

# BIZNES PLAN

## uproszczony

## Spis treści

I. Charakterystyka Wnioskodawcy .....	3
II. Opis operacji - cel i zakres .....	5
III. Źródła finansowania operacji .....	9
IV. Analiza SWOT i uzasadnienie operacji.....	10
V. Plan działań marketingowych .....	13
VI. Uproszczona analiza finansowa operacji .....	15
VII. Podsumowanie .....	17

## I. Charakterystyka wnioskodawcy

Dane wnioskodawcy	
1. Pełna nazwa wnioskodawcy	<b>DOM KULTURY WE WŁOSZCZOWIE</b>
2. Adres, siedziba wnioskodawcy	<b>UL. WIŚNIOWA 19, 29-100 WŁOSZCZOWA</b>
3. Lokalizacja działalności wnioskodawcy	<b>UL. WIŚNIOWA 19, 29-100 WŁOSZCZOWA</b>
4. Osoba uprawniona do kontaktu w sprawach dotyczących wniosku	<b>SYLWESTER KOWALSKI</b>

Charakterystyka działalności Wnioskodawcy	
1. Data uzyskania wpisu do stosownej ewidencji	<b>01 października 2018 r.</b>
2. Data rozpoczęcia działalności (dd/mm/rr)	<b>01 października 2018 r.</b>
3. Przedmiot i zakres działalności wraz z numerami PKD	<b>Działalność obiektów kulturalnych PKD 9004Z</b>
4. Forma prawna działalności	<b>Samorządowa Instytucja Kultury</b>

O działalności
Proszę krótko opisać pozycję wnioskodawcy na rynku
<p>Dom Kultury we Włoszczowie jest Samorządową Instytucją Kultury. Jako jedyna tego typu jednostka na terenie powiatu włoszczowskiego, dysponuje nowoczesnie wyposażoną salą kinowo-widowiskową, wraz z infrastrukturą, systematycznie modernizowaną i dostosowywaną do zmieniających się warunków technicznych i biznesowych.</p> <p>Jest stałym organizatorem imprez / wydarzeń kulturalno – rozrywkowych o zasięgu ogólnopolskim.</p> <p>Jako organizator największej w powiecie imprezy masowej „Dni Włoszczowy”, od lat buduje pozycję silnego partnera biznesowego dla producentów, dystrybutorów oraz dostawców towarów i usług, obecnych na lokalnym rynku. Jednym z owoców wymienionych wyżej relacji jest wysoki poziom zaufania do włoszczowskiego DK, jako gwaranta profesjonalnego traktowania każdego projektu, a także elastycznego podejścia do oczekiwań partnera, bez uszczerbku dla jakości świadczonych usług. Przykładem może być zorganizowana w 2018 roku Gala OSM Włoszczowa, oceniona zarówno przez Partnera, jak i jego gości, jako najlepsze tego typu wydarzenie w ostatnich latach.</p> <p>Zmodernizowane w 2011 roku i poddane cyfryzacji (2012 r.) Kino MUZA jest jednym z głównych miejsc rozrywki między Kielcami, a Częstochową, mając w swojej ofercie zestaw usług nie odbiegający od dużych kin komercyjnych (aktualny repertuar, bufet kinowy, serwujący gorący popcorn, stodycze i napoje, atrakcyjne akcje promocyjne, skierowane do widzów)</p> <p>Jednostka sukcesywnie utrwała i wzmacnia swoją pozycję jako ważnego podmiotu dla branży kinowej; w 2019 roku Dom Kultury we Włoszczowie był organizatorem i gospodarzem trzydniowej Ogólnopolskiej Konferencji Kin Studyjnych "W kinie o kinie" z udziałem twórców, producentów, dystrybutorów oraz instytucji zarządzających w Polsce. O pozycji włoszczowskiej jednostki niech świadczą słowa, które padły podczas tego wydarzenia: „Włoszczowa jest przykładem, że w małych miejscowościach także można robić <i>dobre kino</i>” lub „poprzeczka dla organizatorów kolejnych konferencji została zawieszona bardzo wysoko”.</p> <p>Od października 2018 roku w strukturach Domu Kultury we Włoszczowie działają dwie filie terenowe - w Kurzelowie oraz w Koniecznie. Dom Kultury podejmuje szereg działań w partnerstwie z innymi instytucjami kultury oraz organizacjami pozarządowymi. Ostatnią taką inicjatywą jest uruchomienie seansów filmowych dla osób niewidomych. Dom Kultury jest jedyną jednostką w województwie świętokrzyskim, która takie seanse oferuje.</p>

**Charakterystyka kluczowych osób dla działalności instytucji (kadry zarządzającej)**

Kluczowe dla funkcjonowania Wnioskodawcy osoby: stanowisko, zakres działania, imię i nazwisko, wykształcenie, doświadczenie związane z wykonywaną funkcją.

Osobami kluczowymi dla funkcjonowania Wnioskodawcy z punktu widzenia tego projektu są:

- Dyrektor; ustalanie i nadzór nad realizacją planu funkcjonowania jednostki, reprezentowanie jej na zewnątrz, wykształcenie wyższe techniczne, Sylwester Kowalski, Ponad 20-letnie doświadczenie w zarządzaniu projektami, 11 lat na stanowisku dyrektora Samorządowej Instytucji Kultury
- Główna Księgowa, prowadzenie ksiąg jednostki, kontrola realizacji planu finansowego, sporządzanie sprawozdań finansowych, wykształcenie wyższe, Halina Górską, wieloletnie doświadczenie na stanowisku Głównego Księgowego
- Kierownik Sekcji Kina, ustalanie repertuaru i terminarza Kina MUZA, rozliczanie opłat licencyjnych, związanych z działalnością jednostki, organizowanie pracy sekcji kina, Grzegorz Krzywonos, wykształcenie średnie techniczne, 22-letnie doświadczenie w branży kinowej, w tym 13 lat jako kierownik kina
- Menedżer projektu - 8-letnie doświadczenie we wnioskowaniu, realizacji i rozliczaniu projektów, dofinansowanych ze źródeł UE oraz krajowych.

Personel - w etatach lub częściach etatów.			
Nazwa stanowiska	Liczba zatrudnionych na umowę o pracę osób/etatów (wymagane kwalifikacje)		Liczba zatrudnionych na podstawie umowy cywilno-prawnej (wymagane kwalifikacje)
Dyrektor	1 / 1 etat		0
Główny Księgowy	1 / 0,5 etatu		0
Specjalista ds. kadrowo-administracyjnych	1 / 1		0
Kierownik Sekcji Kina	1 / 1		0
Kierownik Filii Terenowej	2 / 1		0
Menedżer projektu	1 / 0,75		0
Kinooperator	1 / 1		0
Instruktor	4 / 3,50		5
Specjalista ds. promocji	1 / 0,5		0
Referent	1 / 1		0
Konsultant artystyczny	1 / 0,5		0
Pracownik obsługi widza	1 / 1		0
Rzemieślnik	2 / 2		0
Pracownik gospodarczy	4 / 3,75		0
	Suma:	20 / 18,50	Suma: 5

## II. Opis operacji

Zamawiający / Wnioskodawca planuje zaciągnąć kredyt na wkład własny do **trzech** operacji, spójnych pod względem czasu i miejsca realizacji, a także wzajemnie ze sobą komplementarnych:

1. Rozbudowa wraz z zagospodarowaniem terenu przyległego i termomodernizacją budynku Domu Kultury we Włoszczowie, w ramach którego powstanie sala taneczno-kinowo-konferencyjna na 50 osób, obok budynku stanie scena plenerowa z niewielką widownią oraz parking, realizowanej w partnerstwie w ramach projektu pn. „**Kompleksowa rewitalizacja centrum Włoszczowy – kształtowanie estetycznej i funkcjonalnej przestrzeni publicznej, wpływającej na rozwój aktywności społecznej, rekreacji oraz przedsiębiorczości mieszkańców**”, realizowanego ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.
2. Dostawa sprzętu i wyposażenia Kina Muza działającego przy Domu Kultury we Włoszczowie – **Cyfrizacja drugiej sali kinowej kina Muza we Włoszczowie**, w ramach którego zostanie zainstalowany system kina cyfrowego dla drugiej (małej) sali kinowej, realizowanej w ramach programu Rozwój kin – Cyfrizacja kin w ramach Programów Operacyjnych Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej.
3. **Modernizacja drugiej sali kinowej Kina Muza we Włoszczowie** – instalacja wysokiej klasy widowni teleskopowej oraz systemu kurtynowego, zastępującej lustro na czas projekcji / konferencji, realizowanej w ramach Programu Rozwój kin – Modernizacja Kin w ramach Programów Operacyjnych Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej.

Przedmiotem inwestycji dotyczącej **rozbudowy Domu Kultury we Włoszczowie wraz z zagospodarowaniem terenu przyległego** jest rozbudowa budynku Domu Kultury we Włoszczowie o profesjonalną salę baletową wraz z pomieszczeniami towarzyszącymi oraz z funkcjonalnym zagospodarowaniem przyległego otoczenia na działce o nr ew. 5222 przy ul. Wiśniowej 19.

Zakres inwestycji obejmuje:

- rozbudowę budynku o salę baletową o powierzchni 140 m<sup>2</sup> (lustra na dwóch ścianach, wysuwany ekran projekcyjny, mocowanie projektora wraz z okablowaniem, nagłośnienie);
- szatnia damska dla 30 osób;
- szatnia męska dla 15 osób;
- szatnie wraz z zespołem sanitarnym z natryskiem, 2 umywalki, 2 muszle sedesowe;
- pokój instruktorów 14 m<sup>2</sup> wraz ze schowkiem na pomoce dydaktyczne – powierzchnia 4 m<sup>2</sup>;
- pomieszczenie gospodarcze – powierzchnia 9 m<sup>2</sup>;
- dostosowanie sali do potrzeb osób z niepełnosprawnościami;
- ciągi komunikacyjne będące elementem zagospodarowania przyległego otoczenia;
- zagospodarowanie terenu wokół budynku – ciągi piesze, ciągi jezdne, parking);
- nowe nasadzenia zieleni i uporządkowanie szaty roślinnej;
- budowa mini amfiteatru ze sceną i jej zadaszeniem.

Sala taneczna będzie spełniała funkcję edukacyjną z zakresu edukacji kulturalnej w obszarze tańca i zajęć ruchowych. Oferta ta jest skierowana do różnych grup odbiorców. Program działań będzie podzielony na dwie płaszczyzny:

- zajęcia regularne (odbywające się każdego tygodnia/miesiąca),
- zajęcia incydentalne (realizowane według potrzeb).

W wyniku realizacji zadania budynek Domu Kultury rozszerzy swoje funkcje poprzez rozbudowę obiektu, który obecnie nie realizuje wszystkich funkcji/zadań w związku z niewystarczającą liczbą pomieszczeń, co ogranicza rozwój świadczonych usług na rzecz mieszkańców. Wsparcie tej jednostki, w szczególności poprzez inwestycje w infrastrukturę kultury, pozwoli na zwiększenie kompleksowości działań, podnoszenie tożsamości regionalnej mieszkańców oraz zwiększenie poziomu integracji (w tym międzypokoleniowej) oraz aktywności społecznej.

Znaczącej poprawie ulegnie także dostępność istniejącej dużej sali kinowo-widowiskowej dla innych form edukacji kulturowej, w tym także dla organizacji pozarządowych, których aktywność i chęć prezentacji swoich działań rośnie z każdym rokiem.

**Kino cyfrowe** (ang. digital cinema, d-cinema) oznacza użycie technologii cyfrowej w celu dystrybucji i wyświetlania filmów w kinach. Filmy mogą być dostarczane do kin z użyciem twardych dysków, pojemnych nośników optycznych lub transmitowane przez satelitę i wyświetlane za pomocą cyfrowego projektora połączony z serwerem. W tradycyjnym kinie analogowym film jest dystrybuowany na taśmie filmowej i wyświetlany za pomocą zwykłego projektora.

Na koniec 2019 roku na świecie było zainstalowanych 195.282 zestawów kina cyfrowego, w okresie ostatnich 10 lat (2009-2019) nastąpił wzrost o 1091.98 procent. **Liczyby te pokazują, że "cyfrowa rewolucja", której największa fala przyszła w latach 2010-2014 osiągnęła swoje cele, wprowadzając kina na zupełnie nowy poziom techniczny oraz frekwencyjny.**

W Polsce działają 523 lina z ponad 1500 salami kinowymi wyposażonymi w nowoczesne systemy cyfrowe, z niemal 300 tys. miejsc łącznie. W 2019 roku odwiedziło je 61,7 mln widzów. Kino cyfrowe na dobre zagościło w "Polsce powiatowej", a widzowie a mniejszych miejscowościach coraz chętniej wybierają kina lokalne, gdzie czują się "u siebie", gdzie obsługę kina znają osobiście, a czas spędzony w kinie nie oznacza dla nich już wyłącznie minut spędzonych na sali, ale także - a dla niektórych przede wszystkim - wydarzenie w wymiarze społecznym. Świadczą o tym liczne komentarze w serwisach społecznościowych oraz Google, gdzie znakomitą większość stanowią oceny 5,0 i wyrazy uznania dla Kina MUZA, zarówno, jako miejsca, jak i zespołu ludzi.

**Życie (w tym filmowe) generuje jednak nowe sytuacje i stawia przed kinami nowe wyzwania; liczba premier rośnie (często w jednym dniu premierę ma 5-6 tytułów), a wyświetlić w okresie premierowym (2-3 tygodnie od daty premiery) można tylko jeden tytuł. To sprawia, że potencjał w odpowiadaniu na oczekiwania widza mają kina, dysponujące kilkoma salami. Fakt ten, w połączeniu z rosnącymi wymaganiami ze strony dystrybutorów oraz ustawicznie wydłużającym się średnim czasem filmu powoduje, że kina jednosalowe stopniowo schodzą na boczny tor, a to hamuje ich rozwój, a widzów skłania do szukania "brakujących pozycji" poza swoim miejscem zamieszkania. To zjawisko podobne do sytuacji sprzed 10 lat, gdzie kina analogowe, mimo wysiłków i ogromnych chęci, nie były w stanie konkurować z bardziej efektywnymi kinami cyfrowymi.**

Matematyka bezlitośnie potwierdza zasadę "duży może więcej", a "duży" niekoniecznie musi oznaczać multipleks z 6-7 salami, bo efekt synergii można zaobserwować już przy uruchomieniu drugiej, nawet niekoniecznie dużej, sali. Co więcej, mechanizm działa bez względu na procentowy wzrost liczby miejsc, wielkość miasta, czy odległość od dużego ośrodka. Znakomitym przykładem ilustrującym to zjawisko są Łowicz (28 tys. mieszkańców) oraz - bardziej zbliżony wielkością do Włoszczowy - Wolbrom (9 tys.), w które drugą salę otworzyły w tym samym roku (2017). Obie jednostki, które różni właściwie wszystko zanotowały w 2019 (drugim pełnym po uruchomieniu drugiej sali) roku wzrost frekwencji o ponad 50% w porównaniu z rokiem 2016 (ostatnim pełnym rokiem z jedną salą).

**"Efekt drugiej sali" w liczbach na przykładzie Wolbromia i Łowicza (otwarcie drugiej sali w 2017 r.):**  
(dane na podstawie serwisu [bdl.stat.gov.pl](http://bdl.stat.gov.pl))

miasto	liczba mieszk.	odległość od dużego miasta	liczba miejsc na dużej sali	liczba miejsc na małej sali	wzrost łącznej liczby miejsc
Wolbrom	8 686	43 km (Kraków)	384	44	11,46%
Łowicz	27 908	70 km (Łódź)	138	47	34,06%
<b>Włoszczowa</b>	<b>9 924</b>	<b>50 km (Kielce)</b>	<b>231</b>	<b>50 (2020 r.)</b>	<b>21,65%</b>

Jak widać, Włoszczowa "w liczbach" mieści się pomiędzy omawianymi ośrodkami, co zwiększa prawdopodobieństwo zadziałania tego modelu biznesowego.

miasto	2016 r.	2018 r.		2019 r.	
	liczba widzów	liczba widzów	wzrost do 2016 r.	liczba widzów	wzrost do 2016 r.
Wolbrom	23 818	36 195	+ 51,96%	36 371	+ 52,70%
Łowicz	29 301	37 928	+ 29,44%	44 192	+ 50,82%
<b>Włoszczowa</b>	<b>24 797</b>	<b>29 118</b>	<b>+ 17,42%</b>	<b>32 993</b>	<b>+ 33,05%</b>
<b>Polska</b>	<b>51 823 896</b>	<b>59 177 816</b>	<b>+ 14,19%</b>	<b>61 710 894</b>	<b>+ 19,08%</b>

Powyższa analiza pokazuje, że włoszczowskie Kino MUZA, pomimo dysponowania tylko jedną salą i brakiem wyłączności (Dom Kultury, przy którym działa kino, realizuje wiele innych zadań w tym miejscu) notuje wzrosty powyżej średniej krajowej, co świadczy o wysokich kompetencjach kierownictwa oraz o wciąż dużym potencjale rynku i obszarze, na którym działa.

Jednocześnie widać, że kina, które zdecydowały się na otwarcie drugiej (choćby niewielkiej) sali, "uciekają" - w sensie biznesowym - tym, podchodzącym do tej decyzji bardziej zachowawczo. Nawet jeśli bardzo dobrze wykonują swoje zadania i doskonale odnajdują się na tym dynamicznym rynku (na forum Sieci Kin Studyjnych i Lokalnych Włoszczowa podawana jest jako przykład dobrych praktyk w zakresie prowadzenia działalności kinowej w małym ośrodku).

**Wiele wskazuje na to, że decyzja o uruchomieniu drugiej sali nie jest dziś dla małych kin wolnym wyborem, czy zachcianką, ale kolejnym krokiem milowym o znaczeniu strategicznym, porównywalnym z cyfryzacją 8-10 lat temu. Jak często w takich przypadkach, im wcześniej taka decyzja zapada, tym lepsze są jej efekty.**

Z 523 kin, działających aktualnie w Polsce, połowę stanowią sieciowe multipleksy i wciąż ich przybywa. Kina jednosalowe to aktualnie ok. 200 podmiotów, ale stopniowo przybywa kin z dwiema (aktualnie ok. 50) i trzema (kilkanaście w kraju) salami.

To jedyna słuszna odpowiedź na warunki, dyktowane przez dystrybutorów, a także wydłużający się średni czas projekcji, co trafnie opisuje fragment artykułu **"Widownia w polskich kinach w roku 2019 według województw."** Ernesta Kubicy, opublikowanego w serwisie <http://boxoffice-bozgz.pl> w kwietniu 2020 roku.

"(...)Głównym powodem spadku liczby seansów w województwach, w których nie zmieniła się liczba sal kinowych mogła być długość trwania najpopularniejszych filmów – 180 minut **Avengers: Endgame** czy 160 minut **Pewnego razu... w Hollywood** powodują, że zamiast pięciu seansów sali dziennie na jednej sali, są tylko cztery. Obecnie nawet animacje i filmy familijne, które trwały jeszcze niedawno po 90-100 minut, wydłużyły się do ok. 120 minut (**Król Lew** z 1994 – 89 minut, zeszłoroczna wersja live-action – 118 minut)."

To trend, na który - jako kina - nie mamy wpływu i jedyne, co możemy zrobić, to zaakceptować i dostosować się do sytuacji lub... zredukować liczbę seansów, a w efekcie - własne przychody. Wyjściem z sytuacji dla wielu okazała się druga, nieduża, sala kinowa.

Sytuacja nie umknęła uwadze dyrekcji Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej, który poprzez **Program Operacyjny "Rozwój kin" wspiera projekty adaptacji pomieszczeń na potrzeby działalności kinowej oraz zakupu urządzeń systemu kina cyfrowego. Z programu PISF uzyskaliśmy 50% dofinansowania kwoty netto do zakupu.**

Oprócz tego, że przejście na system cyfrowy wymusza na nas rynek, oczekujemy również, że uruchomienie drugiego systemu kina cyfrowego przetoży się na wzrost liczby widzów.

**Tabl. 9(247). Seanse w kinach stałych**  
Screenings in indoor cinemas

[Powrót do spisu tablic](#)  
[Return to list of tables](#)

WOJEWÓDZTWA VOIVODS HIPS	Ogółem Grand total		Z filmów Ogółem In Grand total films					
	razem total	na 1 kino per 1 cinema	razem filmy produkcji polskiej total films of Polish production	w odset- kach in percent	razem filmy europejskie (bez pol- skich) total films of European production (without Polish)	w od- setkach in per- cent	razem filmy pozos- tałych krajów total films of other countries' produc- tion	w odsetkach in percent
<b>Ogółem Grand total</b>								
POLSKA 2016	1988399	4108	354165	17,8	255769	12,9	1378465	69,3
POLAND 2017	2080183	4237	378484	18,2	337267	16,2	1364432	65,6
<b>2018</b>	<b>2205346</b>	<b>4437</b>	<b>484666</b>	<b>22,0</b>	<b>343789</b>	<b>15,6</b>	<b>1376891</b>	<b>62,4</b>

Z przedstawionych danych z GUS, widać iż co roku wzrasta liczba widzów w kinach

Dokonałiśmy również analizy potencjalnych widzów, w tym szkół, które mogą korzystać z naszego kina ze względu na mniejsze odległości wyjazdowe w stosunku do najbliższych aglomeracji, do których obecnie wyjeżdżają. Proponowana przez nas, niższa niż w innych kinach, cena za bilet, jest również dodatkowym czynnikiem, który może przesądzić o wyborze naszego kina, co miało już miejsce po cyfryzacji pierwszej sali w 2012 roku.

Miejscowość	KINO	KINO CYFROWE	BILET NORMALNY		BILET ULGOWY	
	[TAK/NIE]	[TAK/NIE]	2D	3D	2D	3D
<b>Częstochowa</b>	TAK	TAK	22 zł, 20 zł	26 zł, 23 zł	18 zł, 16 zł	22 zł, 19 zł
<b>Jędrzejów</b>	TAK	TAK	15 zł	18 zł	15 zł	18 zł
<b>Kielce</b>	TAK	TAK	25 zł, 21 zł, 18 zł	26 zł, 24 zł, 21 zł	20 zł, 18 zł, 15 zł	23 zł, 21 zł, 18 zł
<b>Końskie</b>	NIE	NIE	NIE	NIE	NIE	NIE
<b>Łódź</b>	TAK	TAK	24 zł	26 zł	15 zł, 13 zł, 12 zł	21 zł, 19 zł, 14 zł
<b>Piotrków Tryb.</b>	TAK	TAK	24 zł	27 zł	20 zł, 18 zł, 15 zł	20 zł
<b>Radomsko</b>	TAK	TAK	15 zł	18 zł	13 zł	15 zł
<b>Skarżysko – Kam.</b>	TAK	TAK	16 zł	20 zł	14 zł, 12 zł	18 zł, 16 zł
<b>Tomaszów Maz.</b>	TAK	TAK	16 zł	20 zł	14 zł, 13 zł	16 zł, 15 zł
<b>Wolbrom</b>	TAK	TAK	15 zł, 13 zł	18 zł	10 zł	15 zł
<b>Zawiercie</b>	TAK	TAK	15 zł	19 zł	13 zł	17 zł, 15 zł

Ceny biletów w Kinie MUZA po cyfryzacji:

- Na seanse **2D**  
BILET NORMALNY – 16 zł, 14 zł  
BILET ULGOWY – 14 zł, 12 zł
- Na seanse **3D**  
BILET NORMALNY – 22 zł, 19 zł  
BILET ULGOWY – 18 zł, 15 zł



### III. Źródła finansowania operacji

„Kompleksowa rewitalizacja centrum Włoszczowy – ukształtowanie estetycznej i funkcjonalnej przestrzeni publicznej, wpływającej na rozwój aktywności społecznej, rekreacji oraz przedsiębiorczości mieszkańców” – rozbudowa o salę taneczną, zagospodarowanie terenu wokół budynku

Źródła finansowania	Kwota w PLN
Koszt projektu brutto	1 684 851,12
Koszt projektu netto	1 369 797,66
Podatek VAT 23%	315 053,46
Suma kosztów niekwalifikowanych netto	325 430,69
Suma kosztów kwalifikowanych netto	845 312,94
Dofinansowanie	524 484,72
Wymagana kwota kredytu/pożyczki inwestycyjnego(ej)	<b>670 484,15</b>

#### Cyfryzacja drugiej sali kinowej kina Muza we Włoszczowie

Źródła finansowania	Kwota w PLN
Koszt projektu brutto	202 876,20
Koszt projektu netto	164 940,00
Podatek VAT 23%	34 601,20
Suma kosztów niekwalifikowanych netto	14 500,00
Suma kosztów kwalifikowanych netto	150 440,00
Dotacja PISF (50% k.k. netto)	75 220,00
Wymagana kwota kredytu/pożyczki inwestycyjnego(ej)	<b>124 321,20</b>

#### Modernizacja drugiej sali kinowej Kina Muza we Włoszczowie

Źródła finansowania	Kwota w PLN
Koszt projektu brutto	390 349,10
Koszt projektu netto	317 357,00
Podatek VAT 23%	72 922,10
Suma kosztów niekwalifikowanych netto	0,00
Suma kosztów kwalifikowanych netto	317 357,00
Dotacja PISF (50% k.k. netto)	85 000,00
Wymagana kwota kredytu/pożyczki inwestycyjnego(ej)	<b>255 499,60</b>

## IV. Analiza SWOT i uzasadnienie operacji

### Analiza SWOT – sytuacja przedsiębiorstwa analiza mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń dla jego funkcjonowania

Mocne strony to przykładowo: znacząca pozycja na rynku; wystarczające zasoby; duża zdolność konkurencyjna; dobra opinia wśród klientów; zdolność do korzystania z efektu doświadczeń; przemyślane strategie funkcjonalne (marketingowa, finansowa, produkcyjna, dotycząca zasobów ludzkich oraz badawczo-rozwojowa); dysponowanie unikalną technologią; nowoczesnym i wydajnym parkiem maszynowym; nowoczesnym zapleczem budowlanym; dysponowanie przewagą kosztową; zdolnością do innowacji produktowych; doświadczoną kadrą kierowniczą itp.

Słabe strony to przykładowo: brak jasno wytyczonej strategii; słaba pozycja konkurencyjna; brak środków na rozwój; niska rentowność działalności; brak liderów wśród kadry kierowniczej; brak kluczowych umiejętności; zapóźnienie techniczne i technologiczne; zły wizerunek firmy; słaby poziom marketingu; koszt jednostkowy wyższy od głównych konkurentów; przestarzały park maszynowy, biurowy i produkcyjny, niewykorzystane moce produkcyjne, duża fluktuacja kadr itp.

Szanse to przykładowo: pojawienie się nowych grup klientów; wejście na nowe rynki; możliwość poszerzenia asortymentu; możliwość dywersyfikacji wyrobów; możliwość podjęcia produkcji wyrobów komplementarnych; integracja pozioma bądź pionowa; ograniczona rywalizacja w sektorze; szybszy wzrost rynku; korzystne zmiany podatkowe bądź prawne itp.

Zagrożenia to przykładowo: możliwość pojawienia się lub pojawienie się nowych konkurentów; wzrost sprzedaży substytutów naszych produktów; wolniejszy wzrost rynku; niekorzystne rozwiązania systemowe (prawne i polityczne); wzrost obciążeń podatkowych; podatność firmy na regresję i wahania koniunktury; wzrost siły przetargowej nabywców lub dostawców; zmiana potrzeb i gustów nabywców; niekorzystne zmiany demograficzne, niska dostępność wykwalifikowanej siły roboczej itp.

Czynniki wewnętrzne	
Silne strony	Stabe strony
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zmodernizowana, klimatyzowana sala kinowa</li> <li>• Dobra opinia wśród dotychczasowych klientów</li> <li>• Uruchomiony nowoczesny system dźwięku Dolby SR, przystosowany do współpracy z systemami d-cinema</li> <li>• Stabilny, doświadczony i zgrany zespół pracowników, zidentyfikowanych z jednostką, otwarty na potrzeby klientów</li> <li>• Wdrożony Program Edukacji Medialnej „Kino Szkoła”</li> <li>• Bardzo dobre relacje z dystrybutorami treści filmowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stosunkowo mała liczba (231) miejsc siedzących na sali kinowej</li> <li>• Niewielka liczba miejsc parkingowych</li> <li>• Brak środków na inwestycje i rozwój</li> <li>• Dysponowanie wyłącznie jedną salą, używaną do różnych zastosowań</li> <li>• Długie czasy przestoju na stanowisku gastronomii kina (ruch w trakcie seansu właściwie zamiera)</li> </ul>
Czynniki zewnętrzne	
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Korzystne położenie – blisko centrum miasta (10 minut pieszo od Rynku), pomiędzy dwoma największymi osiedlami mieszkaniowymi Włoszczowy, w bliskim sąsiedztwie czterech szkół w tym dwóch szkół ponadgimnazjalnych, oraz dwóch przystanków komunikacji zbiorowej</li> <li>• Brak konkurencji w okolicy; tylko jedno kino (w Jędrzejowie) oraz brak kina cyfrowego w bezpośrednim (do 40 km) otoczeniu Włoszczowy</li> <li>• Poprawiająca się infrastruktura drogowa (realizowana obwodnica Włoszczowy, do której w odległości 2 km od DK, bez potrzeby wjeżdżania do centrum) oraz parkingowa wokół budynku DK - szansą na pozyskanie klientów</li> <li>• Dostępność programów Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej oraz Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, wspierających realizację projektów korzystających z techniki kinowej</li> <li>• Wzrost liczby podmiotów, zainteresowanych reklamą w kinie</li> <li>• Zwiększenie oferty i wzrost sprzedaży bufetu kina, spowodowany większym (i bardziej płynnym, dzięki rozłożeniu w czasie godzin rozpoczęcia seansów) ruchem widzów</li> <li>• Obecność projektów skoordynowanej promocji turystycznej regionu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wydłużający się średni czas trwania produkcji filmowej, wpływający negatywnie na liczbę seansów dziennie, przy dysponowaniu jedną salą</li> <li>• Stosunkowo niskie zarobki w regionie</li> <li>• Prawdopodobna cyfryzacja kina w Końskich w najbliższych latach</li> </ul>

Uzasadnienie operacji w kontekście dokonanej analizy SWOT	
<p>Opisać czy i w jaki sposób operacja przyczyni się do wzmocnienia <u>silnych stron</u> Wnioskodawcy</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kino MUZA skupia duże grono zadowolonych widzów. Cyfryzacja drugiej sali pozwoli bardziej na efektywne zarządzanie tytułami i "czasem ekranowym", co umożliwi zwiększenie liczby seansów o ok. 35% oraz liczby premier o ok. 50%.</li> <li>• Cieszący się wielką popularnością Program Edukacji Medialnej „Kino Szkoła”, dzięki uruchomieniu drugiej (mniejszej) podniesie swą elastyczność w zakresie wielkości grup oraz terminów organizacji spotkań, co pozwoli na pozyskanie nowych partnerów (szkół), które dotychczas często rezygnowały z powodów terminowych (np. brak transportu dla uczniów w możliwych na dużej sali terminach).</li> <li>• Dostęp do najnowszych technologii kinowych i związany z tym udział w Sieci Kin Cyfrowych umożliwi dalszy rozwój technik sprzedaży, charakterystycznych dla dużych sieci kinowych</li> </ul>
<p>Opisać w jaki sposób i w jakim zakresie operacja przyczyni się do wyeliminowania <u>ślabych stron</u> Wnioskodawcy</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dzięki cyfryzacji drugiej (małej) sali Kino MUZA będzie mogło lepiej zarządzać czasem ekranowym istniejącej dużej sali (np. film w trzecim (ale obowiązkowym) tygodniu wyświetlania będzie prezentowany na małej sali, dzięki czemu kolejna premiera będzie mogła wejść na "duży" ekran tydzień wcześniej</li> <li>• Projekt rewitalizacji obejmuje swym zakresem zagospodarowanie terenu wokół budynku, wraz z budową parkingu we wschodniej części działki. Poprawi to komfort widzów</li> <li>• W przypadku dwóch sal, umiejętnie operując godzinami rozpoczęcia seansów na salach, czasy przestoju bufetu kinowego można zredukować o 50%</li> <li>• Planowany wzrost liczby widzów pozwoli, oprócz spłacenia zaciągniętego zobowiązania, także wypracowanie nadwyżek dla potrzeb utrzymania infrastruktury, a także przyszłych modernizacji systemu w zależności od potrzeb i wymagań rynku (np. system dźwięku 7.1 itp.)</li> </ul>
<p>Opisać czy i w jaki sposób operacja pomoże wykorzystać zidentyfikowane w analizie <u>szanse</u> dla rozwoju i funkcjonowania Wnioskodawcy</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wzbogacenie oferty o nowe pozycje (koncerty, transmisje na żywo) będzie drogą do lepszego skorzystania z atutu, jakim jest doskonała lokalizacja kina. Przyczyni się także do dywersyfikacji źródeł przychodu.</li> <li>• Spodziewany wzrost liczby widzów odwiedzających kino ma bezpośrednie przełożenie na liczbę reklamodawców zainteresowanych współpracą. Podobnie wielkość sprzedaży bufetu kina jest w ścisłej relacji z liczbą widzów na salach</li> <li>• Dysponowanie dwiema salami w znaczący sposób zwiększa możliwości wychodzenia naprzeciw oczekiwaniom większych grup (szkolnych, harcerskich itp.), niejednorodnych pod względem wieku i potrzeb, ale powiązanych ze sobą (np. ze względu na wspólne środki transportu)</li> </ul>

Opisać czy i w jaki sposób operacja przyczyni się do zmniejszenia zidentyfikowanych zagrożeń dla sprawnego funkcjonowania Wnioskodawcy

- Uruchomienie drugiej sali zmniejsza wpływ rosnącej średniej długości seansu filmowego na możliwości wyświetlenia najważniejszych dla widza tytułów w danym okresie. Dzięki temu zatrzymamy u siebie widza, który w przeciwnym razie kilka razy w roku wybrałby inne kino, gdzie interesujący go film byłby wcześniej

## V. Plan działań marketingowych

### Dystrybucja i promocja

Promocja Kina Cyfrowego będzie przebiegać w dwóch etapach:

**ETAP I – Promocja Projektu „Cyfryzacja drugiej Sali kinowej Kina Muza we Włoszczowie”.** Ta część działań promocyjnych ma na celu dotarcie do klientów z terenu powiatów włoszczowskiego, jędrzejowskiego i koneckiego z informacją o cyfryzowanym Kinie MUZA i jego nowej, poszerzonej ofercie.

W tym okresie planujemy dotrzeć do **25 tysięcy odbiorców**. Do tego celu posłużą następujące środki:

- **marketing bezpośredni** – podczas koncertów, imprez i wydarzeń kulturalnych, organizowanych przez Dom Kultury we Włoszczowie, przez informację słowno-graficzną o otwarciu drugiej sali kina cyfrowego oraz aktualnym repertuarze.
- **marketing stacjonarny** - (teren: 12 miejscowości, wymienionych w tabeli na str. 6): W tym przypadku planowana jest standardowa komunikacja marketingowa typu ATL, tj: stworzenie identyfikacji wizualnej projektu / produktu (logo, plakat, ulotka), kolportaż 2000 szt. plakatów, 5000 ulotek oraz zawieszenie baneru informacyjnego na budynku Domu Kultury. Wyeksponowanie ich w obiektach użyteczności publicznej (domy kultury, biblioteki, szkoły, baseny, urzędy gmin, itd.), a także wyświetlanie informacji reklamowej na telebimie zainstalowanym na budynku przy Placu Wolności we Włoszczowie. To miejsca w których notowany jest duży przepływ dzienny ludzi, wśród których są nasi potencjalni klienci. Na słupach i tablicach ogłoszeniowych miasta Włoszczowa. Kolportaż informacji z wykorzystaniem lokalnych mediów (Echo Dnia, Głos Włoszczowy, Lokalny Świat, portal TLW.INFO). Tą drogą planujemy dotrzeć z ofertą do **10 000 osób** w pełnym przekroju wieku.
- **marketing interaktywny** - W tym przypadku planowana jest komunikacja marketingowa typu BTL, czyli wykorzystująca wszelkie nowoczesne narzędzia marketingowe takie jak ambient marketing, marketing internetowy (w tym social media marketing). Szacujemy, że tą drogą, w połączeniu z tzw. marketingiem „szeptanym” poinformujemy o cyfryzacji kina co najmniej **2000 osób** (w wieku od 12 do 40 roku życia). Przyjęto ostrożne założenie, że pewne grupy osób znajdują się wśród adresatów kilku różnych rodzajów działań, stąd przyjęta łączna liczba odbiorców informacji w 1. etapie to **25 000 osób**.

**ETAP II – Promocja Produktów Cyfrowego Kina MUZA:**

- zakłada cykliczne używanie tych samych technik, jak użyte w 1. etapie, z natężeniem każdorazowo dostosowywanym do bieżącej oferty.

Rynek	
1. Kim są nabywcy produktów i usług, do kogo produkt będzie adresowany?	Końcowymi odbiorcami produktów, które będą dostarczane przez zmodernizowany Dom Kultury będą wszyscy, bez względu na wiek, płeć, rasę czy miejsce zamieszkania.
2. Jakie są oczekiwania i potrzeby nabywców odnośnie produktów i usługi?	W informacji zwrotnej na temat dotychczasowej działalności Kina MUZA zdecydowanie na pierwszych dwóch miejscach są: bardzo dobra jakość usług oraz (niestety) długi czas oczekiwania na film od jego premiery. Poprzez modernizację i cyfryzację drugiej Sali kinowej, chcemy zareagować na główną potrzebę naszych klientów – większą dostępność treści dla widzów kina. Jednocześnie uruchamiając drugą salę dostosowaną do wyświetlania filmów na nośnikach cyfrowych będzie można dotrzeć do nowych grup klientów, m.in. osób zainteresowanych kinem ambitnym oraz kinem tematycznym. Modernizacja pozwoli również odpowiedzieć na potrzeby szkół, w zakresie optymalizacji programów edukacyjnych.
3. Czy produkty i usługi są przeznaczone na rynek lokalny, regionalny, krajowy lub eksport? Proszę określić geograficzny rynek docelowy.	Odbiorcami naszych usług są przede wszystkim mieszkańcy powiatu włoszczowskiego, w mniejszym stopniu powiatów jędrzejowskiego, zawierciańskiego, częstochowskiego i koneckiego.
4. Czy popyt na produkt/ usługę będzie ulegał sezonowym zmianom? Jeśli tak, jak będą minimalizowane skutki tej sezonowości?	Popyt na usługi może ulegać sezonowym wahaniom, sezon letni to dla kin okres zmniejszonej sprzedaży. Z tego względu właśnie w tym czasie planowane są okresowe przeglądy / remonty urządzeń (ok. 2 tygodnie). Okres wolny od napraw / konserwacji sprzętu będzie wykorzystywany do relacji z dużych imprez sportowych i/lub muzycznych (mistrzostwa europy i świata w grach zespołowych, letnie igrzyska olimpijskie, koncerty, festiwale), których wiele odbywa się właśnie letnim.
5. Proszę ocenić potencjalne ryzyko związane z wejściem na dany rynek	Dotychczasowe doświadczenia związane z kinem cyfrowym pozwalają założyć, iż przedmiotowa inwestycja nie wiąże się z ryzykiem, natomiast jej niewdrożenie może w znacznym stopniu wpłynąć na zmniejszenie przewagi konkurencyjnej Wnioskodawcy. Zagrożeniem ogólnym może być na przykład globalny kryzys w kinematografii, spowodowany pandemią SARS-CoV-2 lub wynalezienie bardziej nowoczesnej i technologii. Wyniki oglądalności światowego kina wskazują, że jest dokładnie odwrotnie, a kino cyfrowe, dzięki wciąż młodemu i bezpiecznemu standardowi DCI przeżywa prawdziwy renesans, a po ustaniu pandemii liczba premier, skumulowanych w okresie lockdown'u, będzie duża w krótkim okresie czasu. Świadomość ogólnej sytuacji na rynkach (nie tylko w branży filmowej) nie zmienia faktu, że okres "tuż po" wirusie będzie kluczowy i należy się do niego dobrze przygotować.

## VI. Uproszczona analiza finansowa operacji

### Bilans

WYSZCZEGÓLNIENIE	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
<b>I. Aktywa trwałe</b>	<b>2 098 442,26</b>	<b>2 466 928,84</b>	<b>2 259 641,37</b>	<b>2 052 353,90</b>	<b>1 845 066,43</b>	<b>1 637 778,96</b>	<b>1 509 180,95</b>	<b>1 380 582,95</b>
1. Grunty własne	85 731,90	85 731,90	85 731,90	85 731,90	85 731,90	85 731,90	85 731,90	85 731,90
2. Budynki i budowle	1 620 252,11	2 301 498,66	2 103 066,56	1 904 634,46	1 706 202,36	1 507 770,26	1 388 027,62	1 268 284,99
3. Maszyny i urządzenia	88 553,65	79 698,28	70 842,91	61 987,54	53 132,17	44 276,80	35 421,43	26 566,06
4. Środki transportu	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5. Inne składniki	303 904,60				0,00	0,00	0,00	0,00
<b>II. Aktywa obrotowe</b>	<b>38 032,88</b>	<b>39 934,52</b>	<b>41 931,25</b>	<b>44 027,81</b>	<b>46 229,20</b>	<b>48 540,66</b>	<b>50 967,70</b>	<b>53 516,08</b>
1. Zapasy	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- materiały	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- produkty gotowe	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- produkcja niezakończona	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
towary	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Należności	35 591,75	37 371,34	39 239,90	41 201,90	43 261,99	45 425,09	47 696,35	50 081,17
3. Środki pieniężne:	2 441,13	2 563,19	2 691,35	2 825,91	2 967,21	3 115,57	3 271,35	3 434,92
4. Rozliczenia międzyokresowe czynne	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>RAZEM AKTYWA (I+II)</b>	<b>2 136 475,14</b>	<b>2 506 863,36</b>	<b>2 301 572,62</b>	<b>2 096 381,71</b>	<b>1 891 295,63</b>	<b>1 686 319,62</b>	<b>1 560 148,65</b>	<b>1 434 099,03</b>
<b>I. Kapitał stały</b>	<b>324 226,04</b>	<b>221 191,31</b>	<b>167 616,78</b>	<b>144 195,33</b>	<b>153 666,64</b>	<b>198 444,09</b>	<b>364 098,01</b>	<b>570 440,69</b>
1. Kapitał własny	323 236,26	324 226,04	221 191,31	167 616,78	144 195,33	153 666,64	198 444,09	364 098,01
2.wynik finansowy	989,78	-103 034,73	-53 574,53	-23 421,45	9 471,31	44 777,44	165 653,92	206 342,69
<b>II. Zobowiązania długoterminowe</b>	<b>0,00</b>	<b>1 050 304,95</b>	<b>974 607,27</b>	<b>861 060,75</b>	<b>747 514,23</b>	<b>633 967,71</b>	<b>520 421,19</b>	<b>406 874,67</b>
1.Kredyty i pożyczki	0,00	1 050 304,95	974 607,27	861 060,75	747 514,23	633 967,71	520 421,19	406 874,67
<b>II. Zobowiązania krótkoterminowe</b>	<b>1 812 249,10</b>	<b>1 235 367,10</b>	<b>1 159 348,57</b>	<b>1 091 125,63</b>	<b>990 114,76</b>	<b>853 907,83</b>	<b>675 629,45</b>	<b>456 783,67</b>
1. Kredyty i pożyczki krótkoterminowe	0,00	75 697,68	113 546,52	113 546,52	113 546,52	113 546,52	113 546,52	113 546,52
2.Zobowiązania z tyt. dostaw i usług	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Inne zobowiązania	1 812 249,10	1 159 669,42	1 045 802,05	977 579,11	876 568,24	740 361,31	562 082,93	343 237,15
4. Rozliczenia międzyokresowe bierne	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>RAZEM PASYWA (I+II)</b>	<b>2 136 475,14</b>	<b>2 506 863,36</b>	<b>2 301 572,62</b>	<b>2 096 381,71</b>	<b>1 891 295,63</b>	<b>1 686 319,62</b>	<b>1 560 148,65</b>	<b>1 434 099,03</b>

## Rachunek zysków i strat

Wyszczególnienie	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
<b>A. Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi</b>	2 008 382,22	2 108 801,33	2 286 180,55	2 416 316,19	2 553 908,21	2 699 386,40	2 853 205,47	3 015 846,48
I. Przychody ze sprzedaży produktów	638 112,62	670 018,25	703 519,16	738 695,12	775 629,88	814 411,37	855 131,94	897 888,54
II. Zmiana stanu produktów	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. Koszt wytworzenia produktów na własne potrzeby	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	1 370 269,60	1 438 783,08	1 582 661,39	1 677 621,07	1 778 278,33	1 884 975,03	1 998 073,53	2 117 957,94
<b>B. Koszty działalności operacyjnej</b>	<b>2 095 802,18</b>	<b>2 290 005,22</b>	<b>2 393 926,78</b>	<b>2 503 044,42</b>	<b>2 617 617,94</b>	<b>2 737 920,14</b>	<b>2 781 261,53</b>	<b>2 913 894,69</b>
I. Amortyzacja	116 343,81	211 573,94	211 573,94	211 573,94	211 573,94	211 573,94	128 598,02	128 598,00
II. Zużycie materiałów i energii	188 535,86	197 962,65	207 860,78	218 253,82	229 166,51	240 624,84	252 656,08	265 288,88
III. Usługi obce	562 205,60	590 315,88	619 831,67	650 823,25	683 364,41	717 532,63	753 409,26	791 079,72
IV. Podatki i opłaty	48 223,40	50 634,57	53 166,30	55 824,62	58 615,85	61 546,64	64 623,97	67 855,17
V. Wynagrodzenia	839 448,24	881 420,65	925 491,68	971 766,26	1 020 354,57	1 071 372,30	1 124 940,92	1 181 187,97
VI. Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	169 024,78	177 476,02	186 349,82	195 667,31	205 450,68	215 723,21	226 509,37	237 834,84
VII. Pozostałe koszty	172 020,49	180 621,51	189 652,59	199 135,22	209 091,98	219 546,58	230 523,91	242 050,11
VIII. Inne świadczenia finansowane z budżetu	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>C. Zysk (dochód) ze sprzedaży (A-B)</b>	<b>-87 419,96</b>	<b>-181 203,89</b>	<b>-107 746,23</b>	<b>-86 728,23</b>	<b>-63 709,73</b>	<b>-38 533,74</b>	<b>71 943,94</b>	<b>101 951,79</b>
D. Pozostałe przychody operacyjne	87 739,82	192 126,81	96 733,15	101 569,81	106 648,30	111 980,72	117 579,76	123 458,75
I. Dotacje	0,00	110 000,00	60 000,00	30 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Inne przychody operacyjne	87 739,82	92 126,81	96 733,15	101 569,81	106 648,30	111 980,72	117 579,76	123 458,75
w tym pokrycie amortyzacji:	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E. Pozostałe koszty operacyjne	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>F. Zysk (dochód) z działalności operacyjnej (C+D-E)</b>	<b>319,86</b>	<b>20 922,92</b>	<b>48 986,92</b>	<b>44 841,58</b>	<b>42 938,57</b>	<b>73 446,98</b>	<b>189 523,70</b>	<b>225 410,54</b>
G. Przychody finansowe	675,08	708,83	744,28	781,49	820,56	861,59	904,67	949,91
H. Koszty finansowe	5,16	14 666,48	43 305,73	39 044,52	34 287,82	29 531,13	24 774,45	20 017,76
<b>I. Zysk</b>	<b>989,78</b>	<b>6 965,27</b>	<b>6 425,47</b>	<b>6 578,55</b>	<b>9 471,44</b>	<b>44 777,44</b>	<b>165 653,92</b>	<b>206 342,69</b>



## Podsumowanie

Proszę poniżej przedstawić wnioski wynikające z przedstawionych powyżej analiz, oraz ewentualnie dodatkową rekomendację operacji w zakresie nie ujętym we wcześniejszych tabelach.

1. Duży, choć nieszczególnie bogaty, obszar pomiędzy Łopuszmem, Koniecpolem, Przedborzem, Końskimi i Jędrzejowem stanowi ogromny potencjał do zagospodarowania pod kątem nowoczesnych usług audio-wizualnych. Poza niekwestionowanym wzrostem liczby widzów (wszystkie kina, które dotychczas otwierały drugą salę, odnotowały znaczący wzrost oglądalności), istotne jest wprowadzenie nowych usług (konferencje z prezentacją wielkoformatową, transmisje z wydarzeń sportowych, koncertów, spektakli operowych, organizacja tych wydarzeń na dwóch salach jednocześnie) i dywersyfikacja przychodów.
2. Dysponowanie nowoczesną technologią pozwoli na przyciągnięcie do współpracy partnerów - beneficjentów programów pomocowych (np. unijnych), zainteresowanych profesjonalną obsługą multimedialną spotkań dla dużej liczby uczestników. Kino Muza będzie jedynym tego typu miejscem między Kielcami, a Częstochową.
3. Przyjęty model finansowy w każdym elemencie zakłada bezpieczne parametry. Rzeczywiste sygnały dochodzące z rynku dystrybucji filmowej oraz kin cyfrowych w małych miejscowościach nastrajają bardzo optymistycznie. To wielka szansa dla Domu Kultury we Włoszczowie na długoterminową poprawę finansów jednostki, dzięki dobremu startowi w pierwszym okresie po pandemii koronawirusa SARS-CoV-2.
4. Dom Kultury we Włoszczowie generuje stosunkowo duże dochody własne, w porównaniu z innymi jednostkami, operującymi w zbliżonych warunkach. W sytuacji, kiedy nie ma innych zobowiązań, w całości przeznaczają je na działalność podstawową; w 2019 roku zorganizował kilkanaście wydarzeń artystycznych (ze wstępem wolnym) dla mieszkańców gminy, w 100% sfinansowanych z dochodów własnych,