Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej

promuje łódzkie

Jednostka organizacyjna
Samorządu
Województwa Łódzkiego

WOJEWÓDZKI URZĄD PRACY W ŁODZI

Poradnik dla osób poszukujących pracy

Własna firma - krok po kroku

Łódź 2016

Spis treści

Przywódca i lider, czyli atrybuty przedsiębiorcy 3
Pomysł na działalność gospodarczą 8
Wybrane formy prowadzenia działalności gospodarczej 11
Komercyjne czyli zwrotne finansowanie działalności gospodarczej 20
Prowadzenie firmy w domu 27
Biznesplan 32
Reglamentacja działalności gospodarczej 40
Zakładanie działalności gospodarczej 51
To moja firma – reklama przedsięwzięcia 59
E-biznes w zarysie 63
Sklep internetowy – sposób na samozatrudnienie 69
Pozyskiwanie klienta sklepu internetowego 72
Rozwiń skrzydła przy wsparciu Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości 76
Biznes dla młodych 80

Przywódca i lider, czyli atrybuty przedsiębiorcy



Przedsiębiorczość, to sformułowanie, które ma bardzo wiele twarzy. Co ono oznacza? Przedsiębiorczość - cecha charakteru lub zespół cech i zachowań właściwych przede wszystkim dla przedsiębiorców. W teorii ekonomii pojęcie to jest utożsamiane z prowadzeniem przedsiębiorstwa oraz wykorzystaniem wszystkich jego zasobów w taki sposób, aby osiągnąć jak najlepsze wyniki. Przedsiębiorczość oznacza również „gotowość i zdolność do podejmowania ryzyka, rozwiązywania w sposób twórczy i nowatorski powstałych problemów, umiejętność rozpoznania i wykorzystania pojawiających się szans i okazji oraz elastycznego przystosowania się do zmieniających się warunków rynkowych” [1].

1. A jak przedsiębiorczość jest postrzegana przez młode pokolenie? *Dekalog przedsiębiorczości* [2] widziany studenckim okiem mówi, że przedsiębiorczość to:
2. Odwaga wcielania w życie własnych pomysłów.
3. Umiejętność gospodarowania własnymi finansami - oszczędzania, zarządzania nimi i inwestowania ich (nawet jeśli czasem łączy się to z ryzykiem).
4. Upór i determinacja w dążeniu do obranego celu.
5. Sumienność, pracowitość oraz cierpliwość w wyczekiwaniu na efekty własnej pracy. Nie zawsze pierwszy sukces przychodzi od razu, ale gdy jest owocem ciężkiej pracy, smakuje znacznie lepiej.
6. Zdolność reagowania na zmieniające się okoliczności i przystosowywania się do nowych wyzwań. Nie tylko problemy mają zdolność do pojawiania się „znikąd”. To samo dotyczy także okazji i szans. Umiejętność wykorzystania pojawiającej się okazji może być kluczem do sukcesu.
7. Umiejętność słuchania innych oraz przyjmowania od nich cennych rad i spostrzeżeń.
8. Planowanie swoich działań w sposób zorganizowany i przemyślany. Chaos to największy wróg osoby przedsiębiorczej. Dobry plan to także sposób na minimalizowanie ryzyka.
9. Odpowiedzialność za pracę swoją oraz za pracę tych, z którymi się pracuje.
10. Zdolność do pracy w zespole, kreatywnego i twórczego działania nie tylko w samotności.
11. Zarabianie pieniędzy na wykonywaniu pracy, z której czerpiemy najwięcej satysfakcji. Dobra praca to sukces. Dobra praca, która daje nam nie tylko pieniądze, ale też zadowolenie to podwójny sukces.

1 - Sepkowska Z., Podstawy przedsiębiorczości, Difin SA, Warszawa 2014, s.11
2 - Ziemichód P., Definicje przedsiębiorczości w polskim Internecie, http://www.mlodyprzedsiebiorca.pl/akademia-modego-przedsibiorcy, dostęp 11.09.2014r.,

O przedsiębiorczości można mówić w dwóch wymiarach:

1. Przedsiębiorczość jako proces - *akt tworzenia i budowanie czegoś nowego, nowego przedsiębiorstwa*. Przedsiębiorczość to zorganizowany proces działań ukierunkowany w danych warunkach na wykorzystanie nowatorskiego pomysłu w celu generowania korzyści na rynku. W procesie budowania podkreśla się:
   - umiejętność wykorzystania pomysłów, okazji
   - ryzyko (niepewność).

2. Przedsiębiorczość jako zespół cech opisujących szczególny sposób postępowania człowieka. Przedsiębiorczość wyróżnia się:
   - dynamizmem, aktywnością
   - skłonnością do podejmowania ryzyka
   - umiejętnością przystosowywania się do zmieniających się warunków
   - postrzeganiem szans i ich wykorzystywaniem
   - innowacyjnością[3].

Kim we współczesnej praktyce życia gospodarczego jest przedsiębiorca?

Według Petera F. Druckera – *guru i ojca współczesnego zarządzania* „to, co przedsiębiorcze, wymaga innego rodzaju zarządzania niż to, co istnieje, wymaga zarządzania systematycznego, zorganizowanego, celowego. Chociaż podstawowe zasady są takie same dla każdej przedsiębiorczej organizacji, to jednak istniejące przedsiębiorstwo, instytucja publiczna i nowe przedsięwzięcie stawiają odmienne wyzwania, mają odmienne problemy. Również poszczególni przedsiębiorcy powinni zdobyć się na decyzje dotyczące ich własnej roli i ich własnego zaangażowania".
Mimo jednak różnic pomiędzy różnego rodzaju przedsięwzięciami, coś je ze sobą łączy. Tym elementem jest sama osoba przedsiębiorcy.
Aby jednak można było w ogóle mówić, że ktoś jest przedsiębiorcą, musi zostać spełnionych kilka warunków. Według Tadeusza Oleksyna są to następujące elementy[4]:

- organizowanie firmy (funkcje założyciela),
- bieżące prowadzenie przedsiębiorstwa (zarządzanie),
- ponoszenie ryzyka (finansowego, prawnego, społecznego).

Te trzy wymienione powyżej warunki to tylko główne założenia, mówiące o tym, że ktoś jest przedsiębiorcą. Są to jednakże tylko główne założenia. Używając języka branży motoryzacyjnej, stanowią one wyposażenie standardowe – najtańszą wersję. Samo spełnienie wszystkich z powyższych warunków nie wystarczy, aby „utrzymać się na powierzchni". Do „komfortowej jazdy" potrzeba szeregu dodatków, które podnoszą wartość i świadczą o klasie. Te dodatki w języku zarządzania określa się mianem atrybutów, którym warto się przyjrzeć.

3 - Janowski A., Słownik ekonomiczny, Wydawnictwo Instytutu GSMiE, Kraków 1998
4 - Oleksyn T., Zarządzanie i Edukacja, nr 3/1999, na http://manager.nf.pl/organizacja-przedsiebiorstwa,,8214,6, dostęp 11.09.2014r

Współczesny przedsiębiorca to człowiek łączący w sobie cechy menedżera, lidera i przywódcy. To osoba, która musi stawić czoła niejednokrotnie wielu trudnościom jakie napotka w dzisiejszym świecie, a także być otwarta i elastyczna na zmiany w przyszłości. Cechy - atrybuty przedsiębiorcy, choć jest ich bardzo dużo, można zaklasyfikować do jednej z trzech grup. Oto, najważniejsze z nich[5].

Pierwszą grupę **cech stanowią te związane z organizowaniem firmy**, czyli:

1. ***Potrzeba tworzenia*** – przedsiębiorca to budowniczy; to człowiek, który potrzebuje działania, jak ryba wody. Nie zajmuje się on „filozofią", lecz konkretnym działaniem.
2. ***Kreatywność*** – posiada pomysł, który realizuje i który jest odmienny od pomysłów innych przedsiębiorców. Stanowi pewnego rodzaju novum.

Kolejna grupa to **cechy powiązane bezpośrednio z zarządzaniem organizacją**. Zawiera ona najwięcej elementów, do których zaliczyć można między innymi:

1. **Elastyczny upór** – zestawienie tych dwóch wyrazów może wydać się trochę szokujące i nawet paradoksalne, niemniej jednak taka słowna konfiguracja daje się stosunkowo łatwo wyjaśnić. Chodzi tu mianowicie o uporczywe dążenie w wybranym kierunku; dążenie do wcześniej określonego celu. Nie ma jednak ono odbywać się za wszelką cenę i „po trupach". W pewnych sytuacjach przedsiębiorca musi umieć zmienić kierunek działań lub ich intensywność. Czasami musi pewnych działań zaniechać, by za chwilę, z jeszcze większym impetem powrócić na obraną uprzednio ścieżkę.
2. **Umiejętność wykorzystywania informacji** – jest to dziś szczególnie trudne. Każdy człowiek bombardowany jest niezliczoną ilością informacji z różnych źródeł. Dostęp do niej za pośrednictwem chociażby takich narzędzi, jak internet, stał się niezwykle łatwy. Przytłaczająca jest jednak jej ilość. Przedsiębiorca to człowiek, który w informacyjnej dżungli potrafi dostrzec to, co niedostrzegalne dla innych; potrafi „z pokładów węgla wyłuskać diamenty" – informacje, które będzie mógł z pożytkiem wykorzystać dla dobra własnej organizacji. Innymi słowy zanalizować i przetworzyć.
3. **Myślenie systemowe** – umiejętność wykorzystywania zarówno wiedzy z różnych dziedzin, jak również umiejętność kompilacji informacji i zjawisk pozornie ze sobą nie powiązanych.
4. **Zarządzanie czasem** – jak wiadomo powszechnie, czas jest specyficznym zasobem, którego nie można kupić, ani magazynować.

Osoba decydująca się na tę „rolę" społeczną musi mieć świadomość,
że przedsiębiorcą jest się - 24 godziny na dobę,
- siedem dni w tygodniu
- i 365 w roku

Przedsiębiorca *nie dysponuje własnym czasem*, *ale wszyscy i wszystko wokół*. Dlatego musi nauczyć się ten czas jak najlepiej wykorzystywać.

5 - Brzeziński Z., http://manager.money.pl/strategie/psychologia_biznesu/artykul przywodca;i;lider;czyli;atrybuty; przedsiebiorcy,35,0,157731.html, dostęp 11.09.2014r.

5. **Zarządzanie ludźmi** – współczesny przedsiębiorca stawia ludzi na pierwszym miejscu. Oznacza to, że szanuje ich i im ufa, otacza się ludźmi lepszymi od siebie, umie zaakceptować ich wady i słabości, sprawia, że podążają za nim. Przedsiębiorca to ktoś, kto delegując uprawnienia potrafi sprawić, że to ludzie podejmują decyzje. On jest tylko kimś w rodzaju moderatora. Z tego względu tę cechę należałoby raczej nazwać umiejętnością motywowania i przewodzenia.
6. **Etyka** – ktoś kiedyś powiedział, że jeśli w swoim działaniu nie kierujesz się ogólnie przyjętymi zasadami moralnymi – jesteś głupcem i przegrałeś, zanim rozpocząłeś walkę. Jakże łatwo zasadę tę odnieść do współczesnego biznesu. Wszystkie podejmowane działania muszą być starannie przemyślane. Nieetyczne postępowanie w gospodarce rynkowej to krótkowzroczność. Prędzej, czy później kończy się to źle dla przedsiębiorstwa, a niejednokrotnie również dla samego „przedsiębiorcy".
7. **Myślenie na opak** – popularyzatorem tej idei jest brytyjski pisarz i myśliciel – Charles Handy. Chodzi tu o myślenie wbrew przyjętej logice, co może stać się elementem pozwalającym na osiągniecie przewagi konkurencyjnej. Tylko takie myślenie pozwala na prowadzenie interesów na miarę nowej ery. Przyszłość należy do działających nie schematycznie.
8. **Wykorzystywanie benchmarkingu** – wspominany już Peter F. Drucker powiedział kiedyś, że źle jest się uczyć na własnych błędach, lepiej na cudzych, a najlepiej na własnych i cudzych doświadczeniach. To zdanie oddaje chyba istotę współczesnego benchmarkingu, choć przeciwnicy tej metody twierdzą, że jest to nic innego, jak eufemizm szpiegostwa przemysłowego nazwany tak dla potrzeb zarządzania. **Benchmarking**(*badaniaporównawczelubanalizaporównawcza*)-polegaporównywaniu procesów i praktyk stosowanych przez własne przedsiębiorstwo ze stosowanymi w przedsiębiorstwach uważanych za najlepsze w analizowanej dziedzinie. Wynik takiej analizy służy jako podstawa doskonalenia procesów biznesowych. Benchmarking nie jest zwykłym naśladownictwem, nie polega na podpatrzeniu sposobu pracy innych, aby tak samo postępować u siebie. To wykrywanie czynników, które sprawiają, że analizowany proces jest wykonywany efektywnie a następnie wskazanie podobnych możliwości we własnym przedsiębiorstwie. To uczenie się i twórcze adaptowanie najlepszych praktyk. Jest on praktyczną realizacją przysłowia: „trzeba się uczyć na błędach, ale lepiej uczyć się na cudzych błędach, niż na swoich".
9. **Wizjonerstwo** – współczesny przedsiębiorca to człowiek potrafiący wyobrażać sobie duże rzeczy. Posiada on umiejętność wizualizacji, co z kolei pozwala mu na realizację celów, jakie przed sobą stawia. Mimo przeciwności losu (która niejednokrotnie zniechęca do dalszego działania), problemów napotykanych w trakcie wdrażania i realizacji projektu przedsięwzięcia stara się osiągnąć wyznaczone cele.

Tych cech-atrybutów można wymienić jeszcze bardzo wiele. Nie można zapominać o chociażby takich jak odwaga, dynamizm, zdecydowanie itp. Równie ważny jest pakiet tzw. umiejętności technicznych.

Ostatnia grupa jest związana z ponoszeniem ryzyka. Chodzi tu między innymi o takie sprawy jak odpowiedzialność. Przedsiębiorca nie funkcjonuje w próżni. Jego decyzje niejednokrotnie mają wpływ na sytuację społeczną. Jest to szczególnie zauważalne w przypadku dużych przedsiębiorstw, zlokalizowanych w rejonach o dużym bezrobociu. Niewłaściwe decyzje mogą prowadzić do niepokojów społecznych. Ponadto nieodpowiedzialne decyzje wpływają

negatywnie na wizerunek samego przedsiębiorstwa, co prowadzić może do zachwiania jego pozycji na rynku, a nawet upadku. Przedsiębiorca musi podejmować decyzje, ale muszą być one zawsze bardzo dokładnie przemyślane.

Inny rodzaj ryzyka, z jakim przedsiębiorca musi się liczyć, to *ryzyko finansowe*. Niewłaściwe inwestycje (zwłaszcza te duże) mogą prowadzić (a jest tak bardzo często) do poważnych konsekwencji związanych np. z utratą płynności finansowej przez organizację.
Obie wymienione grupy ryzyka wiążą się często z trzecim rodzajem – *ryzykiem prawnym*. Powszechne jest dziś zjawisko, że wiele niewłaściwych decyzji ma swój koniec w sądzie.
To jednak tylko kilka zagrożeń, jakie czyhają na współczesnego przedsiębiorcę. Ci jednak, których przenika duch przedsiębiorczości wiedzą, jak sobie z tego typu przeciwnościami poradzić. W jaki sposób tego dokonują? Odpowiedź jest chyba trywialnie prosta. Umieją wykorzystać wszystkie atrybuty, jakimi dysponują.
Czy to wystarczy, nie wiadomo, ponieważ nikt nie jest w stanie przewidzieć, co przyniesie jutro. Można się jednak na jego nadejście przygotować i przyjąć przynajmniej do wiadomości, że jak mówi Peter F. Drucker „jedyną stałą jest zmiana". Ci przedsiębiorcy, którzy mają tego świadomość, już wyprzedzili konkurencję i to oni będą w przyszłości kreować rzeczywistość życia gospodarczego.

Opracowanie:
Edyta Kolenda
Doradca zawodowy
CIiPKZ w Łodzi

Bibliografia:

1. Drucker Peter F.: *Menedżer skuteczny,* Wyd. MT Biznes 2007
2. Drucker Peter F.: *Natchnienie i fart czyli Innowacja i przedsiębiorczość*, Wyd. EMKA 2004
3. Drucker Peter F.: *Praktyka zarządzania,* MT Biznes, 2005
4. Janowski A., Słownik ekonomiczny, Wydawnictwo Instytutu GSMiE, Kraków 1998
5. Poradnik Inwestora nr 1/99
6. Sepkowska Z., Podstawy przedsiębiorczości, Difin SA, Warszawa 2014
7. Innowacja i przedsiębiorczość, PWE, Warszawa 1992

Netografia (dostęp 11.09.2014 r.):

1. http://manager.nf.pl,
2. http://pl.wikipedia.org,
3. http://www.mlodyprzedsiebiorca.pl

Pomysł na działalność gospodarczą

Decyzja o założeniu własnej firmy to ważny i przede wszystkim odważny krok, łączący się zazwyczaj z dużą zmianą naszego dotychczasowego stylu życia. W porównaniu z etatem, wizja posiadania własnej firmy wiąże się z większym ryzykiem finansowym, większą samodzielnością w działaniu, stresem związanym z koniecznością samodzielnego podejmowania wszelkich decyzji i inicjatyw. Decydujemy się na założenie firmy z takich powodów jak potrzeba rozwoju, samodzielnego decydowania o sobie, zarabiania większych pieniędzy, nienormowanego czasu pracy itd.
Realizacja tych potrzeb w pracy na własny rachunek musi się jednak wiązać z posiadaniem pomysłu na działalność gospodarczą.
Podstawowym elementem generowania pomysłu na działalność przedsiębiorczą jest analiza potrzeb otoczenia, a więc analiza potrzeb ludzi - naszych potencjalnych klientów. Analiza taka powinna być prowadzona na trzech płaszczyznach:

- wieku,
- miejsca,
- czasu

Identyfikując potrzeby ludzi w określonym wieku, miejscu i czasie, faktycznie definiujemy potencjalne rynki, na których możemy zaistnieć, wykorzystując nasze umiejętności lub zdobywając takie, które będą dla tej grupy atrakcyjne.
Pomysł na własny biznes może być także opłacalny wtedy gdy uda się wejść w tzw. niszę rynkową, czyli miejsce na rynku o obniżonej intensywności konkurencji. Niszę jednak możemy też dostrzec, odkrywając niedogodności w istniejących wyrobach i usługach.
Działanie w niszy to nie tylko sprzedaż czegoś, czego dotąd nie było. To również wartości dodane, czy to wzbogacające wyrób, czy odkrywające nowe przeznaczenie dla istniejącej usługi lub produktu. Również wykreowanie takiej cechy produktu, która wyróżnia go od innych lub dodanie oryginalnej usługi do głównego wyrobu może być dochodową niszą.

Rodzaje niszy rynkowych to np.:

- nisza ilościowa (na rynku występuje stały brak konkretnych produktów),
- nisza jakościowa (oferowanie towaru, który będzie jakościowo lepszy niż wszystko, co jest dostępne na rynku w danym regionie),
- nisza asortymentowa (brak poszczególnych artykułów, brak rozmiarów, brak zestawów),
- nisza czasowa (wychwycenie okresów, kiedy co jakiś czas artykuł nie jest dostępny na rynku),
- nisza dystrybucyjna (oferowanie na rynek tańszych towarów, ze względuna zakup bezpośrednio od producenta, z pominięciem hurtowni),
- nisza cenowa (zaoferowanie swojego towaru wyraźnie taniej, na skutek obniżenia jednostkowego zysku),
- nisza obyczajowa (oferowanie produktów, które wywołują konflikt z ogólnie przyjętymi normami społecznymi),
- nisza formalnoprawna (wykorzystywanie niedoskonałości przepisów prawa).[6]

6 - Markowski W., ABC smallbusiness'u, Wyd. Marcus, Łódź 2002.

Ludzie często nie chcą rozpoczynać własnej działalności gospodarczej, bo uważają, że wszystko już wymyślono i trudno jest znaleźć swoje miejsce na rynku. Trzeba jednak być uważnym obserwatorem, słuchać tego co mówią inni i wyciągać z tego właściwe wnioski. Wyczucie rynku jest niezbędne do założenia i prowadzenia własnej firmy, a poznanie potrzeb ewentualnego klienta i dostosowanie się do niego jest podstawą sukcesu.

Można zdecydować się na założenie firmy usługowej, handlowej lub produkcyjnej. Jednak coraz więcej firm łączy produkcję z handlem, usługi z handlem lub wszystkie te trzy formy działalności razem. Wybór winien wynikać jednak z obserwacji tendencji panujących na rynku lokalnym, na którym chcemy podjąć naszą działalność gospodarczą. By to zrobić należy zorientować się ile firm w danej dziedzinie już działa (na wybranym terenie) i jakie są możliwości konkurowania z nimi. Jakie proponują usługi lub produkty (ich jakość, cena, obsługa itp.) i czy mają liczną grupę klientów. Ważne jest więc określenie i zestawienie podobieństw i różnic między naszą firmą a firmami konkurencyjnymi. Należy też wziąć pod uwagę fakt, że konkurencja już działa i ma już swe miejsce na rynku. Wreszcie czy produkt (usługa), który będzie oferował jest ludziom potrzebny stale czy tylko co pewien okres czasu. Ostatnim, ważnym elementem jest lokalizacja miejsca na rozwiniecie działalności. Uzależniona ona będzie od charakteru, rodzaju i rozmiaru działalności.
Niekiedy osoby, które decydują się na założenie własnej działalności gospodarczej, to pracownicy, którym uprzykrzyło się realizowanie czyichś poleceń, lub osoby, które mają dosyć pracy dla kogoś i chcą przejść na „własny rachunek", a posiadają umiejętności i wiedzę zdobytą w dotychczasowej pracy.

Każdy ma także pasje, talenty, zamiłowania. Mogą one stać się źródłem spełnienia marzeń, samorealizacji, a dodatkowo przynieść korzyści w postaci pieniędzy w domowym budżecie.

Aby sprawdzić się we własnym biznesie, potrzebne są w zasadzie te same umiejętności i kwalifikacje, które warunkują powodzenie w pracy etatowej.
Należą do nich kwalifikacje zawodowe (prawnik, inżynier, księgowy), dodatkowe umiejętności (znajomość języków obcych, znajomość branży i rynku lokalnego) odbyte kursy (dekoratora wnętrz), predyspozycje (inicjatywa, samodzielność, umiejętności podejmowania ryzyka), zainteresowania (plastyczne, muzyczne) i cechy charakteru (systematyczność, odpowiedzialność), które należy poddać samoocenie w kontekście własnej działalności gospodarczej.

Źródła pomysłów na działalność można zatem skupić i podsumować w następujących punktach:

- posiadane wykształcenie, wyuczony zawód
- zdobyte doświadczenie (odbyte praktyki, staże, praca zawodowa)
- pasje, hobby, ulubione czynności
- potrzeba chwili (pojawiająca się luka rynkowa)

Wszystkie powyższe komponenty mogą stać się inspiracją dla pomysłu na działalność. Jednak nie tylko o inspiracje chodzi. Poznanie siebie w tym aspekcie jest również ważne dlatego, że w dużej mierze sukces naszego przedsięwzięcia zależy od nas samych. Osoba, która nie jest zadowolona z tego co robi oraz która nie do końca potrafi dobrze wykonywać swoją prace, mimo obiektywnie dobrego pomysłu, może nie utrzymać się na rynku lub

przegrać z konkurencją. Dlatego nie można zapominać o sobie i swoich cechach osobowości i posiadanych kwalifikacjach, gdyż mają one duży wpływ na to, co i jak robimy. Dodatkowo, brak wiedzy merytorycznej dotyczącej przedmiotu naszej działalności gospodarczej może powodować nadużycia czy to ze strony naszych kontrahentów czy własnych pracowników.



Niezależnie od źródła pochodzenia koncepcji na działalność, każdy pomysł musi być wstępnie przeanalizowany i szczegółowo opracowany, aby w praktyce mógł mieć szansę na realizację. Weryfikacja pomysłu to zebranie potrzebnych danych, ich zestawienie i zinterpretowanie, aby na tej podstawie podjąć decyzję, co do realizacji pomysłu albo dalszego opracowania projektu. Cała to procedura prowadzi do sporządzenia *biznes planu*. Określa on cele i założenia firmy, przewidywany koszt rozpoczęcia działalności, koszt jej prowadzenia i oczekiwane dochody. Musimy wiedzieć gdzie chcemy prowadzić działalność i ile pieniędzy będziemy potrzebować. Niezbędna jest też szczegółowa informacja na temat partnerów do współpracy: dostawców i odbiorców oraz przewidywanych rynków zbytu.

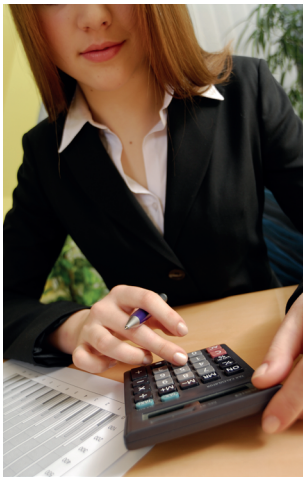
Biznes plan jest więc potrzebny, aby przewidzieć wszystkie istotne aspekty planowanej działalności i aby móc go przedstawić kredytodawcom i partnerom.

Opracowanie: Mariusz Kubat
Doradca zawodowy
CIiPKZ w Łodzi

Bibliografia :

1. Finch B., *Jak napisać biznesplan*, Wyd. One Press, Gliwice 2005.
2. Konieczny M. i in., *Kompendium przedsiębiorczości*, Wydział Wydawnictw i Poligrafii Centrum Obsługi Kancelarii Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2008.
3. Markowski W., *ABC smallbusiness'u*, Wyd. Marcus, Łódź 2002.
4. Młodzikowska D., *Jednoosobowa firma*, BL Info Polska, Gdańsk 2007.

Wybrane formy prowadzenia działalności gospodarczej



Osoba zamierzająca prowadzić działalność gospodarczą musi odpowiedzieć sobie na pytanie jaka forma prawno-organizacyjna będzie najwłaściwsza dla planowanego przedsięwzięcia. Aby łatwiej było podjąć właściwą decyzję można zadać sobie kilka pomocniczych pytań:

- Czy działalność będzie prowadzona samodzielnie, czy razem ze wspólnikiem?
- Jakie są możliwości finansowania firmy?
- Która z form prawnych będzie najbardziej korzystna z uwagi na rozliczenia podatkowe?
- Jaka jest odpowiedzialność właściciela / właścicieli bądź wspólników w zależności od wybranej formy działalności?
- W jaki sposób (w przypadku wspólnego przedsięwzięcia) zostaną rozdzielone kompetencje / uprawnienia, ryzyko i zyski?[7]

W Polsce działalność gospodarczą można prowadzić w formach zbliżonych do występujących w innych krajach europejskich. Wśród dostępnych form działalności można wyróżnić:

- spółki handlowe, dzielące się na:
  - spółki kapitałowe (spółka z ograniczoną odpowiedzialnością oraz akcyjna);
  - spółki osobowe (spółka jawna, partnerska, komandytowa, komandytowo-akcyjna)[8];
- oddział przedsiębiorcy zagranicznego[9];
- przedstawicielstwo przedsiębiorcy zagranicznego[10];
- indywidualną działalność gospodarczą (w tym w ramach spółki cywilnej)[11].

Poza tym spółdzielnie, stowarzyszenia, fundacje oraz formy transgraniczne, takie jak spółka europejska, czy europejskie zgrupowanie interesów gospodarczych[12]

Jednoosobowa działalność gospodarcza

Najprostszą formą prowadzenia własnej firmy jest działalność gospodarcza osoby fizycznej - nie trzeba wówczas tworzyć żadnej zorganizowanej struktury. Forma ta jest szczególnie praktyczna, gdy zamierzamy prowadzić działalność samodzielnie (choć niekoniecznie osobiście, np. w usługach, drobnej wytwórczości czy handlu). Procedura uruchomienia jednoosobowej firmy nie jest skomplikowana i nie wymaga dużych nakładów finansowych. Jest to na pewno forma godna polecenia dla początkujących przedsiębiorców.

7 - https://www.wsiz.rzeszow.pl/kadra/kcyran/Dokumenty_Local_WSIiZ/FORMALNO-PRAWNE%20ASPEKTY%20ZAK%C5%81ADANIA.pdf, dostępna 30.07.2014 r.
8 - Kodeks spółek handlowych – ustawa z dnia 15 września 2000 r. (Dz. U. z dnia 8 listopada 2000 r. z późn. zm.).
9 - Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, art 93 (Dz.U. 2004 Nr 173 poz. 1807 z późn. zm).
10 - Ibid, art. 95.
11 - Ibid., art.4.
12 - http://www.paiz.gov.pl/prawo/formy_prowadzenia_dzialalnosci_gospodarczej, dostępna 30.07.2014 r.

Działalność gospodarcza w postaci przedsiębiorstwa jednoosobowego to firma jednego właściciela, będącego osobą fizyczną – niezależnie od liczby pracowników, których w niej zatrudnia. Podstawę prawną tworzenia i funkcjonowania przedsiębiorstw jednoosobowych w Polsce stanowi Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2004 r. Nr 173, poz. 1807) oraz przepisy Kodeksu cywilnego (Dz. U. z 1964 r. Nr 16 poz. 93 z późn. zm.).

Jednoosobowa działalność gospodarcza to taki typ prowadzenia firmy, który w największym stopniu umożliwia samodzielne działanie i zarządzanie. Jest on dobry dla osób, które nie lubią się podporządkowywać innym, są skuteczne i sprawcze w działaniu i mają własne pomysły i zasoby finansowe potrzebne do prowadzenia firmy.

Dodatkowymi plusami tej aktywności są:
- łatwość wprowadzania zmian związanych np. z profilem działalności;
- niewysokie koszty rejestracji i prowadzenia firmy;
- prostota rozliczeń księgowo-finansowych (prowadzenie podatkowej księgi przychodów i rozchodów, korzystanie z zryczałtowanych form opodatkowania lub „odliczanie od podatku" wielu wydatków związanych z prowadzeniem działalności);
- łatwość dokonywania zmian w kapitale firmy[13].

Oprócz wielu niewątpliwych zalet indywidualnej działalności gospodarczej trzeba być także przygotowanym na zmaganie się z trudnościami. Niekiedy to, co bywa plusem w pewnych okolicznościach może okazać się minusem. Liczyć się należy z pełną odpowiedzialnością, jaką będzie trzeba ponieść. W przypadku strat czy też bankructwa długi firmy trzeba spłacać z własnej kieszeni.



Przedsiębiorstwa jednoosobowe tworzą z reguły najliczniejszą grupę firm, działających głównie w takich dziedzinach, jak handel, usługi, rolnictwo czy drobna produkcja i stanowią zarówno trwały element struktury gospodarki, jak też (często) jedynie pierwszą formę działalności gospodarczej, podlegającą w późniejszym okresie przekształceniom.
Jeżeli jednak działalność ma obejmować szerszy zakres działań, do których potrzebna będzie ścisła współpraca z innymi osobami, trzeba zastanowić się nad wyborem zorganizowanej formy działalności.

W tym celu można utworzyć np. spółkę posiadającą osobowość prawną, tj. spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością czy akcyjną lub też spółkę pozbawioną osobowości prawnej tj. spółkę cywilną, jawną, komandytową, komandytowo-akcyjną czy partnerską.

13 - http://www.przedsiebiorczosc.uw.edu.pl/przedsiebiorczosc, dostępna 30.07.2014 r.

Spółka cywilna[14]



Spółka cywilna to rodzaj umowy, którą regulują przepisy Kodeksu cywilnego (art. 860-875). W tego rodzaju spółce wspólnicy zobowiązują się dążyć do osiągnięcia wspólnego celu gospodarczego poprzez oznaczony w umowie sposób działania.

Do jej utworzenia potrzebne są co najmniej dwie osoby. Spółka cywilna nie posiada osobowości prawnej i nie podlega wpisowi do rejestru handlowego.

Każdy wspólnik zamierzający prowadzić działalność gospodarczą musi oddzielnie uzyskać stosowny wpis do ewidencji działalności gospodarczej. Po dokonaniu wpisu przedsiębiorcy powinni w formie pisemnej zawrzeć umowę spółki. Nie musi być ona spisywana w obecności notariusza[15]. Pisemność umowy nie stanowi jednak warunku koniecznego, a służy jedynie do celów dowodowych, w przypadku, gdy między stronami wyniknie spór.
Umowa zawarta może być na czas określony dla wykonania określonego przedsięwzięcia, jak i na czas nieograniczony.

Każdy wspólnik ma prawo i obowiązek prowadzenia spraw spółki, chociaż wspólnicy mogą w umowie wykazać katalog spraw wymagających działania łącznego dwóch, lub więcej wspólników. Mogą również powierzyć prowadzenie spraw spółki osobie spoza grona wspólników.

Zasadniczo wspólnicy w spółce cywilnej podejmują swoje decyzje w sposób kolegialny, czyli w drodze uchwał.

Brak ustawowej regulacji trybu podejmowania uchwał może jednak powodować w praktyce konflikty, zwłaszcza w spółkach cywilnych zrzeszających większą liczbę wspólników. Wskazane jest więc uregulowanie w umowie spółki tego zagadnienia. W umowie można więc określić czy uchwały podejmowane są jednomyślnie czy też wystarczy określona większość głosów, czy konieczna jest obecność wszystkich wspólników czy nie, oraz czy każdemu wspólnikowi przysługuje jeden głos, czy też głosy liczone są procentowo w oparciu o wartość wniesionych wkładów.

Wspólnicy odpowiadają za zobowiązania spółki solidarnie zarówno majątkiem wspólnym jak i ich majątkiem indywidualnym.

14 - Ustawa Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964r. (tekst jednolity: Dz. U. z 2014 r. poz. 121).
15 - http://www.mikrofirmy.pl/zaloz-firme/poradnik/formy-dzialalnosci-firmy.html, dostępna 30.07.2014r.

Majątek spółki stanowią wkłady w formie pieniężnej lub rzeczowej (np. samochód). Dopóki spółka istnieje, jej majątek nie może być dzielony między wspólników. Może to mieć miejsce jedynie wówczas, gdy jeden ze wspólników występuje ze spółki lub w momencie rozwiązania jej przez sąd na żądanie jednego ze wspólników. W takiej sytuacji w pierwszej kolejności należy spłacić długi spółki, a dopiero później zwrócić wkłady wspólnikom w takim stopniu, w jakim uczestniczyli w jej zyskach i stratach. O ile wspólnika można wyłączyć z uczestnictwa w stratach, o tyle nie można pozbawiać go udziału w zyskach. Podział zysków w spółce powinien nastąpić w momencie rozwiązania spółki, chyba że spółka została zawarta na czas nieokreślony - wówczas podział i wypłata zysków może mieć miejsce, ale nie musi, z końcem roku obrachunkowego, co również powinno być zawarte w umowie spółki. Umowa powinna regulować zasady podziału strat.

Wspólnicy spółki cywilnej są opodatkowani według Ustawy z dnia 26 lipca o podatku dochodowym od osób fizycznych (Dz. U. z 1993r. Nr90, poz.416 z późniejszymi zmianami) lub rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 23 grudnia 1993r. w sprawie zryczałtowanego podatku dochodowego od przychodów od osób fizycznych (Dz. U. Nr 132, poz.635 z późniejszymi zmianami). Wspólnik, każdy z osobna, opodatkowuje się w stosunku do jego udziałów w spółce zgodnie z jej umową. Jeżeli w umowie brak zapisu co do wielkości udziałów przyjmuje się, że udziały wspólników w dochodach są równe. Wypowiedzenie umowy spółki cywilnej z ważnych powodów może nastąpić bez zachowania jakichkolwiek terminów, dlatego wspólnicy w umowie powinni określić, jakie powody uznają za ważne. Jeżeli w spółce pozostanie jeden wspólnik - ulega ona automatycznemu rozwiązaniu.

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością[16]

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością jest najczęściej występującą formą spółki kapitałowej[17]. Daje ona możliwość działania na dużą skalę, dzięki temu, że cel jej aktywności nie musi być tylko i wyłącznie gospodarczy – dopuszczalne jest działanie w każdym celu prawnie dopuszczalnym. Tworzona jest przez wspólników, którzy za zobowiązania przedsiębiorstwa odpowiadają w ograniczonym zakresie, a odpowiada za nie sama spółka swoim majątkiem utworzonym z wkładów wspólników. Jednakże, za zobowiązania spółki mogą odpowiadać członkowie jej zarządu subsydiarnie, tj. w przypadku bezskuteczności egzekucji z majątku spółki jeśli nie zgłosili w porę wniosku o upadłość spółki. Jeżeli ustawa lub umowa spółki nie stanowi inaczej, wspólnicy mają równe prawa i obowiązki. Jeśli natomiast umowa spółki przewiduje udziały o szczególnych uprawnieniach, powinny być one określone w umowie i nazywane są mianem udziałów uprzywilejowanych. Uprzywilejowanie może dotyczyć w szczególności prawa głosu, prawa do dywidendy bądź sposobu uczestniczenia w podziale majątku w przypadku likwidacji spółki. Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością reprezentuje zarząd, ewentualnie pełnomocnik powołany jednomyślną uchwałą wspólników bądź jedyny wspólnik w spółce jednoosobowej. Umowa spółki z o. o. musi być sporządzona w formie aktu notarialnego. Z chwilą jego podpisania powstaje spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w organizacji, a po wpisie do KRS uzyskuje osobowość prawną. Wspólnicy muszą wnieść wkłady na pokrycie całego kapitału zakładowego przed rejestracją spółki – w pieniądzu lub w aporcie, a minimalny wkład wynosi 5000zł. Zgodnie z prawem, sąd rejestrowy może orzec o rozwiązaniu wpisanej do rejestru spółki kapitałowej w przypadku, gdy nie zawarto

16 - Kodeks spółek handlowych, op.cit., art.151-300.
17 - http://prawo.gazetaprawna.pl/porady/498410,jak_zalozyc_spolke_z_ograniczona_odpowiedzialnoscia.html, dostępna 30.07.2014r.

umowy spółki, określony w umowie albo statucie przedmiot działalności spółki jest sprzeczny z prawem, umowa albo statut spółki nie zawiera postanowień dotyczących firmy, przedmiotu działalności spółki, kapitału zakładowego lub wkładów i/ lub gdy wszystkie osoby zawierające umowę spółki albo podpisujące statut nie miały zdolności do czynności prawnych w chwili ich dokonywania.



Dla przedsiębiorców planujących przedsięwzięcia gospodarcze w większym rozmiarze lub ryzykowne, wybór spółki z o.o. zazwyczaj jest dużo korzystniejszy od spółki osobowej. Dzięki konstrukcji spółki z o.o., można nie mieć większych obaw, że odpowie się za długi firmy osobistym majątkiem, wspólnicy ryzykują tylko, że ich udział może stać się bezwartościowy. Niedogodność mogą stanowić wymogi formalne stawiane przedsiębiorcom chcącym założyć spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością. Wniosek o zarejestrowanie spółki należy złożyć na urzędowym formularzu KRS-W3, do którego należy dołączyć jeszcze szereg załączników. Jednakże, od 1 stycznia 2012 roku te papierowe formalności można zastąpić poprzez wypełnienie elektronicznego wniosku.

Podstawową jednak wadą spółki kapitałowej jako formy prowadzenia działalności gospodarczej jest jej sytuacja prawno-podatkowa. Spółka ta jest podatnikiem podatku dochodowego od osób prawnych. Zyski z inwestycji realizowanych przez spółkę podlegają opodatkowaniu podwójnie. Raz ma to miejsce w spółce, która w momencie wyjścia z danej inwestycji jest zobowiązana do zapłaty 19% podatku dochodowego od osób prawnych. Zyski te opodatkowane są po raz drugi u inwestora będącego udziałowcem spółki. [18]

Z tej perspektywy stosowane są również „konstrukcje mieszane". Tworzona jest spółka osobowa (najczęściej spółka komandytowa), w której wspólnikiem odpowiadającym za zobowiązania spółki jest tworzona specjalnie w tym celu spółka z o.o., natomiast osoby fizyczne – członkowie rodziny obierają status wspólników, których odpowiedzialność za długi spółki jest wyłączona. Spółka z o.o. jest tutaj tylko dodatkiem, natomiast zarówno proces zarządzania, jak i przepływ zysków odbywa się przez członków rodziny.[19]

Spółka jawna[20]

Spółka jawna to spółka osobowa prowadząca działalność pod własną firmą i niebędąca jednocześnie inną spółką handlową. Firma spółki jawnej powinna zawierać nazwiska lub firmy (nazwy) wszystkich wspólników albo nazwisko albo firmę (nazwę) jednego albo kilku wspólników oraz dodatkowe oznaczenie „spółka jawna". Spółka jawna posiada własny majątek, a odpowiedzialność za zobowiązania ponoszą wszyscy wspólnicy. Spółka

18 - Raport „Bariery w rozwoju rynku aniołów biznesu w Polsce", Ministerstwo Gospodarki, http://www.mg.gov.pl/files/upload/8669/Bariery_w_rozwoju_rynku_aniolow_biznesu_w_Polsce_WEB.pdf, dostępna 30.07.2014 r.
19 - Katarzyna Stabińska, Wybór formy prawnej ma znaczenie, czyli firmy rodzinne, http://www.szgp.pl/2013/08/wybor-formy-prawnej-ma-znaczenie-czyli-firmy-rodzinne-czesc-pierwsza/ - dostępna 30.07.2014 r.
20 - Kodeks spółek handlowych, op.cit., art 22-85.

osobowa (w tym spółka jawna) nie ma osobowości prawnej. Może jednakże we własnym imieniu nabywać prawa, zaciągać zobowiązania, pozywać i być pozywana. Powstanie spółki jawnej może odbyć się na trzy sposoby – poprzez zawarcie umowy między wspólnikami, fakultatywne przekształcenie spółki cywilnej w jawną albo poprzez przekształcenie spółki handlowej w jawną. W myśl obowiązującej ustawy o spółkach handlowych, jeżeli spółka osobowa nie jest zobowiązana do prowadzenia ksiąg rachunkowych na podstawie ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, przepisy kodeksu, które przewidują konieczność sporządzania sprawozdania finansowego, wykonuje się w oparciu o podsumowanie zapisów w podatkowej księdze przychodów i rozchodów oraz innych ewidencji prowadzonych przez spółkę dla celów podatkowych, spis z natury, a także inne dokumenty pozwalające na sporządzanie tego sprawozdania. Jeżeli chodzi o rozwiązanie spółki jawnej, powodują to przyczyny przewidziane w umowie spółki, jednomyślna uchwała wszystkich wspólników, ogłoszenie upadłości spółki, śmierć wspólnika lub ogłoszenie jego upadłości, wypowiedzenie umowy spółki przez wspólnika lub wierzyciela wspólnika i/lub prawomocne orzeczenie sądu. Spółka jawna jest odpowiednią formą dla inwestorów planujących przedsięwzięcia na mniejszą skalę, bez kapitału zakładowego oraz przy dużej dozie zaufania do wspólników. Zdecydowanymi korzyściami płynącymi z założenia właśnie spółki jawnej jest stosunkowo uproszczona księgowość oraz brak podwójnego opodatkowania, jak to ma miejsce w przypadku spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. Zdecydowaną niedogodnością zaś jest subsydiarna i solidarna odpowiedzialność wspólników razem ze spółką i bez ograniczeń za jej zobowiązania, a, co za tym idzie, możliwość egzekucji zobowiązań spółki z majątków wspólników w razie, gdy zobowiązań nie można zaspokoić z majątku spółki.

Spółka partnerska [21]



Spółka partnerska to spółka osobowa utworzona przez wspólników wykonujących wolny zawód i prowadząca działalność pod własną firmą. W myśl ustawy, przedstawiciele wolnych zawodów to Partnerami w spółce mogą być osoby uprawnione do wykonywania następujących zawodów: adwokata, aptekarza, architekta, inżyniera budownictwa, biegłego rewidenta, brokera ubezpieczeniowego, doradcy podatkowego, maklera papierów wartościowych, doradcy inwestycyjnego, księgowego, lekarza, lekarza dentysty, lekarza weterynarii, notariusza, pielęgniarki, położnej, radcy prawnego, rzecznika patentowego, rzeczoznawcy majątkowego i tłumacza przysięgłego. Niedopuszczalne jest tworzenie spółki partnerskiej w innym celu niż wykonywanie wolnego zawodu. Firma spółki partnerskiej powinna zawierać nazwisko co najmniej jednego partnera, dodatkowe oznaczenie „i partner" bądź „i partnerzy" albo

21 - Kodeks spółek handlowych, op.cit., art.86-101.

„spółka partnerska" oraz określenie wolnego zawodu wykonywanego w spółce. Wszyscy partnerzy odpowiadają za zobowiązania spółki związane z jej funkcjonowaniem, jednak nie ponoszą odpowiedzialności za zobowiązania spółki powstałe w związku z wykonywaniem przez pozostałych partnerów wolnego zawodu w spółce. Istnieje możliwość ograniczenia odpowiedzialności każdego wspólnika jedynie do jego własnych działań. Rozwiązanie spółki powodują przyczyny przewidziane w umowie spółki, jednomyślna uchwała wszystkich partnerów, ogłoszenie upadłości spółki, utrata przez wszystkich partnerów prawa do wykonywania wolnego zawodu i/lub prawomocne orzeczenie sądu. Spółka partnerska jest odpowiednią formą dla reprezentantów wolnych zawodów chcących pracować w firmie podlegającej ochronie prawnej bez uprzedniego wnoszenia kapitału zakładowego. Oczywistym ograniczeniem jest co do zakresu działalności - spółka partnerska może działać wyłącznie w zakresie wykonywania zawodu partnerów.

Spółka komandytowa[22]

Spółka komandytowa jest spółką osobową mająca na celu prowadzenie przedsiębiorstwa pod własną firmą, w której wobec wierzycieli za zobowiązania spółki co najmniej jeden wspólnik odpowiada bez ograniczenia (komplementariusz), a odpowiedzialność co najmniej jednego wspólnika (komandytariusza) jest ograniczona.

Istotą spółki komandytowej jest powiązanie interesów wspólnika aktywnego (komplementariusza), który prowadzi interesy spółki z interesami wspólnika pasywnego (komandytariusza), który wspiera przedsiębiorcę swoim kapitałem. Komandytariusz nie jest upoważniony do zarządzania spółką, chodź może być jej pełnomocnikiem, może też skorzystać z pewnych uprawnień nadzorczych w stosunku do komplementariusza, a w niektórych przypadkach komplementariusz będzie musiał zabiegać o jego zgodę na podjęcie ważniejszych dla firmy decyzji, tj. w sprawach przekraczających zakres zwykłego zarządu sprawami spółki.

W spółce komandytowej komplementariusz odpowiada za zobowiązania spółki komandytowej bez ograniczenia całym swoim majątkiem solidarnie z pozostałymi wspólnikami oraz ze spółką, przy czym wierzyciel spółki może prowadzić egzekucję z majątku komplementariusza w przypadku, gdy egzekucja z majątku spółki okaże się bezskuteczna. Ten rodzaj odpowiedzialności ustawodawca nazwał subsydiarną odpowiedzialnością wspólnika. Komandytariusz co do zasady odpowiada jedynie do wysokości tzw. sumy komandytowej. Suma komandytowa jest to ujawniona w umowie spółki oraz w rejestrze przedsiębiorców, wyrażona w walucie polskiej kwota pieniężna, określająca górną granicę osobistej odpowiedzialności komandytariusza za zobowiązania spółki. W przypadku wielości komandytariuszy, wysokość sumy komandytowej ustalana jest dla każdego z nich oddzielnie. Suma komandytowa ma zatem charakter sumy gwarancyjnej, pełniącej funkcję szczególnego zabezpieczenia wypłacalności spółki. Komandytariusz przez wskazanie sumy komandytowej, odpowiada za długi spółki do wysokości tej sumy.

Ze względów podatkowych spółka komandytowa może być atrakcyjną formą prowadzenia działalności gospodarczej. Zwłaszcza gdy w roli jednego ze wspólników – komplementariusza – występuje spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. W przypadku, gdy komplementariuszem

22 - Kodeks spółek handlowych, op.cit., art.102-124.

w spółce komandytowej będzie np. spółka z ograniczoną odpowiedzialnością - zachowuje się ograniczoną odpowiedzialność i korzystne opodatkowanie. Jest to forma, która łączy zalety spółki kapitałowej (wyłączenie osobistej odpowiedzialności wspólników) i osobowej (jednokrotne opodatkowanie wspólników – osób fizycznych 19-proc. podatkiem). Spółka komandytowa nie jest osobnym podatnikiem podatku dochodowego, z zysków i strat rozliczają się poszczególni wspólnicy. Nie występuje więc podwójne opodatkowanie zysków jak w wypadku spółki z o.o.[23]

Ciekawostką prawną jest możliwość zawiązania spółki komandytowej, w której komplementariuszem zostanie jednoosobowa spółka z o.o. natomiast komandytariuszem będzie jedyny wspólnik tej spółki (czyli de facto jedna i ta sama osoba).Nie dochodzi tu bowiem do jednoczesnego pełnienia przez tą samą osobę funkcji komplementariusza i komandytariusza. Spółka z o.o. - nawet jednoosobowa - jest bowiem samodzielnym podmiotem, którego nie należy utożsamiać z jej wspólnikiem, czy wspólnikami. Nie ma zatem żadnych przeszkód prawnych, aby wspólnik jednoosobowej spółki z o.o., będącej komplementariuszem w spółce komandytowej, pełnił funkcję komandytariusza. [24]

Z przedstawionych w skrócie form prawnych działalności gospodarczej nie wynika jednoznacznie, która jest najlepsza. Nie wynika, bo nie może. Nie ma podziału na lepsze i gorsze spółki. Wybór formy prawnej dla każdej działalności gospodarczej wymaga indywidualnego podejścia; zawsze należy sobie odpowiedzieć na pytanie: w jakim celu chcemy założyć np. spółkę, czy znajdą się wspólnicy i jeśli tak, to ilu, wreszcie czy przedsięwzięcie dotyczy prowadzenia rozległej działalności gospodarczej, a tym samym rodzi duże ryzyko i konieczność zaangażowania dużego kapitału, czy też zamierzamy prowadzić niewielki zakład, angażując mały kapitał, a odpowiedzialność majątkową ograniczyć do minimum. Ważnym czynnikiem jest również czas, w jakim możemy prawnie usankcjonować naszą działalność gospodarczą. Następnie możliwość ponoszenia kosztów związanych z działalnością przedsiębiorstwa. W spółkach kapitałowych obligatoryjnie musimy prowadzić tzw. rozwiniętą księgowość, którą aby prowadzić, należy zatrudnić fachowców - sami sobie nie poradzimy. W spółkach kapitałowych wspólnicy muszą być zatrudnieni na umowę o pracę, co rodzi w konsekwencji fakt zaliczania ich do wynagrodzenia w koszty, natomiast w spółkach osobowych wspólnicy nie otrzymują wynagrodzenia za pracę, jedynie zwrot poniesionych wydatków. Istotną kwestią jest również ponoszenie pokaźnych kosztów w postaci opłat notarialnych i skarbowych, głównie przy spółkach osobowo - kapitałowych. Można wskazać jeszcze na wiele czynników, które mogą mieć wpływ na wybór formy prawnej działalności gospodarczej. Każdej zmianie formy prawnej towarzyszy niedogodność polegająca na tym, że najpierw należy zamknąć prowadzoną do tej pory działalność gospodarczą, np. na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej, rozliczyć się z Urzędem Skarbowym, a następnie rozpocząć działalność gospodarczą już w innej formie prawnej. Przed podjęciem decyzji dotyczącej wyboru formy prawnej należy uwzględnić otoczenie, w którym będziemy działali, swoje możliwości i okoliczności, które będą nam sprzyjać, bądź nie. Decyzja o wyborze formy prawnej powinna być również wsparta rachunkiem symulacyjnym, który pomoże nam w doborze tej, a nie innej formy prawnej. Wybór formy prowadzonej działalności warto zawsze skonsultować ze specjalistą ds. podatków oraz prawnikiem.

23 - http://www.finanse.wortale.net/40-Rodzaje-spolek-i-ich-krotka-klasyfikacja.html, dostępna 30.07.2014r.
24 - http://komandytowa.pl/Czy-mozliwe-jest-zawiazanie-spolki-komandytowej-
--- w-ktorej-komplementariuszem-zostanie-jednoosobowa-sp.html, dostępna 30.07.2014r.

Opracowanie: Mariusz Kubat
Doradca zawodowy
CIiPKZ w Łodzi

Bibliografia:

1. Konieczny M. i in., *Kompendium przedsiębiorczości*, Wydział Wydawnictw i Poligrafii Centrum Obsługi Kancelarii Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2008.
2. Ustawa Kodeks cywilny - ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r., tekst jednolity: Dz. U. z 2014 r. poz. 121.
3. Ustawa Kodeks spółek handlowych – ustawa z dnia 15 września 2000 r. (Dz. U. z dnia 8 listopada 2000 r. z późn. zm.).
4. Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. 2004 Nr 173 poz. 1807 z późn. zm.)

Netografia - dostępna 30.07.2014 r.:

1. http://www.finanse.wortale.net/40-Rodzaje-spolek-i-ich-krotka-klasyfikacja.html
2. Raport „Bariery w rozwoju rynku aniołów biznesu w Polsce", Ministerstwo Gospodarki, http://www.mg.gov.pl/files/upload/8669/Bariery_w_rozwoju_rynku_aniolow_biznesu_w_Polsce_WEB.pdf
3. Katarzyna Stabińska, Wybór formy prawnej ma znaczenie, czyli FIRMY RODZINNE, http://www.szgp.pl/2013/08/wybor-formy-prawnej-ma-znaczenie-czyli-firmy-rodzinne-czesc-pierwsza/
4. http://www.przedsiebiorczosc.uw.edu.pl/przedsiebiorczosc, http://www.mikrofirmy.pl/zaloz-firme/poradnik/formy-dzialalnosci-firmy.html
5. http://prawo.gazetaprawna.pl/porady/498410,jak_zalozyc_spolke_z_ograniczona_odpowiedzialnoscia.html
6. http://komandytowa.pl/Czy-mozliwe-jest-zawiazanie-spolki-komandytowej-w-ktorej-komplementariuszem-zostanie-jednoosobowa-sp.html

Komercyjne czyli zwrotne finansowanie działalności gospodarczej

Prowadzenie działalności gospodarczej wiąże się z koniecznością inwestowania funduszy zarówno na starcie jak i w sytuacji gdy firma rozwija się. Kapitał, który służy finansowaniu działalności gospodarczej, można podzielić według kryterium jego pochodzenia na własny, rodzinny i obcy.

Gdy własne zasoby nie wystarczą na pokrycie wszystkich kosztów związanych z uruchomieniem i prowadzeniem firmy można sprawdzić oferty pochodzące z takich źródeł, jak:

- Fundusze pożyczkowe
- Fundusz Mikro
- Fundusze poręczeniowe
- Fundusze Venture Capital
- Anioły biznesu

Fundusze pożyczkowe



Fundusze pożyczkowe stanowią alternatywę dla przedsiębiorców w zakresie pozyskiwania finansowania zewnętrznego. Udzielają pożyczek, które przeznaczone są przede wszystkim dla mikro, małych i średnich przedsiębiorców oraz osób rozpoczynających działalność gospodarczą, mających trudności w zdobyciu finansowania komercyjnego (np. kredytu bankowego) z powodu braku wymaganych zabezpieczeń czy historii kredytowej. Wyjątek stanowi sektor rolniczy (produkcja zwierzęca i roślinna), zbrojeniowy oraz tytoniowy i monopolowy. Działalność w tych sektorach nie jest objęta możliwością skorzystania z tego typu dotacji. Fundusze pożyczkowe udzielają pożyczek przeznaczonych na cele związane z podjęciem, prowadzeniem i rozwojem działalności gospodarczej, między innymi na:

- finansowanie inwestycji,
- wdrażanie nowych rozwiązań technicznych lub technologicznych,
- zakup maszyn i urządzeń,
- rozbudowę, adaptację lub modernizację obiektów produkcyjnych, handlowych, usługowych,
- zakup materiałów i surowców niezbędnych do realizacji założonego przedsięwzięcia gospodarczego.

Udzielane pożyczki skierowane są do mikro, małych i średnich przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, znajdującym się we wczesnej fazie rozwoju lub w fazie ekspansji, przy czym:

- udzielane pożyczki są oprocentowane nie niżej, niż według stopy referencyjnej, określonej przez Komisję Europejską, opublikowanej w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej, obowiązującej w dniu zawarcia umowy o udzieleniu pożyczki,
- pożyczki są udzielane po przeprowadzeniu analizy ryzyka ich niespłacenia i po ustanowieniu należytego zabezpieczenia spłaty,
- maksymalna wysokość pożyczki sięga nawet 500 000 złotych;
- pożyczki nie są udzielane przedsiębiorcom będącym w trudnej sytuacji, w rozumieniu przepisów Wytycznych Wspólnoty dotyczących pomocy państwa w celu ratowania i restrukturyzacji zagrożonych przedsiębiorstw.

W województwie łódzkim warto zapoznać się z ofertą następujących instytucji:

Agencja Rozwoju Regionu Kutnowskiego S.A. – www.arrk.kutno.net.pl
Fundacja Centrum Wspierania Przedsiębiorczości – www.fcwp.pl
Fundacja Inkubator – www.inkubator.org.pl
Fundacja Rozwoju Gminy Zelów – www.frgz.pl
Łódzka Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. – www.larr.lodz.pl
Piotrkowskie Stowarzyszenie Wspierania Przedsiębiorczości – www.piotrswp.republika.pl

Pożyczka z funduszu Mikro

O pomoc finansową dla swojej firmy możesz się zwrócić także do funduszu Mikro. Aby dostać pieniądze na własny biznes, nie musisz opracować formalnego biznesplanu, choć rzecz jasna powinieneś przygotować sobie rzeczowe argumenty, które przekonają przedstawiciela funduszu, że pieniądze są ci niezbędne, a ponadto zostaną właściwie wykorzystane. Musisz natomiast mieć już zarejestrowaną firmę.

Jeżeli zwracasz się do funduszu pierwszy raz, raczej nie możesz liczyć na kwotę wyższą niż 20 tys. zł. Jest to tak zwana pożyczka „na start". Ale jeżeli spłacisz tę pożyczkę, nic nie stoi na przeszkodzie, abyś uzyskał kolejną. Jako zabezpieczenie wskazane są następujące możliwości: weksel własny in blanco, poręczenie współmałżonka/osoby trzeciej plus co najmniej jedno z następujących: przewłaszczenie na zabezpieczenie, hipoteka, cesja pakietu ubezpieczenia na życie pożyczkobiorcy, inne zaproponowane przez Klienta.

Za możliwość korzystania z pożyczki ponosisz pewną opłatę, którą spłacasz w ratach, w określonym w umowie czasie, razem z ratami kapitałowymi (można samemu określić jej wysokość). Okres spłaty różni się w zależności od kwoty i jej przeznaczenia. Może się wahać od 12 nawet do 60 miesięcy.

Ważne! Ubiegając się o pożyczkę, nie wnosisz żadnej wstępnej opłaty.
Informacje o funduszu Mikro i jego ofercie znajdują na stronie internetowej **www.funduszmikro.pl** oraz **www.inicjatywamikro.pl**.

Fundusze poręczeniowe

Fundusze poręczeń kredytowych, są instytucjami o charakterze non profit. Głównym zadaniem funduszy poręczeń kredytowych jest ułatwienie przedsiębiorcom oraz osobom rozpoczynającym działalność gospodarczą dostępu do zewnętrznego finansowania w postaci kredytów bankowych oraz pożyczek na prowadzenie działalności gospodarczej.
Fundusze poręczają zobowiązania finansowe przedsiębiorcom, którzy posiadają zdolność kredytową, nie posiadają natomiast wymaganych przez instytucję finansującą zabezpieczeń. Poręczenie udzielane przedsiębiorcy stanowi 80% kwoty kredytu/pożyczki. W niektórych przypadkach maksymalna wartość poręczenia jest ograniczona kwotowo. W zależności od funduszu, poręczeniem mogą być objęte kredyty lub pożyczki przeznaczone między innymi na:

- rozpoczęcie lub rozszerzenie działalności,
- finansowanie inwestycji,
- finansowanie działalności gospodarczej,
- wdrażanie nowych rozwiązań technicznych lub technologicznych,
- tworzenie nowych miejsc pracy, itp.

Poręczenia spłaty kredytów lub pożyczek przeznaczone są dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw posiadających siedzibę na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, przy czym:

- udzielane poręczenia dotyczą kredytów lub pożyczek oprocentowanych nie niżej, niż według stopy referencyjnej, określonej przez Komisję Europejską, opublikowanej w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej,
- poręczania są udzielane po przeprowadzeniu analizy ryzyka niespłacenia zaciąganego przez przedsiębiorcę zobowiązania,
- poręczenia są udzielane za wynagrodzeniem uwzględniającym ryzyko niespłacenia zaciąganego przez przedsiębiorcę zobowiązania, koszty administracyjne oraz zwrot na kapitale,
- poręczenia nie są udzielane przedsiębiorcom będącym w trudnej sytuacji, w rozumieniu przepisów Wytycznych Wspólnoty dotyczących pomocy państwa w celu ratowania i restrukturyzacji zagrożonych przedsiębiorstw.

W województwie łódzkim warto odwiedzić w tej sprawie takie instytucje jak:

Agencja Rozwoju Regionu Kutnowskiego S.A.
99-300 Kutno ul. Wyszyńskiego 11
tel. 24 254-29-51 fax. 24 253-75-94 e-mail: arrk@plocman.pl

Fundusz Poręczeń Kredytowych dla MSP
90-002 Łódź ul. Tuwima 22/26
tel. 42 664-30-43 fax. 42 633-07-63 e-mail: larr@mazurek.man.lodz.pl

Fundacja Rozwoju Gminy Zelów
97-425 Zelów ul. Mickiewicza 4
tel. 44 634-10-14/06 fax. 44 634-12-30 e-mail: frgz@frgz.pl

Łódzka Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.
90-002 Łódź, ul. Tuwima 22/26
tel. 42 664-37-52 fax 42 664-37-50 e-mail: kontakt@larr.lodz.pl

Fundacja Inkubator
90-349 Łódź, ul. Tymienieckiego 22/24
tel. 42 633-16-55 fax. 42 633-87-13 www.inkubator.org.pl

Fundacja Centrum Wspierania Przedsiębiorczości w Poddębicach
99-200 Poddębice ul. Łódzka 27
tel. 43 678-31-58 fax. 43 678-31-58 e-mail: mz@fcwp.pl

Pełna lista instytucji zrzeszonych w KSU na stronie **www.parp.gov.pl**.

Fundusze Venture Capital

Venture Capital jest najczęściej określany jako kapitał ryzyka, kapitał podwyższonego ryzyka, kapitał inwestowany w ryzykowne transakcje, a nawet kapitał spekulacyjny. Służy głównie finansowaniu małych i średnich przedsiębiorstw w początkowych fazach ich rozwoju.



Kapitał własny wnoszony na ograniczony okres przez inwestorów zewnętrznych do małych i średnich przedsiębiorstw dysponujących innowacyjnym produktem, metodą produkcji bądź usługą, które nie zostały jeszcze zweryfikowane przez rynek, a więc stwarzają wysokie ryzyko niepowodzenia inwestycji, ale jednocześnie w przypadku sukcesu przedsięwzięcia, wspomaganego z zarządzaniu przez inwestorów, zapewniają znaczący przyrost wartości zainwestowanego kapitału, który jest realizowany przez sprzedaż udziałów.

Według Polskiego Stowarzyszenia Inwestorów Kapitałowych (PSIK) Venture Capital to kapitał finansujący przedsiębiorstwa we wczesnych fazach funkcjonowania (zasiew, start) lub fazie ekspansji, który służy uruchomieniu spółki lub jej ekspansji.

Pomoc menedżerska

Kolejną cechą integralną jest pomoc menadżerska, jaką otrzymuje przedsiębiorstwo od inwestora. Fundusz Venture Capital aktywnie uczestniczy w działalności przedsiębiorstwa, dzięki temu ma wpływ na realizację swojego dochodu. Oprócz dostarczonego kapitału, przedsiębiorca zyskuje know-how w zakresie zarządzania. Rola Venture Capital może ograniczać się do doradztwa strategicznego, ale również przybrać formę pełnego przejęcia kierowania przedsiębiorstwem. Dla samego przedsiębiorcy oznacza to z jednej strony utratę kontroli nad przedsiębiorstwem, ale z drugiej strony zyskuje on wykwalifikowaną kadrę.

Długi okres współpracy

Venture Capital to kapitał długoterminowy. Inwestor pozostaje w spółce zwykle od 3 do 7 lat. Wynika to z czasu, jaki potrzebny jest na rozwój przedsiębiorstwa. Dla inwestorów jest to rodzaj nieelastycznej lokaty. Venture Capital rezygnuje z bieżących zysków. Wszytko po to, aby stworzyć możliwość osiągnięcia szybkiego wzrostu wartości firmy.

Wymagania Venture Capital różnią się w zależności od stadia rozwoju przedsiębiorstwa. W praktyce najbardziej ryzykowne są te na wczesnych etapach rozwoju. Po kilku latach współpracy następuje dezinwestycja, czyli wyjście inwestora z przedsiębiorstwa. Fundusz Venture Capital już w momencie wejścia do spółki zakłada z niej wyjście. Celem nie jest bycie jej właścicielem, ale realizacja zysku w momencie sprzedaży udziałów. Taki proces najczęściej następuje poprzez wyprowadzenie spółki na giełdę bądź przez odsprzedanie udziałów właścicielom lub innym podmiotom (np. inwestorowi branżowemu).

Fundusze Venture Capital to m.in. (aktualne na dzień 07.10.2014):

ARGUS Capital International Limited – www.arguscapitalgroup.com/
bmp Polska Sp. z o.o. – www.bmp.com
CARESBAC-Polska – www.seaf.com
DBG Eastern Europe (Polska) – www.dbgee.com
Fundusz Górnośląski – www.fundusz-silesia.pl
Innova Capital – www.innovacap.com
Krakowskie Centrum Inwestycyjne SA – www.kci.pl
MCI Management SA – www.mci.pl
CRG Capital – www.crgcap.com

Anioły biznesu

Anioł Biznesu (ang. Business Angel) to inwestor prywatny, który własne nadwyżki finansowe lokuje w nowe, dobrze rokujące firmy, które dzięki zastrzykowi kapitałowemu mogą szybko (w ciągu 2-4 lat) rozwinąć skrzydła, dając inwestorowi wysoki wzrost wartości jego udziałów.



Anioły Biznesu to przeważnie:

- zamożne osoby prywatne, wspierające przedsiębiorców finansowo i merytorycznie, ze skłonnością do inwestowania w tych obszarach, w które inni obawiają się wkraczać,
- oczekujące w zamian za swoje pieniądze udziałów w przedsięwzięciu, oraz możliwości wpływania na strategiczne decyzje firmy, w którą inwestują.

Tabela przedstawiająca porównanie dwóch form inwestowania w przedsiębiorstwo:

	Venture Capital	**Anioły biznesu**
Forma działalności	Inwestor instytucjonalny, działający w formie swoistego przedsiębiorstwa, zarządzający nie swoimi pieniędzmi.	Inwestor prywatny, który inwestuje własne pieniądze (oszczędności). Zazwyczaj anonimowy.
Twoja prezentacja przedsięwzięcia	Fundusze Venture otrzymują wiele biznes planów od przedsiębiorców. Zadaniem przedsiębiorcy jest tak ukazać swoje przedsięwzięcie, aby zachęcić inwestora Venture do swojego projektu. Należy pokazać ile, jak szybko można zarobić oraz kiedy będzie można wyjść z inwestycji.	Spotkania z nimi nie mają charakteru aż tak sformalizowanego. Podobnie następuje prezentacja pomysłu, negocjacje warunków współpracy, jednak nie obowiązuje tak ścisła procedura jak w przypadku Venture Capital.
Konsekwencje inwestycji	Koncentracja stricte na ocenie przedsięwzięć. Trudnym elementem jest sztywne podejście do tego jak powinna być skonstruowana transakcja oraz dezinwestycja.	Prywatni inwestorzy wierzą w przedsiębiorcę i inwestują w niego jako osobę.
Ustalanie celów	Inwestorzy Venture zainteresowani są głównie wcześniejszymi sukcesami finansowymi przedsiębiorcy. Zarządzają cudzymi pieniędzmi, zatem zależy im na osiągnięciu jak najwyższej stopy zwrotu.	Aniołowie Biznesu często inwestują w przedsiębiorstwa nie koniecznie z powodów finansowych. Czasami wynika to z potrzeby wniesienia swojego wkładu w osiągnięcie sukcesu przez przedsiębiorstwo, potrzeby bycia mentorem, czy przeżycia ponownie swoich sukcesów z przeszłości.

Wielkość inwestycji	Fundusze Venture posiadają zdecydowanie większe możliwości finansowe. Ich portfel spółek jest zazwyczaj bogaty. Venture Capital nie należy ubiegać się o większy kapitał niż aktualnie potrzeba. Fundusze posiadają znaczne środki i jeśli przedsięwzięcie osiągnie sukces, na pewno drugi raz łatwiej będzie zdobyć kapitał i po niższej cenie	W przypadku Aniołów Biznesu inwestycje są znacznie mniejsze. Ponad to Business Angels inwestują nie tylko w Twoje przedsiębiorstwo, dlatego są mniej skłonni, aby dokapitalizowywać firmę w większym zakresie niż przewidywał początkowy projekt. Z kolei w przypadku Aniołów lepiej podać swoje maksymalne potrzeby finansowe

Opracowanie: Bartłomiej Babczyński
Doradca zawodowy
CIiPKZ w Łodzi

Netografia (wszystkie źródła dostępne na dzień 1.09.2014 r.):

1. www.arrk.kutno.net.pl
2. www.fcwp.pl
3. www.frgz.pl
4. www.funduszmikro.pl
5. www.inicjatywamikro.pl
6. www.inkubator.org.pl/fi/index.php
7. www.larr.lodz.pl
8. www.parp.gov.pl
9. www.polban.pl
10. www.wikipedia.pl

Prowadzenie firmy w domu

Firma w domu to bardzo powszechne zjawisko w ostatnich czasach. Jest to niewątpliwie związane z zaletami takiej właśnie siedziby firmy, wśród których można wymienić np.

- niskie koszty - zarówno początkowe, jaki stałe
- możliwość częstszego przebywania z bliskimi i rodziną
- brak uzależnienia od współpracowników
- brak pośpiechu



Osoba, która zdecydowała się na prowadzenie działalności we własnym mieszkaniu ma obowiązek zgłoszenia tego faktu w gminie, w celu ustalenia, czy spowoduje to przekształcenie mieszkania w lokal użytkowy. Takie rozwiązanie powoduje, iż możliwe staje się zaliczenie wydatków związanych z eksploatacją lokalu, w części przeznaczonej na prowadzenie działalności, do kosztów uzyskania przychodu. Osobną kwestię stanowi podatek od nieruchomości. Zdarzają się bowiem sytuacje, w których przedsiębiorcy zobowiązani są zapłacić wyższą stawkę od metra kwadratowego, właściwą dla powierzchni przeznaczonej na działalność gospodarczą. Stawka podatku zależy od decyzji gminy oraz od ustalonych przez nią, na podstawie uchwały, stawek. Wyznacznikiem są ogłaszane w drodze obwieszczenia Ministra Finansów wysokości maksymalnych stawek podatku od nieruchomości. W 2013 roku dla lokalu mieszkalnego podatek ten wynosi 0,73 zł od m^2 powierzchni użytkowej, natomiast dla budynku lub jego części, które są związane z prowadzoną działalnością gospodarczą oraz zajęte na prowadzenie działalności, podatek ten wynosi 22,82 zł od m^2 powierzchni użytkowej. Jak widać - różnica jest ogromna.

Zmiana sposobu użytkowania lokalu ma miejsce w sytuacji, gdy mieszkanie w całości lub w wydzielonej części służy wyłącznie prowadzeniu działalności gospodarczej. Jeżeli natomiast przedsiębiorca prowadzi firmę w pomieszczeniu, które wykorzystywane jest również do celów mieszkalnych, wówczas nie ma podstaw do zmiany stawki opodatkowania podatkiem od nieruchomości.

Dlatego samo zarejestrowanie firmy we własnym mieszkaniu nie jest podstawą do płacenia wyższego podatku - inaczej sytuacja wygląda w przypadku, gdy przedsiębiorca wydziela np. cały pokój i tworzy w nim biuro lub gabinet lekarski, a inaczej, gdy w części pomieszczenia wykorzystywanego również do celów mieszkalnych stawia biurko, komputer i regał z kilkoma segregatorami. Druga z opisanych sytuacji nie może stanowić podstawy do zwiększenia stawki podatku od nieruchomości.

Przy ocenie stanu faktycznego organ bierze pod uwagę warunki określone w art. 71 ustawy Prawo budowlane, zgodnie z którym przez zmianę sposobu użytkowania obiektu budowlanego lub jego części rozumie się w szczególności:

- przeróbkę pomieszczenia z przeznaczeniem na pobyt ludzi, albo przeznaczenie do użytku publicznego lokalu lub pomieszczenia, które uprzednio miało inne przeznaczenie bądź było budowane w innym celu, w tym także przeznaczenie pomieszczeń mieszkalnych na cele niemieszkalne,
- podjęcie albo zaniechanie w obiekcie budowlanym lub jego części działalności zmieniającej warunki bezpieczeństwa pożarowego, powodziowego lub pracy, warunki zdrowotne, higieniczno-sanitarne lub ochrony środowiska, bądź wielkość lub układ obciążeń.

Należy przy tym pamiętać o fakcie, iż z zapłaty ww. omawianego podatku nie zwalnia zawieszenie prowadzenia działalności gospodarczej. Jest to spowodowane opinią organów podatkowych, zgodnie z którą zawieszenie nie jest równoznaczne z zaprzestaniem, a dopiero taka sytuacja powoduje zmianę sposobu użytkowania lokalu.[25]Nie każdy jednak może prowadzić firmę w miejscu zamieszkania, gdyż, aby biznes prosperował trzeba sobie narzucić dyscyplinę. Trzeba nauczyć się odpowiedzialności i poświecenia. Autor „Własnej firmy" Eric Tyson w trakcie długoletniej praktyki prowadzenia firmy w domu oraz kontaktów z innymi firmami wskazuje na 8 najistotniejszych wskazówek dotyczących takiej formy działalności. Do takich zalicza[26]:

1. **Prowadzenie firmy w sposób profesjonalny** – czyli taki, który będzie przynosił zyski. Jeśli biznes traktuje się jako hobby, nie należy wahać się poprowadzić go we własnym domu. Zawsze znajdzie się zapał by zająć się sprawami przedsięwzięcia bez przymusu. Jeśli jednak tak nie jest należy postarać się oddzielić obowiązki domowe od firmowych. W tym celu można np. wyznaczyć sobie osobny pokój służący do pracy, czuć się i zachowywać tak jakby firma mieściła się w centralnym budynku miasta.

2. **Pozostawanie w zgodzie z prawem**. Bywa, że przedsiębiorcy pracujący w domu czują się bardziej bezkarni wobec prawa niż osoby lokujące swoją firmę w biurowcu. Praca w domu podlega takim samym normom prawnym jak praca w innym lokalu. Nie należy liczyć na to, że działania niezgodne z prawem pozostaną bezkarne. Korzystanie z nielegalnego oprogramowania komputerowego, oszustwa podatkowe to mało profesjonalne działania a prawdopodobieństwo, że może nadejść chwila, kiedy będzie trzeba za to wszystko zapłacić jest bardzo duże.

3. **Korzystne pierwsze wrażenie.** Pierwsze wrażenie jak nazwa wskazuje występuje tylko raz. Należy się zatem postarać by było pozytywne. Najważniejsze przecież by klienci (czyli ci, którzy korzystają z usług bądź kupują towary) postrzegali firmę jako profesjonalną. Nieodłącznym elementem jest profesjonalny wygląd a więc:
   - oddzielenie biura od reszty domu,
   - zminimalizowanie natężenia dźwięków dochodzących z otoczenia zewnętrznego,
   - podłączenie drugiej linii telefonicznej we własnym mieszkaniu, tak by jedna służyła do celów prywatnych a druga tylko do celów służbowych. Można oczywiście

25 - http://poradnik.wfirma.pl/-czy-siedziba-firmy-w-mieszkaniu-to-wyzszy-podatek-od-nieruchomosci. Dostępna w dniu 7.02.2014r.
26 - Tyson E., „Własna firma", Wyd. Read Me, Warszawa 1999.

założyć więcej linii, po to by jedne służyły do rozmów przychodzących, drugie do wychodzących, a kolejne do łącz faksowych czy internetowych. Najważniejsze by nie przydarzało się np. odebranie telefonu przez domownika, np. dziecko,
- zainstalowanie automatycznej sekretarki lub poczty głosowej,
- uruchomienie infolinii (800, 801) to dodatkowy chwyt reklamowy, przyciągający klientów,
- korzystanie z poczty elektronicznej (niezbędne jest wtedy podłączenie do internetu),
- zainwestowanie w wizytówki - ten rekwizyt jak żaden inny świadczy o firmie, i należy zadbać by jego wygląd był również profesjonalny.

4. **Zarządzanie czasem w sposób efektywny**. Jest to szczególnie trudna czynność, gdy firma mieści się w domu. Tysiące spraw takich jak np. wyjście z psem, robienie zakupów, odbieranie telefonów rozprasza uwagę i powoduje, że nie można się skupić na pracy zawodowej. By lepiej sprostać obowiązkom firmowym, można wykonać kilka zadań, które ułatwiają pracę:
   - sporządzanie listy czynności, do wykonania następnego dnia – pozwala to zaoszczędzić nerwy i lepiej zaplanować czas
   - prowadzenie terminarza spotkań, dzięki któremu można uniknąć ryzyka pominięcia jakiegoś ważnego spotkania
   - używanie poczty elektronicznej zamiast telefonu zwykle oszczędza czas i pieniądze (np. zbędne dyskusje ten sposób zostaną ograniczone)
   - planowanie czasu tak by zająć się sprawami kluczowymi dla firmy,
   - delegowanie zadań – proste prace można zlecać innym – tak by móc skupić się na najistotniejszych czynnościach i zadaniach.



5. **Motywowanie siebie.** Każdemu zdarzają się momenty zwątpienia i rezygnacji. Szczególnie ciężko jest, gdy firma nie przynosi akurat zysków. Co wtedy robić? Dobrą metodą jest motywowanie siebie poprzez wyznaczanie celów (analiza i określanie nowych celów). Dobrze jest co jakiś czas zadawać sobie pytania czego chcę teraz, jaki cel będzie mnie motywował? Należy wtedy koncentrować się na celu i działaniach, które do niego mają prowadzić, nie zaś na niepowodzeniach.

6. **Zaangażowanie domowników**. Dom to przede wszystkim miejsce do mieszkania, które dzieli się z innymi osobami. Bliskie osoby mają duży wpływ na to jak toczą się losy firmy prowadzonej w domu. Doradzają, uczestniczą w porażkach i sukcesach przedsięwzięcia. Warto zatem:
   - uzgodnić z domownikami, w jaki sposób będą wpływać na firmę. Cichy wspólnik może wnieść dużo w rozwój firmy, ale tylko tyle na ile wystarczają jego kompetencje,
   - informować ich na bieżąco o tym, co się dzieje w biznesie,
   - pamiętać, że jeśli nie jest łatwo porozumieć się na gruncie prywatnym, praca na płaszczyźnie służbowej może tylko pogorszyć sprawę,

- wziąć pod uwagę taki oto fakt: jeśli osoby w rodzinie nie posiadają cech, których się oczekuje angażowanie ich w sprawy firmowe mija się z celem, ponieważ najlepsza spółka to taka, w której wspólnicy się uzupełniają,
- konkurować ze swoją konkurencją, nie zaś z rodziną.

7. **Postarać się nie wyjść z obiegu**. Wielu osobom wydaje się, że prowadzenie firmy w domu jest dla ludzi, którzy mają naturę samotników. Trzeba jednak zdawać sobie sprawę z faktu, że sukces firmy zależy głównie od tego jak zainteresuje się ludzi czyli klientów swoim produktem bądź usługą. Sprawa więc wygląda następująco - niezależnie od tego gdzie znajduje się siedziba firmy trzeba dostarczać na rynek takie produkty czy też usługi, za które ludzie chętnie zapłacą, mając poczucie, ze w ten sposób przyczynia się do rozwiązania ich problemów. Chcąc nie chcąc wszyscy jesteśmy od kogoś zależni. Praca w domu niesie za sobą zagrożenie, że utraci się kontakt z ludźmi, że zabraknie rozeznania jakie są ich potrzeby.Aby nie wyjść z obiegu warto:
   - zaprenumerować pisma o tematyce biznesowej
   - zapoznać się z Internetem (stronami www o tematyce ekonomiczno-biznesowej)
   - wyznaczyć sobie cel edukacyjny (kursy doszkalające z twojej dziedziny, konferencje naukowe, spotkania z biznesmenami)

   Aby firma mogła być ciągle na etapie rozwoju konieczne jest bycie na bieżąco ze zmianami we współczesnym świecie biznesu.

8. **Analiza kosztów**. Istnieje przekonanie, że praca w domu niewiele kosztuje. Czy tak jest faktycznie? Aby odpowiedzieć sobie na to pytanie trzeba wziąć przede wszystkim pod uwagę fakt: jaki charakter będzie miała firma. Zastanowienia wymaga jakie są rzeczywiste potrzeby firmy i jej klientów. Być może nie są potrzebne luksusowe pomieszczenia mające na celu podkreślenie zamożności firmy. Gdy jest się grafikiem, programistą czy też copywriterem (osoba wymyślająca nowe hasła reklamowe) można wykonywać swoją prace w domu bez względu na porę dnia. Gdy zaś firma zajmuje się handlem, a biuro odwiedza duża masa klientów lepiej rozważyć wynajęcie pomieszczenia na magazyn i biuro.



Decydując się na pracę w domu przede wszystkim należy nauczyć się samodyscypliny: przeznaczyć określoną ilość czasu na zajmowanie się firmą tak by resztę można było przeznaczyć na zajmowanie się domem, dziećmi itp. Na pewno zaś można oszczędzić czas który przeznacza się na dojazd do miejsca pracy.

Prowadzenie firmy w domu ma też swoje dobre strony z punktu widzenia prawa podatkowego, ponieważ część kosztów utrzymania mieszkania (czynsz, rachunki za prąd, gaz, telefon) można zaliczyć do kosztów uzyskania przychodu.

Należy jednak pamiętać że prowadzenie firmy w mieszkaniu może wymagać zgody zarządcy nieruchomości (np. spółdzielni). Jak sama nazwa wskazuje przeznaczeniem lokalu mieszkalnego jest przede wszystkim funkcja mieszkalna a nie gospodarcza. Dlatego niezbędne jest uzyskanie zgody na prowadzenie działalności gospodarczej w domu. W przypadku, gdyby charakter działalności mógł być uciążliwy z jakiegoś powodu (np. hałas) dla innych lokatorów – ich zgoda także będzie wymagana.

Opracowanie: Mariusz Kubat
Doradca zawodowy
CIiPKZ w Łodzi

Bibliografia:

1. Młodzikowska D., *Jednoosobowa firma*, Wyd. BL Info Polska, Gdańsk 2012.
2. Tyson E., „Własna firma", Wyd. Read Me, Warszawa 1999

Biznesplan



Pojęcie „biznesplan” pochodzi z języka angielskiego (business plan) i ogólnie oznacza plan, projekt interesu, przedsięwzięcia. Biznesplan możemy rozumieć też jako „plan działania przedsiębiorstwa”. Może on również być długoterminowym „planem inwestycyjnym” lub „planem rozwoju firmy”.

Istota biznesplanu sprowadza się do wiedzy i sztuki robienia „dobrych” interesów oraz przekonania innych o swoich możliwościach. Biznesplan sporządzają zarówno firmy, które rozpoczynają działalność, jak i już istniejące, które planują nowe przedsięwzięcia. W obu przypadkach chodzi o to by z jednej strony lepiej przygotować się do dalszej działalności, z drugiej zaś – uzyskać pieniądze potrzebne na inwestycje. Inwestorzy bowiem, zanim zdecydują się powierzyć komuś swoje pieniądze, muszą być przekonani o zyskowności przedsięwzięcia – chcą być pewni, że ich nie stracą.

Biznesplan to zarys zamierzeń, czyli plan na bliższą i dalszą przyszłość firmy, z ustaleniem środków i sposobów działania dla osiągnięcia założonych celów. Jednak jeszcze przed jego opracowaniem trzeba dokładnie przeanalizować te elementy, które będą decydować o możliwości jego zrealizowania. Biznesplan jest więc również wstępną weryfikacją pomysłu. Biznesplan jest konieczny, gdy firma stara się o kredyt lub dotację. Pomaga bowiem przekonać instytucję finansującą o realności i dochodowości planowanego przedsięwzięcia. Jednak samo opracowanie biznesplanu nie gwarantuje sukcesu. Jeśli okaże się, że nie uzyska on ostatecznej akceptacji banku, to zawsze należy zapytać o powody takiej decyzji. Może się bowiem okazać, że nie udzielając firmie kredytu na dane przedsięwzięcia, bank uchronił ją przed stratą, a niewykluczone, że również przed bankructwem.

Małe firmy w większości przypadków opracowują biznesplan tylko wtedy, gdy zmusza je do tego procedura bankowa związana z przyznaniem kredytu. Okazuje się jednak, że biznesplan jest bardzo pomocny przy kontrolowaniu i sterowaniu rozwojem firmy.

Przygotowanie i sporządzanie biznesplanu może dać obiektywną informację na temat rzeczywistej pozycji firmy na rynku. Zdarza się, że dopiero po jego sporządzeniu, zarządzający uważniej przyglądają się klientom, gromadząc różne dane na ich temat. To samo dotyczy konkurentów. Czasami okazuje się, że niektóre pomysły i założenia, na których firma buduje przyszłość, nie były prawidłowe. Albo odwrotnie – odkrywają się niedostrzegane wcześniej, potencjalne obszary działalności. Biznesplan traktowany jest jako podstawowe narzędzie pozyskiwania środków na finansowanie przedsięwzięć. Musi być więc napisany tak, aby potencjalni inwestorzy byli pewni, że autorzy dokładnie przemyśleli przedstawiony plan działań i dysponują odpowiednimi obliczeniami oraz analizami potwierdzającymi powodzenie projektu. Biznesplan powinien zaprezentować przyszłym inwestorom ocenę

szans i zagrożeń oraz ryzyko związane z udostępnieniem kapitału, przy czym ocena ta powinna być w pełni realistyczna. Dobrze przygotowany biznesplan to połowa sukcesu przedsiębiorcy rozpoczynającego działalność lub planującego uruchomienie nowego przedsięwzięcia. Rozpoczynając działalność, należy wyposażyć firmę we wszystko, co jest niezbędne do jej prowadzenia. Nie należy w tym względzie kierować się tylko swoim majątkiem – biznesplan nie służy do jego inwentaryzacji, ale do określenia rzeczywistych potrzeb biznesu.

Dobry biznesplan powinien być:



- obiektywny – ocena przedstawionych założeń należy do adresatów biznesplanu;
- celowy – wszystko musi mieć swój cel;
- konkretny – założenia i cele powinny być konkretne, a tam gdzie jest to możliwe wyrażone w liczbach;
- elastyczny – powinien być skonstruowany tak, aby istniała możliwość wprowadzenia zmian w przypadku pojawienia się nowych danych;
- użyteczny – musi być przydatny również do zarządzania firmą;
- zwięzły i przejrzysty – powinien być precyzyjnie sformułowany;
- kompleksowy – poszczególne elementy muszą zawierać wszystkie informacje niezbędne dla oceny planowanego przedsięwzięcia.

Zasiadając do pisania biznesplanu należy odpowiedzieć na pytanie, dla kogo i po co jest on przygotowywany; dzięki czemu wiadomo, na które rozdziały należy zwrócić szczególną uwagę. Opracowując założenia biznesplanu należy pamiętać o tym żeby zakładane cele były realne, mierzalne i osadzone w czasie.

Funkcje biznesplanu

1. **Funkcja informacyjna**
   Każde przedsięwzięcie wymaga zaangażowania środków finansowych na jego realizację. Biznes Plan pozwala poinformować potencjalnych kredytodawców o naszych celach i sposobie ich realizacji. Prawidłowy biznes plan zapewnia ich, że firma zarządzana jest efektywnie, chroni przed podejmowaniem nieuzasadnionego ryzyka, przewiduje różne scenariusze na wypadek zmian w otoczeniu itd. Biznes plan pozwala poprzez dokładne poinformowanie kredytodawców o naszym przedsięwzięciu, zdobyć na nie źródła finansowania. Biznes plan jest dowodem na to, że firma dysponuje odpowiednimi obliczeniami, analizami, różnymi scenariuszami rozwoju w zależności od zmieniających się warunków otoczenia, co zwiększa zaufanie potencjalnych kredytodawców do niej i realizowanego przez nią przedsięwzięcia.

2. **Funkcja kontrolna**
   Bez względu na to czy przedsięwzięcie polega na założeniu niewielkiego sklepiku czy na wdrożeniu zaawansowanego, międzynarodowego projektu informatycznego, firma musi posiadać dokument, który określa w jaki sposób chcemy zrealizować postawiony sobie cel. Co, kiedy i za ile zostanie kupione, jakie są kolejne etapy realizacji projektu, jego harmonogram i inne. Biznes plan pozwala stale kontrolować stopień realizacji

projektu oraz czy przewidywane wskaźniki (np. wielkość sprzedaży za konkretny okres) pokrywają się z naszymi zamierzeniami (bo przecież na ich podstawie określony został okres planowanego finansowania zewnętrznego, na taki okres wzięty został kredyt i tylko odsetki za taki kredyt ujęte są w przewidywanych kosztach). Każde odchylenie od planu powinno być wychwytywane i analizowane tak aby wprowadzić konieczne działania korygujące. Prawidłowo napisany plan pozwala na taką kontrolę.

3. **Funkcja wewnętrzna**
   Kolejną bardzo ważną funkcją biznes planu jest jej funkcja wewnętrzna, która polega na określeniu strategii rozwoju dla przedsiębiorstwa i napisaniu swego rodzaju przewodnika z informacjami o przyszłym kształcie i kierunkach rozwoju firmy. Biznes plan pełni w tym przypadku funkcję planu operacyjnego, z którego korzystają poszczególne wydziały przedsiębiorstwa. Dodatkowo firma, która dokładnie informuje pracowników o swoich planach jest lepiej przez nich postrzegana co przyczynia się to do większej identyfikacji pracowników z celami firmy.

Treść biznesplanu nie powinna zawierać sprzeczności, a założenia powinny być ze sobą logicznie powiązane i wzajemnie się uzupełniać. Ważna jest również estetyka; zasadne jest umieszczanie danych w tabelach lub przedstawianie ich w formie wykresów.
Biznesplany przedsiębiorstw mogą mieć różną strukturę treści w zależności od tego, w jakiej fazie cyklu życia i w jakiej sytuacji rynkowej oraz finansowej znajduje się firma. Ponadto, różnice zależą od rodzaju branży, planowanego przedsięwzięcia, celu, wielkości przedsiębiorstwa oraz adresatów.

Każdy biznesplan powinien jednak krok po kroku, w systematyczny sposób analizować takie same składniki planowanego przedsięwzięcia, które mogą mieć wpływ na końcowy sukces bądź jego porażkę. Struktura biznesplanu w ogólnym zarysie jest dość zbliżona. Obejmuje moduły, których treść może być bardziej lub mniej rozbudowana. [27]

Typowy biznesplan powinien zawierać:

1. Krótkie wprowadzenie,
2. Opis przedsiębiorstwa/firmy
3. Opis produktów bądź usług,
4. Plan techniczno-organizacyjny
5. Plan marketingowy
6. Plan finansowy
7. Analizę wskaźnikową
8. Załączniki

Wprowadzenie
Pamiętając cały czas o tym że struktura i zawartość merytoryczna biznesplanu uzależniona jest od celu jego opracowania, możemy przyjąć iż we wprowadzeniu czy streszczeniu zawarte będą takie informacje jak:

27 - Tokarski A. i in., Biznesplan po polsku, Wyd. CedeWu, Warszawa 2013

- cel opracowania biznes planu
- wysokość i przeznaczenie potrzebnych środków
- krótki opis produktów/usług i rynków zbytu ze szczególnym uwzględnieniem korzyści dla klienta
- doświadczenie i umiejętności kierownictwa w kontekście przydatności do danego przedsięwzięcia
- główne dane finansowe

Opis przedsiębiorstwa / opis firmy
W punkcie tym zamieszcza się podstawowe informacje dotyczące:
- formy prawnej – działalność indywidualna, spółka cywilna, spółka prawa handlowego itp.;
- rodzaju działalności;
- historii firmy – kiedy powstała, przez kogo została założona, jak się rozwijała (warto podać zmiany wielkości sprzedaży w ciągu tego okresu, największe osiągnięcia firmy), można także opisać genezę pomysłu na taką właśnie działalność gospodarczą; − oferowanych produktów lub usług – co i gdzie firma wytwarza, do kogo skierowana jest oferta;
- atutów firmy – kontaktów handlowych, doświadczenia w branży itp. W tej części biznesplanu należy zamieścić charakterystykę branży, w jakiej działa firma

Opis produktów / usług
Ważnym elementem biznesplanu jest charakterystyka oferowanych produktów czy usług. Dobrze jest je opisać porównując je do produktów konkurencji. Należy wziąć pod uwagę cenę, trwałość, obsługę, serwis, wygląd, opakowanie. Wyróżniamy te cechy, które sprawiają, że nasze produkty czy usługi uważamy za lepsze w stosunku do produktów czy usług innych firm. Analizujemy je pod kątem sezonowości czy innowacyjności, a także konieczności posiadania koncesji lub zezwoleń.[28]

Plan techniczno-organizacyjny
Dotyczy sposobu zorganizowania przedsięwzięcia.
W tej części należy wykazać zdolność firmy do produkowania danego wyrobu lub świadczenia usług na odpowiednim poziomie. Plan ten powinien zawierać:
- opis technologii produkcji lub procesu świadczenia usług;
- wyszczególnienie majątku niezbędnego do produkcji;
- plan produkcji/świadczenia usług;
- koszty produkcji/świadczenia usług.

W planie produkcji można przyjąć wariant „bezpieczny" i nie zmieniać na przykład wielkości produkcji z roku na rok; chociaż w praktyce wielkość ta powinna się zwiększać. Podstawą sukcesu każdego przedsięwzięcia są ludzie. Dlatego pokazanie sposobu gromadzenia i wykorzystania zasobów ludzkich jest jednym z ważniejszych elementów biznesplanu. Przygotowując plan techniczno-organizacyjny, dla uzyskania większej przejrzystości informacji, można zaprezentować zatrudnienie (także jego zmianę w ciągu analizowanego okresu) w formie tabeli. Jeśli projekt jest większym lub specyficznym przedsięwzięciem, można dodatkowo pokazać strukturę zatrudnienia według wieku, stażu pracy, płci i zawodu.
Kolejną częścią planu jest przedstawienie harmonogramu realizacji poszczególnych etapów

28 - Młodzikowska D., Program szkolenia Jednoosobowa Firma, Wyd. BL Info, Gdańsk 2014.

przedsięwzięcia, wraz z uwzględnieniem planowanych dat rozpoczęcia i zakończenia tych czynności. Szczegółowość harmonogramu zależy od rodzaju i zakresu planowanego przedsięwzięcia.

Plan marketingowy.
Konstrukcja planu marketingowego zależy od rodzaju przedsięwzięcia. Najpierw należy dokonać analizy rynku, która powinna obejmować: jego wielkość (również w wymiarze terytorialnym) i specyfikę, docelowe segmenty odbiorców, proponowane ceny. Można także przedstawić obraz danej gałęzi i ocenić możliwości jej rozwoju w przyszłości. Warto podkreślić zalety dotyczące ceny, jakości, unikalności technologicznej, serwisu i dystrybucji towaru lub usługi oraz jego przewagę nad innymi dostępnymi na rynku. Korzystnie jest wykazać, że popyt na dany produkt, w odniesieniu do planowanej sprzedaży, jest wystarczający. Plan marketingowy powinien zawierać:

- Ocenę zagrożenia konkurencją już istniejącą i ocenę zagrożenia wynikającą z pojawienia się nowych konkurentów. Na to powinny być szczególnie uczulone firmy małe i rozpoczynające działalność. Należy uzasadnić, dlaczego ludzie będą nabywać produkt tej firmy, a nie innych firm. Konkurentów należy dobrze poznać i nigdy nie należy ich lekceważyć.
- Ceny oferowanych produktów lub usług i koncepcję polityki cenowej firmy, polegającą między innymi na manipulowaniu ceną w zależności od sytuacji rynkowej i postawionych celów. W biznesplanie powinien się znaleźć opis: metod kształtowania ceny, planowanych zmian cen w ciągu analizowanego okresu, wpływu zmian cen na udział firmy w rynku oraz oceny planowanego poziomu cen w kontekście konkurencyjności.
- Opis działań związanych z promocją i reklamą. Informacje, które powinny znaleźć się przy prezentowaniu tych działań dotyczą:
  - form promocji jakie firma zamierza wykorzystać;
  - sposobów prowadzenia kampanii reklamowej;
  - rodzaju mediów, w których firma będzie reklamowała swoje produkty lub usługi;
  - rodzaju materiałów promocyjnych, jakie firma chce wykorzystać;
  - kosztów reklamy i promocji.

  Plan marketingowy powinien składać się z konkretnych przedsięwzięć, doprecyzowanych co do: celu, zakresu i czasu ich realizacji, np.: dotarcie z nowym produktem do konsumentów poprzez:
  - promocję nowych produktów na pokazach, wystawach;
  - kampanię reklamową w dobranej dla danego segmentu rynku stacji radiowej;
  - wydanie ulotek informacyjnych.

  O kosztach związanych z działaniami marketingowymi warto pamiętać przygotowując założenia do analizy finansowej.
- Charakterystykę wybranych przez firmę kanałów dystrybucji z uwzględnieniem kosztów i korzyści wynikających z tego wyboru – detaliści, hurtownicy, dystrybutorzy, przedstawiciele producentów.

Plan finansowy
Obejmuje on przede wszystkim informacje dotyczące: wielkości przychodów ze sprzedaży, kosztów, płynności finansowej i zapotrzebowania na gotówkę. Należy podać także całkowity koszt realizacji przedsięwzięcia i źródła jego finansowania. Plan finansowy powinien zawierać:

założenia (dane wejściowe), które muszą znaleźć się we wstępie do planu finansowego, rachunek wyników, bilans, przepływy środków pieniężnych.

Analizę finansową projektu sporządzamy na cały okres jego realizacji. Jeżeli na przykład biznesplan obejmuje trzy lata, to prognozy finansowe sporządzamy na każdy rok, a w razie potrzeby, na każdy kwartał. Założenia finansowe sporządzane do każdej pozycji przychodów i kosztów powinny uwzględniać zmiany wynikające z sezonowości, jak również założenia z planu techniczno-organizacyjnego i marketingowego, w całym analizowanym okresie. Rachunek wyników jest wykorzystywany do obliczania dochodu netto albo straty w danym roku. Prognozy muszą być sporządzane dla całego okresu planowanego przedsięwzięcia. Rachunek wyników pokazuje koszty i przychody w danym okresie, zgodnie z koncepcją ich powstawania nakazującą zestawianie przychodów z działalności z kosztami, które musiały być poniesione, aby uzyskać przychód w danym okresie. Dla uproszczenia obliczeń, często przyjmuje się w biznesplanach, że zapasy surowców i materiałów, produkcji w toku i wyrobów gotowych są takie same na początku i końcu każdego okresu księgowego (zazwyczaj roku kalendarzowego).



Rachunek wyników jest powiązany z bilansem przedsiębiorstwa, gdyż roczny zysk (albo strata) wykazany w rachunku wyników, zwiększa (albo zmniejsza) środki własne przedsiębiorstwa wykazywane w bilansie. Roczne zyski, jeśli nie zostaną rozdzielone, zwiększają rezerwy kapitałowe. Bilans należy sporządzać na wszystkie kolejno planowane lata, a nawet z podziałem na miesiące lub kwartały w zależności od potrzeby. Trudno jest o uniwersalną receptę dotyczącą wielkości kapitału własnego i obcego. Struktura pasywów zależy nie tyle od charakteru samej działalności, ile od polityki finansowej firmy. Niestety, korzystanie z kapitałów obcych kosztuje. Dlatego też duży udział kredytów i pożyczek oraz źle obliczona planowana zdolność do spłacania tych długów, może stać się powodem trudności płatniczych i doprowadzić nawet do niewypłacalności przedsiębiorstwa.

Zestawienie przepływów pieniężnych służy do planowania środków finansowych w firmie. Pomaga w odpowiednim czasie dostrzec ewentualne problemy z przepływem tych środków. To z kolei, stwarza szansę na uniknięcie kłopotów poprzez zgromadzenie potrzebnego kapitału lub zaciągnięcie kredytów. Firma może przez krótki czas działać z ujemnym wynikiem finansowym, ale bez gotówki – nawet jeśli osiąga zyski – nie będzie w stanie prowadzić interesów. Dlatego dużą wagę należy przywiązywać do rachunku przepływów pieniężnych, szczególnie w przypadku projektowania nowych przedsięwzięć.
Śledząc poziom gotówki, która pozostaje na koniec miesiąca przy założonych niezbędnych wydatkach, możemy wcześniej zaplanować pozyskanie kapitału obcego na konkretny okres.

Analiza wskaźnikowa
Umożliwia szybką identyfikację niekorzystnych tendencji występujących w firmie. Ma jednak i tę wadę, że czasami trudno określić, czy poziom danego wskaźnika jest prawidłowy, czy nie. Dlatego najlepiej jest analizować ich zmiany w czasie i porównywać ze zmianami zachodzącymi w branży. Dla potrzeb biznesplanu analizę wskaźnikową przeprowadza się dla

całego prognozowanego okresu, wybierając te wskaźniki, które są najistotniejsze z punktu widzenia planowanej działalności.[29]

Próg rentowności wydaje się kluczowym narzędziem do oceny biznesu. Szczególną uwagę powinny zwrócić na ten wskaźnik osoby planujące rozpoczęcie działalności gospodarczej. ponieważ powie nam w którym momencie nasz biznes zaczyna przynosić zysk.

Osiągnięcie punktu rentowności albo inaczej równowagi (BEP = Break Even Point) wskazuje jaki musi być poziom sprzedaży, aby pokryć wszystkie koszty – operacyjne, stałe, koszty zakupu surowców, materiałów, koszty odsetkowe itd.

Jest to bardzo pożyteczne wyliczenie zarówno dla przyszłego biznesmena jak i dla kredytodawców, bo jasno pokazuje ile trzeba sprzedać produktów w sztukach przy założonej marży na sprzedaży, albo jaką wielkość całkowitej sprzedaży w złotych należy osiągnąć przy założonej marży procentowej, aby „wyjść na zero" – i oczywiście daje pogląd jak trudne to może się okazać. Oczywiście powyższe założenia dotyczą także usług.

Wzór na obliczenie tego wskaźnika to:

BEP = Koszty stałe / (Cena – koszty jednostkowe zmienne)

Przykład:

Zakład kaletniczy produkuje torby.
- W miesiącu koszty stałe poniesione na produkcję wyniosły 15.000,00.
- Koszty jednostkowe zmienne wyprodukowania 1 torby wyniosły 50,00 złotych.
- W sklepie torby sprzedawane są po 100,00 zł.
- BEP ilościowy = 15000 / (100-50) = 300

Firma musi sprzedać 300 toreb, aby pokryć koszty związane z ich produkcją.

Załączniki
Każdy biznesplan uzupełniony jest szeregiem załączników dokumentujących lub uzupełniających informacje w nim zawarte. Osoby rozpoczynające działalność gospodarczą niejednokrotnie o nich zapominają lub niedoceniają ich roli.

Skompletowanie załączników do biznesplanu pełni również funkcję informacyjną, gdyż potencjalnym instytucjom finansującym, prezentuje poziom przygotowania przedsiębiorcy do podjęcia działalności gospodarczej i jego predyspozycje do samodzielnego zarządzania firmą. Samemu przedsiębiorcy zgromadzenie załączników pomaga w ustaleniu ewentualnych braków biznesplanu lub zdiagnozowaniu aspektów pominiętych przy jego opracowywaniu. W pewnym sensie spis załączników można potraktować jako listę kontrolną przy sporządzaniu biznesplanu. Dla każdego przedsięwzięcia taka lista będzie inna, ale dla przykładu może ona obejmować następujące dokumenty:

29 - „Jak zostać swoim własnym szefem", Publikacja opracowana przez Społeczną Wyższą Szkołę Przedsiębiorczości i Zarządzania w Łodzi,w ramach programu Leonardo da Vinci „Uczenie się przez całe życie".

- wpis do ewidencji działalności gospodarczej wydany przez właściwy organ administracji − osoby fizyczne i spółki cywilne,
- akt notarialny umowy spółki z o.o., statut spółki akcyjnej, umowa spółki cywilnej itp.,
- aktualny wypis z Krajowego Rejestru Sądowego,
- zezwolenie, koncesja w przypadku działalności wymagającej zezwolenia,
- regon, NIP,
- dokumenty określające prawa do lokalu (nieruchomości), w którym prowadzona jest (będzie) działalność gospodarcza,
- zezwolenia i uzgodnienia związane z planowaną adaptacją lub modernizacją siedziby firmy,
- dokumentacja techniczna, technologiczna produktu/usługi,
- opis procedur świadczenia usług,
- posiadane patenty, znaki firmowe,
- dokumentacja techniczna dotycząca maszyn i urządzeń,
- plan sytuacyjny (mapka),
- opracowania i analizy marketingowe,
- potwierdzenie kwalifikacji właścicieli, pracowników,
- posiadane certyfikaty jakości,
- umowy z dostawcami, odbiorcami,
- umowy kredytowe, dotacyjne,
- zaświadczenie o niezaleganiu z opłatami w Zakładzie Ubezpieczeń Społecznych, urzędzie skarbowym),
- sprawozdania finansowe za ostatnie dwa lata działalności,
- opinie banków prowadzących rachunki firmy zawierające informacje o:
  - aktualnych zadłużeniach kredytowych lub z tytułu poręczenia oraz zastosowane zabezpieczenia,
  - terminowości spłaty dotychczas udzielonych kredytów,
  - obciążeniach rachunków tytułami egzekucyjnymi,
- Inne, adekwatne do specyfiki przedsięwzięcia.[30]

Opracowanie: Mariusz Kubat
Doradca zawodowy
CIiPKZ w Łodzi

Bibliografia:

1. Biznesplan po polsku, Tokarski A. i in., Wyd. Cedetu, Warszawa 2013
2. Jak zostać swoim własnym szefem, Publikacja opracowana przez Społeczną Wyższą Szkołę Przedsiębiorczości i Zarządzania w Łodzi, w ramach programu Leonardo da Vinci „Uczenie się przez całe życie".
3. Matusiak K., Mażewska M., Pierwsza praca – pierwszy biznes – vademecum przedsiębiorczości, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Warszawa 2005.
4. Młodzikowska D., Program szkolenia Jednoosobowa Firma, Wyd. BL Info, Gdańsk 2014

30 - Matusiak K., Mażewska M., Pierwsza praca – pierwszy biznes – vademecum przedsiębiorczości, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Warszawa 2005.

Reglamentacja działalności gospodarczej

Zgodnie z art. 6 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2004 r. Nr 173, poz. 1807) podejmowanie, wykonywanie i zakończenie działalności gospodarczej jest wolne dla każdego na równych prawach, z zachowaniem warunków określonych przepisami prawa.

Od swobody podejmowania i wykonywania działalności gospodarczej istnieją jednak wyjątki. Reglamentacja działalności gospodarczej jest dopuszczalna jednak tylko w drodze ustawy i tylko ze względu na ważny interes publiczny (art. 22 Konstytucji RP). Wykonywanie określonego rodzaju działalności gospodarczej może zatem wiązać się z uzyskaniem przez przedsiębiorcę koncesji, zezwolenia lub wpisu do rejestru działalności regulowanej.

Koncesje

Koncesja jest formą reglamentacji działalności gospodarczej przez państwo. Jest aktem zgody państwa na podjęcie i wykonywanie działalności gospodarczej przez danego przedsiębiorcę. Koncesja udzielana jest w pewnym, ściśle określonym zakresie działalności gospodarczej z odrębnych powodów i dla szczególnych celów, co uzasadnia specjalny tryb postępowania przy jej przyznawaniu. Koncesja stanowi akt administracyjny, mocą którego państwo upoważnia określony podmiot do prowadzenia działalności gospodarczej objętej wyłącznością (monopolem) lub własnością państwa. Wydanie koncesji odbywa się mocą decyzji administracyjnej.

Koncesji udziela się na czas oznaczony, nie krótszy niż 5 lat i nie dłuższy niż 50 lat, chyba że przedsiębiorca wnioskuje o udzielenie koncesji na czas krótszy.
Uzyskania koncesji wymaga wykonywanie działalności gospodarczej w następującym zakresie[31]:

Broń	Wytwarzanie i obrót materiałami wybuchowymi, bronią i amunicją oraz wyrobami i technologią o przeznaczeniu wojskowym lub policyjnym – ustawa z dnia 22 czerwca 2001r o wykonywaniu działalności gospodarczej w zakresie wytwarzania i obrotu materiałami wybuchowymi, bronią, amunicją oraz wyrobami i technologią o przeznaczeniu wojskowym lub policyjnym (Dz. U. Z 2011 r. Nr 163, poz.981). Koncesji udziela minister właściwy do spraw wewnętrznych.
Górnictwo	Poszukiwanie lub rozpoznawanie złóż kopalin, wydobywanie kopalin ze złóż, bezzbiornikowe magazynowanie substancji oraz składowanie odpadów w górotworze, w tym w podziemnych wyrobiskach górniczych – ustawa z dnia 9 czerwca 2011r. Prawo geologiczne i górnicze (Dz. U. Z 2011r. Nr 163, poz.981). Koncesji udziela minister właściwy do spraw środowiska (poszukiwanie, rozpoznawanie lub wydobywanie kopalin podstawowych i pospolitych nie zastrzeżonych dla ministra udziela wojewoda lub starosta).

31 - Podstawa prawna: art.46-63, art.76 ustawy z 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2004 r. Nr 173, poz. 1807)

Ochrona osób i mienia	Ochrona osób i mienia - ustawa z dnia 22 sierpnia 1997r o ochronie osób i mienia (Dz. U. z 2004 r. Nr 114 poz.140 z późn. zm.). Koncesji udziela Minister Spraw Wewnętrznych i Administracji.
Paliwa	Wytwarzanie, przetwarzanie, magazynowanie, przesyłanie, dystrybucja i obrót paliwami i energią - ustawa z dnia 10 kwietnia 1997r. Prawo energetyczne (Dz. U. z 2003r Nr 153, poz.1502 z późn. zm.). Koncesji udziela Prezes Urzędu Regulacji Energetyki.
RTV	Rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych - ustawa z dnia 29 grudnia 1992r o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2001 Nr 101, poz. 1114 z późn. zm.). Koncesji udziela Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.
Transport-przewozy lotnicze	Przewozy lotnicze - ustawa z dnia 3 lipca 2002 – Prawo lotnicze (Dz. U. z 2002 r. Nr 130 poz. 1112 z późn. zmianami). Koncesji udziela Prezes Urzędu Lotnictwa Cywilnego.
Kasyna	Prowadzenie kasyna gry - Ustawa z dnia 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych (Dz.U. 2009 nr 201 poz. 1540 z późn. zm.). Koncesji udziela Minister Finansów.

Zezwolenia

W niektórych przypadkach prawo o swobodzie gospodarczej nakazuje uzyskanie zamiast koncesji zezwolenia na prowadzenie przedsiębiorstwa zajmującego się działalnością określonego rodzaju. Zasadnicza różnica pomiędzy koncesją a zezwoleniem polega na tym, że organy koncesyjne udzielają koncesji na zasadzie swobodnego uznania, natomiast organy zezwalające wydają zezwolenia, jeżeli przedsiębiorca spełni wszystkie przewidziane prawem warunki (zdanie urzędnika jest wtedy nieistotne).
Zezwolenie na prowadzenie danego rodzaju działalności gospodarczej jest potrzebne tylko wtedy, gdy wyraźnie tak stanowią przepisy ustawy (pełną listę zawiera art. 75 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej).

Obecnie uzyskania zezwolenia wymaga wykonywanie działalności gospodarczej w zakresie[32]:

32 - Podstawa prawna: art. 75-76 ustawy z 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej.
Tam też znajduje się pełny wykaz rodzajów działalności gospodarczych, wymagających uzyskania zezwolenia.

Alkohol (sprzedaż)	Sprzedaż hurtowa i detaliczna napojów alkoholowych – ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (tj. Dz. U. z 2012 r. poz. 1365). Zezwolenie na sprzedaż detaliczną wydawane jest przez organy gminy (wójt, burmistrz, prezydent miasta). Zezwolenie na sprzedaż hurtowa alkoholu o zawartości powyżej 18% wydaje minister właściwy do spraw gospodarki. Zezwolenie na sprzedaż alkoholu o zawartości do 18% wydaje marszałek województwa.
Apteka	Wytwarzanie i import produktów leczniczych, prowadzenie hurtowni farmaceutycznej i apteki - ustawa z dnia 6 września 2001 r. - Prawo farmaceutyczne (tj.Dz. U. z 2008 r. Nr 45, poz. 271, z późn. zm.). Zezwolenie na wytwarzanie produktu leczniczego wydaje Główny Inspektor Farmaceutyczny; Zezwolenie na obrót detaliczny produktami leczniczymi (apteka ogólnodostępna) wydaje wojewódzki inspektor farmaceutyczny; Zezwolenie na prowadzenie hurtowni farmaceutycznej wydaje Główny Inspektor Farmaceutyczny.
Działalność związana z promieniowaniem jonizującym	Działalność związana z narażeniem na działanie promieniowania jonizującego – ustawa z dnia 29 listopada 2000 r. – Prawo atomowe (tj.. Dz. U. z 2012 r., poz. 264 z późn. zm.). Zezwolenie w zakresie bezpieczeństwa jądrowego i ochrony radiologicznej wydaje Prezes Państwowej Agencji Atomistyki.
Cła	Działalność składu podatkowego, zarejestrowanego handlowca, nie zarejestrowanego handlowca - ustawa z dnia 6 grudnia 2008 r. o podatku akcyzowym (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 752). Zezwolenia na prowadzenie składu podatkowego udziela minister właściwy do spraw finansów publicznych. Zezwolenia na prowadzenie działalności jako zarejestrowanego i niezarejestrowanego handlowca udziela naczelnik urzędu celnego. Zezwolenia na wykonywanie czynności w charakterze przedstawiciela podatkowego udziela minister właściwy do spraw finansów publicznych.
Lasy	Wykonywanie planów urządzenia lasu - art. 19a ustawy z dnia 28 września 1991 r. o lasach (tj. Dz. U. z 2014 r, poz. 1153 z późn. zm.). Do wykonywania planów urządzenia lasu nie jest obecnie wymagane zezwolenie ministra właściwego do spraw środowiska, lecz obowiązkowo muszą je wykonywać osoby posiadające odpowiednie uprawnienia.

Narkotyki	Uprawa maku i konopi włóknistych, leczenie substytucyjne osób uzależnionych od narkotyków, obrót, wytwarzanie, przetwarzanie i przerabianie substancji odurzających lub psychotropowych – ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o przeciwdziałaniu narkomanii (tj. Dz. U. z 2012 r., poz. 124 z późn. zm.). Zezwolenia na uprawę maku lub konopi włóknistych wydaje wójt/burmistrz/ prezydent miasta. Zezwolenia na leczenie substytucyjne wydaje marszałek województwa. Zezwolenia na obrót, wytwarzanie, przetwarzanie i przerabianie substancji odurzających lu8b psychotropowych wydaje Główny Inspektor Farmaceutyczny.
GMO (genetycznie modyfikowane organizmy), doświadczenia na zwierzętach	Prowadzenie laboratorium referencyjnego, wprowadzenie do obrotu lub do środowiska GMO (organizmu genetycznie modyfikowanego) - ustawa z dnia 22 czerwca 2001 r. o organizmach genetycznie zmodyfikowanych (tj. Dz. U. z 2007 r. Nr 36, poz. 233, z późn. zm.) w zakresie prowadzenia laboratorium referencyjnego - ustawa z dnia 21 stycznia 2005 r. o doświadczeniach na zwierzętach (Dz. U. z 2005 r. Nr 33, poz. 289). Zezwolenia udziela minister właściwy do spraw środowiska.
Hazard – gry losowe, zakłady wzajemne	Działalność w zakresie gier losowych, zakładów wzajemnych lub gier na automatach – ustawa z dnia 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych (Dz. U. z 2009 r. Nr 201, poz. 1540); Zezwolenia na prowadzenie kasyna gry udziela minister właściwy do spraw finansów publicznych. Zezwolenia na prowadzenie salonu gry bingo pieniężne, na urządzanie zakładów wzajemnych oraz na urządzanie turnieju gry pokera udziela minister właściwy do spraw finansów publicznych. Zezwolenia na prowadzenie loterii fantowych, audiotekstowych, bingo fantowego, loterii promocyjnych wydaje miejscowo właściwy dyrektor Izby Celnej. Działalność w zakresie gier cylindrycznych, gier w karty, gier w kości, gry w bingo pieniężne, zakładów wzajemnych, gier na automatach, gier na automatach o niskich wygranych może być prowadzona wyłącznie w formie spółki akcyjnej lub spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, mającej siedzibę na terytorium RP.
Pasze	Wytwarzanie pasz, pasz leczniczych, premiksów, mieszanek paszowych – ustawa z dnia 2 lipca 2006r. o paszach (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 398 z późn. zm). Zezwolenia udziela wojewódzki lekarz weterynarii.

Finanse(działalność ubezpieczeniowa, banki, giełdy towarowe, działalność brokerska)	Prowadzenie instytucji pieniądza elektronicznego. Działalność ubezpieczeniowa. Brokerstwo reasekuracyjne. Prowadzenie funduszu inwestycyjnego oraz towarzystwa funduszy inwestycyjnych, Prowadzenie działalności maklerskiej w zakresie papierów wartościowych. Powadzenie funduszu lub towarzystwa emerytalnego, banku, giełdy towarowej i towarowego domu maklerskiego – ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi (tj. Dz. U. z 2014 r. poz. 94); ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych (tj. Dz. U. z 2013 r. poz. 1382); ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Prawo bankowe (tj. Dz. U. z 2012 r. poz. 1376 ; ustawy z dnia 26 października 2000 r. o giełdach towarowych (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 197); ustawa z dnia 22 maja 2003 r. o działalności ubezpieczeniowej (tj. Dz. U. z 2013 r., poz. 950); ustawa z dnia 22 maja 2003 r. o pośrednictwie ubezpieczeniowym (Dz. U. z 2003 r. Nr 124, poz. 1154 oraz z 2004 r. Nr 96, poz. 959); ustawa z dnia 27 maja 2004 r. o funduszach inwestycyjnych (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 157); ustawa z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 873). Zezwolenia na działalność maklerska udziela Komisja Nadzoru Finansowego; Zezwolenia na wprowadzanie papierów wartościowych do publicznego obrotu (powadzenie giełdy) udziela minister właściwy do spraw instytucji finansowych za pośrednictwem Komisja Nadzoru Finansowego; Zezwolenia na działalność funduszy emerytalnych udziela Komisja Nadzoru Finansowego; Zezwolenia na działalność funduszu inwestycyjnego udziela Komisja Nadzoru Finansowego; Zezwolenie na wykonywanie działalności ubezpieczeniowej (pośrednictwo ubezpieczeniowe, agent ubezpieczeniowy, broker ubezpieczeniowy) wydaje Komisja Nadzoru Finansowego.
Poczta	Wykonywanie działalności pocztowej w zakresie przyjmowania, przemieszczania i doręczania w obrocie krajowym i zagranicznym przesyłek: przesyłek dla ociemniałych, z korespondencją do 2.000 g, z pewnymi wyjątkami ustawa z dnia 23 listopada 20012 r. – Prawo pocztowe (Dz. U. z 2012 r., poz. 1529). Zezwolenia udziela Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej.
Przyrządy pomiarowe: system tachografów cyfrowych	Naprawa, instalacja, sprawdzanie pod względem zgodności z wymaganiami niektórych przyrządów pomiarowych – ustawa z dnia 11 maja 2001 r. – Prawo o miarach (Dz. U. z 2004 r. Nr 63, poz. 636, z późn. zm.); ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o systemie tachografów cyfrowych (Dz. U. z 2005 r. Nr 180, poz. 1494). Zezwolenia udziela Prezes Głównego Urzędu Miar.

Ryby (połowy)	Wykonywanie rybołówstwa morskiego w danym roku kalendarzowym, prowadzenie skupu lub przetwórstwa organizmów morskich, prowadzenie chowu lub hodowli ryb i innych organizmów morskich albo zarybianie na polskich obszarach morskich. Wykonywanie rybołówstwa morskiego odbywa się przy użyciu statku rybackiego wpisanego do rejestru statków rybackich, posiadającego licencję połowową oraz specjalne zezwolenie połowowe z Urzędu Morskiego - ustawa z dnia 19 lutego 2004 r. o rybołówstwie (Dz. U. z 2004 r. Nr 62, poz. 574). Specjalne zezwolenie połowowe wydaje: a) Zezwolenia na połowy w polskiej wyłącznej strefie ekonomicznej, na morzu terytorialnym, w Zatoce Puckiej i w Zatoce Gdańskiej oraz poza polskimi obszarami morskimi udziela minister właściwy do spraw rybołóstwa. b) Zezwolenia na połowy w Zalewie Wiślanym, w Zalewie Szczecińskim, na obszarze Zalewu Kamieńskiego i Jeziora Dąbie udziela właściwy okręgowy inspektor rybołówstwa morskiego. Zezwolenia na prowadzenie skupu lub przetwórstwa organizmów morskich, prowadzenie chowu lub hodowli ryb i innych organizmów morskich udziela minister właściwy do spraw rybołóstwa. Zezwolenia na połowy w celach sportowo-rekreacyjnych w polskich obszarach morskich udziela okręgowy inspektor rybołówstwa morskiego.
SSE (działalność na terenie specjalnej strefy ekonomicznej)	Działalność gospodarcza na terenie specjalnej strefy ekonomicznej uprawniająca do korzystania z pomocy publicznej - ustawa z dnia 20 października 1994 r. o specjalnych strefach ekonomicznych (Dz. U. z 2006 r. Nr 123, poz. 600, z późn. zm.). Zezwolenia na prowadzenie działalności gospodarczej na terenie danej strefy, uprawniające do korzystania z pomocy publicznej, udziela minister właściwy do spraw gospodarki.
Śmieci (gospodarowanie odpadami)	Odbieranie odpadów komunalnych od właścicieli nieruchomości, opróżnianie zbiorników bezodpływowych i transport nieczystości ciekłych, ochrona przed bezdomnymi zwierzętami, prowadzenie schronisk dla bezdomnych zwierząt, a także grzebowisk i spalarni zwłok zwierzęcych i ich części – ustawa z dnia 13 września 1996 r. o utrzymaniu czystości i porządku w gminach (Dz. U. Nr 132, poz. 622: z późn. zm.). Zezwolenia udziela organ gminy (wójt, burmistrz lub prezydent miasta). Gospodarka odpadami, odzysk, unieszkodliwianie, zbieranie, itp. transport odpadów (w tym makulatury, złomu) – ustawa z dnia 27 kwietnia 2001 r. o odpadach (Dz. U. z 2001 r. Nr 62, poz. 628, z późn. zm.). Zezwolenia udziela wojewoda (dla przedsięwzięć lub instalacji). Zbieranie transport odpadów (w tym makulatury, złomu) – ustawa z dnia 27 kwietnia 2001 r. o odpadach (Dz. U. z 2001 r. Nr 62, poz. 628, z późn. zm.). Zezwolenia udziela starosta.

Transport (lotniczy i drogowy)	Utrzymywanie ciągłej zdatności do lotu statków powietrznych oraz wyrobów lotniczych, części i wyposażenia, założenie lotniska, zarządzanie lotniskiem użytku publicznego oraz obsługa naziemna statków powietrznych, ładunków, pasażerów i ich bagażu na lotnisku użytku publicznego - ustawa z dnia 3 lipca 2002 r. - Prawo lotnicze (Dz. U. z 2008 r. Nr 130, poz. 1112, z późn. zm.); Zezwolenia udziela Prezes Urzędu Lotnictwa Cywilnego. Wykonywanie przewozów regularnych i przewozów regularnych specjalnych w krajowym transporcie drogowym – ustawa z dnia 6 września 2001 r. o transporcie drogowym (Dz. U. z 2006 r. Nr 125, poz. 1371, z późn. zm.). Zezwolenie wydaje organ gminy; Wykonywanie przewozów regularnych i przewozów regularnych specjalnych w międzynarodowym transporcie drogowym –ustawa z dnia 6 września 2001 r. o transporcie drogowym (Dz. U. z 2006 r. Nr 125, poz. 1371, z późn. zm.). Zezwolenie wydaje minister właściwy do spraw transportu;

Licencje

Licencja jest formą decyzji administracyjnej. Otrzymanie jej oznacza uchylenie ustawowej przeszkody w legalnym podejmowaniu określonej działalności gospodarczej, która została ustalona przez państwo w celu zapewnienia nadzoru nad ta strefą. Wydanie licencji oznacza, że w interesie publicznym nie zachodzą przeszkody w jej podejmowaniu i wykonywaniu.
Licencjonowane są następujące przedmioty działalności gospodarczej:

Nieruchomości (pośrednictwo, obrót)	Zarządzanie nieruchomościami, pośrednictwo w obrocie nieruchomościami, rzeczoznawstwo majątkowe – ustawa z dnia 21 sierpnia 1997r. o gospodarce nieruchomościami (tj. Dz. U. z 2014 r. poz.518). Licencji udziela minister właściwy do spraw budownictwa, lokalnego planowania i zagospodarowania przestrzennego oraz mieszkalnictwa.
Praca (agencja zatrudnienia)	Prowadzenie agencji pracy, agencji pracy tymczasowej, instytucji szkoleniowej dla bezrobotnych organizującej szkolenia za środki publiczne – ustawa z dnia 20 kwietnia 2004r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (tj. Dz. U. z 2013 r. poz. 674 z późn. zm.). Licencji udziela marszałek województwa.
Transport (przewóz osób, taksówka osobowa), transport kolejowy	Podejmowanie i wykonywanie transportu drogowego - ustawa z dnia 6 września 2001 r. o transporcie drogowym (tj. Dz. U. z 2013 r., poz. 1414) Licencji na przewóz osób (z wyłączeniem taksówki) i przewóz rzeczy udziela starosta powiatu; Licencji na prowadzenie taksówki osobowej udziela organ gminy (prezydent, wójt, burmistrz). Wykonywanie przewozów kolejowych osób lub rzeczy oraz udostępniania pojazdów trakcyjnych; ustawa z dnia 28 marca 2003 r. o transporcie kolejowym (tj. Dz. U. z 2013 r. poz. 1594). Licencji udziela Prezes Urzędu Transportu Kolejowego.

Działalność regulowana

Działalność regulowana, obok koncesji i zezwoleń jest jednym ze sposobów reglamentacji działalności gospodarczej. Określa ona najmniej uciążliwe dla przedsiębiorców obowiązki i ograniczenia. O tym, czy dany rodzaj działalności gospodarczej jest działalnością regulowaną stanowią przepisy regulujące tego rodzaju działalność gospodarczą.

Działalność regulowana polega na zastąpieniu zezwoleń na prowadzenie niektórych rodzajów działalności gospodarczej wpisem do odpowiedniego rejestru. Wpis ten następuje po złożeniu przez przedsiębiorcę pisemnego oświadczenia, iż spełnia warunki do wykonywania tej działalności. Oświadczenie to przedsiębiorca składa w organie ewidencyjnym lub prowadzącym rejestr. W zakresie niektórych rodzajów działalności ustawodawca stanął więc na stanowisku, że to przedsiębiorca jest odpowiedzialny za prowadzenie działalności zgodnie z obowiązującymi normami, toteż wystarcza jego oświadczenie w tym zakresie. Z kolei organowi prowadzącemu rejestr działalności regulowanej przysługują uprawnienia kontrolne[33].

Do działalności regulowanych należą:

Alkohol (wyrób i rozlew)	Wyrób i rozlew wyrobów winiarskich; wyrób i rozlew napojów spirytusowych; wyrób, oczyszczanie, skażanie, odwadnianie alkoholu etylowego – ustawa z dnia 2 marca 2001r. o wyrobie alkoholu etylowego oraz wytwarzaniu wyrobów tytoniowych (Dz. U. z 2005 r. Nr 31, poz. 353 z późn. zm.). Rejestr prowadzi minister właściwy do spraw rynków rolnych.
Archiwa	Przechowywanie dokumentacji osobowej i płacowej pracodawców o czasowym okresie przechowywania – ustawa z dnia 14 lipca 1983r. o narodowym zasobie archiwalnym i archiwach (tj. Dz.U. z 2011r. Nr 123, poz. 698). Rejestr prowadzi marszałek województwa.
Obrót środkami ochrony roślin	Ochrona roślin przed organizmami szkodliwymi – ustawa z dnia 18 grudnia 2003 o ochronie roślin (Dz.U. z 2014 r. poz.62 z późń.zm.) Rejestr prowadzi wojewódzki inspektor ochrony roślin i nasiennictwa.
Detektywi	Usługi detektywistyczne - ustawa z dnia 6 lipca 2001r. o usługach detektywistycznych (Dz. U. z 2014r. poz. 273. Rejestr prowadzi minister właściwy do spraw wewnętrznych.

33 - Podstawa prawna: art. 64-74 ustawy z 02.07.2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej.

Składy towarowe	Prowadzenie przedsiębiorstwa składowego (domu składowego) – ustawa z dnia 16 listopada 2000r. o domach składowych oraz o zmianie Kodeksu cywilnego, Kodeksu postępowania cywilnego i innych ustaw (Dz. U. z 2004 r. Nr 114, poz. 1191 z późn. zm.). Rejestr prowadzi minister właściwy do spraw rynków rolnych.
Hazard (wyścigi konne)	Organizowanie wyścigów konnych – ustawa z dnia 18 stycznia 2001r. o wyścigach konnych (Dz. U. z 2001 r. Nr 11, poz. 86 z późn. zm.). Rejestr prowadzi Prezes Polskiego Klubu Wyścigów Konnych.
Lekarze	Prowadzenie: indywidualnej praktyki lekarskiej, indywidualnej specjalistycznej praktyki lekarskiej, grupowej praktyki lekarskiej oraz kształcenie i kształcenie podyplomowe lekarzy i lekarzy dentystów – ustawa z dnia 5 grudnia 1996r. o zawodzie lekarza (Dz.U. z 2002r. Nr 21, poz. 204 z późn. zm.). Rejestr prowadzi okręgowa rada lekarska.
Nasiona (obrót materiałem siewnym)	Obrót materiałem siewnym – ustawa z dnia 9 listopada 2012r. o nasiennictwie (Dz. U. z 2012 r. poz. 1512 z późn. zm.). Rejestr prowadzi wojewódzki inspektor ochrony roślin i nasiennictwa.
Ośrodki szkolenia kierowców	Prowadzenie ośrodka szkolenia kierowców, pracowni psychologicznej dla instruktorów, egzaminatorów i kierowców; organizowanie kursów dokształcających dla kierowców przewożących towary niebezpieczne – ustawa z dnia 5 stycznia 2011r. o kierujących pojazdami (tj. Dz. U. z 2014r. poz. 600 z późn. zm.). Rejestr prowadzi starosta właściwy ze względu na miejsce wykonywania.
Paliwa (wytwarzanie, magazynowanie)	Wytwarzanie i magazynowanie biokomponentów – ustawa z dnia 2 października 2003r. o biokomponentach stosowanych w paliwach ciekłych i biopaliwach ciekłych (tj. Dz. U. z 2013 r. poz. 1164 z późn. zm.). Rejestr prowadzi Prezes Agencji Rynku Rolnego.
Pielęgniarki	Prowadzenie: indywidualnej praktyki pielęgniarek, położnych, indywidualnej specjalistycznej praktyki pielęgniarek, położnych albo grupowej praktyki pielęgniarek, położnych, a także kształcenie podyplomowe pielęgniarek i położnych – ustawa z dnia 15 lipca 2011r. o zawodach pielęgniarki i położnej (Dz.U. z 2011r. Nr 174, poz. 1039 z późn. zm.). Rejestr prowadzi Naczelna Rada Pielęgniarek i Położnych.

Poczta (niewymagająca uzyskania zezwolenia)	Działalność pocztowa niewymagająca zezwolenia – ustawa z dnia 23 listopada 2012r. Prawo pocztowe (Dz. U. z 2012 r. poz. 1529). Rejestr prowadzi Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej.
Stacja kontroli pojazdów	Prowadzenie stacji kontroli pojazdów – ustawa z dnia 20 czerwca 1997r. Prawo o ruchu drogowym (tj. Dz. U. z 2012 r. poz. 1137 z późn. zm.). Rejestr prowadzi starosta właściwy ze względu na miejsce wykonywania.
Sport (profesjonalne współzawodnictwo)	Organizacja profesjonalnego współzawodnictwa sportowego może być wykonywana przez sportowe spółki akcyjne, polskie związki sportowe, osoby prawne i fizyczne – ustawa z dnia 18 stycznia 1996r. o kulturze fizycznej (Dz.U. z 2001r. Nr 81, poz. 889 z późn. zm.). Rejestr prowadzi Minister Edukacji Narodowej i Sportu.
Telekomunikacja	Świadczenie usług telekomunikacyjnych, dostarczanie sieci telekomunikacyjnej lub udogodnień towarzyszących - ustawa z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (tj. Dz. U. z 2014 r. poz. 243) Rejestr prowadzi Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Dostarczanie systemów dostępu warunkowego, elektronicznych przewodników po programach i multipleksowania sygnałów cyfrowych –ustawa z dnia 16 lipca 2004 r. - Prawo telekomunikacyjne (tj. Dz. U. z 2014 r. poz. 243) Rejestr prowadzi Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.
Turystyka (organizator i pośrednik turystyczny, organizowanie polowań)	Organizowanie imprez turystycznych oraz pośredniczenie na zlecenie klientów w zawieraniu umów o świadczenie usług turystycznych (nie na rzecz organizatorów turystyki legitymujących się stosownym wpisem na listę) – ustawa z dnia 29 sierpnia 1997r. o usługach turystycznych (tj. Dz. U. z 2014r. poz. 196). Rejestr prowadzi marszałek województwa. Usługi turystyczne obejmujące: polowania wykonywane przez cudzoziemców na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, polowania za granicą – ustawa z dnia 13 października 1995r. Prawo łowieckie (tj. Dz. U. z 2013 r. poz. 1226 z późn. zm.). Rejestr prowadzi marszałek województwa.

Waluty (działalność kantorowa)	Działalność kantorowa – ustawa z dnia 27 lipca 2002r. Prawo dewizowe (Dz. U. z 2012 r. poz. 826). Rejestr prowadzi Prezes Narodowego Banku Polskiego.
Agencje zatrudnienia	Działalność gospodarcza polegająca na świadczeniu usług w zakresie: • pośrednictwa pracy na terenie Rzeczypospolitej Polskiej, • pośrednictwa do pracy za granicą u pracodawców zagranicznych obywateli polskich, • doradztwa personalnego, • poradnictwa zawodowego, • pracy tymczasowej. - ustawa z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz. U. z 2013 r. poz. 674 z późn. zm.). Rejestr prowadzi marszałek województwa właściwy ze względu na miejsce siedziby agencji zatrudnienia.

Opracowanie: Mariusz Kubat
Doradca zawodowy
CIiPKZ w Łodzi

Bibliografia:

1. Dzienniki ustaw powoływane w treści artykułu.

Zakładanie działalności gospodarczej

Rozpoczęcie prowadzenia działalności gospodarczej związane jest z podjęciem wielu decyzji - odnośnie przedmiotu działalności, jej rodzaju (produkcja, handel, usługi), wyboru formy prawnej, formy opodatkowania itp.

Jeśli wiemy już w jaki sposób przedsięwzięcie będzie finansowane, jaka zostanie zastosowana strategia marketingowa, pozostaje załatwienie formalności związanych z zarejestrowaniem nowej firmy.

Wraz ze zmianą przepisów dotyczących działalności gospodarczej, rozpoczętej w kwietniu 2009 roku, zmniejszyła się ilość urzędów, które musi „odwiedzić" przyszły przedsiębiorca przed podjęciem swojej działalności. A mianowicie wszystkie formalności realizowało się przy tzw. jednym okienku.

Od 1 lipca 2011r. przedsiębiorca ma możliwość złożenia wniosku o wpis do ewidencji działalności gospodarczej w formie elektronicznej - za pośrednictwem Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG) (www.ceidg.gov.pl), albo w formie papierowej – w urzędzie gminy.

W celu rejestracji w formie elektronicznej można skorzystać z podpisu elektronicznego (do kontaktów z administracją i zastosowań biznesowych) z certyfikatem kwalifikowanym (należy skorzystać z usług jednego z podmiotów świadczących usługi certyfikacyjne) lub nieodpłatnego profilu zaufanego [tylko do kontaktów z administracją] na platformie ePUAP (należy założyć konto na stronie www.epuap.gov.pl następnie złożyć wniosek o założenie profilu zaufanego i potwierdzić go w ciągu 14 dni w jednym z punktów potwierdzających profil zaufany).

Podpis elektroniczny

Podpis elektroniczny - to narzędzie identyfikujące uczestników wymiany dokumentów elektronicznych oraz służące przyjęciu odpowiedzialności za ich treść.
Bezpieczny podpis elektroniczny - zwykle jest składany przy pomocy specjalnej karty procesorowej lub tokena USB oraz oprogramowania służącego do składania podpisu elektronicznego. Bezpieczny podpis elektroniczny jest równoważny pod względem skutków prawnych z podpisem własnoręcznym. Bezpieczny podpis elektroniczny może być obecnie stosowany m.in. do:

- podpisywania umów,
- składania podań i pism,
- podpisywania faktur elektronicznych,
- zarejestrowania działalności gospodarczej (CEIDG) (zakup podpisu elektronicznego na potrzeby działalności gospodarczej może być zakwalifikowany jako koszt uzyskania przychodu w ramach prowadzonej działalności gospodarczej)
- składania deklaracji celnych i podatkowych,
- zgłoszeń ubezpieczenia społecznego (również system PUE ZUS).

Zestawy do składania bezpiecznego podpisu elektronicznego można kupić w czterech firmach (tzw. kwalifikowanych podmiotach świadczących usługi certyfikacyjne w zakresie podpisu elektronicznego). Przedsiębiorstwa te są wpisane do rejestru Ministra Gospodarki (www.nccert.pl).

Nadzór nad świadczeniem usług związanych z podpisem elektronicznym w rozumieniu ustawy o podpisie elektronicznym należy zgodnie z art. 9 ust. 2 pkt 5 ustawą o działach administracji rządowej do kompetencji Ministra Gospodarki. Zakres i formy nadzoru określa ustawa o podpisie elektronicznym.

Profil zaufany jest bezpłatną metodą potwierdzania tożsamości obywatela w systemach elektronicznej administracji – to odpowiednik bezpiecznego podpisu elektronicznego, weryfikowanego certyfikatem kwalifikowanym. Wykorzystując profil zaufany obywatel może załatwić sprawy administracyjne (np. wnoszenie podań, odwołań, skarg) drogą elektroniczną bez konieczności osobistego udania się do urzędu.

Profil zaufany działa jak odręczny podpis i jest odpowiednikiem bezpiecznego podpisu elektronicznego weryfikowanego certyfikatem kwalifikowanym.
Procedura skorzystania z profilu zaufanego wymaga zalogowania się (założenia konta) na stronie www.epuap.gov.pl, wybranie usługi, którą chce się zrealizować, wypełnienie wniosku i podpisanie go profilem zaufanym.

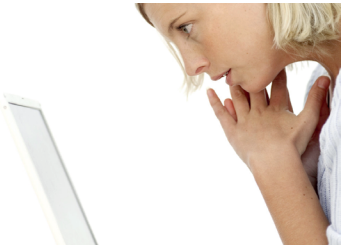
Centralna Ewidencja I Informacja O Działalności Gospodarczej (CEiDG)

CEIDG została utworzona na podstawie ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej i rozpoczęła swoje funkcjonowanie 1 lipca 2011 r. CEIDG ma znacznie ograniczyć czas potrzebny do zarejestrowania działalności gospodarczej poprzez umożliwienie założenia firmy przez Internet, a także zmniejszyć formalności związane z rozpoczęciem działalności gospodarczej. W CEIDG znajdują się informacje o wszystkich przedsiębiorcach prowadzących działalność na terenie całego kraju, w tym o posiadanych przez nich koncesjach, licencjach i zezwoleniach. Dane przedsiębiorcy wpisywane do CEIDG określone w art. 37 ust. 1 pkt 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej są jawne i publicznie dostępne poprzez stronę internetową www.ceidg.gov.pl. Każdy bezpłatnie może poprzez wyszukiwarkę znaleźć wybranego przedsiębiorcę prowadzącego działalność gospodarczą i zapoznać się z podstawowymi informacjami dotyczącymi prowadzonej przez niego działalności.

Zadaniem CEIDG jest:

- prowadzenie ewidencji przedsiębiorców – osób fizycznych w systemie teleinformatycznym;
- udostępnianie informacji o przedsiębiorcach i innych podmiotach w zakresie wskazanym w ustawie;
- umożliwienie wglądu do danych bezpłatnie udostępnianych przez Centralną Informację Krajowego Rejestru Sądowego;
- umożliwienie ustalenia terminu i zakresu zmian wpisów w CEIDG oraz wprowadzającego je organu.

Rejestracja przedsiębiorcy



Procedurę podejmowania działalności rozpoczynamy od rejestracji. Przedsiębiorcy działający jednoosobowo oraz wspólnicy spółek cywilnych rejestrowani są w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej, którą prowadzi minister właściwy do spraw gospodarki (uprzednio Ewidencji Działalności Gospodarczej, którą prowadził urząd miasta lub gminy). Wniosek składany jest na specjalnym formularzu CEIDG-1.

Wniosek CEIDG-1 dla osób fizycznych wykonujących działalność gospodarczą jest jednocześnie:

- wnioskiem o uzyskanie, zmianę albo skreślenie wpisu w rejestrze REGON;
- zgłoszeniem identyfikacyjnym albo aktualizacyjnym do naczelnika urzędu skarbowego (NIP);
- oświadczeniem o wyborze formy opodatkowania podatkiem dochodowym od osób fizycznych; Do CEiDG-1 dołączyć można również formularz VAT-R, który stanowi zgłoszenie rejestracyjne w podatku od towarów i usług zarówno dla celów transakcji krajowych, jak również celem uzyskania numeru dla transakcji wewnątrzwspólnotowych VAT-UE.
- zgłoszeniem albo zmianą zgłoszenia płatnika składek do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych; Zgłoszenie osoby ubezpieczonej czyli osoby prowadzącej działalność gospodarczą oraz innych ubezpieczonych (osoby współpracującej, pracowników, zleceniobiorców) do ubezpieczeń społecznych lub ubezpieczenia zdrowotnego następuje niezależnie od złożenia wniosku CEIDG-1, w formie zgłoszenia ZUS ZUA albo ZUS ZZA, przekazywanego w formie elektronicznej lub pisemnej bezpośrednio do ZUS. Przedsiębiorca jest zobowiązany do złożenia dokumentu ZUS ZUA lub ZUS ZZA w terminie 7 dni od dnia powstania obowiązku ubezpieczeń. Szczegóły na stronie **www.zus.pl**
- oświadczeniem o kontynuowaniu ubezpieczenia społecznego rolników.

Wnioski o wpis do CEIDG są wolne od opłat.

W przypadku wyboru działalności w formie spółki osobowej albo kapitałowej rejestracji dokonujemy w Krajowym Rejestrze Sądowym, prowadzonym przez sądy rejonowe właściwe ze względu na siedzibę tworzonej spółki. Wymagane formularze dostępne są w sądach.

Uzyskanie wpisu w ewidencji albo KRS nie zawsze jest jednak wystarczające, byśmy mogli podjąć działalność gospodarczą. Po pierwsze, wiele rodzajów działalności wymaga posiadania odpowiednich kwalifikacji zawodowych (jako przedsiębiorcy jesteśmy zobowiązani zapewnić posiadanie tych kwalifikacji). Najczęściej nie musimy posiadać tych kwalifikacji sami, a wystarczy, gdy zatrudnimy osoby z niezbędnymi kwalifikacjami do wykonywania określonych czynności. Wyjątkiem są pewne tylko zawody (zwłaszcza medyczne i prawnicze), w których wymaga się, by kwalifikacje zawodowe posiadał sam przedsiębiorca – jeżeli zatem sami ich nie posiadamy, to nie wystarczy, że zatrudnimy odpowiednią osobę.

Drugą grupę barier prawnych, jakie niejednokrotnie musimy pokonać dla legalizacji naszej działalności jest tzw. reglamentacja działalności gospodarczej, tj. obowiązek uzyskania koncesji, zezwolenia albo wpisu w rejestrze działalności regulowanej. Obowiązki te dotyczą ponad 80 różnych rodzajów działalności gospodarczej. Reglamentacja oznacza, że nie możemy podjąć działalności, jeżeli nie spełnimy przewidzianych prawem szczególnych jej warunków. W przypadku koncesji i zezwoleń musimy nadto wystąpić do właściwego organu z wnioskiem o ich udzielenie. W przypadku działalności regulowanej wystarczy złożenie oświadczenia (prawdziwego!) o spełnianiu tych warunków. Dopiero po uzyskaniu koncesji, zezwolenia albo zaświadczenia o wpisie do rejestru działalności regulowanej, możemy rozpocząć działalność. Wyjątkiem jest tu działalność regulowana, którą możemy także podjąć po upływie 14 dni od złożenia wspomnianego oświadczenia, jeżeli organ prowadzący rejestr nic w tym czasie w naszej sprawie nie zrobił.

Zakładając działalność gospodarczą należy określić czym będzie się zajmować nasza firma. W tym celu należy wybrać odpowiednie kody z Polskiej Klasyfikacji Działalności PKD 2007 na stornie Głównego Urzędu Statystycznego (GUS) lub skorzystać z wyszukiwarki kodów PKD na stronie EUGO (www.eu-go.gov.pl).

Formularz wniosku CEIDG-1 wraz z instrukcją jest dostępny na stronie **www.ceidg.gov.pl**.

Załączniki do wniosku CEIDG-1
Oprócz formularza CEIDG-1 należy wypełnić załączniki, które dołącza się do wniosku, (np. jeśli nie starczy miejsca w samym wniosku). Oto one:

- **CEIDG-RB** – informacja o rachunkach bankowych. Załącznik ten składa się w sytuacji, gdy we wniosku CEIDG-1 nie starczy miejsca dla wszystkich posiadanych rachunków bankowych.
- **CEIDG-RD** – wykonywana działalność. Załącznik ten składa się w sytuacji, gdy we wniosku CEIDG-1 nie starczy miejsca dla wszystkich rodzajów wykonywanej działalności.
- **CEIDG-MW** – dodatkowe miejsca wykonywania działalności. Ten załącznik należy złożyć w przypadku gdy działalność będzie wykonywana w więcej niż jednym miejscu.
- **CEIDG-SC** – ten załącznik należy wypełnić w przypadku gdy osoba zakładająca działalność gospodarczą jest wspólnikiem istniejących już spółek cywilnych.
- **CEIDG-PN** – Udzielenie pełnomocnictwa.
- **CEIDG-POPR** – Formularz służy do dokonywania korekt w przypadku pomyłek przy wypełnianiu części wniosku o wpis do ewidencji działalności gospodarczej.

Niższe składki na ZUS

Osoby, które zakładają pozarolniczą działalność gospodarczą po raz pierwszy lub po raz kolejny, ale nie prowadziły jej w ostatnich pięciu latach - przez okres 24 miesięcy kalendarzowych od dnia rozpoczęcia wykonywania tej działalności mogą opłacać mniejsze składki na ZUS - składki na ubezpieczenia społeczne od zadeklarowanej przez siebie kwoty, nie niższej jednak niż 30% kwoty minimalnego wynagrodzenia za pracę.

Z preferencyjnych zasad opłacania składek nie mogą skorzystać osoby, które:

- w okresie ostatnich 60 miesięcy kalendarzowych przed dniem rozpoczęcia wykonywania działalności gospodarczej prowadziły pozarolniczą działalność,
- wykonują działalność gospodarczą na rzecz byłego pracodawcy, na rzecz którego przed dniem rozpoczęcia działalności gospodarczej w bieżącym lub w poprzednim roku kalendarzowym wykonywały w ramach stosunku pracy lub spółdzielczego stosunku pracy czynności wchodzące w zakres wykonywanej działalności gospodarczej.

Składki na ubezpieczenia od tak ustalonej podstawy wymiaru mogą opłacać jedynie osoby prowadzące pozarolniczą działalność gospodarczą na podstawie przepisów o działalności gospodarczej lub innych przepisów szczególnych, w tym wspólnicy spółki cywilnej.

Zawieszenie działalności gospodarczej



Zawiesić działalność gospodarczą może przedsiębiorca niezatrudniający pracowników.
Przez przedsiębiorcę niezatrudniającego pracowników należy rozumieć przedsiębiorcę, który nie nawiązał stosunku pracy z pracownikami, w rozumieniu przepisów Kodeksu pracy. Zawieszający działalność nie przestają być przedsiębiorcami.
Zawieszenie oraz wznowienie wykonywania działalności gospodarczej następuje na wniosek przedsiębiorcy.
Formularz wniosku o wpis do CEIDG jest jednocześnie formularzem wniosku o zawieszenie oraz wznowienie działalności gospodarczej.

Wniosek o zawieszenie oraz wznowienie działalności gospodarczej można złożyć:

1. **on-line** – jeśli wpis został już przeniesiony do CEIDG, przy użyciu podpisu elektronicznego, weryfikowanego za pomocą kwalifikowanego certyfikatu, podpisem potwierdzonym profilem zaufanym ePUAP, albo podpisem osobistym, o którym mowa w przepisach o dowodach osobistych, albo w inny sposób akceptowany przez system CEIDG umożliwiający jednoznaczną identyfikację osoby składającej wniosek i czas jego złożenia,
2. **w urzędzie gminy** – osobiście lub listem poleconym, (w przypadku przesłania wniosku listem poleconym powinien być on opatrzony własnoręcznym podpisem wnioskodawcy, potwierdzonym przez notariusza).

Jeśli wniosek o wpis do CEIDG będzie niepoprawny to:

1. **gdy został złożony on-line** – system CEIDG poinformuje niezwłocznie o niepoprawności wniosku,
2. **gdy został złożony w urzędzie gminy** – organ gminy niezwłocznie wzywa do skorygowania lub uzupełnienia wniosku w terminie 7 dni roboczych.

Przedsiębiorca może zawiesić wykonywanie działalności gospodarczej na okres od 30 dni do 24 miesięcy. Jeżeli przedsiębiorca nie wznowi działalności przed upływem okresu 24 miesięcy, wpis zostanie wykreślony z urzędu.
Zarówno data rozpoczęcia zawieszenia jak i wznowienia działalności gospodarczej nie może być wcześniejsza niż dzień złożenia wniosku.

Przedsiębiorca wykonujący działalność gospodarczą w różnych formach prawnych może zawiesić wykonywanie działalności gospodarczej w jednej z tych form.
Przedsiębiorca wykonujący działalność gospodarczą jako wspólnik w więcej niż jednej spółce cywilnej może zawiesić wykonywanie działalności gospodarczej w jednej lub kilku takich spółkach. W przypadku wykonywania działalności gospodarczej w formie spółki cywilnej zawieszenie wykonywania działalności gospodarczej jest skuteczne pod warunkiem jej zawieszenia przez wszystkich wspólników.

Okres zawieszenia może być podany w dniach, miesiącach albo miesiącach i dniach. Okres zawieszenia wykonywania działalności gospodarczej rozpoczyna się od dnia wskazanego we wniosku, nie wcześniej niż w dniu złożenia wniosku, i trwa do dnia złożenia wniosku o wpis informacji o wznowieniu wykonywania działalności gospodarczej lub do dnia wskazanego w tym wniosku, który nie może być wcześniejszy niż dzień złożenia wniosku.
W okresie zawieszenia wykonywania działalności gospodarczej przedsiębiorca nie może wykonywać działalności gospodarczej i osiągać bieżących przychodów z pozarolniczej działalności gospodarczej.

W okresie zawieszenia wykonywania działalności gospodarczej przedsiębiorca:

- ma prawo wykonywać wszelkie czynności niezbędne do zachowania lub zabezpieczenia źródła przychodów;
- ma prawo przyjmować należności lub obowiązek regulować zobowiązania, powstałe przed datą zawieszenia wykonywania działalności gospodarczej;
- ma prawo zbywać własne środki trwałe i wyposażenie;
- ma prawo lub obowiązek uczestniczyć w postępowaniach sądowych, postępowaniach podatkowych i administracyjnych związanych z działalnością gospodarczą wykonywaną przed zawieszeniem wykonywania działalności gospodarczej;
- wykonuje wszelkie obowiązki nakazane przepisami prawa;
- ma prawo osiągać przychody finansowe, także z działalności prowadzonej przed zawieszeniem wykonywania działalności gospodarczej;
- może zostać poddany kontroli na zasadach przewidzianych dla przedsiębiorców wykonujących działalność gospodarczą.

Zawieszenie działalności a ZUS

W okresie zawieszenia działalności gospodarczej przedsiębiorca może opłacać dobrowolnie składki na:
- ubezpieczenie emerytalne
- ubezpieczenia rentowe
- ubezpieczenie zdrowotne (od 100%, a nie 75% przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w sektorze przedsiębiorstw).

Natomiast w okresie zawieszenia działalności przedsiębiorca nie będzie mógł opłacać składek na:
- ubezpieczenia chorobowe
- ubezpieczenie wypadkowe.

Nieopłacenie składek zdrowotnych spowoduje po 30 dniach od zawieszenia brak możliwości korzystania przez przedsiębiorcę ze świadczeń lekarskich. Wtedy może zostać zgłoszony do ubezpieczenia jako członek rodziny albo dobrowolnie ubezpieczyć się w NFZ**.**

Wizyta w banku



Do prowadzenia operacji biznesowych nie przyda się prywatne konto w banku. Trzeba założyć konto firmowe nawet wówczas, gdy firma nie będzie obracała dużymi pieniędzmi. Wynika to z tego, że dokonywania przelewów wymagają takie instytucje jak Zakład Ubezpieczeń Społecznych czy urząd skarbowy. Ponadto obowiązkowo trzeba przeprowadzać operacje finansowe za pośrednictwem banku gdy jednorazowa wartość transakcji z innym partnerem biznesowym przekroczy równowartość 15 tys. euro.

Wybór banku zależy od nas. Dobrze jest jednak sprawdzić, który bank ma dla przedsiębiorców najkorzystniejszą ofertę. Pod tym określeniem należy rozumieć oprocentowanie depozytów, koszty ewentualnych kredytów, wysokość opłaty za prowadzenie rachunku, wielkość prowizji za dokonywanie operacji przelewów.

Nie ma przepisu nakładającego na osobę zakładającą tzw. firmowy rachunek bankowy obowiązek przedkładania w banku zaświadczenia o wpisie w EDG, Regonu czy NIP-u.

Jeżeli banki zgłaszają takie żądania, wynika to z ich regulaminów wewnętrznych, nie zaś z przepisów powszechnie obowiązujących.

Inspekcja Sanitarna i Inspekcja Pracy

Od 17 stycznia 2013r. pracodawcy rozpoczynający działalność nie muszą już zgłaszać faktu zatrudniania pracowników do Państwowej Inspekcji Pracy i Państwowej Inspekcji Sanitarnej. Zmiany te wynikają z ustawy z 9 listopada 2012 r. o zmianie ustawy – Kodeks pracy oraz niektórych innych ustaw (Dz.U z 2013 r. poz. 2). Ustawa ta wykreśla bowiem z Kodeksu pracy art. 209, który zobowiązywał pracodawcę do złożenia odpowiednich zgłoszeń do Państwowej Inspekcji Pracy (PIP) i Państwowej Inspekcji Sanitarnej (PIS) w ciągu 30 dni od rozpoczęcia działalności, a niezgłoszenie było wykroczeniem, za które groziła kara grzywny. Zmiana ta jest jedną z kolejnych zmian w ostatnim okresie, które mają na celu zmniejszenie obciążeń administracyjnych dla pracodawców.



W zamian PIP i PIS mają otrzymywać od urzędów statystycznych kwartalnie zgromadzone w rejestrze REGON informacje o podmiotach deklarujących zatrudnienie pracowników wraz z nadanym im numerem identyfikacyjnym i zakodowanym opisem informacji objętych rejestrem. Dostęp do tych danych przekazywanych między urzędami ma zapewnić PIP i PIS wiedzę o nowo powstających firmach, zatrudniających pracowników, które potencjalnie mogą być podmiotami kontroli tychże urzędów. W wyniku wprowadzanych zmian szersze uprawnienia otrzymał Sanepid, który otrzymał możliwość nieodpłatnego korzystania z danych zgromadzonych w rejestrze REGON prowadzonym przez Prezesa GUS oraz do danych gromadzonych przez ZUS na kontach płatników składek.[34]

Opracowanie Mariusz Kubat
Doradca zawodowy
CIiPKZ w Łodzi

Bibliografia:

1. Młodzikowska D., *Jednoosobowa firma*, BL Info Polska, Gdańsk 2011,
2. Konieczny M. i in., *Kompendium przedsiębiorczości*, Wydział Wydawnictw i Poligrafii Centrum Obsługi Kancelarii Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2008.

Netografia:

1. www.ceidg.gov.pl
2. www.mg.gov.pl
3. www.praca.pl

34 - http://www.praca.pl/poradniki/dla-pracodawcow/zmiany-obowiazkow-pracodawcy-wobec-pip_pr-1108.html Dostępna w dniu 14.02.2014r.

To moja firma – reklama przedsięwzięcia

Każda osoba, która posiada swój własny biznes pragnie, aby firma trafiła swą ofertą do jak największej liczby potencjalnych klientów, a w konsekwencji przynosiła jak największe dochody. Najskuteczniejszą metodą jest dobrze przygotowana reklama, czyli promocja całej firmy.

Celem działań reklamowych jest przyciągnięcie uwagi potencjalnego nabywcy oraz wzbudzenie chęci i wskazanie sposobów nabycia reklamowanych towarów i usług. Przy obecnej konkurencji i skali nasilenia reklamami pozyskanie nowych klientów nie jest łatwą rzeczą. Dlatego należy starannie opracować strategię reklamową, czyli dobrać do produktów lub usług najlepszą formę reklamy.



Warto pamiętać, że:

- przemyślana i dobrze zorganizowana reklama - to klucz do sukcesu,
- skuteczna reklama nie musi być droga. Otóż nowoczesne narzędzia promocyjne pozwalają osiągnąć wymierne efekty, bez konieczności ponoszenia znacznych wydatków z tym związanych.

Planowanie działań promocyjnych - wstępne wytyczne:

Zanim zaczniemy myśleć o reklamie i jej formie, warto odpowiedzieć sobie na kilka zasadniczych pytań[35]:

- co chcemy reklamować (produkt czy usługę itp.?)
- kto jest głównym odbiorcą naszej oferty, czyli do kogo chcemy dotrzeć z przekazem reklamowym? (określenie grupy docelowej oraz odpowiedni dobór języka reklamy: inaczej będziemy „mówić" do młodych ludzi, a inaczej do grupy 50+)
- w jakim celu chcemy się reklamować?
- gdzie? (będziemy to czynić)
- jaki jest nasz budżet?
- kiedy będziemy się reklamować?
- jak często? (jaka będzie częstotliwość naszej reklamy)
- jaki nośnik reklamowy zastosujemy? (obecnie na rynku mamy mnóstwo dostępnych możliwości reklamowych, z których możemy skorzystać do celów promocji naszego produktu/oferty/marki/firmy. Nie ma potrzeby stosować ich wszystkich jednocześnie.
- Warto wybrać sobie kilka najważniejszych i najlepszych form - Jakich? Z pewnością podyktuje nam to budżet reklamowy).

35 - http://sungrey.pl/baza_wiedzy/reklama/jak-stworzyc-skuteczna-reklame, dostępne 17.06.2014 r.

Wszystkie powyższe wytyczne są bardzo istotne przy planowaniu strategii reklamowej, która aby była skuteczna wymaga zgłębienia wiedzy specjalistycznej lub zaangażowania ekspertów w tej dziedzinie.

Reklama online - jak zareklamować firmę w internecie?

Rozwój nowych technologii i ciągle powiększający się dostęp do Internetu sprawił, że większość konsumentów przed podjęciem decyzji zakupowych, to właśnie w sieci szuka potrzebnych informacji na temat produktów czy usług. Nowoczesna firma, która chce zdobyć klientów i utrzymać się na rynku, musi nauczyć się wykorzystywać nowe technologie i wiedzieć **-** *jak prawidłowo reklamować i promować swoją firmę w Internecie.*



Zorganizowanie skutecznej reklamy jest procesem złożonym i uzależnionym od zasobności portfela właściciela firmy. Jeśli przedsiębiorca posiada budżet na promocję sięgający setek tysięcy złotych, zakres możliwości jego wykorzystania jest niemal nieograniczony. Problem pojawia się wtedy, gdy dostępny kapitał na reklamę wynosi najwyżej kilkaset lub kilka tysięcy złotych. Nie jest to wcale rzadkością w przypadku mniejszych firm lub osób, które dopiero zaczynają swoją przygodę z biznesem.

Jak pokazuje praktyka, nieraz wystarczą niewielkie kwoty (przynajmniej na początku) do tego, aby zaistnieć w umysłach potencjalnych klientów. Najbardziej skuteczne i zapadające w pamięć okazują się zazwyczaj nieszablonowe pomysły marketingowe. Jednakże nie jest łatwo takie wymyśleć ponieważ zajmuje to trochę czasu, a przedsiębiorcy zależy na dość szybkim dotarciu do odbiorcy.

W związku z powyższym warto rozważyć standardowe formy promocji, które od lat się sprawdzają i niekoniecznie muszą być bardzo drogie [36]:

- **strona internetowa** z treścią oferty. To nie musi być złożona witryna. Wystarczy jedna strona – wizytówka na darmowym hostingu. Stworzenie własnej, prostej strony internetowej na własnej domenie (.pl lub com.pl) to jednorazowy wydatek rzędu 500-800 zł oraz w późniejszym okresie opłaty roczne wynoszące 60-400 zł w zależności od opcji wybranego hostingu. Zamiast z oferty firm marketingowych można skorzystać z freelancerów *(np. na www.zlecenia.przez.net),* którzy stworzą od zera całą witrynę według określonych wymagań, ale za znacznie bardziej przystępną cenę.
- **e-mail marketing** - dobry sposób na **promocję swojej firmy w Internecie**. Umożliwia on wysyłanie ofert handlowych na skrzynki Internetowe użytkowników zarejestrowanych w danej usłudze. Kampania e-mailowa musi być szczególnie starannie przygotowana i przeprowadzona, tak aby informacja o produkcie i firmie wyróżniała się na tle konkurencji, a klient chciał przeczytać newsletter i z niego skorzystać. Szczególnie istotnymi cechami działań e-marketingowych są niskie koszty, jednak skuteczność w związek z popularnością tego narzędzia jest dość mała.

36 - http://consider.pl/jak-zareklamowac-firme-czesc-pierwsza-internet/, dostępne na 17.06.2014r.

- **katalogi firmowe** – umieszczenie informacji o firmie w wybranym katalogu (Panorama Firm, PKT, Onet Katalog – firmy, itp.). Jest bardzo duży wybór takich portali. Ważne jest jednak, aby nie wykupywać rocznego abonamentu na wszystkich dostępnych katalogach, tylko wybrać ten, który najlepiej będzie odpowiadał rodzajowi usług oferowanych przez daną firmę. Warto sprawdzić jaką miesięczną odwiedzalność mają poszczególne portale i czy oferują statystyki wejść na wykupioną podstronę z wizytówką.
- umieszczenie **danych kontaktowych** firmy na Google Maps/ Miejsca, Zumi, itp. (wpisanie swojej firmy w Google Miejsca, czyli usłudze pozwalającej na umieszczenie jej na mapach tworzonych przez serwis Google)[37],
- umieszczenie **ogłoszeń ofertowych** na Gumtree.pl, Allegro.pl.
- **pozycjonowanie strony www** – zajmują się tym zarówno wyspecjalizowane firmy, jak i wspominani wcześniej freelancerzy. Stawki uzależnione od wpisywanego zwrotu (a konkretnie od jego konkurencyjności) w wyszukiwarce i miejsca jakie chcemy, aby witryna zajmowała w wynikach wyszukiwania.
- **media społecznościowe,serwisy** (ang. *Social Media*) - utworzenie profilu firmy
- w serwisach typu goldenline, linkedin.....
- **firmowe materiały wideo** - stworzenie i „wrzucenie" ich na youtube.pl. Warto przy tym zaznaczyć, że mało kto będzie zainteresowany oglądaniem filmów czysto-promocyjnych. Lepiej sprawdzają się filmy instruktażowe, poradniki, które w tle reklamują też konkretną markę.
- **blog specjalistyczny** - uruchomienie własnego bloga lub pisanie artykułów dla innych portali.
- **facebook** – także pomoże dotrzeć do właściwych osób[38] (zobacz: Historie sukcesu https://www.facebook.com/advertising/success-stories/state-bicycle, dostępne 17.06.2014r.)

Rozwój reklamy w internecie pozwolił na przeniesienie działań marketingowych w zupełnie inny wymiar. Ten obszar reklamy nie kopiuje jedynie tradycyjnych form reklamowych i przenosi je do rzeczywistości wirtualnej, ale z niezwykłą dynamiką otwiera przed reklamodawcami coraz to nowe możliwości w promocji produktów i usług, a także w dziedzinie budowy wizerunku[39].

Reklama poza Internetem - zestawienie przykładowych metod promocji firmy.

Wybrane sposoby reklamowania towarów i usług[40]

- **SPECJALNE PUBLIKACJE**
  wielkie plakaty (tzw. bilboardy), ulotki, foldery dostarczane do domów (niekiedy z próbkami reklamowanego towaru), wizytówki
- **UMIESZCZANIE REKLAM W MEDIACH**
  kampanie reklamowe w radiu, telewizji, prasie czy internecie
- **AKCJE PROMOCYJNO-INFORMACYJNE**
  prowadzone w miejscach sprzedaży towarów i usług, najczęściej w dużych domach towarowych, supermarketach, połączone z konkursami dla konsumentów w radiu, telewizji, prasie, targi, konferencje, spotkania branżowe

37 - http://www.pozycjonowaniebezryzyka.pl/jestes-juz-na-mapie-google/,dostępne 17.06.2014r.
38 - https://www.facebook.com/advertising/, Informacje o reklamie na facebooku, dostępne 17.06.2014 r.
39 - Okonek P., Reklama w sieci, PARP, Warszawa 2009 r.,s. 4, http://www.parp.gov.pl, dostępne 17.06.2014 r.
40 - Makieła Z., Rachwał T., Podstawy przedsiębiorczości, Nowa Era, Warszawa 2010, s. 107

- **MERCHANDISING**
  (ang. merchant – kupiec, handlowiec; merchandise – towar); działania promocyjne w miejscu sprzedaży towaru: opakowanie i prezentacje towarów, rozplanowanie sali sprzedażowej i rozmieszczenie w niej asortymentu,
- **SPONSORING**
  wspieranie przez producentów (reklamodawców) różnych imprez sportowych, kulturalnych, charytatywnych, odpłatne publikowanie w mediach materiałów na określony temat wykonanych na zamówienie, np.: wywiadów, reportaży czy filmów.

Ktoś kiedyś powiedział wciąż aktualne słowa: „reklama dźwignią handlu...” jednak każdy przedsiębiorca powinien wiedzieć o tym, że do osiągnięcia sukcesu w reklamie istotna jest znajomość metod/ technik promocji (to połowa sukcesu), ale czasami także „zasobność” portfela, która stwarza większe możliwości promocji i rozwoju firmy.

Odpowiednio wybrana strategia wskaże nam, w jaki sposób należy przygotować się do działań promocyjnych. Jednak to, czy dana firma odniesie znaczący sukces zależy również od większej liczby czynników np.: jakości produktu czy obsługi klienta itp.[41] Organizując **działania promocyjne w swojej firmie**, należy pamiętać również o tym, że nie mogą być one odrębne i niezależne od funkcjonowania całej firmy. Muszą być ściśle zintegrowane z naszą działalnością i powinny łączyć się na wielu poziomach. Bez tego sukces będzie znacznie trudniej osiągnąć.

Opracowanie: Edyta Kolenda
Doradca zawodowy
CIiPKZ w Łodzi

Bibliografia:

1. Makieła Z., Rachwał T.,Podstawy przedsiębiorczości,Nowa Era, Warszawa 2010r.
2. Młodzikowska D., Lunden B., Jednoosobowa firma, BL Info Polska Sp.z o.o.,Gdańsk 2011 r.
3. Okonek P., Reklama w sieci, PARP, Warszawa 2009 r.

Netografia: (strony dostępne w dniu 17.06.2014r.)

1. http://consider.pl/,
2. https://www.facebook.com,
3. http://www.parp.gov.pl,
4. www.przedsiebiorczosc.uw.edu.pl,
5. http://sungrey.pl.

41 - http://www.przedsiebiorczosc.uw.edu.pl/przedsiebiorczosc/?what=marketing, dostępne 17.06.2014 r.

E-biznes w zarysie

Rozwój technologiczny jest zjawiskiem postępującym i coraz więcej dziedzin codziennego życia zostaje poddanych jego działaniu. Nie inaczej stało się z prowadzeniem działalności gospodarczej. To co kiedyś mogło wydawać się czymś mocno nierealnym obecnie jest już codziennością. Mowa tutaj o przeniesieniu zwykłych biznesów do Internetu. Tak właśnie powstał e-biznes. W pierwotnym ujęciu definicyjnym pod tym stwierdzeniem rozumiemy, każde wykorzystanie technologii elektronicznych do prowadzenia firmy np. działania w edytorze tekstu lub arkuszu kalkulacyjnym. Obecnie, jednak głównie pod tym pojęciem rozumie się prowadzenie działalności gospodarczej z wykorzystaniem technologii teleinformatycznych, głównie internetowych aplikacji[42], które umożliwiają komunikację za pośrednictwem sieci komputerowej przy pomocy przeglądarki internetowej (program umożliwiający przeglądanie stron w Internecie).

Pojęcie e-biznesu zostało po raz pierwszy użyte przez firmę IBM w 1995 roku[43]. Historia elektronicznej działalności rozpoczęła się jednak nieco wcześniej bo wraz z powstaniem w latach 60 XX wieku EDI (Electronic Data Interchange)[44] – elektronicznej wymiany dokumentów. Z czasem coraz więcej przedsiębiorstw zaczęło wykorzystywać technologiczny postęp m.in. do prowadzenia harmonogramów produkcyjnych czy też prowadzenia systemu płac i wynagrodzeń. Działania na tym polu notowały coraz większy rozwój począwszy od wymiany informacji pomiędzy partnerami biznesowymi skończywszy na etapie, gdy wyszukiwarki informacji i sklepy internetowe wdarły się szturmem do życia codziennego.

Wybrane rodzaje e-biznesu

E-biznes jest pojęciem rozległym, a w jego skład wchodzą m.in.:

- **e-commerce (handel elektroniczny)** – rodzaj handlu prowadzony za pośrednictwem Internetu. Wykorzystuje on środki teleinformatyczne w celu dokonania transakcji handlowej. Prościej mówiąc jest to po prostu sklep internetowy. W sieci znajdziemy ogromną liczbę takich e-sklepów. Prowadzą je zarówno firmy funkcjonujące tylko w Internecie jak i te, które posiadają sklepy stacjonarne, a sklep internetowy stał się jedynie uzupełnieniem ich działalności – dodatkowym kanałem sprzedaży.
- **e-economy (e-gospodarka)** – pojęcie to obejmuje przekazywanie informacji biznesowych za pośrednictwem platform internetowych np. za pomocą poczty elektronicznej. Może dotyczyć wymiany informacji pomiędzy dostawcami i odbiorcami.
- **e-government (e-administracja)** – wiąże się ze stosowaniem teleinformatycznych platform w administracji publicznej. Ma na celu ułatwienie załatwiania pewnych spraw np. możliwość rozliczenia się z Urzędem Skarbowym poprzez wysłanie elektronicznej wersji naszego zeznania podatkowego.
- **e-learning** – nauczanie za pośrednictwem Internetu. Umożliwia np. ukończenie kursów lub szkoleń za pośrednictwem Internetu, bez wychodzenia z domu. Wydawać by się mogło, że ten rodzaj nauczania jest w stanie zrewolucjonizować dotychczasowe metody nauki.

42 - http://pl.wikipedia.org/wiki/Aplikacja_internetowa dostępna na 1.10.2014
43 - http://pl.wikipedia.org/wiki/E-biznes dostępna na 1.10.2014
44 - http://www.heuristic.pl/blog/e-biznes/e-Biznes%20-%20geneza%20powstania%20elektronicznego%20biznesu;159.html
--- dostępna na 1.10.2014

E-learning posiada jednak pewne ograniczenia (np. wykonywanie ćwiczeń praktycznych) w związku z czym istnieją nikłe szanse, że uda mu się w sposób całkowity zastąpić tradycyjne formy edukacji.

- **e-procurement (elektroniczne zaopatrzenie)** – przedstawienie oferty handlowej połączone z zamawianiem produktów za pośrednictwem Internetu[45]. Możemy do tego zaliczyć np. obieg dokumentów drogą elektroniczną, zatwierdzanie transakcji za pomocą e-podpisu.

Według raportu[46] z 2012 roku światowym liderem w handlu prowadzonym drogą elektroniczną są Stany Zjednoczone, których sprzedaż internetowa sięgnęła 187 miliardów dolarów co stanowi 1/3 światowej sprzedaży w Internecie. Jednak najbardziej rozwiniętym krajem pod względem handlu elektronicznego jest Wielka Brytania. Największa sprzedaż internetowa na jednego mieszkańca jest w Norwegii gdzie sięga 921 dolarów. Polska według tego rankingu zajmuje 28 miejsce pod względem rozwoju handlu internetowego na świecie. Plasuje się także na 15 miejscu pod względem wartości sprzedaży internetowej z liczbą 4 miliardów i 864 milionów dolarów.

Wady i zalety e-biznesu

Do zalet możemy zaliczyć:

- ogromne możliwości rynkowe – brak ograniczeń w kwestiach terytorialnych, możemy dotrzeć niemal do wszystkich osób posiadających dostęp do Internetu
- niski wkład własny na początku biznesu – w sieci sukces możemy osiągnąć bez większych nakładów finansowych, najważniejszy jest pomysł i sposób jego realizacji
- finanse – w przypadku gdy biznes zakończy się fiaskiem straty finansowe są znacznie mniejsze niż w przypadku[47] upadku biznesu „realnego", ponieważ kapitał początkowy jest tu znacznie niższy. Przy prowadzeniu sklepu internetowego możemy dokonać pewnych oszczędności chociażby na wynajmie lokalu.
- mobilność – prowadzenie e-biznesu umożliwia nam pracę nie tylko stacjonarną. Prowadząc e-biznes nie musimy z klientami kontaktować się z siedziby firmy – wystarczy nam urządzenie z dostępem do Internetu.

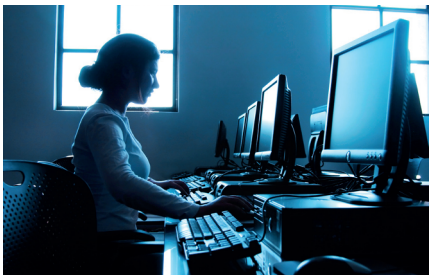
Zaś do wad:

- żmudny proces budowania marki – o ile założenie e-biznesu nie należy do zadań trudnych o tyle znalezienie odpowiednich klientów już tak. Zanim zaczniemy zarabiać na naszym wirtualnym biznesie potrzebujemy zdobyć klientów, którzy sprawią, że nasz e-biznes będzie przynosił zyski. Jest to trudne o tyle, że w przypadku działalności internetowych ludzie opinii na temat danej firmy najczęściej szukają właśnie w Internecie. Opierają się oni na opiniach innych a dotyczących doświadczeń z danym przedsiębiorstwem mają inni. Jeśli firma jest nowa i nie znajdują odpowiednich informacji, to mogą przejść na stronę sprawdzonego dostawcy rezygnując z oferty tego nowego przedsiębiorstwa.
- konkurencja – Internet jest pełen różnych ofert. W przypadku rozpoczęcia biznesu powinniśmy zastanowić się czy damy radę się przebić na określonym rynku oraz zaprojektować strategię, która umożliwi nam dotarcie do klientów.

45 - http://www.pi.gov.pl/PARP/chapter_86196.asp?soid=1F500E939A8544F48782B432B0ADF797 dostępna na 1.10.2014
46 - http://www.egospodarka.pl/96392,Handel-internetowy-na-swiecie,1,39,1.html dostępna na 1.10.2014
47 - http://redcart.pl/centrum_wiedzy/porady/2/jakie-sa-zalety-z-prowadzenia-wlasnego-sklepu-internetowego-.html dostępna na 1.10.2014

- dbałość o towar – ważnym elementem w przypadku prowadzenia sklepu internetowego jest dostawa. Warto zatem zadbać o odpowiednie zabezpieczenie (i ubezpieczenie) sprzedawanego towaru podczas przewożenia lub zlecenie dostawy firmie kurierskiej, która na czas przewozu przesyłki bierze za nią odpowiedzialność.
- ograniczenia branżowe – nie każdy biznes da się przenieść do sieci, występują pewne firmy, które nigdy nie będą w stanie przenieść się całkowicie do sieci. Przykładem może być sektor usług. Możemy w Internecie zamieścić ofertę naszej firmy hydraulicznej jednak żeby wykonać jakieś działanie musimy do klienta dotrzeć w realnym świecie.

Internetowi zwycięzcy i przegrani



Niezależnie od dziedziny w której działamy, większość z nas chciałaby się wzorować na kimś kto odniósł już pewien sukces na tym polu. Nie inaczej jest w e-biznesie. Wiele z osób, które startują ze swoim internetowym biznesem pragnie osiągać w przyszłości takie wyniki finansowe jak najwięksi giganci. Warto zatem w dużym skrócie przytoczyć historię (sukcesy i porażki) zarówno światowych jak i rodzimych firm działających w Internecie.

Google – w 1995 roku poznali się Larry Page i Sergey Brin. Rok później stworzyli wyszukiwarkę BackRub, która potrafiła określić ważność stron na podstawie linków. Sama firma została utworzona w 1998 roku. Flagowymi produktami marki Google Inc. oprócz wyszukiwarki są: poczta elektroniczna: gmail.com, otwarta platforma na telefony komórkowe: Android, mapy cyfrowe, które dostarczają nam informacji np. o aktualnym natężeniu ruchu: Google Maps, przeglądarka internetowa: Google Chrome, portal społecznościowy: Google+. Firma notuje około 10 miliardów przychodów i 3 miliardów dolarów zysku rocznie.

Amazon – sklep internetowy założony w 1994 roku przez Jeffa Bezosa. Początkowo był tylko księgarnią internetową, w której pierwszą książkę sprzedano w 1995 roku. Z czasem powiększono asortyment sklepu o płyty CD, DVD, sprzęt elektroniczny czy chociażby meble. Obecnie jest to największy sklep internetowy na świecie, który zatrudnia ponad 20 tysięcy osób. Firma zaczyna również wchodzić na rynek polski i do 2015 roku zamierza otworzyć w Polsce trzy centra logistyczne: dwa w okolicach Wrocławia, a jedno pod Poznaniem. Centra te mają dać pracę około 6 tysiącom ludzi, a w okresie świątecznym ma być zatrudniane dodatkowe 9 tysięcy pracowników tymczasowych[48].

Chomikuj.pl – założony przez grupę Team Solutions. Powstał gdy pomysłodawcy zrozumieli, że wraz z rozwojem łączy internetowych pojawia się zwiększone zapotrzebowanie na przestrzeń do przechowywania plików. Stworzyli internetowy dysk, na którym użytkownicy mogą przechowywać swoje pliki, a także udostępniać je znajomym. Obecnie na portalu użytkownicy przechowują ponad miliard plików.

48 - http://metromsn.gazeta.pl/Portfel/1,135228,14733910,Amazon_otworzy_w_Polsce_centra_logistyczne__Zatrudni.html --- dostępna na 1.10.2014

Merlin.pl – polski sklep internetowy założony w 1999 roku. Początki firmy są podobne do początków Amazon.com – serwis z założenia miał być księgarnią internetową. Z czasem firma zaczęła się rozrastać rozszerzając ofertę o filmy, muzykę, elektronikę, zabawki czy też odzież. Obecnie w ofercie sklepu znajduje się około 500 tysięcy produktów. Merlin.pl realizuje około 3000 zamówień dziennie[49]. Wartość towarów sprzedanych za pośrednictwem sklepu od początku istnienia wyniosła około 500 milionów złotych[50].

Rozochoceni sukcesami ludzi, którzy zarabiają na swoim internetowym biznesie ogromne pieniądze nie możemy zapomnieć o tych, którym się w e-biznesie nie powiodło. Przykładem takiej firmy jest Boo.com. Przedsiębiorstwo to zostało założone w 1998 roku przez Ernsta Malmstena, Kajsa Leadera i Patrika Hedelina. Firma za cel postawiła sobie handel odzieżą sportową w Internecie. Zainwestowano około 135 milionów dolarów, zatrudniono kilkaset osób, a mimo to przedsięwzięcie upadło. Przyczyną tego był brak odpowiedniej reklamy[51] – brak dotarcia do potencjalnych klientów oraz wiele innych składowych choćby takich jak złe zarządzanie. Poniesione przez firmę straty przyczyniły się do upadku przedsiębiorstwa[52].

Przykładem pewnego rodzaju porażki może być także próba przeniesienia światowego portalu aukcyjnego eBay na polski rynek. Otóż w 2005 roku firma postanowiła rozpocząć działalność na terytorium naszego kraju. Brak prowizji i opłat od dokonanych transakcji przyniósł pozytywny odbiór. Strona bardzo szybko wzniosła się na szczyty rankingu popularności stron internetowych i uplasowała się na drugim miejscu. W 2008 roku polski eBay wprowadził opłaty i to pociągnęło go w dół. Z serwisu zostało wycofanych około 80% aukcji. Obecnie eBay zniósł opłaty za wystawienie przedmiotu na sprzedaż jednocześnie podnosząc w niewielkim stopniu prowizję od opłat. Niewiele to jednak dało gdyż wygląda na to, że eBay utracił swoją pozycję bezpowrotnie i choć jest na 3 miejscu w rankingu portali aukcyjnych w Polsce to jego udział w rynku jest niewielki (1,34% ogólnej liczy aukcji)[53].

Przestrogi dla elektronicznych biznesmenów

1. **bez reklamy nie podchodź** – ważnym elementem rozwoju internetowego biznesu jest reklama. To ona poinformuje użytkowników o tym, że firma istnieje w sieci, jaką ma ofertę. Chcąc założyć np. sklep internetowy warto dodać kilka reklam w miejscach, które będą się w jakiś sposób wiązały z ofertą naszego sklepu. Jeśli zakładamy sklep internetowy oferujący produkty kosmetyczne, warto reklamę umieścić na forach dyskusyjnych dotyczących kosmetyków. Jeżeli oferujemy rady prawne przez Internet to warto się zareklamować na forach prawniczych. Konsekwencje braku reklamy zostały obnażone na przykładzie firmy Boo.com. Należy jednak pamiętać, że najdroższa reklama nie zawsze jest najlepsza, bo czasem najlepszą reklamą jest krążąca w sieci opinia użytkowników na nasz temat.
2. **niszczycielska konkurencja** – jak wiemy konkurencja w Internecie jest wielka. Zatem czy warto brać się za prowadzenie internetowego biznesu, jeśli na danym rynku istnieją firmy o ugruntowanej pozycji, oferujące to samo co my? Wydaje się to przedsięwzięciem mocno ryzykownym. Chyba, że zamierzamy się czymś wyróżniać np. jakością naszych

49 - http://merlin.pl/info/about_firm/main.html;jsessionid=10FC89A86AA4DC39D23DC813F55F4EA1.LB10 dostępna na 1.10.2014
50 - http://pl.wikipedia.org/wiki/Merlin.pl dostępna na 1.10.2014
51 - http://www.heuristic.pl/blog/e-biznes/Przeniesienie%20biznesu%20do%20sieci%20-%20sukces%20Amazon%20i%20pora%C5%BCka%20Boo;187.html dostępna na 1.10.2014
52 - http://en.wikipedia.org/wiki/Boo.com dostępna na 1.10.2014
53 - http://pl.wikipedia.org/wiki/EBay dostępna na 1.10.2014

produktów czy też ceną. Inaczej już na początku istnienia naszego internetowego przedsiębiorstwa sami rzucamy sobie kłody pod nogi. Wyjątkiem może być jednak sytuacja gdy na oferowane przez nas produkty jest duży popyt.

3. **najważniejszy jest pomysł** – w biznesie elektronicznym nie jest to stwierdzenie nad wyrost. Wystarczy się przyjrzeć takim serwisom jak demotywatory.pl czy też poszkole.pl. Są to strony o charakterze humorystycznym, na których można znaleźć obrazki, śmieszne anegdotki bądź gry. Co ciekawe druga z wymienionych stron internetowych na wyświetlaniu samych reklam zarabia około 50 tysięcy złotych miesięcznie.
4. **klient nasz pan** – zarówno w przypadku biznesu prowadzonego w świecie realnym jak i biznesu internetowego powinniśmy podchodzić z dużą dbałością o klienta. To przecież on będzie napędzał rozwój naszego e-przedsiębiorstwa, a także zapewniał nam dochód z tejże działalności. Dlatego powinniśmy się do klientów odnosić z szacunkiem, dbać o kontakt oraz o komfort realizacji usługi jaką oferujemy. Inaczej nawet jeśli zbudujemy sieć kupujących to bardzo szybko może nam się rozpaść.
5. **pierwsze wrażenie** – tak jak w życiu tak samo w sieci bardzo ważne jest pierwsze wrażenie. Kto chciałby robić interesy z kimś kto wygląda nieprofesjonalnie, a jego biuro to jeden wielki bałagan? Niewielu. Tak samo jest w sieci. Bardzo ważne w tym przypadku jest stworzenie własnej strony internetowej, która będzie wyglądała profesjonalnie. Warto umieścić na niej formularz kontaktowy, z którego klient będzie mógł skorzystać w przypadku jakichkolwiek wątpliwości. Dodatkowo można zamieścić informację o naszej firmie (czym się zajmujemy, kim jesteśmy, jak długo nasza firma istnieje). Dużym plusem strony internetowej będzie jej duża przejrzystość.

Gdzie uzyskać pomoc w zakresie e-biznesu?



Wsparciem dla e-biznesu w Polsce zajmuje się zajmuje się Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (**www.parp.gov.pl**). Przydatne informacje lub porady ekspertów on-line można znaleźć na stronie internetowej **www.web.gov.pl**. Różnego rodzaju szkolenia w tym zakresie prowadzone są także przez prywatnych przedsiębiorców. Można je realizować jako video szkolenia jak np. za pośrednictwem strony **www.tajemniceebiznesu.pl** a także w formie tradycyjnych wykładów czy też warsztatów. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom rynkowym obecnie możliwości zgłębiana wiedzy z zakresu e-biznesu nie kończą się na poradach ekspertów czy też szkoleniach dotyczących tej tematyki. Niektóre uczelnie prowadzą nabór kandydatów na studia traktujące o e-biznesie. Przykładami mogą być Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie lub Wyższa Szkoła Administracji Publicznej w Białymstoku.

Opracowanie: Bartłomiej Babczyński
Doradca zawodowy
CIiPKZ w Łodzi

Bibliografia:

1. Rozmiarek J., *E-sklep biznes na kryzys*, Wydawnictwo „Książka i Wiedza", Warszawa, 2010
2. Karwatka T. Sadulski D., *E-commerce proste odpowiedzi na trudne pytania*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa, 2011

Strony internetowe: (dostępne na 1.10.2014)

1. www.pl.wikipedia.org/wiki/Aplikacja_internetowa
2. www.pl.wikipedia.org/wiki/E-biznes
3. www.heuristic.pl/blog/e-biznes/e-Biznes%20-%20geneza%20powstania%20elektronicznego%20biznesu;159.html
4. www.pi.gov.pl/PARP/chapter_86196.asp?soid=1F500E939A8544F48782B432B0ADF797
5. www.redcart.pl/centrum_wiedzy/porady/2/jakie-sa-zalety-z-prowadzenia-wlasnego-sklepu-internetowego-.html
6. www.metromsn.gazeta.pl/Portfel/1,135228,14733910,Amazon_otworzy_w_Polsce_centra_logistyczne__Zatrudni.html
7. www.merlin.pl/info/about_firm/mainhtml;jsessionid=10FC89A86AA4DC39D23DC813F55F4EA1.LB10
8. www.pl.wikipedia.org/wiki/Merlin.pl
9. www.heuristic.pl/blog/e-biznes/Przeniesienie%20biznesu%20do%20sieci%20-%20sukces%20Amazon%20i%20pora%C5%BCka%20Boo;187.html
10. www.en.wikipedia.org/wiki/Boo.com
11. www.pl.wikipedia.org/wiki/EBay
12. www.egospodarka.pl/96392,Handel-internetowy-na-swiecie,1,39,1.html

Sklep internetowy – sposób na samozatrudnienie

W Polsce działa obecnie ponad 12 tysięcy sklepów internetowych. Każdego dnia pojawiają się nowe, ale znikają również te, które nie podołały konkurencji.Prowadzenie e-sklepu jest dziś ciekawym pomysłem na nowoczesne samozatrudnienie. Sprzedaż przez Internet jest sposobem na zarabianie dla wielu tysięcy Polaków, dla których prowadzenie sklepu Internetowego to codzienna praca generująca im zarobek. Chcąc założyć własny sklep internetowy należy rozważyć bardzo wiele aspektów, które musimy mieć cały czas na uwadze, podczas prowadzenia swojego e-biznesu.

Przede wszystkim należy zacząć od wybrania nazwy i zakupienia domeny – czyli adresu www, który będą wpisywali w przeglądarkę internetową nasi przyszli klienci. Koszt domeny w pierwszym roku to kilka, kilkanaście złotych, w kolejnych latach musimy liczyć się z kwotami około 100 zł netto za każdy rok odnowienia naszej domeny. Najbardziej popularnymi serwisami zajmującymi się rejestracją domen są **www.nazwa.pl**, **www.home.pl**, **www.az.pl**. Miejsc, w których możemy zarejestrować domenę jest dużo więcej, wystarczy w przeglądarkę internetową wprowadzić zapytanie – zakup domeny internetowej. Wybierając nazwę wiemy, co będziemy sprzedawać, w jakiej branży chcemy działać i jakie rynki podbijać. Ten wybór jest bardzo istotny, gdyż jest szereg branż, gdzie marża na produktach jest bardzo niska, a to powoduje, że wygrywa najsilniejsza konkurencja.

Jakie oprogramowanie sklepu wybrać?

Rynek obecnie dostarcza bardzo wiele rozwiązań i otwierając swój pierwszy sklep internetowy możemy skorzystać z:

- gotowych platform e-commerce, gdzie wykupujemy swój sklep internetowy płacąc za niego w systemie abonamentowym. Przed wyborem takiej platformy warto sprawdzić, jakie oferuje ona funkcjonalności i czy na pewno pokrywają się one z naszymi oczekiwaniami i planami biznesowymi. Bardzo wiele firm zaczyna od tego typu rozwiązań, gdyż jest ono najtańsze i można je uruchomić praktycznie z dnia na dzień. Koszt utrzymania takiego sklepu to kilkadziesiąt złotych miesięcznie.
- rozwiązania typu open source, czyli darmowe sklepy internetowe, które praktycznie możemy sami uruchomić na serwerze i zarządzać poszczególnymi funkcjonalnościami. Instalacja tego typu rozwiązań wymaga od nas już jakiejś wiedzy informatycznej, dlatego łatwiej zgłosić się do firmy, która na co dzień zajmuje się obsługą sklepów na platformach open source. Najbardziej popularnym rozwiązaniem dającym spore możliwości jest sklep PrestaShop, który jest rozwiązaniem międzynarodowym rozwijanym przez wielu programistów na całym świecie. Dopisują oni szereg modułów, które później udostępniane są za darmo, bądź za niewielką opłatą właścicielom sklepów Internetowych.
- dedykowane rozwiązania szyte na miarę - całość działań związanych ze zbudowaniem sklepu przejmują firmy, które specjalizują się w takich działaniach na co dzień. W ramach działań otrzymujemy dedykowany projekt graficzny (według naszych potrzeb) oraz pakiet rozwiązań, które wspólnie z taką firmą wybierzemy. Taka firma na pewno też zaprojektuje nam profesjonalny logotyp, który będziemy stosować zarówno w Internecie, jak i w materiałach drukowanych. Koszt zbudowania takiego sklepu rozpoczyna się od kilku tysięcy złotych.

Niezależnie od wybranego modelu powinniśmy postawić na rozwiązanie, które:

- ma dobrze zaprojektowaną kartę produktu. Dobry opis i zdjęcia są po naszej stronie, musimy zadbać o unikatowość treści, odpowiadającą wyczerpująco na wszystkie wątpliwości klientów. Klient musi mieć jasność tematu, co do oferowanego produktu, ceny, kosztów i sposobu dostawy;
- dobrze działająca wyszukiwarka i możliwość filtrowania produktów po określonych cechach (kolor, rozmiar, przedział cenowy). Klient musi szybko znaleźć poszukiwany produkt, jeśli mu tego nie ułatwimy, to za chwilę będzie użytkownikiem innego sklepu;
- ma łatwą i przyjazną ścieżkę zakupową. Jeśli klient już doda produkt do koszyka,to dalsze kroki zmierzające do finalizacji zamówienia muszą być łatwe i nie sprawiać najmniejszych trudności;
- dają szeroki wachlarz form dostawy (odbiór osobisty, poczta, kurier, paczkomaty, paczka w ruchu) i płatności (przy odbiorze, przelew lub płatnośc karta on-line, raty);
- mają dobry i intuicyjny podział kategorii, w których prezentujemy produkty.

Regulamin i kwestie prawne

Prowadząc sklep internetowy obowiązkowo należy zadbać o aktualny regulamin, politykę prywatności i wszystkie aspekty prawne. Na rynku jest wiele firm specjalizujących się w tworzeniu profesjonalnych regulaminów, które są w zgodzie z prawem i chronią nas jako sprzedających, będąc zarazem w zgodzie z prawami konsumentów. Zapisy te muszą regulować kwestie związane z prawami konsumentów, prawem do zwrotu i reklamacji zakupionego produktu. Prawo dynamicznie się zmienia, należy więc zadbać, aby nasz sklep internetowy zawsze posiadał w swoich zapisach aktualne regulacje prawne.

Dajmy się znaleźć

Mając już sklep internetowy musimy zadbać o elementy związane z promocją. Dzisiaj bez pozycjonowania (klient wpisuje w wyszukiwarkę szukane hasło i otrzymuje wyniki wyszukiwania) nie będziemy widoczni w sieci. To jest proces długotrwały, mogący trwać nawet kilkanaście miesięcy. W tym procesie najwyższy jest sensowny wybór słów kluczowych, na które zlecimy pozycjonowanie. Często jest tak, że właściciele sklepów są zmuszani do podania fraz do pozycjonowania i nie dokonują wcześniej analizy ich skuteczności. Możemy wskazać wiele fraz i żadna z nich nie będzie powodować wzrostu sprzedaży w naszym sklepie. Dlatego przed podanie takich fraz warto przeprowadzić jakieś kampanie testowe, które wskażą nam dzięki jakim słowom kluczowym będziemy mieli zagwarantowany rozwój biznesu. Najlepszym sposobem na sprawdzenie powyższego jest prowadzenia kampanii w google adwords. Polega ona na ustawianiu interesujących nas słów kluczowych i monitorowaniu tego, które z tych słów-kluczy sprzedają nasze produkty, a które generują puste wyniki. Puste wyniki informują nas o tym, że klient przeglądał ofertę naszego sklepu, jednak transakcji nie dokonał. Powinna być to dla nas informacja, że w wyniki te nie warto inwestować.

Pamiętajmy o tym, że dotarcie dzisiaj do potencjalnego klienta gwarantują nam również:

- media społecznościowe typu Facebook, na których warto mieć profil naszego sklepu i wokół niego budować lojalność;
- porównywarki cenowe, gdzie możemy pokazywać nasze produkty płacąc za każdego przekierowanego do naszego sklepu użytkownika;
- kampanie odsłonowe typu display (reklama odsłonowa, bannerowa) i działania afiliacyjne (promowanie produktów na innych serwisach), pozwalające rozliczać się z naszymi partnerami w modelu prowizyjnym. Płacimy za przekierowanych użytkowników, bądź za zrealizowane transakcje.



Otworzenie sklepu internetowego niestety nie jest tak łatwe, jak się wielu osobom wydaje. Warto jednak realizować swoje pomysły i w ten sposób budować przewagę nad konkurencją. Sieć internetowa codziennie generuje nowe możliwości rozwoju i może stać się szansą na własny dochodowy e-biznes oraz alternatywą dla tradycyjnie prowadzonej działalności gospodarczej czy pracy na etacie.

Źródła i serwisy internetowe branży e-commerce, które warto polecić:

http://www.ekomercyjnie.pl/ - dostępny 9.06.2014 r.
http://evigo.pl/ - dostępny 9.06.2014 r.
http://mensis.pl/ - dostępny 9.06.2014 r.
http://blog.media4u.pl/ - dostępny 9.06.2014 r.

Opracowanie:
Małgorzata Sinior
Doradca zawodowy
CIiPKZ w Łodzi

Pozyskiwanie klienta sklepu internetowego



Według specjalistów handel internetowy w Polsce to jedna z najbardziej dynamicznych branż polskiej gospodarki, rozwijająca się od paru lat w coraz większym tempie[54]. Liczba sklepów internetowych ciągle rośnie, zaś uruchomienie takiego e-sklepu i wybór odpowiedniej platformy nie stanowi dziś większego problemu. W sytuacji, gdy mamy już gotowy sklep internetowy, powinniśmy zastanowić się nad strategią pozyskiwania klientów, którzy będą u nas kupować. Sklep internetowy w momencie rozpoczęcia swojej działalności powinien być już zasilony produktami. Pamiętać należy, aby te produkty były dobrze opisane, atrakcyjnie sfotografowane, tak aby całość zachęcała klienta do ich nabycia. Jednym z kluczowych elementów skłaniających do dokonania zakupu jest cena produktu. Warto na bieżąco śledzić ceny konkurencji, bo jeśli będą one dużo lepsze od oferowanych przez nas, klienci wybiorą takie miejsce, w którym będą mogli kupić taniej.

Pozyskiwanie klientów

Pozyskanie nowego klienta jest dużo droższe od utrzymania obecnego, gdyż wymaga to wielu działań promocyjnych w sieci, aktywności na różnych serwisach czy forach internetowych. Dlatego każdy klient w prowadzonej przez nas działalności jest ważny i o każdego należy troszczyć się jak najlepiej. Dobrze obsłużony klient dokona w przyszłości ponownych zakupów, a co ważne z pewnością poleci nas swoim znajomym. Taka grupa stałych klientów będzie stanowić największą wartość naszego e-biznesu.

W procesie pozyskiwania klientów musimy pamiętać o możliwości skorzystania z odpowiednich narzędzi do analityki ruchu w sklepie internetowym. Trudno jest pozyskiwać klientów nie analizując prowadzonych przez siebie działań. Dzisiaj standardem jest integrowanie sklepów internetowych z narzędziami do analityki, czego przykładem jest powszechnie stosowane darmowe narzędzie dostarczane przez firmę Google, jakim jest google analytics. To za jego pośrednictwem możemy się dowiedzieć np.: skąd przychodzą użytkownicy odwiedzający naszą stronę, ilu ich jest, ile czasu spędzają na naszej witrynie i po jakim czasie ją opuszczają. Dzięki śledzeniu takich danych widzimy, które prowadzone przez nas działania są nierentowne i powinniśmy je modelować a z których powinniśmy w ogóle zrezygnować.

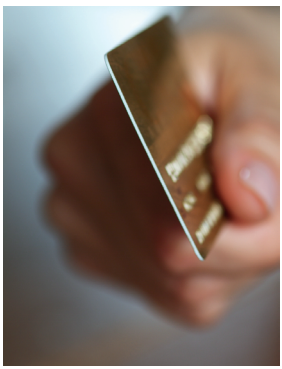
54 - http://www.akcjonariatobywatelski.pl/pl/centrum-edukacyjne/gospodarka/1023,Rynek-e-commerce-w-Polsce-obecny-stan-branzy-i-perspektywy-na-2014-r.html – dostępna 30.09.2014

W procesie analizy danych należy zwrócić szczególną uwagę na koszt pozyskania transakcji. Jeśli sprzedajmy w ramach jednej transakcji za średnią kwotą 200 PLN, gdzie nasz zysk jest na poziomie 50 PLN, a koszt pozyskania klienta to 150 PLN to znaczy, że dokładamy do prowadzonego biznesu i musimy poszukać bardziej efektywnych narządzi. Należy regularnie śledzić wszystkie dostępne dane takie jak: współczynnik konwersji (procentowa ilość osób, które dokonały zakupu), współczynnik odrzuceń (procentowa ilość osób, która była gośćmi naszego sklepu i obejrzała tylko jedną podstronę) czy źródła pozyskiwania transakcji. Informacje tego typu stają się dla wielu właścicieli sklepów internetowych porcją danych przeglądanych codziennie obowiązkowo do porannej kawy. To, czy pozyskamy klienta zależy od bardzo wielu czynników. Jednym z istotniejszych będzie zawsze cena produktów i ich wielość w sklepie internetowym. Trudno jest prowadzić działalność handlową mając bardzo wąski asortyment składający się tylko z kilku pozycji katalogowych. Im większy wybór i łatwiejsze dotarcie do nich, tym większa gwarancja sprzedaży.

Jak szukać klientów naszego sklepu internetowego?

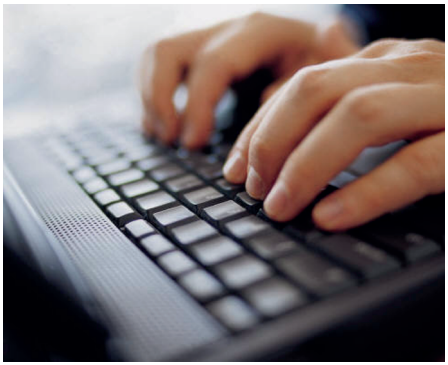
Sukces w branży e-commerce zależy od wielu czynników. Jednak najważniejszym jest obecność sklepu internetowego na wysokich pozycjach w wynikach wyszukiwania na frazy związane z asortymentem sklepu. Pozycjonowanie strony to skuteczny sposób na promocję sklepu w wyszukiwarce i dotarcie do grupy klientów potencjalnie zainteresowanych oferowanymi produktami.

Zadbajmy więc o szukanie klientów w wyszukiwarce. W chwili obecnej jest jeden potentat, który ma najlepiej rozwinięte algorytmy wyszukiwania - to oczywiście google. Jeśli otwieramy nowy sklep, nasza domena jest nowa, więc zanim pojawimy się na atrakcyjnych pozycjach w Internecie miną tygodnie, a czasem nawet długie miesiące. Proces pozycjonowania jest bardzo istotny, gdyż możemy być znajdowani na wielu istotnych frazach bez ponoszenia wielkich kosztów. Musimy się liczyć z tym, że jeśli pozycjonowanie jest robione przez zespół profesjonalistów, to jest oczywiście dosyć kosztowne. Jednak przyjmując model rozliczania za efekty, może się okazać, że ten sposób działania jest właśnie dla nas najtańszy i najbardziej opłacalny.



Wybór odpowiednich fraz przy pozycjonowaniu jest kluczem do sukcesu. Wybrać odpowiednie słowa kluczowe pomogą nam profesjonaliści, ale możemy też sami zbadać, które frazy są dla nas najkorzystniejsze. Nie będąc jeszcze „wypozycjonowanym", niewidzianym dobrze w google, możemy skorzystać z gotowych płatnych narzędzi. Jednym z nich jest google adwords, czyli narzędzie do ustawiania kampanii linków sponsorowanych. Linki te to wyniki wyszukiwania widoczne w google na samej górze ze znaczkiem reklama. Kupujemy taką reklamę samemu budując jej widok i samemu ustawiając odpowiednie słowa kluczowe. Dzięki takim słowom kluczowym możemy ustawiać indywidualne stawki za kliknięcie i monitorując efekt tych kliknięć, możemy kreować sprzedaż w naszym sklepie. Kampaniom tego typu ustawia się budżety dzienne, można ustawiać określone godziny wyświetlania reklam a nawet ustawiać je tak, aby wyświetlały się w określonych województwach.

Narzędziami do płatnej reklamy, które także oferuje google są narzędzia do wyświetlania bannerów. Takie bannery mogą być wyświetlane tylko klientom naszego sklepu, którzy nas odwiedzili, ale nie dokonali zakupu. Możemy poszerzać zakres wyświetlając bannery w odpowiednich grupach tematycznych związanych z daną branżą, bądź zainteresowaniami użytkowników.



Najnowszym narzędziem, którego używanie zaleca google jest tzw. merchant center. Usługa ta polega na tym, że użytkownik po wpisaniu odpowiedniej frazy w wyszukiwarce, nie otrzymuje tylko proponowanych adresów stron, ale wyświetlane są również produkty wraz ze zdjęciem, ceną, nazwą produktu i adresem sklepu. Taki model bardzo przekonuje potencjalnych kupców, gdyż widzą oni od razu poszukiwane produkty wraz z ceną. Rozliczenia z google dokonywane są zawsze za kliknięcie w modelu CPC (cost per click - koszt za klikniecie).

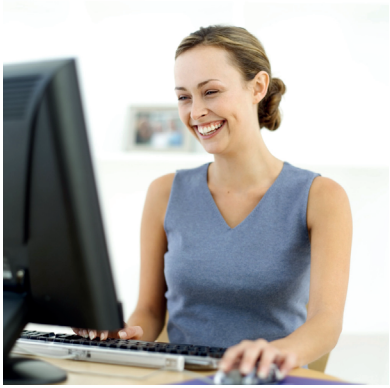
Statystyki pokazują, iż użytkownicy często poszukują produktów za pośrednictwem porównywarek cenowych. Jest ich na rynku kilkanaście i posiadając sklep internetowy, warto je przeglądać, aby zapoznać się z ofertą cenową i konkurencją, z która przyjdzie nam się zmierzyć. Użytkownicy, którzy korzystają z porównywarek cenowych robią to z oczywistych względów – chcą kupić po prostu jak najtaniej. Oprócz tego, warto też sprawdzić, jak nasze produkty sprzedawać się będą na aukcjach np. na allegro. Wielka platforma aukcyjna jest dla bardzo wielu klientów podstawowym miejscem zakupu. Jest grupa klientów, którzy nie wyobrażają sobie kupowania poza allegro i dlatego tutaj także warto ich szukać.

Pozyskiwanie klientów może odbywać się również poprzez angażowanie naszych dotychczasowych klientów. Akcje typu poleć nas swoim znajomym, a dostaniesz rabat na zakupy są dzisiaj codziennością.

Dla pozyskiwania nowych klientów powinniśmy zadbać o to, aby pisano o nas jak najwięcej. Działania związane z PR, takie jak: komunikacja z niezadowolonym klientem, prowadzenie bloga firmowego, czy działanie wśród społeczności internetowych, pojawianie się na portalach, prasie, gdzie prezentowane są nasze produkty wraz z adresem naszego sklepu są kolejnym sposobem na pozyskiwania nowych klientów. Częstym zabiegiem jest reklamowanie się sklepów internetowych na różnych portalach. Właściciel sklepu internetowego wykupuje reklamę na tychże portalach dostarczając bannery reklamowe pokazujące jego sklep i produkty. W takim wypadku należy uważać, aby rozliczać się za faktyczny efekt kampanii i aby ponoszone koszty nie przewyższały zysku.

Jeśli nie chcemy każdorazowo płacić za reklamę, dobrym rozwiązaniem jest tzw. moduł portalowy na stronie naszego e-sklepu, który polega na umieszczeniu w nim różnych tekstów lub forum czy bloga. Jeśli materiały te będą wystarczająco ciekawe i oryginalnie napisane, a nie kopiowane z innych źródeł (np.: nowinki ze świata mody) to jest szansa, iż użytkownik

poszukujący w sieci tylko informacji, trafiając na stronę naszego sklepu dokona również w nim zakupów.



Podsumowując, pozyskanie klienta nie jest procesem prostym. Każdemu przedsiębiorcy, prowadzącemu działalność handlową te czynności zajmują bardzo wiele czasu i wymagają wytężonych i długotrwałych działań. W pozyskiwaniu klienta należy skoncentrować się na analizie ponoszonych kosztów i inwestować w takie źródła pozyskiwania, których koszt jest dla nas jak najbardziej opłacalny. Oprócz tego, równie ważne jak pozyskanie klienta są działania związane z jego utrzymaniem. Pozyskany już klient, który nam zaufał i został obsłużony na odpowiednio wysokim poziomie z pewnością ponownie dokona zakupów podnosząc obroty naszego e-biznesu.

Źródła i serwisy internetowe branży e-commerce, które warto polecić:

http://www.akcjonariatobywatelski.pl/pl/centrum-edukacyjne/gospodarka/1023,Rynek-e-commerce-w-Polsce-obecny-stan-branzy-i-perspektywy-na-2014-r.html - dostępny 30.09.2014 r.
http://blog.media4u.pl/ - dostępny 30.09.2014 r.
http://www.ekomercyjnie.pl/ - dostępny 30.09.2014 r.
http://manager.nf.pl/jak-wypromowac-sklep-internetowy,,48266,51 - dostępny 30.09.2014 r.

Opracowanie:
Małgorzata Sinior
Doradca zawodowy
CIiPKZ w Łodzi

Rozwiń skrzydła przy wsparciu Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości[55]

Pewne jest, że każdy człowiek ma prawo do własnych celów;tak samo niewątpliwie ma on prawo do swojej własnej drogi!
Erich J. Lejeune[56]

Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości (API) są odpowiedzią na potrzeby rynku dotyczące prowadzenia własnej działalności gospodarczej. API - to największa w Polsce sieć Inkubatorów, która stanowi unikalny *system do testowania pomysłów biznesowych.*

Podstawą wizji przyszłości jest świadomość i przekonanie, że potrzebna jest nowa jakość wspierania przedsiębiorczości w Polsce poprzez pomoc w zakładaniu i rozwoju małych i średnich firm oraz w tworzeniu innowacyjnych pomysłów biznesowych, mających stanowić przewagę konkurencyjną polskiej gospodarki[57].

Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości – ta największa inicjatywa akademicka ostatnich lat została stworzona w 2004 r. i rozwija się do dziś. Głównym jej celem jest rozwój przedsiębiorczości wśród Polaków w każdym wieku. Działania organizatorów skupiają się na zachęcaniu młodych ludzi do aktywnej i przedsiębiorczej postawy.

Z oferty AIP może skorzystać każda dorosła osoba (w dowolnym wieku), która nie prowadzi działalności gospodarczej na wolnym rynku i która zgłosi się do Inkubatora z chęcią rozpoczęcia własnej działalności biznesowej, a w konsekwencji uzyska akceptację dla swojego pomysłu na firmę.

AIP realizują program preinkubacji (według Słownika Innowacji[58] „preinkubacja inaczej wylęgarnia, to początkowy etap procesu inkubacji przedsiębiorczości, a tworzone do obsługi tego procesu preinkubatory są najmłodszym typem ośrodków innowacji i przedsiębiorczości. Powstają one najczęściej w ramach szkół wyższych i stanowią przedłużenie procesu dydaktycznego w zakresie przedsiębiorczości o możliwości przygotowania do praktycznego działania na rynku oraz weryfikacji wiedzy i umiejętności we własnej firmie". Te wyspecjalizowane jednostki odgrywają ważną rolę w obsłudze potrzeb potencjalnych przedsiębiorców na zalążkowym (seedstage) etapie tworzenia przedsiębiorstwa).
Osoby chcące rozpocząć swoją przygodę z własnym biznesem mają więc do wyboru uruchomienie własnej działalności gospodarczej na wolnym rynku lub skorzystanie z programu preinkubacji w AIP.

Co daje takie rozwiązanie? Pozwala to oszczędzić zarówno czas związany z oczekiwaniem na założenie działalności gospodarczej jako podmiotu, jak również środki niezbędne do jej otwarcia.

55 - http://www.inkubatory.pl, dostępne 16.05.2014r.
56 - Lejeune E.J., 365 motywacji. Motto na każdy dzień roku, Studio EMKA, Warszawa 2000
57 - op. cit
58 - http://www.pi.gov.pl/parp/chapter_96055.asp?soid=0EBBEEB340F14D10BEC5982F5031C232, dostępne 16.05.2014r.

Jakie wsparcie oferuje AIP *?*

Inkubator zapewnia wsparcie w poniższych obszarach:
- prowadzenie księgowości firmy,
- obsługa prawna,
- doradztwo w prowadzeniu firmy,
- organizacja szkolenia, by móc efektywnie zarządzać utworzoną firmą,
- dostęp do przestrzeni biurowych dość często trudno osiągalnych na wolnym rynku.

Oprócz wspomnianego wsparcia celem Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości jest budowanie społeczności StartUpów, poprzez organizowane szkoleń oraz różne spotkania biznesowe, co pozwala na łatwiejsze nawiązywanie kontaktów.

Bliższe informacje na temat oferty AIP czy kosztów założenia firmy znajdują się na stronie: http://www.inkubatory.pl/oferta/ - dostępne 16.05.2014r.

Misja Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości (AIP)

AIP to największa sieć akademickich inkubatorów przedsiębiorczości w Europie, świadcząca usługi proinnowacyjne. Inkubatory te realizują projekty społeczne i biznesowe na skalę ogólnopolską i regionalną, gromadzą najwybitniejszych ekspertów młodej przedsiębiorczości oraz rozwijają Innowacyjną Gospodarkę w Polsce, by wprowadzać młodych Polaków na przedsiębiorcze tory.

Misją AIP jest budowanie sprzyjającego klimatu dla rozwoju przedsiębiorczości wśród ogółu społeczeństwa, a w szczególności wśród młodych ludzi. Odbiorcami są studenci uczelni wyższych w Polsce, gdyż są to osoby o największym potencjale wiedzy, kreatywności i innowacji, który odpowiednio zagospodarowany może stać się w przyszłości dominującym czynnikiem, wpływającym na rozwój gospodarczy naszego kraju.

AIP to sieć czterdziestu inkubatorów oferujących pakiet innowacyjnych usług*o wysokim potencjale rynkowo-technologicznym, n*a czele których stoją dyrektorzy AIP, koordynujący działania w swoich regionach oraz sprawujący stałą opiekę nad młodymi firmami.

Poprzez inkubator można bez wielkich nakładów finansowych założyć swoją własną wymarzoną firmę, która za kilka lat może stać się potężnym przedsiębiorstwem, dając miejsca pracy setkom Polaków. W przeciwnym wypadku takie osoby będą zmuszone do wyjazdu za granicę i rezygnacji z biznesowych planów w naszym kraju. Dla wielu studentów działalność w inkubatorze może stać się również sposobem zarabiania na studia oraz dalsze poszerzanie własnej wiedzy.

AIP funkcjonują przy najlepszych uczelniach w Polsce w takich miastach jak: Warszawa, Łódź, Gdańsk, Olsztyn, Ełk, Szczecin, Bydgoszcz, Toruń, Włocławek, Poznań, Płock, Lublin, Kielce, Częstochowa, Opole, Kraków, Chorzów, Katowice, Rzeszów, Bielsko-Biała. W Akademickich Inkubatorach Przedsiębiorczości funkcjonuje ponad 1400 rozwijających się firm[59].

59 - http://s.inkubatory.pl/pl/sie-aip, dostępne 16.05.2014r.



Co daje inkubator?

Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości pomagają w realizacji przedsiębiorczych marzeń i w prowadzeniu własnej firmy, poprzez wspieranie i udzielanie wszelkiej pomocy od A do Z. AIP to miejsce gdzie:

- Najłatwiej;
- Najszybciej;
- Najmniej ryzykownie każda młoda osoba może założyć biznes (można sprawdzić w praktyce czy i jak działa mój pomysł na biznes).

Młody przedsiębiorca nie musi mieć lokalu, grubego portfela. Wystarczy dobry POMYSŁ! i konsekwencja w podjętych działaniach, której najczęściej brakuje.

Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości na rynku lokalnym

W województwie łódzkim Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości działają przy dwóch uczelniach. Obecnie w AIP Łódź działają 34 firmy m.in. z branży IT, Reklamy i Marketingu, Szkoleniowej oraz wielu innych.

1. **AIP przy Uniwersytecie Łódzkim**
   ul. Matejki 34a, pok. 25, 90-237 Łódź

2. **AIP przy Społecznej Akademii Nauk**
   ul. Sienkiewicza 9, lok. 03, 90-113 Łódź

Jak założyć firmę w sieci Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości?

Osoby przedsiębiorcze i zainteresowane założeniem firmy przy wsparciu AIP mogą to uczynić kontaktując się z Dyrektorem wybranego Inkubatora. Kontakt taki pozwoli pozyskać kompletne informacje i rozwiać ewentualne wątpliwości dotyczące procesu zakładania i prowadzenia firmy w AIP.

Pełna lista AIP w poszczególnych województwach wraz z bezpośrednimi kontaktami do Dyrektorów zamieszczona jest na: http://www.inkubatory.pl/kontakt/, (dostępne 16.05.2014r.) lub w siedzibie jednostki.

1. **Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości**
   ul. Piękna 68, II p.00-672 Warszawa
   Tel. (22) 745 19 19, Fax: (22) 628 20 27
   e-mail: biuro@przedsiebiorca.plhttp://inkubatory.pl

2. **Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości - Łódź**
   ul. Sienkiewicza 9,90-113 Łódź,
   Tel. +48 515 061 820
   e-mail: tomasz.tomczak@przedsiebiorca.pl
   www.przedsiebiorca.pl
   www.facebook.com/aiplodz
   http://aip-lodz.blogspot.com

Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości to miejsce, w którym spotykają się ludzie z pasją i pozytywną energią [60]

Opracowanie: Edyta Kolenda
Doradca zawodowy
CIiPKZ w Łodzi

Bibliografia:

1. Bąkowski A., (*publikacja zbiorowa*): Innowacyjna przedsiębiorczość akademicka – światowe doświadczenia, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2005 (http://www.pptb.pl/publikacje/przed_akademicka.pdf)

Netografia: (dostępna 16.05.2014 r.)

1. http://inkubatory.pl,
2. www.przedsiebiorca.pl,
3. http://aipwat.pl
4. http://lop.uml.lodz.pl/akademickie-inkubatory-przedsiebiorczosci-aip_4,12,92.html

60 - http://www.inkubatory.pl/oferta/, dostępne 16.05.2014r.

Co„mówią" sondaże ?

Dane przytaczane na stronach internetowych miesięcznika FORBES pokazują, że ponad dwie trzecie (70 proc.) Polaków ma pozytywne nastawienie do samozatrudnienia. Polacy przed 30. rokiem życia (81 proc.) są bardziej pozytywnie nastawieni do podejmowania działalności gospodarczej niż wynosi średnia dla młodych w innych krajach (77 proc.). Jednak mimo tak pozytywnej postawy, ilość zakładanych firm nie wpływa w sposób zauważalny na rynek pracy. Dlaczego tak się dzieje? Czego obawiają się ludzie myślący o założeniu własnej firmy ? Dla 76 proc. ogółu Polaków (według wspomnianych wyżej danych), przeszkodą w rozpoczęciu pracy na własny rachunek jest obawa że biznes może się nie udać. Według danych, przytaczanych przez Forbesa, odsetek Polaków pozytywnie nastawionych do przedsiębiorczości maleje wraz z wiekiem respondentów. W grupie osób, które ukończyły 60 lat i więcej, tylko nieco ponad połowa ankietowanych aprobuje przedsiębiorczość, wśród respondentów pomiędzy 30 a 59. rokiem życia, odsetek ten wzrasta do 72 proc. Poniżej 30 roku życia aż 81 proc. badanych myśli pozytywnie o samozatrudnieniu.

Czynniki motywujące do samozatrudnienia (dane dla Polski)



Najbardziej pozytywny stosunek do przedsiębiorczości wykazują respondenci z wykształceniem uniwersyteckim. Jest to potencjał który należy wykorzystać poprzez stymulowanie samozatrudnienia. Co zatem pomaga w podjęciu decyzji o założeniu własnego przedsiębiorstwa ? Według ankietowanych w opisywanym przez Forbes badaniu, najbardziej istotne są są: pomoc finansowa ze strony Państwa, pożyczki na rozpoczęcie biznesu oraz edukacja na temat przedsiębiorczości. Niestety pomoc taka, oceniana jest jako niewystarczająca[61] Za taką tezą przemawiają wyniki badania studentów, absolwentów, pracowników naukowych oraz organizacji wspierających przedsiębiorców, jakie przeprowadzono w ramach projektu YES (Young Enterpreneurs Support), realizowanego przez Fundację Initium przy wsparciu Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Wnioski z tego badania można streścić następująco:

61 - http://mambiznes.pl/artykuly/czytaj/id/4149/www.samozatrudnienie.pl/rodz/link_mambiznes_08.05.2014 dostępne 28 maja 2014

1. uczelnie nie przygotowują wystarczająco do prowadzenia działalności gospodarczej,
2. zbyt mała oferta środków finansowych na start,
3. zbyt mała pomoc doradcza i obsługa prawna, księgowa i kadrowa, pomoc w nawiązywaniu kontaktów handlowych oraz pomoc w zakresie know – how, czyli umiejętności osiągania celów. [62]

Z przedstawianego raportu wynika, że praktycznie wszyscy (93 proc.) studenci orientują się, że istnieją organizacje w których mogliby uzyskać wsparcie, są to na przykład inkubatory biznesu, urzędy pracy, organizacje aniołów biznesu. Co ciekawe, aż 88 proc. respondentów myślących o własnej firmie nigdy się nie kontaktowało z tymi organizacjami. Jest to zapewne przyczyną niewielkiego wsparcia przy zakładaniu własnego biznesu. Według przytoczonych w badaniu danych statystycznych (Główny Urząd Statystyczny), spośród 400 tys. firm zarejestrowanych w 2010 roku pomoc z 735 organizacji otrzymała niewiele ponad jedna na sto – czyli ponad 1%. Można zapytać dlaczego tak mało. Okazuje się że problemem jest nie tylko skala, ale także zakres pomocy jaką świadczą te organizacje.[63] Zaledwie co czwarta spośród przebadanych organizacji oferuje kapitał potrzebny do rozpoczęcia działalności. Co trzecia oferuje pomoc w obsłudze księgowej. **Żadna nie oferuje wszystkich tych usług jednocześnie**. Brak też wiarygodnych pomiarów skuteczności wsparcia - 45 proc. badanych organizacji nie ma danych o działalności firmy objętej pomocą.

„Moje poletko"

Skoro nastawienie do przedsiębiorczości jest tak pozytywne u młodych ludzi, to warto zastanowić się w jaki sposób odnaleźć swój indywidualny obszar przedsiębiorczości a następnie poszukiwać właściwych form pomocy. Należałoby chyba wyjść od pojęcia przedsiębiorczości, które nie definiuje się zbyt łatwo.[64] Z perspektywy ekonomicznej, przedsiębiorczość to rodzaj rzadkiego kapitału – zasobu jakim dysponuje człowiek ekonomiczny.[65] W takim ujęciu przedsiębiorczość jest rozumiana jako proces organizowania i prowadzenia działalności gospodarczej oraz podejmowania związanego z nią ryzyka.[66] To organizowanie i prowadzenie działalności gospodarczej wymaga posiadania cech umożliwiających taką działalność. Zachowania przedsiębiorcy w środowisku pracy mają charakter ciągły i koncepcyjny.[67]Oznacza to, że prowadzona działalność wymaga stałego zaangażowania intelektualnego i aktywności w zakresie przedsięwzięcia gospodarczego, organizowania warsztatu pracy dla siebie a często też dla innych osób[68] co w oczywisty sposób wiąże się z odpowiedzialnością za prowadzone przedsięwzięcie. Przy tak szerokim definiowaniu przedsiębiorczości łatwo zauważyć, że pojęcie przedsiębiorczości jest bardzo elastyczne może odnosić się nie tylko do organizacji komercyjnych – nastawionych na zysk, ale również do innych podmiotów, takich jak organizacje pożytku publicznego, szpitale, szkoły, uniwersytety czy związki zawodowe.[69] Wynika stąd, że przedsiębiorczość jest określonym sposobem zachowania, funkcjonowania – niekoniecznie związanego

62 - Bandler L.C. Know How. Jak rozwiązać codzienne i niecodzienne problemy. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne. Gdańsk 1995 str.13
63 - http://www.wup.lodz.pl/files/ciz/instytucje_%20wspierajace%20_rozwoj_przedsiebiorczosci.pdf dostępne 28 maja 2014
64 - Duraj J. Przedsiębiorczość i innowacyjność. Wydawnictwo DIFIN. Warszawa 2010 str. 19
65 - Morawski W. Socjologia ekonomiczna. PWN Warszawa 2001. str. 25
66 - Griffin R,W. Podstawy zarządzania organizacjami. PWN Warszawa 1996 str. 730-731
67 - Duraj J. Przedsiębiorczość i innowacyjność. Wydawnictwo DIFIN. Warszawa 2010 str. 20
68 - Tamże.
69 - Duraj J. Przedsiębiorczość i innowacyjność. Wydawnictwo DIFIN. Warszawa 2010 str. 23

z biznesem.[70] Alternatywą jest przedsiębiorczość społeczna. Obydwie przedsiębiorczości – biznesowa i społeczna mają swoje niezaprzeczalne, społeczne aspekty. Wynikają one z faktu, że powstanie i przetrwanie przedsiębiorstwa, zależy nie tylko od osoby samego przedsiębiorcy ale także od jego otoczenia, środowiska w jakim działa. Żadne przedsiębiorstwo nie istnieje w oderwaniu od społecznego otoczenia. Pojęcie środowiska rozszerza się o możliwości jakie daje sieć globalna – Internet.[71] Mając na uwadze, że przedsiębiorca może działać na gruncie ekonomii ale również na gruncie społecznym należy wskazać ważne cechy jakie powinni posiadać przedsiębiorcy, bez względu na obszar działania (biznes, ekonomia społeczna). Do ważnych cech przedsiębiorcy należy zaliczyć[72]: wewnętrzną motywację (nastawienie na osiągnięcia), przekonanie o możliwości zrealizowania zakładanych celów, podejmowanie ryzyka skalkulowanego, tj. po jego oszacowaniu i podjęciu działań mających na celu jego minimalizację, akceptowanie niejednoznaczności, elastyczności, wielowariantowości działań i rezultatów, niezależność w podejmowaniu decyzji, wytrwałość w dążeniu do celu.



Skoro są określone obszary przedsiębiorczości (biznesowa, społeczna) oraz cechy osoby lub środowiska przedsiębiorczego, dobrze byłoby zastanowić się nad motywami podejmowania działalności. W literaturze poświęconej przedsiębiorczości, pojawia się teza, że motywacją do podejmowania działalności jest chęć eksperymentowania i tworzenia nowych wartości.[73] Każdy, kto chce założyć firmę powinien zastanowić się nad własną motywacją. Co„każe'' nam szukać pomysłu na biznes ? Jakie potrzeby warunkujące określone zachowania człowieka nami kierują ? Czy sami stawiamy sobie zadania i cele czy są one nam narzucane.[74] Wynika z tego, że możemy mówić o pozytywnych i negatywnych motywach działań przedsiębiorczych.[75] Motywy pozytywne polegają na dążeniu do wykorzystania szans podczas gdy motywy negatywne skutkują przedsiębiorczością wymuszoną (np. związaną z brakiem pracy najemnej).[76] Warto przeanalizować motywy pozytywne ponieważ to te właśnie motywy pozwalają „zobaczyć" więcej możliwości związanych z biznesem. „Zobaczyć biznes" to zobaczyć możliwości wynikające w własnych atutów. *Przedsiębiorczość intelektualna* – to umiejętne wykorzystanie wiedzy i pomnażanie bogactwa w oparciu o niematerialne zasoby.[77] W przypadku tego rodzaju przedsiębiorczości mamy do czynienia z produktami, które zmieniają rzeczywistość[78]. Za pierwszy, sztandarowy przykład takiej przedsiębiorczości mogłaby posłużyć postać amerykańskiego wynalazcy i przedsiębiorcy Thomasa Alvy Edisona, który za swoje opatentowane wynalazki osiągał

70 - Tamże.
71 - Przedsiębiorczość internetowa. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie Skłodowskiej. Lublin 2005, Str. 65
72 - Nawojczyk M. Przedsiębiorczość: cecha osób czy organizacji. (w:) Współczesne problemy socjologii organizacji i zarządzania. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2006, str. 49
73 - Klimek J. Klimek S. Przedsiębiorczość bez tajemnic. Wydawnictwo Adam Marszałek. Toruń 2010, str. 23
74 - Januszek H. Sikora J. Socjologia pracy. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. Poznań 1996, str. 117
75 - Duraj J. Przedsiębiorczość i innowacyjność. Wydawnictwo DIFIN. Warszawa 2010 str. 51
76 - Tamże.
77 - Duraj J. Przedsiębiorczość i innowacyjność. Wydawnictwo DIFIN. Warszawa 2010 str. 46
78 - Tamże str.47

w XIX astronomicznie wysokie honoraria.[79] Również dzisiaj, osoby stawiające na rozwój swojej kariery opartej na odkryciach i wynalazkach mogę rozwijać swoją przedsiębiorczość intelektualną. [80] Inną, konwencjonalną formą jest *przedsiębiorczość spekulacyjna*.[81] Pomimo nieco pejoratywnego charakteru tego pojęcia, przedsiębiorczość spekulacyjna polega na wykorzystaniu możliwości, wynikających z istniejących różnic w cenach różnych dóbr na różnych rynkach w tym samym czasie[82] Jest to bardzo stara koncepcja przedsiębiorczości autorstwa R. Cantillona.[83] R. Cantillon jako pierwszy dostrzegł fakt, że kupcy hurtowi i detaliczni kupują towary po cenie „pewnej", by następnie sprzedać je po cenie „niepewnej". Zwrócił uwagę na ryzyko tkwiące w ich działalności - ryzyko to (wynikające z braku pewności działań) czyni ich, jego zdaniem, właśnie przedsiębiorcami[84]. Jeszcze innym rodzajem przedsiębiorczości jest *przedsiębiorczość rodzinna*[85] Z firmą rodzinną mamy do czynienia wtedy, gdy stanowi ona własność więcej niż jednego członka rodziny: obojga małżonków, rodziców i dzieci czy rodzeństwa.[86] Do zalet przedsiębiorstw rodzinnych mona zaliczyć:

- zdolność szybkiego rozwijania innowacji wskazywanych przez rynek,
- elastyczność i zdolność adaptacji do warunków otoczenia,
- zdolność tworzenia klimatu rodzinnego,
- ograniczenie struktur biurokratycznych,
- zdolność do samofinansowania wynikająca z refinansowania osiąganego zysku[87].

Warto przeanalizować potencjał własnej rodziny i na tej podstawie budować biznes, nawet jeśli nie związane jest to z wielopokoleniową tradycją, tak jak w przypadku firmy Blikle.[88] *Small business – drobna przedsiębiorczość* to forma, która odgrywa znaczącą rolę w generowaniu rozwoju gospodarczego.[89] Warto pamiętać, że sektor małych i średnich przedsiębiorstw objęty jest pomocą ze strony państwa[90] W dobie budowania społeczeństw wielokulturowych, coraz większego znaczenia nabierają działania zmierzające do asymilacji[91] mniejszości etnicznych. Dużą rolę mają tu do odegrana firmy działające w obszarze tzw. *przedsiębiorczości mniejszości etnicznych*. Istnieje cała paleta problemów – dyskryminacja mniejszości na rynku pracy, problemy językowe, różnice kulturowe i wynikające z nich problemy w dostosowaniu do oczekiwań pracodawców (np. przerwy na modlitwę u muzułmanów), potrzeba działań na rzecz własnej społeczności, chęć zapewnienia lepszej przyszłości dzieciom. Są to wyzwania dla działań przedsiębiorczych nie tylko w obrębie mniejszości etnicznych ale wszystkich pragnących działać w obszarze ekonomii społecznej. Bardzo interesującym obszarem dla młodych ludzi jest *przedsiębiorczość akademicka* – podejmowanie działalności gospodarczej przez ludzi zajmujących się pracą naukową, którzy kreują, doskonalą produkty, technologie, systemy organizacji i zarządzania, adaptują wyniki badań przydatnych na przykład we

79 - Klimek J. Klimek S. Przedsiębiorczość bez tajemnic. Wydawnictwo A. Marszałek. Toruń 2010 str.23
80 - http://wpolityce.pl/spoleczenstwo/194337-17-letnia-polka-opracowala-bezinwazyjna-metode- leczenia-raka- teraz-leci-na-konkurs-do-usa dostępne 16 czerwca 2014
81 - Duraj J. Przedsiębiorczość i innowacyjność. Wydawnictwo DIFIN. Warszawa2010 str. 47
82 - Tamże.
83 - Tamże.
84 - http://mailgrupowy.pl/shared/resources/2960,przedsiebiorczosc-cwiczenia/13121,teorie-przedsiebiorczosci-przedsiebiorczosc-w-ujeciu-r-cantiliona-materialy-do-kolokwium dostępne 16 czerwca 2013
85 - Niedbała E. Firmy rodzinne – obiekt badawczy.„Master of Business Administration" 2002, r 5 str. 44 - 47
86 - Klimek J. Klimek S. Przedsiębiorczość bez tajemnic. Wydawca A. Marszałek. Toruń 2010 str. 383
87 - Klimek J. Klimek S. Przedsiębiorczość bez tajemnic. Wydawca A. Marszałek. Toruń 2010 str. 385
88 - Budrewicz O. Pięć pokoleń rodu Bliklów. PWN Warszawa 1993, str. 9 – 11 oraz www.blikle.pl
89 - Duraj J. Przedsiębiorczość i innowacyjność. Wydawnictwo DIFIN. Warszawa2010 str. 48
90 - http://www.parp.gov.pl/index/index/2243 dostępne 16 czerwca 2014
91 - Łączenie się grup lub jednostek o zasadniczo odmiennym pochodzeniu w jedną grupę, ze wspólną tożsamością. (Słownik psychologii. Reber A. Reber E. Wydawnictwo naukowe SCHOLAR. Warszawa 2008).

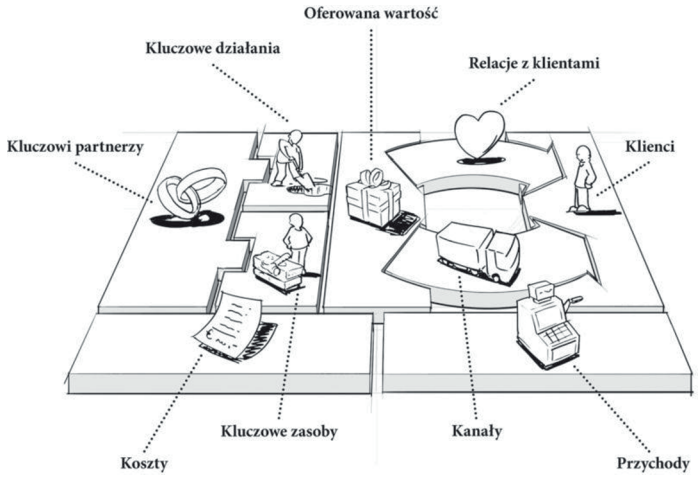
wdrażaniu licencji, patentów, wzorów, modeli użytkowych.[92] Przedsiębiorczość akademicka ma wiele wspólnego z *przedsiębiorczością intelektualną,* która w tym przypadku jest jednak pojęciem szerszym, bo może dotyczyć osób nie związanych ze społecznościami akademickimi (indywidualni wynalazcy, racjonalizatorzy). W ramach przedsiębiorczości akademickiej działają akademickie inkubatory przedsiębiorczości[93] dzięki którym studenci i pracownicy naukowi mogą lepiej przygotowywać się do działalności w sferze gospodarczej[94] W palecie obszarów przedsiębiorczości bardzo ciekawym zjawiskiem jest *przedsiębiorczość ekologiczna* – rozwijająca się na gruncie zainteresowania problematyką ochrony środowiska czy zdrowego trybu życia jako wartości istotnych dla konsumentów – odbiorców działalności przedsiębiorczej[95] Coraz więcej polskich firm, stawia na ekologię jako znak rozpoznawczy, strategię dotarcia do klienta i sposób budowania swojego wizerunku.[96] Jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się obszarów jest *przedsiębiorczość internetowa* w ramach której zadania związane z zarządzaniem, innowacjami czy relacjami firma – klient, realizowane są za pomocą sieci globalnej (Internet) lub innych sieci komputerowych.[97] Wykorzystanie Internetu w działalności gospodarczej daje przedsiębiorcy możliwość ograniczenia kosztów sprzedaży produktów a w konsekwencji również ceny.[98] W tym miejscu warto podsumować – istnieje wiele obszarów przedsiębiorczości w których młodzi ludzie mogą się realizować. Nietrudno zauważyć, że w otaczającej nas oczywistości występują firmy, które pod względem obszaru na którym działają – mają charakter hybrydowy. [99] Oznacza to na przykład, że firma może prowadzić swoją działalność przez intrnet w obszarze przedsiębiorczości intelektualnej – na przykład szkolenia e – learningowe lub coaching w określonych dziedzinach. Generowanie pomysłu na biznes powinno być poprzedzone diagnozą własnych oczekiwań i aspiracji.

Pomocne mogą być tutaj następujące pytania:[100]

1. Co według mnie znaczy interesująca praca?
2. Jakie warunki musi spełnić taka praca?
3. Jakie kwalifikacje i mocne strony mogę w tej pracy wykorzystać?
4. jakie są pozytywne właściwości tej pracy?
5. podstawowe zadania i obowiązki - co robię, za co odpowiadam?
6. Ile godzin pracuję?

Odnalezienie własnego ,,poletka'' przedsiębiorczości znacznie ułatwi dalsze kroki na drodze o założenia firmy, również jeśli chodzi wsparcie doradcze i finansowe dla firm[101]. Następstwem wygenerowania pomysłu na działalność będzie opracowanie modelu biznesowego[102] określającego wszystkie przesłanki i informacje o tym jakie wartości firma będzie zapewniać i czerpać z nich zyski oraz w jaki sposób będzie to robić. Ilustruje to poniższy rysunek.

92 - Chyba Z. Przedsiębiorczość akademicka w Polsce.,,Ekonomika i organizacja przedsiębiorstwa'' 2008 nr 6, str. 55
93 - Duraj J. Przedsiębiorczość i innowacyjność. Wydawnictwo DIFIN. Warszawa2010 str. 49
94 - Zasiały K. Akademicki inkubator przedsiębiorczości, (w:) Innowacje i transfer technologii. Słownik pojęć. Matusiak K.B. (red.), PARP, Warszawa 2005, str. 13 - 15
95 - Chodyński A. Przedsiębiorczość ekologiczna a rozwój przedsiębiorstwa,,,Przegląd Organizacji'' 2009, nr 2, str. 34
96 - Zobacz Ekologiczna strategia sukcesu,,,Fakty. Magazyn gospodarczy'' 2008, nr 2(32)
97 - Malara Z. Przedsiębiorstwo w globalnej gospodarce. Wyzwania współczesności. PWN, Warszawa 2006, str. 219 - 221
98 - Przedsiębiorczość internetowa. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie Skłodowskiej. Lublin 2005 str. 71
99 - Połączenie dwóch wyrazów z różnych języków. Znaczenie to rozszerza się na formy społeczne, kulturowe i językowe (Słownik psychologii. Reber A. Reber E. Wydawnictwo naukowe SCHOLAR.)
100 - Kubat M. Warsztat przedsiębiorczości. Scenariusz szkolenia z Banku Programów Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej w Łodzi. Łódź 2012, str. 58
101 - http://www.wup.lodz.pl/files/ciz/instytucje_%20wspierajace%20_rozwoj_przedsiebiorczosci.pdf dostępne 28 maja 2014
102 - Osterwalder Alexander, Pigneur Yves. Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonea. Wydawnictwo Helion. Gliwice 2012. str. 18



Rys. Schemat modelu biznesowego

Źródło : Osterwalder Alexander, Pigneur Yves. Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera. Wydawnictwo Helion. Gliwice 2012. str. 22

Wynika stąd, że punktem wyjścia do biznesu jest oznaczenie obszaru, w którym są ludzie ze swoimi potrzebami, opisanie tych potrzeb a następnie zaproponowanie wartości które będą te potrzeby zaspokajać. Założenie firmy powinno być poprzedzone rozpoznaniem obszaru przedsiębiorczości i zbudowaniem modelu biznesowego uwzględniającego specyfikę tego obszaru (na przykład przedsiębiorczość akademicka/ intelektualna). Niniejsze opracowanie nie zawiera gotowej recepty na biznes. Chodziło o pokazanie bogatego spektrum możliwości wynikających z faktu istnienia różnorodnych środowisk w których żyją ludzie u których mogą pojawiać się pewne konkretne potrzeby do zaspokojenia – a na tym przecież polega biznes[103].

Opracowanie:
Janusz Grochmalski
Doradca zawodowy
CIiPKZ w Łodzi
Oddział w Sieradzu

Bibliografia:

1. Bandler L.C. Know How. Jak rozwiązać codzienne i niecodzienne problemy. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne. Gdańsk 1995
2. Budrewicz O. Pięć pokoleń rodu Bliklów. PWN Warszawa 1993
3. Chyba Z. Przedsiębiorczość akademicka w Polsce ,,Ekonomika i organizacja przedsiębiorstwa'' 2008 nr 6

103 - Etymologicznie słowo business wywodzi się z "busy" – zajęty, aktywny. W wymiarze społecznym bycie "zajętym" człowiekiem biznesu może oznaczać zaangażowanie w organizację procesu wytwarzania dóbr lub usług w celach komercyjnych. źródło; Wikipedia

4. Chodyński A. Przedsiębiorczość ekologiczna a rozwój przedsiębiorstwa,,,Przegląd Organizacji'' 2009, nr 2
5. Duraj J. Przedsiębiorczość i innowacyjność. Wydawnictwo DIFIN. Warszawa 2010
6. Griffin R,W. Podstawy zarządzania organizacjami. PWN Warszawa 1996
7. Kamińska A. Regionalne determinanty rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw. Wydawnicto DIFIN. Waszawa 2011
8. Kubat M. Warsztat przedsiębiorczości. Scenariusz szkolenia z Banku Programów Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej w Łodzi. Łódź 2012,
9. Januszek H. Sikora J. Socjologia pracy. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. Poznań 1996
10. Malara Z. Przedsiębiorstwo w globalnej gospodarce. Wyzwania współczesności. PWN, Warszawa 2006
11. Morawski W. Socjologia ekonomiczna. PWN Warszawa 2001
12. Nawojczyk M. Przedsiębiorczość: cecha osób czy organizacji. (w:) Współczesne problemy socjologii organizacji i zarządzania. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2006
13. Niedbała E. Firmy rodzinne – obiekt badawczy.,,Master of Business Administration'' 2002
14. Osterwalder Alexander, Pigneur Yves. Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonea. Wydawnictwo Helion. Gliwice 2012
15. Przedsiębiorczość internetowa. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie Skłodowskiej. Lublin 2005
16. Zasiały K. Akademicki inkubator przedsiębiorczości, (w:) Innowacje i transfer technologii. Słownik pojęć. Matusiak K.B. (red.), PARP, Warszawa 2005

Netografia:

1. http://mambiznes.pl/
2. http://www.ngo.lodzkie.pl/
3. http://www.wup.lodz.pl/files/ciz/instytucje_%20wspierajace%20_rozwoj_przedsiebiorczosci.pdf