

Biznes plan

dla Przedsiębiorstwa Usługowego
„DORA Travel”

Warszawa, grudzień 2004

I. Nazwa przedsiębiorstwa

1. Nazwa:

Przedsiębiorstwo Usługowe „Dora Travel”

2. Uzasadnienie:

Nazwa jest krótka, dość łatwa do zapamiętania, co jest szczególnie istotne w procesie tworzenia marki, która ma w przyszłości na trwałe wejść w świadomość klientów. Kojarzy się pozytywnie, bywa zdrobnieniem od imienia Dorota. A także może się kojarzyć z Dorami, mieszkańcami starożytnej Grecji.

Drugi człon nazwy – „travel” jednoznacznie określa branżę, w której przedsiębiorstwo będzie działało, branżę turystyczną.

II. Charakterystyka przedsiębiorstwa

1. Podstawowe cele działalności:

- Cel ekonomiczny: źródło utrzymania
- Cel psychologiczny: zaspokojenie własnych ambicji, samorealizacja
- Cel edukacyjny: zdobycie doświadczenia w biznesie

2. Dane dotyczące właściciela:

Pan Jan Nowak

ul. Piotra 7

05-200 Warszawa

tel. +48 22 765 34 57

kom. 600 100 200

e-mail: info@doratravel.com.pl

www: <http://www.doratravel.com.pl>

3. Przedmiot działalności przedsiębiorstwa:

Przedsiębiorstwo Usługowe „Dora Travel” będzie prowadzić komercyjną działalność usługową na zasadzie outsourcingu działalności marketingowej danych przedsiębiorstw z branży turystycznej. Prowadzimy pośrednictwo pomiędzy naszymi zakontraktowanymi klientami, czyli właścicielami obiektów noclegowych na polskim Wybrzeżu, a potencjalnymi turystami - użytkownikami Internetu, którzy poszukują kwatery nad Morzem na dany okres. (patrz: Produkty).

4. Lokalizacja (siedziba) firmy:

Własny dom mieszkalny przy Al. Żeromskiego 12 we Władysławowie leżący na działce o powierzchni całkowitej równej 890 m². Bez hipoteki i bez służebności. Wpis do księgi wieczystej w Sądzie Rejonowym w Pucku o nr WL-122/94 z dnia 17.05.1994 r.

5. Obszar działania:

Oferta firmy skierowana jest głównie dla właścicieli pensjonatów, hoteli, moteli i kwater prywatnych na terenie gmin Władysławowo, Jastarnia, Hel, Krokowa, Puck, Kosakowo, Krynica Morska, Stogi, Jantar oraz miast Gdynia, Sopot i Gdańsk. Jednak ze względu na wykorzystanie w działalności naszego przedsiębiorstwa niematerialnego medium jakim jest Internet, nasza oferta może być skierowana także dla podmiotów z branży turystycznej działających praktycznie na całym polskim Wybrzeżu.

6. Produkty (usługi):

Pozyskiwanie klientów (turystów) dla współpracujących z nami przedsiębiorstw świadczących zakwaterowanie w miejscowościach nadmorskich. Tworzymy pod adresem <http://www.doratravel.com.pl> internetową bazę danych zawierającą szczegółowe informacje dotyczące standardu i wyposażenia pokoi oraz ceny za nocleg w poszczególnych

obiektach noclegowych. Dane te pochodzą od właściciela obiektu i są co miesiąc aktualizowane. Przy pierwszym podaniu danych sporządzana jest umowa z właścicielem, który zobowiązuje się do wpłacenia 5% wartości zakontraktowanych przez nas noclegów na nasze konto bankowe.

Turysta, który przed wyjazdem poszukuje kwatery na dany okres w jednym z nadmorskich kurortów podaje kryteria, które ma spełniać poszukiwane przez niego pokój. Nasz system informatyczny na podstawie tego zapytania generuje listę spełniających kryteria obiektów, z których klient wybiera i rezerwuje najbardziej odpowiadające mu wolne miejsce.

III. Analiza otoczenia

1. Analiza makrootoczenia:

Zjawisko	Otoczenie zjawiska	Wpływ na działanie przedsiębiorstwa	Działania przystosowawcze
Rozwój firm dostarczających sieć Internet (konkurentów TP S.A.) i zwiększanie obszaru dostępności ich usług	Technologiczne, ekonomiczne	Ulepsza możliwość komunikacji z kontrahentami, a także obniża koszty obsługi łącza internetowego	Negocjowanie coraz niższych opłat za korzystanie z łącza oraz współpraca w celu zapewnienia wysokiej bezawaryjności
Sprawowanie władzy we Władysławowie przez centroprawicę	Polityczne	Pozytywny, ponieważ uchwały Rady Miasta mają na celu pobudzanie przedsiębiorczości	Śledzenie zarządzeń i uchwał Rady Miasta we Władysławowie ukazujących się w „Głosie Ziemi Puckiej”
Integracja Polski z Unią Europejską	Ekonomiczne, międzynarodowe	Zwiększony napływ turystów zagr., gł. ze Szwecji, Niemiec i Finlandii zwiększa liczbę potencjalnych zawieranych transakcji	Zapewnienie wielojęzycznych wersji bazy danych i portalu
Informatyzacja kraju, zwiększanie świadomości społecznej związanej z możliwościami Internetu	Społeczne, ekonomiczne	Coraz więcej osób planując swe wakacje, przeglądając witryny WWW trafi na nasz serwis	Promocja portalu jako idealnego medium, środka w procesie wyboru i rezerwacji kwatery

Tablica 1. Analiza makrootoczenia firmy „Dora Travel”.

2. Analiza otoczenia konkurencyjnego (analiza 5 sił Portera):

2.1. Konkurenci:

a) serwis <http://www.polwysep.pl>

Mocne strony :	Słabe strony :
<ul style="list-style-type: none">• Strona działa długo, bo już od 1998 roku• Dobra kampania promocyjna, szczególnie w roku 2004• Przejrzysta oprawa graficzna• Bogaty zbiór kwater• Redakcja zlokalizowana we Władysławowie	<ul style="list-style-type: none">• Brak możliwości rezerwacji pokoi• Mało szczegółowe informacje o kwaterach

Tablica 2. Analiza konkurencyjnego serwisu <http://www.polwysep.pl>

b) serwis <http://www.supernocleg.com>

Mocne strony :	Słabe strony :
<ul style="list-style-type: none">• Konkurencyjne ceny• Przejrzystość szaty graficznej	<ul style="list-style-type: none">• Stosunkowo mała ilość ofert z Pomorza Gdańskiego• Zdjęcia obiektów niskiej jakości• Rzadka aktualizacja strony• Niedoświadczeni pracownicy

Tablica 3. Analiza konkurencyjnego serwisu <http://www.supernocleg.com>

2.2. Potencjalni wchodzący (groźba nowych wejść):

a) Onet.pl – duży portal prowadzący na razie katalog stron kwater prywatnych i to jedynie umieszczonych na ich serwerze. Jednak w celu zwiększenia przychodów z działalności mogłby rozpocząć świadczenie usług konkurencyjnych do świadczonych przez naszą firmę. Może wykorzystać do tego swą dominującą pozycję na rynku informacji elektronicznej oraz rozpoznawalność marki Onet.pl w krótkim czasie mogłby opanować sporą część rynku.

b) wp.pl – jak wyżej

2.3. Nabywcy/ klienci:

- Ludzie młodzi szczególnie w wieku 18-30 lat – najaktywniejsi internauci
- Ludzie na co dzień używający Internetu w pracy lub w domu
- Osoby bardzo aktywne zawodowo, często bardzo zamożne, nie mogące poświęcić zbyt wiele czasu na tradycyjne, czasochłonne poszukiwania
- Obcokrajowcy, dla których Internet jest często jedynym źródłem informacji turystycznej o obcym kraju
- Właściciele pensjonatów, hoteli, moteli i kwater prywatnych na terenie gmin i miast nadmorskich, głównie z Pomorza Szczecińskiego
- Firmy zainteresowane umieszczeniem reklam/bannerów na stronach naszego portalu

2.4. Dostawcy:

- Semwit/StudioFX we Władysławowie – dzierżawa, administracja łączą internetowego
- TP Internet Sp. z. o. o. Oddział w Gdańsku – rejestracja i hosting domeny
- NET Service S.C. w Gdyni – dostawa sprzętu komputerowego
- Accent S.C. w Gdyni – licencje na systemy operacyjne i oprogramowanie
- D&M Express – materiały biurowe i eksploatacyjne
- Hejs Sp. z. o. o. w Gdyni – meble biurowe

Są to głównie małe przedsiębiorstwa, które działają na dość konkurencyjnym rynku, więc dość łatwo zmienić danego dostawcę. Jedynie TP Internet, spółka-córka TP S.A. ma wysoką pozycję przetargową. Jedyny konkurent: NASK.

2.5. Substytuty:

- Prasa ogólnopolska, np., „Gazeta Wyborcza”, dodatek „Turystyka”,
- Lokalna prasa: „Dziennik Bałtycki, „Głos Ziemi Puckiej”, działy ogłoszeń
- Telegazeta, strona 500, ogłoszenia w dziale „turystyka” => ”nad morzem”
- Lokalna telewizja: TVP 3, Oddział terenowy w Gdańsku
- Biura Informacji Turystycznej
- Biura podróży, organizujące wczasy nad Bałtykiem

IV. Analiza oceny potencjalnej pozycji strategicznej przedsiębiorstwa (analiza SWOT)

Szanse w otoczeniu	Zagrożenia w otoczeniu
<ul style="list-style-type: none"> - Wejście Polski do UE powodujące zwiększenie napływu turystów zagranicznych - Racjonalna, pro-przedsiębiorcza polityka gospodarcza prowadzona przez Urząd Miasta we Władysławowie - Dostęp do dotacji unijnych¹ - Zwiększanie świadomości Polaków nt. dostępności usług elektronicznych (internetowych) - Rozwój infrastruktury internetowej w gminie Władysławowo i okolicach - Przyrost liczby turystów w ostatnich latach spowodowany m. in, obawą przed terroryzmem w tzw. „ciepłych krajach” 	<ul style="list-style-type: none"> - Sceptycyzm niektórych właścicieli obiektów turystycznych w stosunku do nowych technologii - Możliwość wystąpienia awarii sprzętu lub łącza uniemożliwiająca korzystanie z oferowanych usług - Niewystarczająca możliwość wypromowania portalu
Mocne strony przedsiębiorstwa	Słabe strony przedsiębiorstwa
<ul style="list-style-type: none"> - Doskonała lokalizacja w samym środku rynku zbytu, w centrum Pobrzeża Gdańskiego, u nasady Półwyspu Helskiego - Dobry kontakt z wieloma przedsiębiorcami z Władysławowa i najbliższej okolicy - zgrany, młody, dynamiczny zespół informatyków, absolwentów tego samego Wydziału na Politechnice Gdańskiej - umiejętności szybkiego reagowania na zmieniające się trendy 	<ul style="list-style-type: none"> - Nieznajomość rynku w gminach bardziej oddalonych od Władysławowa (Łeba, Krynica Morska, Jantar) - Niewielka zdolność kredytowa przedsiębiorstwa - Niewielkie doświadczenie w prowadzeniu przedsiębiorstwa usługowego, którego działalność opiera się na wykorzystaniu niematerialnego medium, jakim jest internet

Tablica 4. Analiza SWOT dla przedsiębiorstwa „Dora Travel”.

¹ Z programu dotacji Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego, Działanie 2.5. Promocja przedsiębiorczości. Jest to jednorazowa dotacja inwestycyjna na rozwój działalności. Polega na udzieleniu jednorazowego wsparcia kapitałowego ułatwiającego sfinansowanie pierwszych wydatków/inwestycji umożliwiających funkcjonowanie nowopowstałego mikroprzedsiębiorstwa. Wniosek zostaje złożony w Regionalnej Instytucji Finansującej, czyli Agencji Rozwoju Pomorza S.A, ul. Piwna 36/39, 80-831 Gdańsk.

V. Strategia działania przedsiębiorstwa

1. Strategia rozwoju:

Najważniejszym celem, zwłaszcza na początku działalności będzie pozyskiwanie i informowanie klientów (właściciele bazy noclegowej) o możliwości współpracy z nami. Będzie to następowało za pomocą:

- kontaktu telefonicznego i bezpośredniego z właścicielami obiektów turystycznych. Adresy i numery tel. firm, z którymi będziemy próbować nawiązać współpracę są ogólnie dostępne w „Panoramie Firm” i na stronie <http://www.yellowpages.pl>
- bannerów reklamowych w miastach Władysławowo, Jastarnia, Hel, Puck

Jako, że rejestracja w naszym serwisie jest bezpłatna, więc planuje się szybki przyrost współpracujących z nami przedsiębiorców. Opłata zaś pobierana jest od każdej zawartej transakcji (wynajęcia kwatery) w wysokości 5% jej wartości. Jako dodatkowy bodziec do rozwoju wprowadzimy rabaty. Dla dużych klientów (hoteli, większych pensjonatów) będzie istniała możliwość wynegocjowania niższej ceny pozyskania turystów.

Misją naszej firmy jest dążenie do doskonałości pod każdym względem, zarówno w jakości, obsłudze, produkcji jak i pozycji na rynku. Częste aktualizowanie layoutu witryny i zastosowywanie najnowszych technologii informacyjnych (skryptów Java, języka PHP, języka bazodanowego MySQL), a także sprzętu (serwera, routera) ma umożliwić „bycie na czasie” i świadczenie coraz wyższego standardu usług i możliwie najbardziej niezawodnego (poprzez częste przeglądy łącza przez pracowników firmy SemWit/StudioFX). Planujemy zostać liderem na tym rynku.

2. Strategia konkurencji:

Firma działa na rozwijającym się rynku usług elektronicznych. Istnieje wiele stron internetowych (patrz: Analiza otoczenia konkurencyjnego) promujących kwatery, hotele, pensjonaty i inne, jednak nie istnieje żadna zintegrowana, zautomatyzowana i kompleksowa baza danych, dająca możliwość rezerwacji miejsc.

Toteż minie co najmniej kilka miesięcy zanim konkurenci zdołają przygotować podobne, funkcjonalne serwisy, a także podpisać umowy z kontahentami.

VI. Analiza organizacyjna przedsiębiorstwa

1. Forma prawna:

Indywidualna działalność gospodarcza, prowadzona przez Właściciela (osobę fizyczną).

2. Struktura organizacyjna:

Struktura organizacyjna firmy obejmuje: Właściciela (kierownika Firmy) oraz 4 pracowników: 1 grafika komputerowego, 1 Web Mastera, 1 przedstawiciela handlowego, 1 sekretarza.

Właściciel będzie pełnił funkcję kierownika Przedsiębiorstwa „Dora Travel”. W skład jego zadań wchodzić będzie:

- Prowadzenie księgowości (w tym przypadku księgi przychodów i rozchodów)
- Planowanie strategii i programów przedsiębiorstwa
- Prowadzenie spraw administracyjnych, organizacyjnych i kadrowych
- Nadzór i kooperacja działalności operacyjnej
- Kontakty z instytucjami zewnętrznymi (banki, ZUS i Urząd Skarbowy w Pucku)

Do zadań grafika komputerowego należeć będzie:

- Planowanie, tworzenie i modyfikowanie designu witryny
- Edycja i retusz zdjęć posesji i pokoi dostarczonych przez kontrahentów
- Tworzenie bannerów reklamowych statycznych i dynamicznych

Do zadań Web Mastera należeć będzie:

- Pisanie skryptów PHP i kodu HTML witryny
- Kooperacja z grafikiem w zakresie łączenia zasobów graficznych i tekstowych
- Umieszczanie, modyfikowanie i usuwanie danych z serwera
- Administracja i utrzymywanie systemów komputerowych i bazy danych

W skład kompetencji i zadań sekretarza wchodzić będzie:

- Prowadzenie rozmów telefonicznych i korespondencji (wysyłanie i odbieranie maili, listów ofertowych) z kontrahentami
- Obsługa klientów i informowanie o usługach w siedzibie firmy
- Przekazywanie pytań i sugestii klientów do Web Mastera
- Bieżące utrzymanie czystości biura Firmy

Do zadań przedstawiciela handlowego należeć będzie:

- Pozyskiwanie klientów, poprzez informowanie i prezentację usług firmy
- Podpisywanie umów z kontrahentami o świadczeniu usług przez naszą firmę
- Przekazywanie materiałów graficznych i opisowych uzyskanych od właścicieli obiektów noclegowych grafikowi komputerowemu i Web Masterowi
- Sprawozdawanie Właścicielowi istotnych informacji pochodzących z konsultacji z kontrahentami

VII. Zasoby kadrowe

Przedsiębiorstwo Usługowe „Dora Travel” będzie zatrudniało kierownika (Właściciela), płaca brutto 2500 zł oraz 4 pracowników: 1 grafika komputerowego (płaca brutto 1400 zł), 1 Web Mastera (1600 zł), 1 przedstawiciela handlowego (1200 zł), 1 sekretarkę (900 zł). W okresie czerwiec-wrzesień otrzymają pensję brutto o 10% wyższą niż standardowo. Wszystkie te osoby będą mieszkańcami województwa mazowieckiego. Grafik komputerowy i Web Master będą absolwentami Politechniki Warszawskiej. Natomiast sekretarz i przedstawiciel handlowy będą mieli wykształcenie średnie wraz z ukończonymi policealnymi kursami. Wszystkie te osoby będą pracować na umowę o pracę.

W okresie wzmożonego ruchu turystycznego (czerwiec-sierpień) planuje się zatrudnić dodatkowego przedstawiciela handlowego na umowę zlecenie w celu zapewnienia bardziej elastycznej (czasowo, w okresie dużego popytu) obsługi wszystkich zainteresowanych kontrahentów.

VIII. Przewidywania finansowe w ciągu trzech lat działalności przedsiębiorstwa

1. Koszty uruchomienia przedsiębiorstwa:

W celu uruchomienia działalności gospodarczej przedsiębiorstwa zostaną poniesione następujące koszty inwestycyjne, obejmujące:

- Zakup komputerów i licencji na oprogramowanie
- Zakup samochodu osobowego dla przedstawiciela handlowego
- Remont i przystosowanie lokalu do pracy
- Koszty zakupu wyposażenia biura

L.p.	Nazwa środka trwałego	Ilość	Cena za 1 szt. (w zł)	Wartość łączna (w zł)
1.	Samochód osobowy renault clio 1,6	1	30000,00	30000,00
2.	Serwer z procesorem Athlon64 3000 MHz	1	7500,00	7500,00
3.	Komputer PC z procesorem Celeron 2 GHz	2	3800,00	7600,00
4.	Monitor 17" CRT	2	1000,00	2000,00
5.	Monitor 19" LCD	1	6000,00	6000,00
6.	Drukarka Hewlett-Packard DJ 5550	2	700,00	1400,00
7.	System operacyjny Microsoft Windows XP PL	3	900,00	2700,00
8.	Pakiet biurowy Microsoft Office XP PL	1	1500,00	1500,00
9.	Radiomagnetofon	1	450,00	450,00
10.	Aparat telefoniczny	1	1200,00	1200,00
11.	Telefon komórkowy	5	400,00	2000,00
12.	Kosz na śmieci	2	40,00	80,00
13.	Szafka biała	3	250,00	750,00
14.	Fotel obrotowy	6	120,00	720,00
15.	Biurko białe	4	450,00	1800,00
			SUMA:	65700,00

Tablica 5. Nakłady inwestycyjne na środki trwałe dla P. U. „Dora Travel” (wykaz).

Inwestycje w środki trwałe wyniosą więc 65700 zł. Lokal, w którym będzie się mieściła działalność firmy jest w posiadaniu właściciela. Wymaga on wspomnianego wyżej niezbędnego remontu. W związku z charakterem prowadzonej działalności opierającej się głównie na sprzedaży usług przy pomocy Internetu konieczna jest instalacja łącza stałego o przepustowości 1 Mb/s. A także budowa sieci wewnętrznej LAN o przepustowości 100 Mb/s łączącej serwer, 2 komputery i drukarkę (która będzie pełnić funkcję drukarki sieciowej, dostępnej dla każdego użytkownika). Przystosowanie pomieszczeń do działalności wiąże się z następującymi kosztami:

L.p.	Nazwa czynności, usługi lub surowca	Wartość łączna (w zł)
1.	Okna plastikowe w liczbie 4	4800,00
2.	Instalacja okien	400,00
3.	Farba biała emulsyjna w ilości 30 l	700,00
4.	Malowanie ścian i sufitów	500,00
5.	Instalacja łącza stałego przez firmę SemWit/StudioFX	1000,00
7.	Założenie sieci LAN	1200,00
		SUMA:
		8600,00

Tablica 6. Wydatki związane z przystosowaniem pomieszczeń dla działalności firmy.

Do powyższych wydatków należy wliczyć koszty poniesione, związane z założeniem przedsiębiorstwa (rejestracja/wpis do rejestru przedsiębiorców w Urzędzie Miasta we Władysławowie – około 500 zł, znaczki skarbowe i inne opłat związane z rejestracją w Urzędzie Skarbowym, ZUS (zgłoszenie jako płatnika) i Urzędzie Statystycznym (nr REGON). Rejestracja samochodu osobowego kosztować będzie 1000 zł. Łączne koszty uruchomienia przedsiębiorstwa uwzględniające inwestycje w środki trwałe i pozostałe opłaty wyniosą więc 65700 zł + 8600 zł + 1500 zł = 75800 zł. Źródłem finansowania będą środki pieniężne na rachunku bankowym należące w całości do właściciela wysokości 55000 zł. Do majątku przedsiębiorstwa wprowadzamy także uzyskany w banku kredyt w wysokości 25000 zł. Bilans otwarcia będzie wyglądał więc następująco:

L.p.	AKTYWA	w zł	L.p.	PASYWA	w zł
1.	Aktywa trwałe	65700,00	1.	Kapitał własny	55000,00
2.	- Licencje (WNI ²)	4200,00	2.	Kapitał obcy (bank)	25000,00
3.	- Środki trwałe	61500,00			
4.	Środki pieniężne	14300,00			
	SUMA:	80000,00		SUMA:	80000,00

Tablica 7. Bilans otwarcia dla przedsiębiorstwa „Dora Travel”.

2. Przychody z działalności przedsiębiorstwa:

Przedsiębiorstwo rozpoczyna działalność gospodarczą w marcu 2005 roku. Jak już wspomniano rejestracja kontrahenta w naszej bazie jest bezpłatna, więc ta część działalności operacyjnej nie przynosi przychodów. Przychody pojawiają się w momencie zapłaty za nocleg, czyli po skorzystaniu przez turystów-internautów poszukujących kwatery nad Bałtykiem z usługi (noclegu) zamówionego przez nasz serwis.

Podstawą do wystawienia rachunku firmie-kontrahentowi jest zrealizowany i opłacony pobyt turysty w jego ośrodku wczasowym. Na mocy umowy powstaje należność w wysokości 5% wartości noclegów udzielonych i opłaconych przez turystę. Opłata następuje w terminie do 30 dni od powstania należności. Środki powinny zostać przelane na nasze konto bankowe lub przekazane w gotówce bezpośrednio w siedzibie naszej firmy.

W pierwszym roku działalności nie przewiduje się znaczących wpływów. Będzie to rok, podczas którego nasza firma będzie musiała zostać wypromowana, zaistnieć w

² WNI² – to wartości niematerialne i prawne, tu: licencje na oprogramowanie firmy Microsoft Corporation.

powszechnej świadomości potencjalnych nabywców naszych usług. Będzie to rok aktywnego pozyskiwania klientów oraz promocji portalu w Internecie, poprzez zakup i wymianę bannerów reklamowych, umieszczania naszej strony w wyszukiwarkach internetowych i ciągłego aktualizowania portalu, z uwzględnieniem porad i sugestii użytkowników tej strony. Szacunki dotyczące planowanych przychodów z działalności operacyjnej przez następne 3 lata wg miesięcy uwzględniając średnią cenę noclegu i średniej liczby rezerwowanych dni³ zawarte są w poniższej tabeli.

Rok	Miesiąc	Średnia cena noclegu (w zł)	Średnia liczba rezerwowanych dni	Średnia wartość kontraktu ⁴ (w zł)	Liczba kontraktów	Przychód (w zł)
2005	styczeń	19,00	5	95,00	-	-
	luty	20,00	7	140,00	-	-
	marzec	21,50	3	64,50	19	61,28
	kwiecień	22,00	4	88,00	90	396,00
	maj	26,00	6	156,00	260	2028,00
	czerwiec	35,00	7	245,00	450	5512,50
	lipiec	45,50	8	364,00	1980	36036,00
	sierpień	44,00	10	440,00	3655	80410,00
	wrzesień	29,00	9	261,00	1320	17226,00
	październik	21,00	6	126,00	630	3969,00
	listopad	19,00	7	133,00	158	1050,70
grudzień	35,00	4	140,00	395	2765,00	
SUMA:					8959	149454,48
2006	styczeń	20,00	5	100,00	320	1600,00
	luty	21,00	7	147,00	390	2866,50
	marzec	22,50	3	67,50	169	570,38
	kwiecień	23,50	4	94,00	256	1203,20
	maj	28,00	6	168,00	590	4956,00
	czerwiec	36,00	7	252,00	1160	14616,00
	lipiec	47,00	7	329,00	4506	74123,70
	sierpień	46,00	8	368,00	5152	94796,80
	wrzesień	29,50	9	265,50	1650	21903,75
	październik	22,00	7	154,00	498	3834,60
	listopad	19,50	7	136,50	192	1310,40
grudzień	37,00	5	185,00	1030	9527,50	
SUMA:					15913	231308,83

³ Dane o średniej długości rezerwowanego urlopu i średniej ceny noclegu opracowano na podstawie danych z poprzednich lat otrzymanych z bazy Polskiej Organizacji Turystycznej oraz Wojewódzkiego Urzędu Statystycznego w Gdańsku

⁴ Wyliczona jako średnia wartości noclegów (wartość noclegu = liczba dni x cena 1 noclegu) zakontraktowanych za pomocą naszego serwisu

ciąg dalszy:

2007	styczeń	21,00	5	105,00	340	1785,00
	luty	22,00	8	176,00	450	3960,00
	marzec	23,00	4	92,00	190	874,00
	kwiecień	24,00	4	96,00	295	1416,00
	maj	29,00	6	174,00	685	5959,50
	czerwiec	37,00	7	259,00	1850	23957,50
	lipiec	47,50	6	285,00	6540	93195,00
	sierpień	46,50	8	372,00	7110	132246,00
	wrzesień	29,50	9	265,50	1950	25886,25
	październik	22,50	7	157,50	654	5150,25
	listopad	20,00	7	140,00	259	1813,00
	grudzień	38,00	4	152,00	1850	14060,00
SUMA:				22173	310302,50	

Tablica 8. Szacowana liczba usług i przychodów (w cenach bieżących⁵) w latach 2005-2007.

Pierwszy kwartał 2005 roku to czas budowania bazy danych, ciągłych poprawek w serwisie i aktywnego informowania i pozyskiwania kontrahentów. Strona dopiero zaczyna istnieć w sieci i w świadomości potencjalnych klientów. W związku z tym przychód w tym okresie jest symboliczny. Przyjrzyjmy się jednak dalszym kwartałom. Jak widzimy przychód w kolejnych latach wzrasta. W drugim roku działalności będzie o 55 %, zaś w trzecim o 108 % wyższy niż w pierwszym roku działalności. W kolejnych latach będzie malała natomiast liczba nowych umów podpisywanych z właścicielami pensjonatów, ponieważ większość właścicieli pensjonatów zainteresowanych usługami pośrednictwa online zdecyduje się na współpracę właśnie w przeciągu pierwszego roku. W kolejnych latach przyczyną mniejszej liczby pozyskanych nowych kontrahentów może być pojawienie się konkurencji.

Na wielkość przychodów ma bardzo silny wpływ sezonowość ilości zawieranych transakcji. Najbardziej dochodowe miesiące to miesiące wakacyjne (czerwiec-połowa września). Decyduje o tym najwyższa atrakcyjność turystyczna miejscowości nadbałtyckich przypadająca w tym właśnie okresie. Widoczny jest też wzrost przychodów w grudniu związany z wyjazdami świątecznymi i rezerwacjami na okres około sylwestrowy, wtedy też średnia cena noclegu jest relatywnie wysoka. Niewielki wzrost przychodów w lutym wiąże się z wynajmowaniem kwater w czasie ferii zimowych. Z kolei miesiące wiosenne i jesienne charakteryzują się bardzo niskim poziomem przychodów. Jest to tzw. „martwy sezon”.

⁵ Przy stopie inflacji średniorocznej na poziomie 3,5 %

3. Koszty działalności przedsiębiorstwa:

Rok	Miesiąc	Wynagrodzenia brutto ⁶	Eksploatacja ⁷	Reklama ⁸	Koszty finansowe	Koszty razem	Zysk/strata brutto ⁹
2005	styczeń	0,00	1000,00	0,00	0,00	1000,00	0,00
	luty	8100,00	1700,00	1200,00	0,00	11000,00	-10986,00
	marzec	8100,00	1600,00	600,00	416,67	10716,67	-10655,39
	kwiecień	8100,00	1600,00	600,00	381,94	10681,94	-10285,94
	maj	8100,00	1600,00	1000,00	347,22	11047,22	-9019,22
	czerwiec	8910,00	1800,00	1200,00	312,50	12222,50	-6710,00
	lipiec	8910,00	1800,00	900,00	277,78	11887,78	24148,22
	sierpień	8910,00	1800,00	800,00	243,06	11753,06	68656,94
	wrzesień	8910,00	1600,00	0,00	208,33	10718,33	6507,67
	październik	8100,00	1500,00	0,00	173,61	9773,61	-5804,61
	listopad	8100,00	1800,00	300,00	138,89	10338,89	-9288,19
	grudzień	8100,00	1800,00	600,00	104,17	10604,17	-7839,17
SUMA:		92340,00	19600,00	7200,00	2604,17	121744,17	27724,31
2006	styczeń	8100,00	1800,00	300,00	69,44	10269,44	-8669,44
	luty	8100,00	1700,00	200,00	34,72	10034,72	-7168,22
	marzec	8100,00	1600,00	300,00	0,00	10000,00	-9429,62
	kwiecień	8100,00	1600,00	400,00	0,00	10100,00	-8896,80
	maj	8100,00	1600,00	800,00	0,00	10500,00	-5544,00
	czerwiec	8910,00	1800,00	1000,00	0,00	11710,00	2906,00
	lipiec	8910,00	1800,00	600,00	0,00	11310,00	62813,70
	sierpień	8910,00	1800,00	200,00	0,00	10910,00	83886,80
	wrzesień	8910,00	1600,00	0,00	0,00	10510,00	11393,75
	październik	8100,00	1500,00	0,00	0,00	9600,00	-5765,40
	listopad	8100,00	1800,00	200,00	0,00	10100,00	-8789,60
	grudzień	8100,00	1800,00	300,00	0,00	10200,00	-672,50
SUMA:		100440,00	20400,00	4300,00	104,16	125244,16	106064,67
2007	styczeń	8100,00	1800,00	200,00	0,00	10100,00	-8315,00
	luty	8100,00	1700,00	150,00	0,00	9950,00	-5990,00
	marzec	8100,00	1600,00	200,00	0,00	9900,00	-9026,00
	kwiecień	8100,00	1600,00	400,00	0,00	10100,00	-8684,00
	maj	8100,00	1600,00	800,00	0,00	10500,00	-4540,50
	czerwiec	8910,00	1800,00	1000,00	0,00	11710,00	12247,50
	lipiec	8910,00	1800,00	600,00	0,00	11310,00	81885,00
	sierpień	8910,00	1800,00	200,00	0,00	10910,00	121336,00
	wrzesień	8910,00	1600,00	0,00	0,00	10510,00	15376,25
	październik	8100,00	1500,00	0,00	0,00	9600,00	-4449,75
	listopad	8100,00	1800,00	0,00	0,00	9900,00	-8087,00
	grudzień	8100,00	1800,00	200,00	0,00	10100,00	3960,00
SUMA:		100440,00	20400,00	3750,00	0,00	124590,00	185712,50

Tablica 9. Planowane koszty działania i zyski (straty) przedsiębiorstwa w latach 2005-2007.

⁶ Uwzględniając podatek dochodowy i obowiązkowe składki (ZUS i zdrowotna).

⁷ Eksploatacja łącza internetowego, rachunki za energię elektryczną, wodę oraz rozmowy telefoniczne

⁸ Ogłoszenia w prasie lokalnej i zakup bannerów reklamowych na innych stronach WWW

⁹ Przed opodatkowaniem

Kapitał przedsiębiorstwa zostanie sfinansowany częściowo przez bank w formie kredytu w wysokości 25000 zł. Oprocentowanie jest stałe w wysokości 10%. Okres jego spłaty wyniesie 1 rok począwszy od marca 2005 r. Koszty finansowe (wysokość odsetek bankowych) wyniosą więc:

Rok	Miesiąc	Stan kredytu (w zł)	Rata kapitałowa (w zł)	Odsetki (w zł)	Wysokość spłaty (w zł)
2005	marzec	25000,00	2083,34	416,67	2500,01
	kwiecień	22916,66	2083,34	381,94	2465,28
	maj	20833,32	2083,34	347,22	2430,56
	czerwiec	18749,98	2083,34	312,50	2395,84
	lipiec	16666,64	2083,34	277,78	2361,12
	sierpień	14583,3	2083,34	243,06	2326,40
	wrzesień	12499,96	2083,34	208,33	2291,67
	październik	10416,62	2083,34	173,61	2256,95
	listopad	8333,28	2083,34	138,89	2222,23
	grudzień	6249,94	2083,34	104,17	2187,51
2006	styczeń	4166,6	2083,34	69,44	2152,78
	luty	2083,26	2083,26	34,72	2118,06

Tablica 10. Koszty finansowe przedsiębiorstwa w latach 2005-2006.

Lokal należy do Właściciela, więc nie uwzględniamy kosztów najmu. Natomiast w I roku działalności poniesione zostaną wydatki związane z remontem i przystosowaniem budynku do świadczenia usług. Koszty ponoszone przez przedsiębiorstwo związane będą także z eksploatacją samochodu (paliwo) łączy internetowego rachunkami telefonicznymi (stacjonarnymi i komórkowymi), rachunkami za media (energia elektryczna, woda), ogłoszeniami w prasie lokalnej, wynagrodzeniami oraz obowiązkowymi składkami (ZUS i zdrowotna). W tablicy 9. przedstawione zostało zestawienie kosztów w latach 2005-2007.

4. Rentowność działalności:

Rok	2007	2006	2005
Stopa zwrotu z zainwestowanego kapitału ¹⁰	25,20%	96,42%	168,83%
Rentowność działalności operacyjnej ¹¹	18,55%	45,85%	59,85%

Tablica 11. Rentowność przedsiębiorstwa w latach 2005-2007.

Rentowność działalności w kolejnych latach będzie rosła, ponieważ usługa będzie się stawać coraz bardziej dostępna i rozpoznawalna na rynku Władysławowa, Trójmiasta i okolic.

¹⁰ zysk netto zanalizowany za dany okres / stan kapitałów własnych na koniec okresu

¹¹ zysk na działalności w okresie / przychody ze sprzedaży w okresie