

Protesty na życzenie

Ahmed Abdelkarim, Agata Cacko, Aleksandra Hernik

27.05.2017

Spis treści

1. Streszczenie	2
2. Opis przedsięwzięcia	2
3. Analiza rynkowa przedsięwzięcia	2
3.1. Cele organizacji	2
3.2. Opis produktu	3
3.3. Charakterystyka branży	4
3.3.1. Otoczenie bliższe	4
3.3.2. Otoczenie dalsze	5
3.4. Analiza SWOT	5
3.5. Aspekty prawne	5
4. Finansowanie	6
4.1. Nakłady inwestycyjne i źródła finansowania	6
4.2. Prognozy finansowe	6
5. Ochrona prawna	6
5.1. Podstawowe elementy ochrony prawnej pomysłów, produktów i usług	6
5.2. Ochrona własności intelektualnej w organizacji	6
6. Ograniczenia projektu	6
7. Załączniki	6

1. Streszczenie

1. Charakterystyka firmy
2. Prezentowana usługa
3. Rynek działania
4. Sprzedaż i marketing
5. Analiza procesu wytwórczego
6. Analiza finansowa
7. Analiza ryzyka

2. Opis przedsięwzięcia

Proponowana organizacja zajmowałaby się kompleksową organizacją zgromadzeń publicznych. Docelowym obszarem działań byłaby wstępnie Warszawa, a dalej Polska, z możliwością rozwoju do skali światowej.

Najkorzystniejszą formą prawną wydaje się tak zwana spółka z o.o. komandytowa, czyli założenie dwóch spółek:

- Spółka komandytowa, której komandytariuszami są wszyscy wspólnicy,
- Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, będąca komplementariuszem powyższej spółki komandytowej.

W tej konstrukcji spółka komandytowa zajmuje się prowadzeniem samej działalności (w tym generowaniem zysków), a spółka z o.o. zajmuje się zarządzaniem i administrowaniem nią. Dzięki takiemu połączeniu można uniknąć podwójnego opodatkowania występującego w typowych spółkach z o.o., które wypłacają dywidendy (podatek 19% CIT od dochodów spółki oraz kolejny podatek 19% CIT od dywidend) – spółka komandytowa nie podlega podatkowi dochodowemu od osób prawnych, ponieważ jest spółką osobową. Ponadto, spółka z o.o. jako komplementariusz sprawia, że rzeczywista odpowiedzialność finansowa jest ograniczona. Wadami tego rozwiązania jest konieczność prowadzenia pełnej księgowości ze względu na spółkę z o.o., oraz konieczność dwukrotnego wniesienia opłaty rejestracyjnej.

3. Analiza rynkowa przedsięwzięcia

3.1. Cele organizacji

Początkowym celem organizacji jest zyskanie popularności oraz zaufania klientów – ze względu na poufny charakter działań, zaufanie jest kluczowe dla dalszych sukcesów. Dalszym celem jest rozszerzenie zasięgu działania firmy – najpierw na całą Polskę, później na Europę, a ostatecznie na cały świat (z wyjątkiem krajów, w których taka działalność jest niebezpieczna lub nielegalna). Dodatkowym celem jest stworzenie systemu informatycznego, który automatyzowałby wiele z zadań firmy.

3.2. Opis produktu

Oferowaną przez firmę usługą jest organizowanie zgromadzeń publicznych takich jak manifestacje, obejmujące wybrane przez klienta elementy spośród:

- zawiadomienia odpowiednich organów o zgromadzeniu,
- pomocy przy wybraniu formy zgromadzenia,
- pomocy przy ustaleniu czasu i lokalizacji (lub trasy),
- pomocy przy napisaniu oświadczenia obrazującego powód, cel, stanowisko oraz żądania,
- pomocy w ewentualnych negocjacjach,
- zbierania danych o temacie zgromadzenia,
- promowania wydarzenia:
 - w mediach społecznościowych,
 - w mediach lokalnych (prasa, radio, internet),
 - poprzez plakaty i ulotki.
- wymyślenia haseł zgodnych z celem klienta,
- przygotowania materiałów dla uczestników (np. flagi, transparenty i tabliczki z hasłami),
- zapewnienia sprzętu (megafon, ale też np. rzutnik i nagłośnienie),
- pomocy w koordynacji zgromadzenia,
- organizacji transportu i ewentualnych noclegów dla uczestników zgromadzenia,
- organizacja cateringu dla uczestników,
- (potencjalnie) wynajęcia aktorów w celu zawyżenia liczby osób oraz dodania entuzjazmu zgromadzonemu.

Wszelkie zaangażowanie firmy w protest byłoby utrzymane w tajemnicy. Możliwa byłaby zniżka dla klientów, którzy zgadzają się na rozpowszechnienie informacji o udziale firmy w organizacji zgromadzenia.

Firma będzie mieć stronę internetową i reklamować się głównie za pomocą mediów społecznościowych. W celu realizacji wyżej wymienionych elementów, wraz ze wzrostem skali przedsięwzięcia stworzony zostanie system informatyczny do wewnętrznego, który automatyzuje wysyłanie zawiadomień o zgromadzeniu, a także w dużym stopniu organizację cateringu, transportu i noclegów. Ponadto, system podpowiada najlepsze opcje dotyczące czasu i lokalizacji lub trasy zgromadzenia, oraz wstępne sugestie dotyczące sloganów.

W Polsce nie istnieją żadne firmy zajmujące się takimi usługami (a przynajmniej nie są one wyszukiwalne za pomocą Google), co daje bardzo dużą przewagę. Firmy zajmujące się zbliżoną działalnością

można znaleźć w Stanach Zjednoczonych, na przykład *Crowds On Demand*, *Crowds For Rent* – firmy specjalizujące się w wynajmowaniu aktorów. W internecie pojawiła się ponadto strona *Demand Protest* – opisuje firmę, która miała specjalizować się w podobnych usługach – jednak jest to fikcyjna organizacja, a celem strony było sprowokowanie oburzenia w Amerykańskich mediach.

Ponieważ tego typu organizacji nie ma w Polsce, a na świecie rzeczywiste firmy nie oferują tak kompleksowej organizacji protestów, a jedynie skupiają się na wynajmowaniu aktorów, działalność ma bardzo dobre perspektywy zarówno na poziomie krajowym, jak i, w dalszych etapach rozwoju firmy, światowym.

3.3. Charakterystyka branży

3.3.1. Otoczenie bliższe

1. Klienci

- partie polityczne
- organizacje polityczno-społeczne (np. KOD, Lambda, ONR i in.)
- związki zawodowe
- osoby fizyczne i organizacje zakładane ad-hoc (vide Strajk Kobiet w zeszłym roku)

Należy zauważyć, że w ostatnich latach szybko wzrasta liczba zgromadzeń publicznych, a przy dzisiejszym, szybkim trybie życia z pewnością wielu organizatorów protestów i manifestacji z chęcią zrzuciłoby obowiązki i odpowiedzialność na kogoś innego, na przykład na nasze przedsiębiorstwo. Warto zwrócić uwagę na fakt, że wiele prób organizacji demonstracji się nie udaje z uwagi na trudności organizacyjne.

2. Dostawcy

- Wypożyczalnie i sklepy sprzętu elektronicznego (nagłośnienie i inny sprzęt potrzebny klientowi na demonstracjach i spotkaniach, sprzęt elektroniczny w siedzibie przedsiębiorstwa)
- Firmy transportowe (wypożyczające autobusy wraz z kierowcą)
- Firmy cateringowe (catering na demonstracje i spotkania)
- Serwisy sprzętu elektronicznego i drukarek

Ponieważ drukarka jest jednym z kluczowych elementów działania przedsiębiorstwa, należy regularnie sprawdzać jej sprawność.

- Drukarnie

Korzystanie z drukarni jest ostatecznością, ponieważ z założenia posiadamy własne duże drukarki w liczbie wystarczającej na potrzeby prowadzenia działalności firmy. Jednak w przypadku takiej konieczności może się zdarzyć, że wybrana drukarnia nie będzie chciała wykonać danego zlecenia z powodów światopoglądowych (co już się zdarzało). Trzeba zatem brać to pod uwagę.

3. Partnerzy

- Media

4. Konkurenci

- Firmy zajmujące się zbliżoną działalnością w Stanach Zjednoczonych: *Crowds on Demand*, *Crowds For Rent*

Nie konkurujemy z tymi firmami na rynku, ponieważ miejscem ich działalności są Stany Zjednoczone. Ponadto nasze przedsiębiorstwo oferuje większy zakres usług.

W Polsce nie istnieje (bądź trudno ją znaleźć) firma o podobnej działalności.

5. Grupy nacisku

- rząd i administracja

Przykładem nacisku wyżej wymienionej grupy może być

3.3.2. Otoczenie dalsze

1. Aktualna sytuacja polityczno-ekonomiczna w Polsce

3.4. Analiza SWOT

3.5. Aspekty prawne

Ustawami, które są powiązane z prowadzoną działalnością, są przede wszystkim prawa dotyczące zgromadzeń publicznych. Artykuł 57. Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej zapewnia wolność zgromadzeń (zarówno w charakterze czynnym, jak i biernym) – *Każdemu zapewnia się wolność organizowania pokojowych zgromadzeń i uczestniczenia w nich. Ograniczenie tej wolności może określać ustawa.* Ostatnie zdanie artykułu wskazuje, że ustawy spoza konstytucji mogą ograniczać tą wolność.

Dokładne warunki zgromadzeń publicznych są specyfikowane przez ustawę z dnia 24 lipca 2015 roku – prawo o zgromadzeniach (Dz.U. 2015 poz. 1485). Najistotniejszą jest konieczność powiadomienia organu gminy (lub organów wszystkich gmin, na których terenie ma odbywać się zgromadzenie) o organizacji zgromadzenia w terminie od 6 do 30 dni przed jego datą. Jeśli zgromadzenie nie będzie powodować utrudnień w ruchu drogowym, można skorzystać z uproszczonego postępowania – wtedy zawiadomienie może być dostarczone nie później niż 2 dni przed datą zgromadzenia. Ustawa opisuje dokładne informacje, które muszą znajdować się w zawiadomieniu. Istotnym elementem ustawy jest konieczność posiadania przez organizatora elementów wyróżniających go, a także konieczność rozwiązania zgromadzenia, jeśli uczestnicy nie podporządkują się jego poleceniom lub naruszają przepisy tej ustawy albo karne. Ponadto ważna jest nowelizacja prawa o zgromadzeniach, która zakłada między innymi, że odległość między zgromadzeniami nie może być mniejsza niż 100 metrów, a także przewiduje możliwość otrzymania obowiązującej przez trzy lata zgody na cykliczne organizowanie zgromadzeń z wyłączością na dane miejsce i czas. Jedną z oferowanych usług jest zawiadomienie odpowiednich organów o zgromadzeniu – w przypadku, gdy klient nie zamawia tej usługi, warunkiem koniecznym współpracy z klientem będzie wykonanie tej czynności przez niego.

Istotnym aktem prawnym jest również artykuł 52. kodeksu wykroczeń, zakazujący organizowania niepokojowych zgromadzeń, przeszkadzania w innych zgromadzeniach, umyślnego niepodejmowania środków niezbędnych, żeby zgromadzenie odbywało się zgodnie z prawem i bez szkód powstałych z winy jego członków, a także podżegania oraz pomocnictwa. W związku z tym, przy organizacji i w trakcie przebiegu zgromadzeń, w przypadku jego przekształcenia się w nielegalne zgromadzenie, firma wycofa swoje wsparcie.

Firma nie będzie się również angażowała w zgromadzenia, które łamią prawa ograniczające wolność wypowiedzi, takie jak:

- Artykuły 196, 200b, 202, 212, 216, 255, 255a, 256 i 257 kodeksu karnego,
- Ustawa z dnia 5 sierpnia 2010 o ochronie informacji niejawnych (Dz.U. 2010 nr 182 poz. 1228),
- Prawa autorskie.

4. Finansowanie

4.1. Nakłady inwestycyjne i źródła finansowania

4.2. Prognozy finansowe

5. Ochrona prawna

5.1. Podstawowe elementy ochrony prawnej pomysłów, produktów i usług

5.2. Ochrona własności intelektualnej w organizacji

6. Ograniczenia projektu

7. Załączniki