINANSOWANIE REALIZACJI PROJEKTU
ZE ŚRODKÓW EUROPEJSKIEGO FUNDUSZU ROZWOJU REGIONALNEGO REALIZOWANEGO
W RAMACH ZPORR 2004-2006**

Priorytet 3 Rozwój lokalny

Działanie 3.4 Mikroprzedsiębiorstwa

Biznes plan może być sporządzony zgodnie z załączonym wzorem, wzorem i szczegółową instrukcją przygotowaną przez właściwą Instytucję Wdrażającą lub w innej formie, pod warunkiem, że zawiera następujące informacje z następujących zakresów:

L.p.	zakres przedmiotowy analizy/informacji w biznes-planie	odnośne punkty formularza wniosku
1	rentowność inwestycji	3.1 3.2
2	polityka zatrudnienia	8.1 8.2 8.3
3	cel inwestycji	17
4	opis inwestycji	18
5	uzasadnienie	19
6	okres realizacji	21.1 21.2
7	produkt (efekt bezpośredni, dostawy, roboty budowlane), rezultat (wpływ inwestycji na funkcjonowanie firmy) oraz oddziaływanie (spodziewany efekt po 2 – 5 latach od zakończenia inwestycji)	22.1 22.2 22.3
8	wykaz kosztów kwalifikowanych i niekwalifikowanych	23

SPIS TREŚCI

SEKCJA A	INFORMACJE OGÓLNE O WNIOSKODAWCY	3
A-1	Dane wnioskodawcy.....	3
A-2	Charakterystyka działalności przedsiębiorstwa.....	3
A-3	Dodatkowe informacje i referencje.....	4
A-4	Dane autora planu przedsięwzięcia.....	4
SEKCJA B	PLAN MARKETINGOWY	5
B-1	Produkt / usługa.....	5
B-2	Rynek.....	7
B-3	Konkurencja na rynku.....	8
B-4	Dystrybucja i promocja.....	9
B-5	Cena.....	10
B-6	Prognoza sprzedaży.....	11
B-7	Przychody.....	12
SEKCJA C	ZATRUDNIENIE I PERSONEL	13
C-1	Personel wnioskodawcy.....	13
C-2	Kadra kierownicza.....	13
SEKCJA D	PLANOWANA INWESTYCJA	15
D-1	Opis planowanej inwestycji.....	15
D-2	Aktualne zdolności wytwórcze	20
D-3	Informacja o planowanej inwestycji.....	21
SEKCJA E	SYTUACJA EKONOMICZNO-FINANSOWA	23
E-1	Uproszczony bilans.....	23
E-2	Rachunek zysków i strat	24
E-3	Prognoza przepływów gotówkowych.....	25

SEKCJA A INFORMACJE OGÓLNE O WNIOSKODAWCY

A-1 Dane wnioskodawcy	
Proszę o podanie następujących danych dotyczących wnioskodawcy	
1. Pełna nazwa przedsiębiorcy	DECOR Wojciech Kowalski
2. Adres, siedziba firmy	ul. Radomska 12 26 – 600, Lublin
3. Lokalizacja działalności przedsiębiorstwa – proszę o podanie miejsca wykonywania działalności wraz z oddziałami	ul. Radomska 12 26 – 600, Lublin
4. Osoba uprawniona do kontaktu w sprawach dotyczących wniosku	Jan Kowalski – Dyrektor handlowy tel. 48 - 36 20 229 e- mail: jkowalski@decor.pl

A-2 Charakterystyka działalności przedsiębiorstwa	
Proszę zaprezentować w skrócie przedsiębiorstwo, zakres działalności, rodzaj wytwarzanych produktów/ świadczonych usług. Proszę określić charakter jego własności i podać informację o ewentualnych udziałowcach przedsiębiorstwa.	
1. Data rozpoczęcia działalności	01.01.2004
2. Udziałowcy	Jedynym właścicielem firmy jest Wojciech Kowalski. Decor funkcjonuje jako osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą.
3. Przedmiot i zakres działalności	<p>Przedsiębiorstwo rozpoczęło działalność gospodarczą 1 stycznia 2004 roku. Na samym początku firma zajmowało się wyłącznie projektowaniem lokali użytkowych takich jak, salony sprzedaży, kancelarii prawniczych, biur oraz stacji benzynowych. Po 6 miesiącach funkcjonowania, obserwacji oraz analizy rynku, zauważono potrzebę rozszerzenia prowadzonej działalności o sprzedaż materiałów wykończeniowych i budowlanych niezbędnych przy budowie i remontach. Od tego momentu zaczęto sukcesywnie do oferty przedsiębiorstwa wprowadzać asortyment wykończeniowy (np. glazura, terakota, wykładziny, artykuły malarskie). Ze względu na bardzo szeroki zakres prac budowlanych w momencie kompleksowej realizacji zamówienia (projekt + budowa) przedsiębiorstwo współpracuje z kilkoma stałymi Partnerami świadczącymi takie usługi jak: montaż kominków, montaż instalacji grzewczej oraz brukarstwo. Takie rozwiązanie doprowadziło do stworzenia bardzo kompleksowej usługi, zaczynając od projektu budynku, aż po jego realizację „pod klucz”.</p> <p>Podsumowując: zakres działalności przedsiębiorstwa możemy podzielić na cztery główne kategorie:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Projektowanie domów, mieszkań itp.; 2) Nadzór autorski nad realizacją inwestycji; 3) Kompleksowa realizacja budowy; 4) Sprzedaż materiałów budowlanych oraz artykułów wykończeniowych; <p>Jednocześnie należy podkreślić, że w chwili obecnej usługi świadczone są tylko na terenie miasta Lublina i jego okolic. Wynika to bezpośrednio z charakteru firmy oraz jego zasobów. Dodatkowo system pracy w przedsiębiorstwie jest mało efektywny i kosztochłonny. Realizacja projektu ma między innymi przyczynić się do zmiany sposobu pracy (nowe funkcjonalności serwera) oraz wzmocnienia poprawy działań marketingowych przedsiębiorstwa (nowa strona Internetowa).</p>

A-3 Dodatkowe informacje i referencje

W toku oceny wniosku, być może zaistnieje potrzeba zgromadzenia dodatkowych bądź sprawdzenia podanych informacji (zawsze z zapewnieniem poufności informacji). Proszę wskazać jedną lub dwie osoby (np. dostawca, odbiorca, pracownik administracji lokalnej), z którymi będziemy mogli się w tym celu skontaktować.

	Osoba 1	Osoba 2
1. Imię i nazwisko	Elżbieta Koch	Adam Klich
2. Adres	26 – 600 Lublin ul. Dziwna 4	26-600 Lublin ul. Normalna 5
3. Miejsce zatrudnienia	Wnioskodawca	Skład materiałów budowlanych
4. Zajmowane stanowisko	Kasjerka	Sprzedawca
5. Numer telefonu / telefaksu	(48) 36 20 229	(48) 36 21 300

A-4 Dane autora planu przedsięwzięcia

Jeśli niniejszy dokument został przygotowany samodzielnie, to tabelę należy pozostawić nie wypełnioną. Jeśli natomiast korzystano z pomocy innej osoby (innych osób) lub firmy, należy podać jej (ich) dane.

1. Nazwisko i imię autora	-
2. Nazwa firmy	-
3. Adres	-
4. Numer telefonu kontaktowego telefaksu	-

SEKCJA B PLAN MARKETINGOWY

B-1 Produkt / usługa

Proszę napisać czy inwestycja wspierana ze środków ZPORR będzie wiązała się z rozpoczęciem nowej działalności gospodarczej, czy też oznaczać będzie rozwój już prowadzonej działalności np. poprzez wprowadzenie na rynek nowego produktu/ usługi lub zwiększenie podaży już produkowanych produktów/ usług? Proszę opisać swój produkt/ usługę). Pokazać w jaki sposób różni się on od produktów konkurencji i na czym polega jego przewaga?

Celem głównym prezentowanego projektu jest wzrost konkurencyjności firmy DECOR poprzez zwiększenie zakresu działalności handlowo-usługowej, poprawę marketingu oraz poszerzenie rynku. Osiągnięcie tych celów będzie możliwe dzięki osiągnięciu celów szczegółowych jakimi są: zakup nowoczesnego sprzętu i oprogramowania, w tym mobilnego sprzętu komputerowego (2 laptopy) oraz przygotowaniu strony internetowej firmy z funkcjonalnością sklepu internetowego.

Realizacja projektu pozwoli firmie rozszerzyć swoją działalność z rynku regionalnego na ogólnopolski (zamówienia z całej Polski). Jednocześnie zostanie przygotowana akcja marketingowa mająca na celu promocję nowej strony (link sponsorowany, bannery reklamowe, pozycjonowanie w wyszukiwarkach, reklamy w prasie branżowej).

2. Proszę opisać krótko dotychczasowe produkty i usługi

Profil działalności firmy obejmuje z jednej strony usługi projektowania lokali użytkowych takich jak przychodni lekarskich, kancelarii prawniczych, salonów sprzedaży dla największych firm branży IT oraz domów jednorodzinnych, z drugiej zaś sprzedaż materiałów wykończeniowych oraz budowlanych niezbędnych podczas budowy oraz remontu. Należy podkreślić, że firma DECOR specjalizuje się w projektowaniu lokali użytkowych. Jednocześnie wartym podkreślenia jest, że obie te działalności stanowią jedną całość. Z jednej strony przedsiębiorstwo świadczy usługi projektowania, z drugiej oferuje na miejscu możliwość zamówienia materiałów niezbędnych do realizacji projektu. Asortyment materiałów wykończeniowych w chwili obecnej obejmuje większość niezbędnych wykorzystywanych podczas budowy. Aktualnie w ofercie firmy dostępnych jest kilkaset pozycji. W tej chwili przedsiębiorstwo skoncentrowane jest na poszerzaniu asortymentu o meble artystyczne. Taka strategia działania doprowadziła do powstania bardzo konkurencyjnej oferty, która z łatwością może być implementowana na rynku ogólnopolskim.

3. Proszę opisać nowe produkty i usługi oraz określić dla nich rynek

Głównym celem realizacji projektu jest rozwiązanie podstawowych problemów zdefiniowanych przez Decor, w wyniku przeprowadzonej analizy zasobów przedsiębiorstwa. Pierwszym z nich jest poprawa przepływu informacji wewnątrz firmy oraz wzrost produktywności opartej na lepszym wykorzystaniu zasobów firmy. Zakup serwera przełoży się na poprawę efektywności pracy, lepsze zarządzanie czasem pracy co tym samym wpłynie na skrócenie czasu obsługi klienta oraz skrócenie czasu przygotowywania ofert handlowych. Ponadto funkcje serwera stwarzają możliwość gromadzenia i udostępniania zasobów do wspólnego wykorzystania. Z pomocą serwera i jego oprogramowania, łatwiej jest kontrolować tworzenie i przechowywanie, a także – udostępnianie ważnych danych handlowych. Dzięki temu oraz powiązaniu wspólnych baz dokumentów z Intranetem, można łatwiej i szybciej uzgadniać treści kolejnych wersji dokumentów elektronicznych – wewnątrz firmy jak i we współpracy z klientami i partnerami. Dodatkowym celem projektu jest wzrost konkurencyjności firmy DECOR poprzez zwiększenie zakresu działalności handlowo-usługowej z rynku regionalnego na ogólnopolski. Będzie to możliwe dzięki budowie nowej strony Internetowej, poprzez którą będzie istniała możliwość zamawiania towarów przez klientów z całej Polski. Ponadto realizacja projektu umożliwi beneficjentowi świadczenie na terenie Polski kompleksowej usługi, od projektu budynku do jego wykończenia. Ze względu na fakt, iż zakupy przez Internet stają się coraz bardziej powszechne i pożądane, wprowadzenie tej usługi wydaje się być koniecznym rozwiązaniem, mającym wpływ na dalszy rozwój firmy. Docelową grupę klientów dla tego typu usług możemy podzielić na dwie kategorie. Z jednej strony są to osoby prywatne, które zamierzają wybudować dom lub osoby, które kupiły mieszkanie i chcą je wewnątrz zaprojektować. Do drugiej kategorii należą przedsiębiorstwa takie jak: kancelarie prawnicze, przychodnie lekarskie czy salony sprzedaży telefonów komórkowych itp.

Rozpatrując realizację projektu przez pryzmat nowych produktów należy zwrócić również uwagę na fakt, iż beneficjent planuje w dłuższym okresie

	<p>wprowadzenie nowego oprogramowania do projektowania wnętrz, które aktualnie nie jest obecne na rynku polskim. Bez powiększenia obszaru działania oraz wzmocnienia działań marketingowych realizacja takich działań nie będzie możliwa.</p>
<p>4. Proszę podać w jaki sposób produkt różni się od produktów/ usług konkurencji. Czy jest to nowy produkt na rynku?</p>	<p>Czynniki wyróżniające usługi firmy DECOR zostały podzielone zgodnie z obszarem działania przedsiębiorstwa, czyli 1) Województwo Lubelskie 2) Lublin.</p> <p>Województwo Lubelskie W całym województwie lubelskim głównym czynnikiem charakteryzującym firmę DECOR jest niska cena. Wynika to bezpośrednio z niższych kosztów ponoszonych przez wnioskodawcę. W tym miejscu należy zwrócić uwagę, że są to przede wszystkim dwie kategorie kosztowe, a) niższe koszty osobowe b) niższe koszty podwykonawstwa. Przewaga cenowa może być z łatwością wykorzystywana w innych rejonach Polski.</p> <p>Miasto Lublin W obrębie miasta Lublina głównym, a zarazem jedynym czynnikiem wyróżniającym usługi DECOR spośród konkurencji jest specjalizacja. Domeną wnioskodawcy jest projektowanie wnętrz biur, salonów sprzedaży, stacji benzynowych. Pozostałe firmy obecne na rynku lubelskim specjalizują się w projektowaniu budynków dla osób indywidualnych. Dodatkowo czynnikiem wyróżniającym firmę DECOR na rynku regionalnym jest zakres proponowanych usług. Należy zwrócić uwagę, że jako jedyny oferuje swoim klientom kompleksową usługę (projekt + realizacja). Był to między innymi jeden z powodów, który przyczynił się do sukcesu DECOR w tym segmencie rynku. W momencie powiększenia obszaru działania planuje się systematyczne poszerzanie oferty projektów dla osób prywatnych.</p>
<p>5. Jeśli przedsięwzięcie wiąże się z zaoferowaniem nowego produktu/ usługi, proszę wskazać jego zalety różniące go od innych istniejących produktów/ usług.</p>	<p>Głównym celem projektu jest wzmocnienie działalności usługowo – handlowej firmy DECOR oraz wzmocnienie marketingu przedsiębiorstwa. Osiągnięcie tych celów będzie możliwe po pierwsze, dzięki zakupie serwera, po drugie dzięki założeniu nowej strony internetowej z funkcjonalnością quasi sklepu internetowego. Zakup niezbędnego serwera, kompleksowego urządzenia, zapewni lepszą, wydajniejszą komunikację z otoczeniem oraz współpracę on-line z klientami, handlowcami i dostawcami. Dodatkowo zakup planowanego serwera umożliwi lepsze zarządzanie informacjami o klientach, co tym samym z jednej strony przełoży się na możliwość tworzenia dedykowanych ofert dla stałych klientów, z drugiej zaś na tworzenie profesjonalnej zintegrowanej bazy informacji o swoich klientach, po to by łatwiej dotrzeć do nich z nowymi produktami i usługami. Jednocześnie oprogramowanie serwerowe jest na tyle bezpieczne, że pozwala zamieścić część firmowych informacji na serwerze wirtualnym i udostępnić je partnerom, handlowcom, współpracownikom. Katalog on-line może służyć do publikowania aktualnych ofert, specyfikacji dla handlowców, cenników, opisów promocji. Na przykład handlowcom firm, które sprzedają towary może pozwolić sporządzić na spotkaniu z klientem zamówioną przez niego specyfikację, przy użyciu konfiguratora, który pobiera zawsze aktualne dane o stanie magazynowym w centrali firmy. Dodatkowo zakup serwera firmowego posłuży do zbudowania Intranetu, dzięki któremu będzie można zbudować bazę wiedzy o firmie. Dzięki temu nowi pracownicy będą się łatwiej wdrażać do pracy. Każdemu nowemu pracownikowi można bowiem uaktywnić panel, w którym jest zdefiniowany system dostępu do poszczególnych zasobów i urządzeń w firmie. Wykorzystanie własnego serwera poczty elektronicznej pozwoli na zatrzymanie wiedzy o historii kontaktów w firmie, nawet w sytuacji odejścia z niej pracownika, czy awarii bądź wymiany sprzętu komputerowego.</p>

B-2 Rynek

Proszę wypełnić poniższą tabelę podając, gdzie i w jaki sposób będzie prowadzona sprzedaż (z wyróżnieniem dotychczasowych i nowych usług / produktów).

<p>1. Kim są nabywcy produktów i usług? Proszę podać szacunkową liczbę potencjalnych klientów. Czy produkty i usługi są przeznaczone na rynek lokalny, regionalny, krajowy lub eksport?</p>	<p>Nabywców usług oraz produktów beneficjenta należy podzielić na dwie grupy, pierwsza z nich to firmy, osoby reprezentujące wolne zawody (lekarze, prawnicy), druga zaś to osoby prywatne.</p> <p>Beneficjent w pierwszej kolejności pragnie dotrzeć do potencjalnych klientów na terenie Lublina i okolic, w którym mieści się jego siedziba. Przy panującej na rynku detalicznym konkurencji ekspansja terytorialna musi odbywać się według ściśle przemyślanej strategii, gdyż wymaga to znacznych nakładów inwestycyjnych. Obecnie na rynku lubelskim działa około 10 firm projektowych, tym samym ograniczając możliwości dalszego rozwoju firmy DECOR. Realizacja projektu trwale wpłynie na poprawę konkurencyjności przedsiębiorstwa. Po pierwsze poprzez zwiększenie obszaru oddziaływania, z rynku lokalnego na ogólnopolski (możliwość realizacji zamówień na terenie całej Polski), a po drugie poprzez wzmocnienie działań marketingowych.</p> <p>Do drugiej grupy należą osoby prywatne, które zamierzają wybudować dom wolnostojący, dom szeregowiec czy kupić mieszkanie.</p> <p>W chwili obecnej usługi oferowane przez DECOR dostępne są tylko na rynku lokalnym. Wynika to bezpośrednio z braku możliwości finansowych na ekspansję na rynek ogólnopolski, jako rezultat projektu zakłada się zatrudnienie trzech projektantów – handlowców. Ważnym jest, aby rozszerzenie obszaru działalności firmy DECOR było poprzedzone akcją promocyjną nowo powstałej strony WWW oraz sklepu Internetowego. Tylko takie rozwiązanie, a więc realizacja wszystkich zaplanowanych działań łącznie będzie gwarantować sukces przedsięwzięcia. Obecnie trwają prace nad poszerzeniem asortymentu o nowe produkty i usługi projektowe.</p>
<p>2. Jakie są oczekiwania i potrzeby nabywców odnośnie produktów i usługi</p>	<p>Usługi projektowania:</p> <p>Oczekiwania klientów w ramach tych usług należy podzielić na dwie kategorie. Z jednej strony klienci oczekują dobrych, ciekawych i oryginalnych projektów. Z drugiej zaś oczekują łatwiejszej dostępności oferowanych usług – dlatego też w pełni uzasadniona jest realizacja projektu, który umożliwi zamawianie towarów i usług przez Internet. W przypadku pierwszego elementu (ciekawe, dobre projekty) klienci podzieleni są na dwie grupy. Pierwsza z nich, około 50% klientów oczekuje projektów oryginalnych, realizowanych na indywidualne zamówienie tzw. „szytych na miarę”. Druga grupa klientów oczekuje projektów tanich i typowych. Odpowiadając na te oczekiwania wnioskodawca w swojej ofercie posiada gotowe projekty. Produkty te ze względu na niskie koszty ich wytworzenia oraz spore zainteresowanie ze strony klientów są najtańszymi na rynku. W przypadku projektów na zamówienie Beneficjent wraz z klientem uczestniczy w procesie projektowania budynków. Takie rozwiązanie pozwala na całościowe zaspokojenie potrzeb klienta.</p> <p>Sprzedaż materiałów wykończeniowych:</p> <p>W przypadku materiałów wykończeniowych i budowlanych rynek oczekuje produktów dobrych jakościowo, a zarazem tanich cenowo. Odbiorcy produktów wykończeniowych mają ściśle określone wymagania, ale bardzo ważnym elementem</p>

	decydującym o kupnie jest ciekawe wzornictwo oraz szeroki asortyment towarów. Beneficjent stale kontroluje oczekiwania klientów, czego efektem jest wprowadzanie różnych wariantów jakościowych tych samych produktów. W swojej ofercie posiada aż 5 dostawców artykułów wykończeniowych (m.in. CERSANIT, KOŁO, ROCA). Należy zauważyć, że zwiększenie obszaru działalności firmy DECOR, spowoduje wzrost sprzedaży, który przełoży się na uzyskanie wyższych rabatów cenowych u producentów. Takie rozwiązanie na pewno umożliwi wnioskodawcy na utrzymanie niskich, konkurencyjnych cen, a może nawet pozwoli na lekką obniżkę cen detalicznych.
3. Czy popyt na produkt/ usługę będzie ulegał sezonowym zmianom? Jeśli tak, jak będą minimalizowane skutki tej sezonowości?	Popyt na usługi (projektowanie) wnioskodawcy nie ulega wahaniom sezonowym. W okresie letnim jak i zimowym odnotowuje się bardzo zbliżoną liczbę zamówień. Największe dysproporcje występują w sprzedaży materiałów budowlanych. W okresie zimowym ich sprzedaż spada aż o 1/3. Stanowi to poważny problem dla funkcjonowania firmy. Dlatego też przedsiębiorstwo DECOR musi wprowadzić możliwość zamawiania oferowanych usług oraz produktów przez Internet, co pozwoli na wyrównanie tej dysproporcji. Dodatkowo planuje się również poszerzenie oferty o meble artystyczne (artykuły wykończeniowe), aby skutecznie zniwelować wynikające z sezonowości negatywne konsekwencje.

B-3 Konkurencja na rynku

Proszę wskazać głównych konkurentów na rynku i zastanowić się, jaka będzie ich reakcja na uruchomienie nowego przedsięwzięcia oraz wprowadzenia produktu (usługi) na rynek? Czy dokonają oni obniżenia cen swoich produktów (usług), czy uruchomią dodatkową akcję promocyjną, a może zachowają się w jeszcze inny sposób? Jaka będzie wtedy reakcja Wnioskodawcy?

1. Proszę podać możliwie szczegółowe dane o głównych konkurentach. Proszę dokonać oceny ich produktów/ usług w skali od 1 (ocena najniższa) do 10 (ocena najwyższa) w porównaniu do własnego produktu. Należy wstawić oceny w kolumnach 2, 3, 4 oraz wyliczyć średnią w kolumnie 5.

Nazwa	Jakość	Cena	Reklama / promocja	Średni wynik punktowy
Oferta wnioskodawcy	9	8	4	7
Vitapol	7	5	3	5
Tir - Kon	8	6	5	6,3
WISAD	5	4	1	3,3
NOVUM	6	5	4	5

2. Proszę opisać potencjalne działania swoich konkurentów oraz swoją reakcję na te działania.

W kluczowej usłudze, a więc projektowaniu lokali użytkowych, kancelarii prawnych czy przychodni lekarskich konkurenci nie będą w stanie obniżyć cen. Jest to związane z faktem, iż koszty ponoszone przez wnioskodawcę są niższe niż koszty konkurentów w województwie lubelskim. W mieście Lublinie występująca specjalizacja pomiędzy firmami, gwarantuje ona działalność firmy DECOR. Biorąc jednak pod uwagę ich liczbę (około 10) nieuniknione będzie, rozszerzanie przez nich specjalizacji na inne dziedziny, w tym domenę firmy DECOR. Tym samym w pełni uzasadnione jest postępowanie beneficjenta, zmierzające do rozszerzenia swojej działalności na obszar całej Polski, z jednoczesnym wzmocnieniem działań marketingowych, wnioskodawca zamierza rozpocząć intensywną akcję promocyjną (strona WWW sklep Internetowy), co doprowadzi do poprawy wizerunku oraz rozpoznawania firmy na rynku.

B-4 Dystrybucja i promocja

Proszę opisać w jaki sposób będzie prowadzona sprzedaż i promocja. Proszę pamiętać, że są różne metody promowania dóbr i usług i część z nich może być nieodpowiednia dla proponowanego produktu / usługi.

<p>1. W jaki sposób odbywa się sprzedaż?</p>	<p>Sprzedaż w firmie DECOR odbywa się dwoma głównymi kanałami dystrybucji. Pierwszy to sprzedaż bezpośrednia. Klienci przychodzą do naszej siedziby i na miejscu wybierają projekt lokalu użytkowego, którym są zainteresowani lub razem z naszym projektantem tworzą projekt odpowiadający ich ideałom. Identycznie wygląda sytuacja przy sprzedaży artykułów wykończeniowych i materiałów budowlanych. W siedzibie firmy, klient pokazuje materiały oraz artykuły, którymi jest zainteresowany. Ten sposób sprzedaży generuje około 85% przychodów firmy DECOR. Drugi kanał dystrybucji to sprzedaż realizowana przez handlowca – projektanta. Mobilny handlowiec – projektant szuka potencjalnych klientów na terenie całego województwa lubelskiego. Ze względu jednak na ograniczenia, poszukiwania jego skoncentrowane są przede wszystkim na mieście Lublina oraz okolic. Dodatkowo dzięki jego działalności udało się firmie DECOR podpisać kilka umów z dużymi firmami budowlanymi. W tym roku planuje się podjęcie negocjacji z developerami i firmami budowlanymi z terenu całego kraju, które wygrywają przetargi na realizację dużych zamówień. Konkurencyjne ceny są bardzo silnym argumentem beneficjenta w takich negocjacjach. Ten kanał dystrybucji generuje około 15% przychodów firmy.</p> <p>Brakującym, a zarazem coraz bardziej powszechnym i pożądanym kanałem dystrybucji jest sprzedaż przez Internet. Realizacja projektu z jednej strony pozwoli na dotarcie do większej liczby klientów, z drugiej zaś ułatwi dostęp do oferowanych usług.</p>
<p>2. W jaki sposób klienci są oraz będą informowani o produktach / usługach? Proszę opisać formę promocji / reklamy.</p>	<p>W momencie uruchomienia działalności gospodarczej, aby dotrzeć do szerokiego grona klientów DECOR ogłosił się w prasie lokalnej oraz w mieście Lublinie (folder reklamowy). Ze względu jednak na wysokie koszty działania te nie zostały powtórzone. Aktualnie możemy wyróżnić kilka sposobów informowania klientów o oferowanych usługach. Po pierwsze przedstawiciel handlowy firmy na bieżąco uczestniczy w targach mieszkaniowych oraz targach projektowych na terenie województwa lubelskiego. Podczas tych imprez rozdawane są foldery reklamowe przedsiębiorstwa. Dodatkowo istnieje strona Internetowa przedsiębiorstwa www.decor.pl, jednakże jest ona tylko stroną wizytówkową - nie jest aktywna. Kolejnym sposobem jest zamieszczanie otrzymanych referencji w siedzibie firmie. W związku z powyższym należy zauważyć, że wnioskodawca nigdy nie organizował szeroko zakrojonej akcji reklamowej. Najbardziej skuteczną formą promocji stosowaną przez Beneficjenta była tzw. „poczta pantoflowa”. Sprowadzała się ona do prostego założenia, iż jeden zadowolony klient generuje trzech nowych klientów, zaś przez jednego niezadowolonego klienta odejdzie aż dziesięciu klientów. Taka forma reklamy jest bardzo skuteczna, ze względu na bardzo duży stopień zaufania pomiędzy bliskimi osobami. Wśród klientów firmy jest wiele osób, które skorzystały z usług DECOR</p>

	<p>właśnie ze względu na dobrą opinię panującą na jej temat.</p> <p>Stworzenie nowoczesnej strony internetowej z funkcjonalnością sklepu Internetowego, tak jak zakłada projekt, umożliwi pozyskiwanie zamówień z całej Polski. Dlatego też koniecznym jest jej wypromowanie. Przewidywane działania to: akcja promocyjna, link sponsorowany, banery. Dodatkowo przewiduje się zamieszczenie informacji o przedsiębiorstwie w Panoramie Firm oraz zakup bazy danych, w celu przeprowadzenia działań telemarketingowych. W drugiej połowie 2006 roku planowana jest reklama usług beneficjenta w prasie specjalistycznej kierowanej do osób budujących lub zamierzających remontować mieszkania (np. MURATOR). Wszystkie wyżej zaplanowane działania pozwolą na przeprowadzenie skutecznej akcji promocyjnej wnioskodawcy.</p>
<p>3. Jakie są relacja kosztów bezpośrednich (sprzedaż, reklama, pakowanie, dystrybucja) w stosunku do kosztów całkowitych?</p>	<p>Znacząca większość kosztów ponoszonych przez beneficjenta należy zakwalifikować do bezpośrednich. Oczywiście są to zakupy materiałów budowlanych, koszty pracy, koszty transportu. Ponadto 50% kosztów połączeń telefonicznych to działania telemarketingowe. Oczywiście ponoszone są inne koszty reklamy i promocji produktu, przykładowo gazetki lokalne, ogłoszenie w prasie. Jest to około 95% kosztów całkowitych beneficjenta. Pozostała część kosztów to podatki, komunikacja wewnętrzna z wykorzystaniem telefonii stacjonarnej oraz komórkowej.</p>

B-5 Cena

Proszę opisać zaplanowaną politykę cenową, biorąc pod uwagę, że wielkość obrotu będzie od niej uzależniona. Dane dotyczące poszczególnych lat powinny być tożsame z sekcją B- 6, E.

1. Proszę wyjaśnić aktualnie stosowane ceny oraz określić poziom planowany. Należy podać informację dotyczącą wszystkich głównych produktów / usług (dane dla podobnych kategorii oferty można grupować w ramach jednego produktu lub usługi).

Produkt / usługa	Rok bazowy/okres bieżący*	1 rok 2006	2 rok 2007	3 rok 2008	4 rok 2009	5 rok 2010
1. Projekt lokalu użytkowego (kancelaria prawnicza, przychodnia lekarska, salon sprzedaży)	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000
2. Projekt budynku jednorodzinny wolnostojącego – na indywidualne zamówienie	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000
3. Projekt budynku szeregowego (indywidualne zamówienie)	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
4. Projekt mieszkania (indywidualne zamówienie)	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000
5. Typowy projekt budynku jednorodzinny	5 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000
6. Typowy projekt budynku szeregowego	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500
7. Projekt osiedla jednorodzinny (Developer)	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
9. Glazura (1m ²) - Typ A	30	30	30	30	30	30
10. Glazura (1m ²) - Typ B	60	60	60	60	60	60
11. Glazura (1m ²) - Typ C	90	90	90	90	90	90
12. Wykładziny (1m ²) - Typ A	50	50	50	50	50	50
13. Wykładziny (1m ²) - Typ B	100	100	100	100	100	100
14. Wykładziny (1m ²) - Typ C	150	150	150	150	150	150
15. Elementy drewniane	90	90	90	90	90	90
16. Meble artystyczne	600	600	600	600	600	600

2. Dlaczego zastosowano ceny określone w pkt. 1? Proszę podać uzasadnienie odnoszące się do sytuacji rynkowej, jakości, zmian w kosztach, itp.	Ceny stosowane przez beneficjenta są efektem testowania rynku które miało miejsce przez kilka pierwszych miesięcy działalności, oraz badania potrzeb konsumentów, co było konieczne w celu dobrego poznania rynku. Obecnie DECOR stosuje marżę na poziomie 20-25% z upustami dla dużych klientów. Szczególne upusty uzyskują developerzy. Beneficjent planuje utrzymanie obecnego poziomu cen w najbliższych 5 latach, jedynie nieprzewidziane czynniki zewnętrzne, wpływające na cały rynek budowlany, mogą spowodować nagłe zmiany cen.
3. Jakie są warunki płatności (podać w % przychodów)	
Sprzedaż za gotówkę	18,5%
Płatność w terminie 14 dni	16%
Płatność w terminie 30 dni	58,5%
Termin płatności dłuższy niż 30 dni	7%

* W przypadku prognoz należy określić okres 5 lat od roku, w którym realizacja projektu ulega zakończeniu.

Rok bazowy/okres bieżący dla wnioskodawców działających *mniej niż 12 miesięcy* przed dniem złożenia wniosku – należy przyjąć:

- dane wykonane na dzień złożenia wniosku (w wielu przypadkach tożsame z bilansem otwarcia), a jako pierwszy rok prognozy stan na ostatni dzień roku kalendarzowego, w którym jest składany wniosek (tylko w takim przypadku dopuszcza się aby rok prognozy był tym samym rokiem kalendarzowym, którym jest rok bazowy), albo
- jeśli wnioskodawca działający *mniej niż 12 miesięcy* przyjął za rok bazowy pełny rok kalendarzowy, 1 rok prognozy jest już kolejnym rokiem kalendarzowym.

Rok bazowy/okres bieżący dla wnioskodawców działających *dłużej niż 12 miesięcy* przed dniem złożenia wniosku – należy przyjąć dane na ostatni dzień zakończonego roku obrotowego (kalendarzowego).

Każdy z kolejnych lat prognozowanych przedstawia dane na ostatni dzień roku obrotowego (kalendarzowego).

B-6 Prognoza sprzedaży

Poniżej należy oszacować wielkość sprzedaży. Miara ta pozwoli dokonać oceny spodziewanego sukcesu. Dane dotyczące poszczególnych lat powinny być tożsame z sekcją B- 5, E.

1. Proszę podać wielkość sprzedaży (w sztukach, jednostkach, itp.) produktów / usług w kolejnych okresach. Należy uwzględnić wszystkie pozycje oferty wymienione w tabeli B-5.

Produkt /usługa	Rok bazowy/okres bieżący*	1 rok 2006	2 rok 2007	3 rok 2008	4 rok 2009	5 rok 2010
1. Projekt lokalu użytkowego (kancelaria prawnicza, przychodnia lekarska, salon sprzedaży)	9	12	15	16	18	20
2. Projekt budynku jednorodzinny wolnostojącego – na indywidualne zamówienie	1	2	4	5	6	7
3. Projekt budynku szeregowego (indywidualne zamówienie)	1	3	5	5	7	7
4. Projekt mieszkania (indywidualne zamówienie)	1	2	3	4	4	5
5. Typowy projekt budynku jednorodzinny	7	8	9	12	13	15
6. Typowy projekt budynku szeregowego	1	1	2	3	3	4
7. Projekt osiedla jednorodzinny (Developer)	1	1	1	1	2	3
9. Glazura (1m ²) - Typ A	440	577	635	698	838	1090
10. Glazura (1m ²) - Typ B	400	533	586	645	774	1006
11. Glazura (1m ²) - Typ C	350	444	488	537	645	838
12. Wykładziny (1m ²) - Typ A	460	533	586	645	774	1006
13. Wykładziny (1m ²) - Typ B	380	444	488	537	645	838
14. Wykładziny (1m ²) - Typ C	300	405	446	490	588	765

15. Elementy drewniane	4	12	14	15	14	17
16. Meble artystyczne	1	6	7	9	11	12
2. Proszę uzasadnić, że podane powyżej wielkości są realne i wyjaśnić, kiedy osiągnięta zostanie wartość docelowa.	<p>Rozszerzanie asortymentu jest elementem zaplanowanej strategii rozwoju beneficjenta i będzie nadal systematycznie kontynuowane. W ciągu najbliższych miesięcy oferta zostanie poszerzona o kolejne artykuły wykończeniowe. Poniżej zostaną przedstawione uzasadnienie zaplanowanych powyżej wzrostów sprzedaży, które będą jednakże możliwe tylko w przypadku realizacji inwestycji.</p> <p>Ad. 1 – 7. Projekty lokali użytkowych, budynków jednorodzinnych, budynków szeregowych, osiedli jednorodzinnych oraz projekty typowe są w ofercie Beneficjenta od 2004 roku i ich sprzedaż systematycznie rośnie. Obecnie jest to produkt do którego wzrostu sprzedaży beneficjent przywiązuje największą uwagę. Przyczyną takiego stanu rzeczy jest fakt, iż DECOR specjalizuje się w projektowaniu lokali użytkowych i zamierza wykorzystać tą przewagę na terenie kraju. Ponieważ do tej pory nie była prowadzona akcja marketingowa, przewidywany jest jeszcze znaczny wzrost udziału w rynku.</p> <p>Ad. 9 – 14. Materiały budowlane pojawiły się w sprzedaży dopiero pod koniec 2004 roku. Aktualnie sprzedawane materiały budowlane są najtańsze na rynku, co wpłynie na dynamiczny wzrost sprzedaży w momencie przeprowadzenia akcji promocyjnej firmy DECOR.</p> <p>Ad. 15 - 16. Oferta wnioskodawcy została poszerzona w połowie 2005 roku o artykuły wykończeniowe jakimi są elementy drewniane oraz meble artystyczne. Większy zasięg oferty firmy oraz atrakcyjne ceny przełożą się na dynamiczny wzrost sprzedaży elementów drewnianych oraz mebli artystycznych.</p>					

B-7 Przychody

Poniżej należy określić przewidywane przychody ze sprzedaży podstawowych produktów / usług. Należy tego dokonać na podstawie danych z tabeli B-5 oraz B-6.

Produkt /usługa	Rok bazowy/okres bieżący*	1 rok 2006	2 rok 2007	3 rok 2008	4 rok 2009	5 rok 2010
1. Projekt lokalu użytkowego (kancelaria prawnicza, przychodnia lekarska, salon sprzedaży)	225 000,00	300 000,00	375 000,00	400 000,00	450 000,00	500 000,00
2. Projekt budynku jednorodzinnego wolnostojącego – na indywidualne zamówienie	15 000,00	30 000,00	60 000,00	75 000,00	90 000,00	105 000,00
3. Projekt budynku szeregowego (indywidualne zamówienie)	10 000,00	30 000,00	50 000,00	50 000,00	70 000,00	70 000,00
4. Projekt mieszkania (indywidualne zamówienie)	8 000,00	16 000,00	24 000,00	32 000,00	32 000,00	40 000,00
5. Typowy projekt budynku jednorodzinnego	28 000,00	32 000,00	36 000,00	48 000,00	52 000,00	60 000,00
6. Typowy projekt budynku szeregowego	3 500,00	7 000,00	7 000,00	10 500,00	10 500,00	14 000,00
7. Projekt osiedla jednorodzinnego (Developer)	100000,00	100000,00	100000,00	100000,00	200000,00	300000,00
9. Glazura (1m ²) - Typ A	13 200,00	17 316,00	19 047,60	20 952,36	25 142,83	32 685,86
10. Glazura (1m ²) - Typ B	24 000,00	31 968,00	35 164,80	38 681,28	46 417,54	60 342,80
11. Glazura (1m ²) - Typ C	31 500,00	39 960,00	43 956,00	48 351,60	58 021,92	75 428,50
12. Wykładziny (1m ²) - Typ A	23 000,00	26 640,00	29 304,00	32 234,40	38 681,28	50 285,66
13. Wykładziny (1m ²) - Typ B	38 000,00	44 400,00	48 840,00	53 724,00	64 468,80	83 809,44
14. Wykładziny (1m ²) - Typ C	45 000,00	60 772,50	66 849,75	73 534,73	88 241,67	114714,17
15. Elementy drewniane	360,00	1 080,00	1 260,00	1 350,00	1 260,00	1 530,00
16. Meble artystyczne	600,00	3 600,00	4 200,00	5 400,00	6 600,00	7 200,00
Ogółem	565 160,00	737 236,50	900 622,15	989 728,37	1 233 334,04	1 514 996,25

Uwaga: wartość "Ogółem" (ze sprzedaży podstawowych produktów i usług) należy odnieść do przychodów ze sprzedaż produktów i usług ogółem, o których mowa w rachunku zysków i strat.

Wyjaśnienie – Przychody ze sprzedaży innych produktów i usług (pozostałe przychody) – W przedstawionej analizie w pierwszym roku przewiduje się wpływ 20.189 PLN (dotacja). W latach następnych ze względu na marginalny udział tych przychodów w całości działalności przedsiębiorstwa oraz dla zachowania klarowności analizy zrezygnowano z kategorii pozostałe przychody.

TU należy określić w PLN wartość przychodów ze sprzedaży innych produktów i usług nie wymienionych wśród pozycji podstawowych. Wartość ogółem w tabeli B-7 oraz wartość podana powyżej powinna być równa wartości podanej w wierszu "sprzedaż produktów i usług" w tabeli E-2.

SEKCJA C ZATRUDNIENIE I PERSONEL

C-1 Personel wnioskodawcy	
Proszę scharakteryzować poziom i strukturę zatrudnienia w przedsiębiorstwie. Należy podać informacje o aktualnym stanie zatrudnienia i wielkości przewidywanej. Należy uzasadnić (w przypadku tworzenia nowych miejsc pracy), jakie osoby będą zatrudniane lub jakie stanowiska pracy zostaną likwidowane. Proszę pamiętać, aby uwzględnić płace wszystkich tych osób w odpowiednim wierszu w tabeli E-2.	
1. osoby zatrudnione w pełnym wymiarze czasu pracy	7
2. pozostałe osoby :	-
3. Ogółem:	7
4. Proszę opisać nowo tworzone stanowiska pracy (opis stanowiska, zakres czynności na każdym stanowisku oraz sposób rekrutacji). Jaki jest związek pomiędzy istotą inwestycji oraz tymi stanowiskami pracy?	
4.1 stanowisko 1:	BRAK
5. Szacunkowa liczba stanowisk likwidowanych oraz przyczyny zamykania tych stanowisk.	Nie dotyczy

C-2 Kadra kierownicza			
Pozycja przedsiębiorstwa jest często determinowana kwalifikacjami osób prowadzących firmę. W poniższej tabeli należy przeanalizować doświadczenie i umiejętności, które posiada kadra kierownicza wnioskodawcy.			
	Osoba odpowiedzialna za zarząd	Osoba odpowiedzialna za finanse	Osoba odpowiedzialna za sprzedaż
Imię i nazwisko	Wojciech Kowalski	Wojciech Kowalski	Elwira Kowalska
Wiek	45	45	44
Wykształcenie	Wykształcenie wyższe zdobyte na wydziale projektowania Politechniki Radomskiej. Wojciech Kowalski ukończył również wiele kursów z zakresu projektowania budynków oraz ich wnętrza.	Zostało opisane w kolumnie pierwszej.	Wykształcenie wyższe. Uniwersytet Warszawski wydział Architektury.
Doświadczenie	Doświadczenie Pana Wojciecha Kowalskiego sięga 1990 roku, kiedy zaczął pracować w biurze projektowym. Wieloletnie doświadczenie zdobyte w jednej z największych firm budowlanych i projektowych, na stanowisku głównego projektanta pozwoliło zdobyć nieocenione doświadczenie w działaniu na rynku który obecnie jest bardzo konkurencyjny. Wiedza Pana Wojciecha Kowalskiego pozwoliła na obranie właściwych strategii rozwoju, jego sugestie co do działań w	Doświadczenie Pana Wojciecha Kowalskiego sięga 1990 roku, kiedy zaczął pracować w biurze projektowym. Wieloletnie doświadczenie zdobyte w jednej z największych firm budowlanych i projektowych, na stanowisku głównego projektanta pozwoliło zdobyć nieocenione doświadczenie w działaniu na rynku który obecnie jest bardzo konkurencyjny. Wiedza Pana Wojciecha Kowalskiego pozwoliła na obranie właściwych strategii rozwoju, jego sugestie co do działań w	Doświadczenie Pani Elwiry Kowalskiej sięga 1992 roku kiedy zaczęła pracować w jednej z dużych warszawskich firm projektowych. Początkowo zajmowała się projektowaniem lokali użytkowych (salony sprzedaży, stacje benzynowe, kancelarie prawnicze, gabinety stomatologiczne). W wyniku zaistniałych możliwości stopniowo zapoznawała się z tematyką projektowania pełnych instalacji wewnętrznych tzn. instalacja wodno – kanalizacyjna, instalacja

	<p>poszczególnych segmentach rynku są bardzo ważne. Ponadto jego kontakty z licznymi dostawcami oraz znajomość poziomu cen na rynku pozwoliły na korzystne zakupy materiałów budowlanych. Jednakże najważniejsza wiedza wniesiona przez Pana Wojciecha Kowalskiego dotyczy projektowania budynków oraz ich wnętr. Ponieważ jest absolwentem wydziału projektowania na Politechnice Radomskiej, projektowanie budynków stało się jego hobby, dzięki któremu może realizować się po części w dziedzinie która była przedmiotem jego studiów. Obecnie oprócz zajmowania się finansami DECOR Wojciech Kowalski dozoruje pod względem technologicznym projektowane budynki. Do tej pory jeszcze nie zostały wprowadzone do sprzedaży wszystkie projekty. Będzie się to odbywać stopniowo. Reasumując doświadczenie oraz wiedzę Wojciecha Kowalskiego są niezbędne dla funkcjonowania i rozwoju firmy.</p>	<p>poszczególnych segmentach rynku są bardzo ważne. Ponadto jego kontakty z licznymi dostawcami oraz znajomość poziomu cen na rynku pozwoliły na korzystne zakupy materiałów budowlanych. Jednakże najważniejsza wiedza wniesiona przez Pana Wojciecha Kowalskiego dotyczy projektowania budynków oraz ich wnętr. Ponieważ jest absolwentem wydziału projektowania na Politechnice Radomskiej, projektowanie budynków stało się jego hobby, dzięki któremu może realizować się po części w dziedzinie która była przedmiotem jego studiów. Obecnie oprócz zajmowania się finansami DECOR Wojciech Kowalski dozoruje pod względem technologicznym projektowane budynki. Do tej pory jeszcze nie zostały wprowadzone do sprzedaży wszystkie projekty. Będzie się to odbywać stopniowo. Reasumując doświadczenie oraz wiedzę Wojciecha Kowalskiego są niezbędne dla funkcjonowania i rozwoju firmy.</p>	<p>elektryczna, instalacja odgromowa. W ten sposób Pani Elwira Kowalska posiada bardzo duże doświadczenie, które jest niezbędne dla dalszego dynamicznego rozwoju firmy DECOR na rynku usług projektowania i sprzedaży artykułów materiałów wykończeniowych.</p>
Stanowisko	Właściciel	Właściciel	Dyrektor handlowy

SEKCJA D PLANOWANA INWESTYCJA

Podatek od towarów i usług (VAT) jest wydatkiem kwalifikującym się do objęcia wsparciem, jeśli zgodnie z odrębnymi przepisami krajowymi beneficjentowi (przedsiębiorcy) nie przysługuje prawo jego późniejszego zwrotu lub odliczenia od należnego podatku od towarów i usług.

D-1 Opis planowanej inwestycji		
<p>Należy przedstawić zakres planowanej inwestycji (np. budowa, zakup maszyn i urządzeń, itp.) oraz wskazać jakie efekty ona przyniesie (np. wzrost sprzedaży, obniżka kosztów, podniesienie jakości, itp.). W pkt. 1-2 należy odnieść się do całokształtu działań, wskazując na udział w nim kosztów kwalifikowanych a w 3 jedynie do kosztów kwalifikowanych.</p>		
<p>1. uzasadnienie inwestycji:</p>	<p>Realizacja projektu jest konieczna dla rozwoju beneficjenta, a w dłuższym okresie dla jego funkcjonowania na rynku projektowania obiektów i sprzedaży materiałów budowlanych w Polsce. Aktualnie projektowanie domów, mieszkań i lokali użytkowych jest usługą, która dla wnioskodawcy ma strategiczne znaczenie dla poszerzania rynku zbytu oraz ekspansji terytorialnej. Przeprowadzenie inwestycji pozwoli na zmianę charakteru funkcjonowania przedsiębiorstwa. Obecnie firma funkcjonuje w sposób przestarzały, niedopasowany do nowych potrzeb rynkowych. Klienci firmy DECOR oczekują aktywnej formy działania, mobilności. Z braku możliwości finansowych, charakter funkcjonowania przedsiębiorstwa jest stacjonarny, a zarazem mało dynamiczny. Jednocześnie klienci oczekują większej dostępności oferowanych usług, możliwości zamawiania usług przez Internet. Ponadto w momencie wykorzystania nowoczesnej technologii będzie można mówić o następujących korzyściach:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Możliwość przygotowywania indywidualnej oferty dla klienta; 2) Lepsze zarządzanie informacjami o klientach – łatwe śledzenie i zestawianie danych o sprzedaży, przewidywanie potrzeb klientów; 3) Planowanie rozwoju produktów i zdobywanie nowych zamówień, tworzenie prognozy sprzedaży; 4) Praca nad zamówieniem u klienta oraz prezentacja oferty u klienta on – line; 5) Dostęp do dokumentów przez wszystkich pracowników; 6) Większe bezpieczeństwo przechowywania danych oraz utraty szans wynikających z awarii sprzętu; 7) Większy zasięg oferty firmy; <p>Tym samym realizacja projektu, pozwoli na zaspokojenie wszystkich oczekiwań klientów. Dodatkowo za powodzeniem realizowanego projektu zdecydowanie przemawiają osoby zarządzające firmą beneficjenta.</p>	
<p>2. Zakres inwestycji (wymienić planowane działania wraz z uzasadnieniem, wskazując <u>wszystkie</u> planowane nakłady):</p>		
Rodzaj działania / kosztów	Uzasadnienie	Koszty (PLN)
<p>1. Serwer (hardware wraz z 2 kartami sieciowymi)</p>	<p>Jest to kluczowy element projektu. Zakup serwera pozwoli na zmianę systemu pracy ze stacjonarnej na mobilną. Zmiana ta jest konieczna dla dalszego funkcjonowania firmy DECOR. Dodatkowe powody zakupu serwer to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Poprawa efektywności pracy, lepsze zarządzanie czasem pracy; - Ograniczenie ilości papierowej dokumentacji; - Ograniczenie kosztów administracyjnych i operacyjnych działalności handlowej i marketingu; - Poprawa jakości obsługi klientów dzięki wykorzystaniu zintegrowanej bazy kontaktów - Szybszy i skuteczny obieg informacji wewnątrz firmy; - Poprawa stabilności i bezpieczeństwa 	<p>4 000 ,00</p>

	systemu i przechowywanych danych;	
2. Serwer (software)	Serwer (software) jest istotnym produktem, w tym projekcie. To właśnie dzięki jego funkcjonalnościom będzie możliwa: zmiana procesu pracy, tworzenie dedykowanych ofert dla stałych klientów, dzięki zintegrowaniu rozproszonych dotychczas danych o szczegółach zamówień i o klientach. Do dodatkowych korzyści możemy zaliczyć: łatwiejsze zarządzanie pocztą, kontaktami, skuteczne budowanie dobrych relacji z klientami i profesjonalnego wizerunku.	1 950,00
3. UPS	Jest to niezbędny element prawidłowej realizacji projektu. W celu zachowania ciągłości pracy serwera oraz bezpieczeństwa przechowywanych na nim danych niezbędne jest urządzenie, które na czas zaniku prądu będzie podtrzymywać prace serwera.	400,00
4. System zabezpieczeń firewall - integracja funkcji zapory ogniowej, routera, systemu filtracji treści, systemu detekcji włamań. Jednocześnie pełniący funkcje sieci bezprzewodowej (Access point)	Dostęp do serwera przez Internet, bez odpowiedniego zabezpieczenia będzie stwarzał możliwość dostępu do niego wirusów oraz osób postronnych. Zakup urządzenia typu firewall skutecznie pozwoli na zabezpieczenie się przed tego typu sytuacjami. Dodatkowo, zgodnie ze zmianą sposobu pracy na mobilną, koniecznym jest aby w siedzibie firmy dostęp do Internetu był bezprzewodowy. Rozwiązanie to ułatwi oraz przyspieszy pracę projektantów – handlowców. Handlowcy będą mogli korzystać z sieci komputerowej z dowolnego miejsca w biurze, bez konieczności posiadania dodatkowego biurka i kabla sieciowego. Ponadto w momencie rozbudowy firmy (zatrudnienie osób) nie będzie istniała konieczność przeprowadzenia remontu i ponoszenia dodatkowych kosztów w celu dostosowania pomieszczenia do większej ilości pracowników (niezbędne okablowanie).	600,00
5. Oprogramowanie antywirusowe	Element konieczny realizacji projektu. Ze względu na fakt, zamieszczania informacji na serwerze, na który będzie dostęp poprzez Internet, koniecznym jest zakup dodatkowego programu antywirusowego.	1 000,00
6. Monitor 15" LCD (do serwera)	Monitor stanowi niezbędny element w funkcjonowaniu serwera. Bez niego nie będzie możliwe wgranie oprogramowania oraz późniejsza obsługa i konserwacja systemu.	550,00
7. Drukarka laserowa	Zwiększenie obszaru działania przedsiębiorstwa, będzie skutkować zwiększoną liczbą klientów oraz ilością realizowanych zamówień. W związku z powyższym, aby zachować efektywność pracy projektantów oraz jakość świadczonych usług (druk projektów) koniecznym jest zakup szybkiej drukarki laserowej. Dodatkowo przewiduje się druk materiałów reklamowych oraz projektów kolorowych.	1 560,00
8. Laptopy - 2 sztuki 1 szt (5000 PLN dla szefa) - 1 szt (3500 PLN dla handlowca)	Zakup laptopów pozwoli firmie DECOR na świadczenie usług projektowania na terenie całej Polski. Właściciel firmy oraz jeden projektant – handlowiec, będą wyposażeni w odpowiedni sprzęt, który umożliwi im	8 500,00

(razem z pełnym oprogramowaniem)	<p>bezpośrednio u klienta zaprezentowanie projektu lokalu użytkowego. Rozwiązanie takie z jednej strony umożliwi firmie poszerzenie rynku z lokalnego na ogólnopolski, z drugiej zaś pozwoli na zaspokojenie oczekiwań klientów dotyczących łatwiejszego dostępu do oferowanych usług. Dodatkowo zakup laptopów pozwoli:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pracować nad projektem u klienta (nowa usługa); - zaprezentować ofertę u klienta on- line; - sprawdzić historię zamówień, realizacji płatności klienta, historię współpracy (pozwoli przygotować się do spotkania). 	
9. Skaner	<p>Aktualnie firma nie jest w posiadaniu skanera. Zakup tego urządzenia pozwoli w wielu sytuacjach na przyspieszenie realizacji zamówienia. W chwili obecnej projekty podlegające akceptacji muszą być wysyłane pocztą, gdyż nie ma możliwości ich zeskanowania i wysłania drogą elektroniczną. Zakup skanera w sposób bezpośredni poprawi jakość świadczonych usług, a tym samym zadowolenia klientów.</p>	300,00
10. Serwis internetowy przedsiębiorstwa	<p>Strona internetowa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zawiera ofertę firmy - umożliwia wysłanie "zapytania ofertowego" - umożliwia sprzedaż produktów przez Internet oraz pełną prezentację asortymentu produktów <p>Główną część serwisu można stworzyć bez użycia żadnego specjalistycznego oprogramowania. Taki serwis powinien zawierać:</p> <ul style="list-style-type: none"> - dane kontaktowe firmy - opis działalności - gotowe projekty (referencje) - meble artystyczne - wykonywanie projektów wnętrz - sprzedaż materiałów wykończeniowych <p>Serwis www umożliwi prezentację pełnej palety oferowanych produktów.</p>	2 000,00
11. Akcja promocyjna adresu internetowego (pozycjonowanie strony www + katalogi tematyczne (PF, MURATOR, etc.))	<p>Przeprowadzenie skutecznej akcji promocyjnej adresu Internetowego będzie istotnym elementem, który pozwoli osiągnąć wysoki współczynnik odwiedzania strony przez klientów firmy DECOR. Przewiduje się wykup banera na tematycznych stronach Internetowych oraz wyszukiwarkach. Tym samym, akcja promocyjna będzie miała pośredni wpływ na sukces realizowanego projektu. Prawdziwe korzyści może firma DECOR wyciągnąć z reklamy swoich usług w Internecie, a nie sprzedaży produktów. Dzięki poprawnie poprowadzonej kampanii reklamowej w wyszukiwarkach (np. google), oraz tak zwanemu "pozycjonowaniu", można zapewnić firmie stałe źródło potencjalnych klientów. To, czy tacy potencjalni klienci staną się nimi faktycznie - zależy tylko od oferty firmy.</p>	500,00
12. Reklama w wyszukiwarkach	<p>W celu przeprowadzenia skutecznej akcji promocyjnej, niezbędnej dla sukcesu omawianego projektu, przewiduje się zakup linku sponsorowanego. Rozwiązanie to jest</p>	500,00

	bardzo skuteczne, a zarazem konkurencyjne cenowo. Koszt kampanii reklamowej w wyszukiwarkach (linki sponsorowane) zamknie się w kwocie 500 złotych. Pewna, skuteczna forma reklamy, efekty widoczne są od razu.	
13. Koszt rachunku bankowego	Otworzenie rachunku bankowego dla celów projektu.	200,00
14. Monitor LCD 17' – 3 sztuki	Obecnie używane monitory w firmie są już zużyte oraz o małej średnicy (15'). Zakup monitorów LCD oraz o większej średnicy 17' z jednej strony przełoży się na poprawę warunków pracy (mniejsze emisja fal), bardziej efektywne wykorzystanie powierzchni (nowe monitory są mniejsze) oraz zmniejszenie kosztów energii (nowe monitory są energooszczędne).	3 000,00
15. Komputery stacjonarne (razem z pełnym oprogramowaniem)	Przewiduje się zakup 3 komputerów o wyższych parametrach technicznych niż obecnie posiadane przez firmę DECOR. Dodatkowo, aby móc wykorzystywać wszystkie funkcjonalności serwera niezbędnym jest zakup nowych komputerów.	9 000,00
16. Podatek VAT		7 449,42
RAZEM (PLN):		41 509,20
3. Wymienić jedynie <u>koszty kwalifikowalne</u> w ramach działań do zrealizowania		
Rodzaj działania / kosztów	Uzasadnienie	Koszty (PLN)
1. Serwer (hardware wraz z 2 kartami sieciowymi)	Jest to kluczowy element projektu. Zakup serwera pozwoli na zmianę systemu pracy ze stacjonarnej na mobilną. Zmiana ta jest konieczna dla dalszego funkcjonowania firmy DECOR. Dodatkowe powody zakupu serwer to: - Poprawa efektywności pracy, lepsze zarządzanie czasem pracy; - Ograniczenie ilości papierowej dokumentacji; - Ograniczenie kosztów administracyjnych i operacyjnych działalności handlowej i marketingu; - Poprawa jakości obsługi klientów dzięki wykorzystaniu zintegrowanej bazy kontaktów - Szybszy i skuteczny obieg informacji wewnątrz firmy; - Poprawa stabilności i bezpieczeństwa systemu i przechowywanych danych;	4 000 ,00
2. Serwer (software)	Serwer (software) jest istotnym produktem, w tym projekcie. To właśnie dzięki jego funkcjonalnościom będzie możliwa: zmiana procesu pracy, tworzenie dedykowanych ofert dla stałych klientów, dzięki zintegrowaniu rozproszonych dotychczas danych o szczegółach zamówień i o klientach. Do dodatkowych korzyści możemy zaliczyć: łatwiejsze zarządzanie pocztą, kontaktami, skuteczne budowanie dobrych relacji z klientami i profesjonalnego wizerunku.	1 950,00
3. UPS	Jest to niezbędny element prawidłowej realizacji projektu. W celu zachowania ciągłości pracy serwera oraz bezpieczeństwa przechowywanych na nim danych niezbędne jest urządzenie, które na czas zaniku prądu będzie podtrzymywać prace serwera.	400,00
4. System zabezpieczeń firewall	Dostęp do serwera przez Internet, bez	600,00

<p>- integracja funkcji zapory ogniowej, routera, systemu filtracji treści, systemu detekcji włamań. Jednocześnie pełniący funkcje sieci bezprzewodowej (Access point)</p>	<p>odpowiedniego zabezpieczenia będzie stwarzał możliwość dostępu do niego wirusów oraz osób postronnych. Zakup urządzenia typu firewall skutecznie pozwoli na zabezpieczenie się przed tego typu sytuacjami.</p> <p>Dodatkowo, zgodnie ze zmianą sposobu pracy na mobilną, koniecznym jest aby w siedzibie firmy dostęp do Internetu był bezprzewodowy. Rozwiązanie to ułatwi oraz przyspieszy pracę projektantów – handlowców. Handlowcy będą mogli korzystać z sieci komputerowej z dowolnego miejsca w biurze, bez konieczności posiadania dodatkowego biurka i kabla sieciowego. Ponadto w momencie rozbudowy firmy (zatrudnienie osób) nie będzie istniała konieczność przeprowadzenia remontu i ponoszenia dodatkowych kosztów w celu dostosowania pomieszczenia do większej ilości pracowników (niezbędne okablowanie).</p>	
<p>5. Oprogramowanie antywirusowe</p>	<p>Element konieczny realizacji projektu. Ze względu na fakt, zamieszczania informacji na serwerze, na który będzie dostęp poprzez Internet, koniecznym jest zakup dodatkowego programu antywirusowego.</p>	<p>1 000,00</p>
<p>6. Monitor 15' LCD (do serwera)</p>	<p>Monitor stanowi niezbędny element w funkcjonowaniu serwera. Bez niego nie będzie możliwe wgranie oprogramowania oraz późniejsza obsługa i konserwacja systemu.</p>	<p>550,00</p>
<p>7. Drukarka laserowa</p>	<p>Zwiększenie obszaru działania przedsiębiorstwa, będzie skutkowało zwiększoną liczbą klientów oraz ilością realizowanych zamówień. W związku z powyższym, aby zachować efektywność pracy projektantów oraz jakość świadczonych usług (druk projektów) koniecznym jest zakup szybkiej drukarki laserowe. Dodatkowo przewiduje się druk materiałów reklamowych oraz projektów kolorowych.</p>	<p>1 560,00</p>
<p>8. Laptopy - 2 sztuki 1 szt (5000 PLN dla szefa) - 1 szt (3500 PLN dla handlowca) (razem z pełnym oprogramowaniem)</p>	<p>Zakup laptopów pozwoli firmie DECOR na świadczenie usług projektowania na terenie całej Polski. Właściciel firmy oraz jeden projektant – handlowiec, będą wyposażeni w odpowiedni sprzęt, który umożliwi im bezpośrednio u klienta zaprezentowanie projektu lokalu użytkowego. Rozwiązanie takie z jednej strony umożliwi firmie poszerzenie rynku z lokalnego na ogólnopolski, z drugiej zaś pozwoli na zaspokojenie oczekiwań klientów dotyczących łatwiejszego dostępu do oferowanych usług. Dodatkowo zakup laptopów pozwoli:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pracować nad projektem u klienta (nowa usługa); - zaprezentować ofertę u klienta on- line; - sprawdzić historię zamówień, realizacji płatności klienta, historię współpracy (pozwoli przygotować się do spotkania). 	<p>8 500,00</p>
<p>9. Monitory 17' LCD – 3 sztuki</p>	<p>Obecnie używane monitory w firmie są już zużyte oraz o małej średnicy (15'). Zakup monitorów LCD oraz o większej średnicy 17' z jednej strony przełoży się na poprawę warunków pracy (mniejsze emisja fal), bardziej efektywne wykorzystanie</p>	<p>3 000,00</p>

	powierzchni (nowe monitory są mniejsze) oraz zmniejszenie kosztów energii (nowe monitory są energooszczędne).	
10. Komputery stacjonarne – 3 sztuki (razem z pełnym oprogramowaniem)	Przewiduje się zakup 3 komputerów o wyższych parametrach technicznych niż obecnie posiadane przez firmę DECOR. Dodatkowo, aby móc wykorzystywać wszystkie funkcjonalności serwera niezbędnym jest zakup nowych komputerów.	9 000,00
11. Skaner	Aktualnie firma nie jest w posiadaniu skanera. Zakup tego urządzenia pozwoli w wielu sytuacjach na przyspieszenie realizacji zamówienia. W chwili obecnej projekty podlegające akceptacji muszą być wysyłane pocztą, gdyż nie ma możliwości ich zeskanowania i wysłania drogą elektroniczną. Zakup skanera w sposób bezpośredni poprawi jakość świadczonych usług, a tym samym zadowolenia klientów.	300,00
12. Koszt rachunku bankowego	Otworzenie rachunku bankowego dla celów projektu.	200,00
	RAZEM (PLN):	31 060,00
	Kurs wymiany	4,7894
	RAZEM (EUR)	

D-2 Aktualne zdolności wytwórcze

Aby posiadać ofertę produktów lub usług, niezbędne są środki produkcji, np. maszyny, urządzenia, zaplecze materiałowe oraz pomieszczenia. Proszę aktualny wymienić zakres dostępu do takich środków.

1. Czy wnioskodawca posiada niezbędne pomieszczenia? Czy należy zwiększyć ich powierzchnię lub lokalizację?	Planowana inwestycja odbędzie się w nieruchomości, którą Beneficjent wynajmuje. Umowa dzierżawy została podpisana na 15 lat. Nie jest konieczne zwiększenie powierzchni nieruchomości na tym etapie działań beneficjenta. Jednakże dalszy rozwój firmy DECOR może w przyszłości wymagać pewnych zmian w zakresie biura centralnego w Lublinie. W ramach dalszych inwestycji planuje się również stworzenia dodatkowych biur regionalnych. Nie wyklucza się, iż takie prace będą przedmiotem kolejnych wniosków aplikacyjnych. Zasoby ludzkie są wystarczające do wdrożenia projektu (nabycia, instalacji i uruchomienia urządzeń); i są wystarczające do osiągnięcia celów. Z charakteru projektu wynika, że konieczne będzie zatrudnienie 3 dodatkowych osób w dwa lata po zakończeniu projektu, jako kolejny etap strategii rozszerzania działalności terytorialnej przedsiębiorstwa.		
2. Proszę opisać ww. pomieszczenia (wielkość powierzchni, warunki, itp.).	W pomieszczeniach, w których beneficjent planuje rozbudowę infrastruktury biura, od roku 2004 znajduje się siedziba firmy DECOR. Pomieszczenia te są w bardzo dobrym stanie, gdyż lokal ten przed rozpoczęciem działalności został poddany generalnemu remontowi. Na podłodze znajduje się posadzka wykonana z gresu. Ściany zostały wyczyszczone oraz pomalowane ponownie. Poza tym budynek posiada infrastrukturę elektryczną oraz ciągi wodno – kanalizacyjne, jest przystosowany dla osób niepełnosprawnych. Powierzchnia tych pomieszczeń to ponad 150 m ² . Naturalnie w budynku znajduje się szatnia oraz toaleta dla pracowników i klientów. Biuro w najbliższej przyszłości nie wymaga żadnych nakładów inwestycyjnych. Dodatkowo należy zwrócić uwagę, że lokal ten znajduje się w bardzo atrakcyjnym miejscu, centrum Lublina, w pasażu handlowym.		
3. Proszę określić zasoby techniczne	<i>Rodzaj maszyny/urządzenia</i>	<i>Rok produkcji</i>	<i>Szacunkowy koszt</i>
	Zestawy komputerowe Sztuk 5	2002	10 000 PLN
	Drukarki Sztuk 2	2003	2 000 PLN

	Program do projektowania wnętrz Sztuk 1	2005	10 000 PLN
	Program do projektowania budynków Sztuk 1	2005	10 000 PLN
	Samochód dostawczy Sztuk 1	1996	15 000 PLN
	Laptop Sztuk 1	2005	3 000 PLN

D-3 Informacja o planowanej inwestycji

<p>1. Jaka wygląda proces techniczny produkcji lub oferowania usług w przypadku planowanej inwestycji.</p>	<p>Przeprowadzenie planowanej inwestycji jest konieczne dla dalszego świadczenia usług projektowania oraz sprzedaży materiałów budowlanych i artykułów wykończeniowych przez Beneficjenta. Obecnie stosowany stacjonarny system pracy nie spełnia wymagań oraz oczekiwań klientów. Ponadto realizacja projektu przyczyni się do zwiększenia obszaru oddziaływania przedsiębiorstwa z regionalnego – Lublin oraz okolice - na ogólnopolski. Jednocześnie będzie kontynuacją strategii zmierzająca do świadczenia kompleksowej usługi (aktualnie dostępne) na terenie całego kraju (rezultat projektu). Niniejszy projekt został zaplanowany przez beneficjenta w wyniku przeprowadzonej analizy identyfikującej problemy wnioskodawcy oraz wskazującej sposób ich rozwiązania. Planowana inwestycja przyczyni się do zmiany sposobu pracy w firmie oraz dostosowania do oczekiwań klientów. Realizacja projektu umożliwi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - poprawę stabilności i bezpieczeństwa systemu i przechowywania danych, - stworzenie platformy informatycznej łatwej w rozbudowie i odpowiadającej wymogom planowanego rozwoju firmy, - poprawę zarządzania przychodzącą korespondencją, ofertami i zamówieniami. <p>Obecnie świadczenie usług w wyżej opisany sposób nie było możliwe ze względu na ograniczenia techniczne i finansowe Beneficjenta, tym samym realizacja projektu rozwiąże kilka podstawowych problemów wnioskodawcy. Jako formę promocji projektu beneficjent będzie zamieszczał na zakupionym sprzęcie informację, iż produkt został zakupiony ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.</p>
<p>2. Proszę podać specyfikację techniczną planowanych maszyn i urządzeń oraz uzasadnić, że jest ona adekwatna do wymagań przedsięwzięcia.</p>	<p>W ramach projektu przewiduje się zakup:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Serwer (hardware) – minimum 1,5 Ghz, pamięć operacyjna minimum 4x512 MB, - Serwer (software) - funkcjonalność SBS - SBS 2003 - UPS – 1600VA, - Program antywirusowy do plików i poczty, - Monitor LCD 17' - 3 sztuki, wielkość plamki 0,264, czas reakcji 12 sekund, gwarancja 3 lata, - Komputery stacjonarne – 3 sztuki P4, 3,2GHz, 512RAM, dysk 80Gb, - Monitor LCD 15' – 1 sztuka wielkość plamki 0,269, czas reakcji 15 sekund, gwarancja 3 lata, - Sieć bezprzewodowa (Access point), - Drukarka laser 21str/min, zainstalowana pamięć minimum 32 MB, dwa złącza USB, gwarancja 12 miesięcy, - Laptopy (wraz z pełnym oprogramowaniem, DVD, dysk 40Gb, 1 MB RAM, monitor 15') - 3 sztuki, do 2,5 kilo, zintegrowana karta bezpieczeństwa, - System operacyjny musi charakteryzować się między

	<p>innymi cechami:</p> <ul style="list-style-type: none">- Możliwość dokonywania aktualizacji i poprawek systemu przez Internet,- Darmowe aktualizacje w ramach wersji systemu operacyjnego przez Internet (niezbędne aktualizacje, poprawki, biuletyny bezpieczeństwa muszą być dostarczane bezpłatnie),- Wbudowany system pomocy w języku polskim,- Wsparcie dla większości powszechnie używanych urządzeń peryferyjnych (drukarek, urządzeń sieciowych, standardów USB, Plug&Play, Wi-Fi),- Narzędzia umożliwiające zabezpieczanie dokumentów przed nieuprawnionym dostępem, drukowaniem, kopiowaniem, przesyłaniem (ochrona hasłem, podpis cyfrowy, zabezpieczenie certyfikatem weryfikowanym online),- Możliwość dostępu do systemu pocztowego z urządzeń przenośnych,- Strona www z funkcjonalnością sklepu internetowego.
--	--

SEKCJA E SYTUACJA EKONOMICZNO-FINANSOWA

E-1 Uproszczony bilans						
Bilans przedstawia zasoby przedsiębiorstwa oraz źródła ich finansowania. Format wymaganego bilansu jest uproszczony. Aktywa muszą równać się pasywom						
<i>Aktywa</i>	Rok bazowy/okres bieżący	1 rok	2 rok	3 rok	4 rok	5 rok
MAJĄTEK TRWAŁY (A do G):	62 732,76	79 553,85	63 971,93	48 390,02	32 808,10	17 226,19
A/ wartości niematerialne i prawne	0,00	3 017,50	2 307,50	1 597,50	887,50	177,50
B/ grunty	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
C/ budynki i budowle	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
D/ maszyny i urządzenia	62 732,76	76 536,35	61 664,43	46 792,52	31 920,60	17 048,69
E/ inwestycje rozpoczęte	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F/ długoterminowe papiery wartościowe	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
G/ pozostały majątek trwały	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MAJĄTEK OBROTOWY (H do K):	188 198,28	292 344,88	471 382,08	673 856,34	948 487,61	1 294 413,13
H/ należności i roszczenia	14 381,86	20 198,26	24 674,58	27 115,85	33 789,97	41 506,75
I/ zapasy	72 419,67	94 931,82	115 970,52	127 444,47	158 812,88	195 081,71
J/ środki pieniężne	101 396,75	177 214,80	330 736,98	519 296,02	755 884,76	1 057 824,67
K/ pozostały majątek obrotowy	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AKTYWA RAZEM (MAJĄTEK TRWAŁY I OBROTOWY)	250 931,04	371 898,73	535 354,01	722 246,35	981 295,72	1 311 639,32
<i>Pasywa</i>	Rok bazowy/okres bieżący	1 rok	2 rok	3 rok	4 rok	5 rok
PASYWA DŁUGOTERMINOWE (L do M)	183 750,55	267 996,06	416 214,97	596 621,66	830 984,08	1 132 157,36
L/ fundusze własne	183 750,55	267 996,06	416 214,97	596 621,66	830 984,08	1 132 157,36
M/ zobowiązania długoterminowe (w tym kredyty i pożyczki)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PASYWA KRÓTKOTERMINOWE (N do P)	67 180,49	103 902,67	119 139,04	125 624,69	150 311,64	179 481,96
N/ zobowiązania krótkoterminowe (bez kredytów i pożyczek)	67 180,49	86 852,52	106 100,69	116 598,14	145 296,89	178 479,01
O/ kredyty i pożyczki krótkoterminowe	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
P/ pozostałe pasywa	0,00	17 050,15	13 038,35	9 026,55	5 014,75	1 002,95
PASYWA RAZEM (DŁUGO- I KRÓTKOTERMINOWE):	250 931,04	371 898,73	535 354,01	722 246,35	981 295,72	1 311 639,32

E-2 Rachunek zysków i strat

Rachunek ten dostarcza informacji, jak dochodowe jest przedsiębiorstwo. Należy przedstawić rzetelne dane.

Pozycja	Rok bazowy/okres bieżący	1 rok	2 rok	3 rok	4 rok	5 rok
A. Przychody ogółem, w tym:	565 160,00	740 375,35	904 633,95	993 740,17	1 237 345,84	1 519 008,05
Sprzedaż produktów i usług	565 160,00	737 236,50	900 622,15	989 728,37	1 233 334,04	1 514 996,25
Sprzedaż materiałów i towarów	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Zmiana stanu produktów	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Zyski nadzwyczajne	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pozostałe przychody	0,00	3 138,85	4 011,80	4 011,80	4 011,80	4 011,80
B. Koszty ogółem:	501 409,45	656 129,84	756 415,03	813 333,47	1 002 983,42	1 217 834,76
Amortyzacja	10 177,37	14 238,91	15 581,91	15 581,91	15 581,91	15 581,91
Materiały i energia	117 507,83	116 494,19	179 158,61	193 953,20	240 061,82	292 297,50
Wynagrodzenia i pochodne	271 837,18	303 983,59	279 327,11	312 462,20	386 744,00	470 896,69
Zakup usług	56 411,16	153 541,92	214 834,06	221 673,48	274 372,05	334 073,39
Koszty finansowe (np. odsetki)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sprzedaż towarów w cenie nabycia	23 971,72	35 776,96	22 607,41	23 327,13	28 872,71	35 155,20
Podatki	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pozostałe koszty	21 504,19	32 094,27	44 905,93	46 335,55	57 350,93	69 830,07
Straty nadzwyczajne	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
C. Dochód (strata) brutto: A-B	63 750,55	84 245,51	148 218,92	180 406,69	234 362,41	301 173,29
D. Podatek dochodowy	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E. Zysk netto	63 750,55	84 245,51	148 218,92	180 406,69	234 362,41	301 173,29

E-3 Prognoza przepływów gotówkowych

Prognoza przepływów gotówkowych jest elementem planowania finansowego. Wskazuje zapotrzebowanie na środki pieniężne. Poniższy rachunek przepływów pieniężnych jest zgodny z Ustawą o rachunkowości Dz. U. 02.76.694 (z ostatecznymi zmianami 2003.04.24 Dz. U.03.60.535)

A. Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej

	Rok bazowy/okres bieżący	1 rok	2 rok	3 rok	4 rok	5 rok
I. Zysk (strata) netto	63 750,55	84 245,51	148 218,92	180 406,69	234 362,41	301 173,29
II. Korekty razem	-9 443,67	2 443,54	5 303,26	8 152,34	2 226,33	766,62
1. Amortyzacja	10 177,37	14 238,91	15 581,91	15 581,91	15 581,91	15 581,91
2. Zyski (straty) z tytułu różnic kursowych	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4. Zysk (strata) z działalności inwestycyjnej	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5. Zmiana stanu rezerw	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6. Zmiana stanu zapasów	-72 419,67	-22 512,15	-21 038,70	-11 473,95	-31 368,41	-36 268,83
7. Zmiana stanu należności	-14 381,86	-5 816,40	-4 476,32	-2 441,27	-6 674,12	-7 716,78
8. Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	67 180,49	19 672,03	19 248,17	10 497,45	28 698,75	33 182,12
9. Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	0,00	17 050,15	-4 011,80	-4 011,80	-4 011,80	-4 011,80
10. Inne korekty	0,00	-20 189,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej (I ± II)	54 306,88	86 689,05	153 522,18	188 559,04	236 588,75	301 939,91

B. Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej

	Rok bazowy/okres bieżący	1 rok	2 rok	3 rok	4 rok	5 rok
I. Wpływy	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1. Zbycie wartości niematerialnych i prawnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Zbycie inwestycji w nieruchomości oraz wartości niematerialne i prawne	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Z aktywów finansowych, w tym:	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
a) w jednostkach powiązanych	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
b) w pozostałych jednostkach	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- zbycie aktywów finansowych,	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- dywidendy i udziały w zyskach	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- spłata udzielonych pożyczek długoterminowych	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

- odsetki	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- inne wpływy z aktywów finansowych	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4. Inne wpływy inwestycyjne	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Wydatki	2 000,00	31 060,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1. Nabycie wartości niematerialnych i prawnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	2 000,00	31 060,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Inwestycje w nieruchomości oraz wartości niematerialne i prawne	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Na aktywa finansowe, w tym:	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
a) w jednostkach powiązanych	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
b) w pozostałych jednostkach	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- nabycie aktywów finansowych	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- udzielone pożyczki długoterminowe	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4. Inne wydatki inwestycyjne	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej (I-II)	-2 000,00	-31 060,00	0,00	0,00	0,00	0,00
C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej						
	Rok bazowy/okres bieżący	1 rok	2 rok	3 rok	4 rok	5 rok
I. Wpływy	0,00	20 189,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1. Wpływy netto z wydania udziałów (emisji akcji) i innych instrumentów kapitałowych oraz dopłat do kapitału	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Kredyty i pożyczki	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Emisja dłużnych papierów wartościowych	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4. Dotacje	0,00	20 189,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5. Inne wpływy finansowe	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Wydatki	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1. Nabycie udziałów (akcji) własnych	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Dywidendy i inne wypłaty na rzecz właścicieli	0,00	0,00	0,00		0,00	0,00
3. Inne, niż wypłaty na rzecz właścicieli, wydatki z tytułu podziału zysku	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4. Spłaty kredytów i pożyczek	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5. Wypuk dłużnych papierów wartościowych	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6. Z tytułu innych zobowiązań finansowych	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7. Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu finansowego	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
8. Odsetki	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
9. Inne wydatki finansowe	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

III. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej (I-II)	0,00	20 189,00	0,00	0,00	0,00	0,00
D. Przepływy pieniężne netto razem (A.III ± B.III ± C.III)	52 306,88	75 818,05	153 522,18	188 559,04	236 588,75	301 939,91
E. Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych, w tym	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- zmiana stanu środków pieniężnych z tytułu różnic kursowych	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F. Środki pieniężne na początek okresu	49 089,87	101 396,75	177 214,80	330 736,98	519 296,02	755 884,76
G. Środki pieniężne na koniec okresu (F ± D), w tym	101 396,75	177 214,80	330 736,98	519 296,02	755 884,76	1 057 824,67
- o ograniczonej możliwości dysponowania	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Uwagi (prosimy podać szczegółowe założenia do przyjętych prognoz finansowych):

Projekcja wyników finansowych została przygotowana w oparciu o realne możliwości firmy oraz możliwości wynikające z realizacji planowanego zakresu inwestycji. Przychody ogółem – ze względu na poprawę efektywności pracy (między innymi zakup serwera wraz z oprogramowaniem), lepszą i szybszą obsługę klienta (funkcjonalności nowego sprzętu) poprawę marketingu firmy (nowa strona internetowa wraz z akcją promocyjną) planowany jest systematyczny wzrost przychodów ze sprzedaży produktów i usług.

Koszty ogółem – ze względu na wyższe przychody firmy planowany jest wzrost kosztów ogólnych prowadzenia przedsiębiorstwa. Ze względu na możliwość wykorzystania efektów skali koszty ogółem będą rosły w wolniejszym tempie niż przychody ogółem, co przełoży się na wzrost zysku netto.

W ramach prognoz i analiz przyjęto następujące założenia:

- Wielkość dotacji ujęto w przepływach finansowych w roku realizacji projektu w pozycji dotacje ze znakiem „+” oraz w pozycji inne korekty ze znakiem „-”. Wynika to z faktu iż dotacja ujęta jest również w okresach amortyzacji zakupów inwestycyjnych. W rachunku wyników dotację ujęto w okresie żywotności projektu, który dotacja wspiera (5 lat). Od roku realizacji projektu, po przelaniu na konto firmy wysokość dotacji będzie korygowana o coroczne odpisy w rachunku wyników w pozycji „Pozostałe przychody”, co znajduje odzwierciedlenie w bilansie po stronie pasywów w pozycji „pozostałe pasywa” (rozliczenia międzyokresowe).
- W rachunku zysków, w latach, w którym planowane jest ujmowanie dotacji, w obliczeniach uwzględniono, iż dotacja nie podlega opodatkowaniu, a wyliczenie wartości podatku pominięto, z uwagi na to, iż działalność jest prowadzona w formie osoby fizycznej prowadzącej działalność gospodarczą i określenie podatku jest niemożliwe.
- Do analizy przyjęto rotację: zapasów, należności na poziomie optymalnym i właściwym dla prowadzonej działalności gospodarczej tj. odpowiednio: 47 i 10, natomiast dla rotacji zobowiązań przyjęto rotację na poziomie 43 dni.
- W kolejnych latach funkcjonowania przedsiębiorstwa nie zakładano realizacji kolejnych projektów tak by nie zniekształcać wpływu projektu na przedsiębiorstwo.

Koszty przyjęte do projekcji zostały skalkulowane w oparciu o wielkość planowanej sprzedaży. Koszty świadczonych usług zaplanowano na takim poziomie, aby możliwe było uzyskanie na ich sprzedaży minimum 20% marży zysku.

W całym okresie projekcji firma generuje dodatnie nadwyżki finansowe, co świadczy o jej dobrej kondycji finansowej i wysokiej dochodowości prowadzonej działalności. Firma bez problemu będzie w stanie wywiązywać się z przyjętych zobowiązań.

Prognozy wzrostów przychodów są optymistyczne i wynikają przede wszystkim z analizy rozwoju firmy.

Podpis wnioskodawcy:

Imię i nazwisko

Data, miejscowość

.....