ABC przedsiębiorczości na obszarach wiejskich

część 1

część 2

część 3

część 4

część 5

część 6

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie"
Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach pomocy technicznej
Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007–2013. Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007–2013
– Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi
Publikacja opracowana przez Fundację na rzecz Rozwoju Polskiego Rolnictwa

ABC
przedsiębiorczości
na obszarach
wiejskich

Autorzy opracowania:
Katarzyna Osiecka i zespół ekspertów Fundacji na rzecz Rozwoju Polskiego Rolnictwa

Recenzent:
Prof. dr hab. Jerzy Wilkin

Autorzy zdjęć:
Beata i Waldemar Seferyńscy – okładka, część 5, s. 51, 95
Krzysztof Osiecki – okładka, s. 15
Sylwia Konopacka – okładka, część 1, część 2

Wydawca:

Foundation for the Development of Polish Agriculture
Fundacja na rzecz Rozwoju Polskiego Rolnictwa

FDPA – Fundacja na rzecz Rozwoju Polskiego Rolnictwa
ul. Gombrowicza 19
01-682 Warszawa
e-mail: fdpa@fdpa.org.pl
telefon: (22) 864 03 90, (22) 834 20 02
faks: (22) 864 03 61
www.fdpa.org.pl

Wydanie zaktualizowane

ISBN 978-83-924319-6-1

Copyright by Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2013
Wszelkie prawa zastrzeżone. Żadna część opracowania nie może być kopiowana, powielona lub rozpowszechniania bez uprzedniej pisemnej zgody Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Spis treści

Wstęp 5

CZĘŚĆ 1 7
Chcę założyć firmę. Jak zwiększyć swoje szanse?

Rozdział 1 Źródła sukcesu – odkryj swoje NOWE cechy charakteru 9
Rozdział 2 Co chcę robić, by zarobić? – czyli co mogę zaoferować innym? 15
Rozdział 3 Co słychać u sąsiada? – jak skutecznie na własną rękę zbadać i rozpoznać rynek? 19
Rozdział 4 Poznaj swojego klienta – wybór grupy docelowej 22
Rozdział 5 Czym dysponuję, czego potrzebuję? – analiza SWOT 25
Rozdział 6 Jak nas widzą… – marketing i reklama oraz możliwości Internetu 31
Rozdział 7 Idź z duchem czasu – bądź biznesmenem / bizneswomen! 40

CZĘŚĆ 2 43
To musi się opłacać

Rozdział 1 Analiza opłacalności przedsięwzięcia 45
Rozdział 2 Formy działalności gospodarczej a formy księgowości i opodatkowania 51

CZĘŚĆ 3 57
To trzeba załatwić – wizyta w urzędach

Rozdział 1 W jakiej formie? – wady i zalety poszczególnych form prawnych przedsiębiorstwa 59
Rozdział 2 Wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG), koncesje i zezwolenia 65
Rozdział 3 Pieczątka firmowa i konto bankowe 71
Rozdział 4 PIT-y, CIT-y, VAT-y… – czyli wszystko, co powinieneś wiedzieć o urzędzie skarbowym na etapie zakładania działalności 72
Rozdział 5 Ubezpiecz się! – czyli zgłoś się do ZUS-u albo pozostań w KRUS 74
Rozdział 6 Co dalej…? – pozostałe formalności 76

Spis treści

CZĘŚĆ 4 81
Pomocna dłoń czyli kilka rad, które mogą się przydać

Rozdział 1 Jak to ugryźć? – czyli dokumentacja w firmie i obowiązki przedsiębiorcy 83
Rozdział 2 Dotacje na lepszy start – czyli jak efektywnie starać się o dofinansowanie? 88
Rozdział 3 Pożyczka czy leasing? 95
Rozdział 4 Kolejny krok w przód – czyli jak zatrudnić pracownika? 98

CZĘŚĆ 5 99
Moja droga do sukcesu – Historie prawdziwe

CZĘŚĆ 6 107
Polecane źródła informacji

PSYCHOZABAWA 111

TEST PRZEDSIĘBIORCZOŚCI 113

NOTATKI 118

Szanowni Państwo,

mam przyjemność przekazać w Państwa ręce drugie, zaktualizowane wydanie publikacji poświęconej przedsiębiorczości na obszarach wiejskich, która okazała się niezwykle przydatna, uzyskując pozytywne opinie zarówno doradców, jak i mieszkańców wsi rozpoczynających działalność gospodarczą na obszarach wiejskich. Mam nadzieję, że informacje tu zawarte nadal przyczyniać się będą do rozpowszechniania idei przedsiębiorczości wśród mieszkańców terenów wiejskich.

Obszary wiejskie stoją obecnie przed koniecznością przemian strukturalnych spowodowanych globalizacją gospodarki. Jedną z proponowanych dróg ich rozwoju, mocno zaznaczającą się w polityce Unii Europejskiej, jest wielofunkcyjność, którą uznaje się za główną metodę aktywizacji obszarów wiejskich. Oprócz tradycyjnych funkcji rolniczych i związanych z nimi procesów produkcji i dystrybucji żywności, mogą one pełnić również funkcje pozarolnicze, tym samym umożliwiając rolnikom i członkom ich rodzin, a także innym mieszkańcom wsi, korzystanie z szerszego niż tylko powiązanego z rolnictwem spektrum możliwości dochodowych. To właśnie one w dużej mierze, jako funkcje gospodarcze, będą stymulowały rozwój obszarów wiejskich.

Działalność gospodarcza to szansa, chociaż związana z ryzykiem. Jej rozpoczęcie jest wyzwaniem dla każdego. Wymaga odwagi, ale także wiedzy, umiejętności i wytrwałości. Ta właśnie wiedza i odpowiedzi na kluczowe pytania w tym zakresie zawarte są w przekazywanej Państwu publikacji.

Jako poradnik przedsiębiorcy, niniejsza publikacja zarówno podkreśla istotę predyspozycji osobowościowych, zawiera podstawowe informacje na temat uruchamiania i prowadzenia własnej firmy, jak również dostarcza czytelnikom pomysłów i inspiracji na temat działalności pozarolniczej na terenach wiejskich. Ponadto znajdą w niej Państwo wiele użytecznych porad, które mogą się przydać w prowadzeniu własnego biznesu.

Niniejsze opracowanie zostało przygotowane również z myślą o wszystkich, którzy świadczą usługi w zakresie doradztwa i szkoleń na rzecz rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej, stanowiąc swego rodzaju narzędzie do pracy zarówno z rolnikami poszukującymi dodatkowych bądź alternatywnych źródeł dochodów, jak również z pozostałymi mieszkańcami wsi oraz mieszkańcami miast, którzy coraz częściej są zainteresowani podejmowaniem i rozwijaniem działalności gospodarczej na obszarach wiejskich.

Wszystkim Państwu życzę owocnej lektury, wiary we własne siły, ciekawych inspiracji oraz wielu sukcesów.

Tadeusz Nalewajk
Podsekretarz Stanu
w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi

ABC przedsiębiorczości na obszarach wiejskich

część 1

część 1

Chcę założyć firmę...?

Jak zwiększyć swoje szanse

część 1

część 1

Chcę założyć firmę... Jak zwiększyć swoje szanse?

Rozdział 1

Źródła sukcesu – odkryj swoje NOWE cechy charakteru

Otwarcie firmy to poważna decyzja. Wiąże się ona na pewno z dużymi zmianami zarówno dla Ciebie, jak i dla Twoich bliskich. Z drugiej strony – wszystko jest dla ludzi. Nie podejmuj jednak tej decyzji pochopnie. Trzeba ją przemyśleć i dobrze zaplanować. Najlepiej porozmawiać z kimś, kto może z innej perspektywy spojrzeć na Twój projekt. Niekoniecznie z fachowcem – popytaj bliskich lub znajomych. Trzeźwy osąd osoby, której zdanie się dla Ciebie liczy spowoduje, iż dostrzeżesz pewne pojawiające się ryzyko… w końcu, co dwie głowy to nie jedna. Po zebraniu opinii, przejdziesz pierwszy test. Sprawdzisz, czy naprawdę wierzysz w swój plan. Możliwe, że ktoś wskaże Ci same negatywne strony Twojej działalności. Nie broń się przed tymi opiniami. Dyskutuj, zapamiętuj i analizuj, pytaj skąd takie wnioski – to ważne, może ktoś dostrzegł coś, co Ty pominąłeś. Nie denerwuj się, jeżeli usłyszysz krytykę. Zauważ, że środowisko ma ogromny wpływ na podejmowane decyzje. Każdą uwagę przemyśl, obroń swoje zdanie, założenia, plany, marzenia. Pomimo różnych przeciwności musisz uwierzyć we własne siły. Zrób to również na podstawie obserwacji sukcesów osiąganych przez różne osoby – „innym się udało – mnie też może".

Jako właściciel firmy będziesz często spotykał osoby o innych poglądach, zdaniach, zamiarach. Aby z nimi współpracować, nie możesz kierować się uczuciami (złość, radość) lub dobrymi/złymi chęciami. Pamiętaj też, że przedsiębiorca nie powinien zrażać się małymi niepowodzeniami.

Skoro Twój biznes wydaje się opłacalny, to znaczy, że jesteś już bliżej jego realizacji i masz dodatkową motywację do działań. Przecież wypadałoby teraz pokazać, że i Tobie się uda. Pamiętaj jednak, że z reguły najbliższe osoby życzą Ci jak najlepiej i nawet jeśli myliły się co do Twoich założeń, będą się cieszyć z Twojego sukcesu. Niezmiernie ważne są też: wsparcie, pomoc i zrozumienie, które prowadzący firmę otrzymuje ze strony rodziny. Zadbaj o to już na początku. Postaraj się przekonać do swoich racji wszystkich domowników. Przedstaw korzyści i zagrożenia, jakie są związane z prowadzeniem firmy.

Motywacja

Przed przystąpieniem do realizacji planu warto zdać sobie sprawę:

- **jak silną masz motywację do działania?**
- **jakie potrzeby pragniesz zaspokoić?**
- **czym kierujesz się podejmując decyzję o otwarciu własnej firmy?**

Jest to istotne z punktu widzenia długofalowego rozwoju firmy, ponieważ, w porównaniu z pracą w gospodarstwie, pojawią się nowe wyzwania, takie jak: zdobycie wiedzy w zakresie formalno-prawnych aspektów prowadzenia firmy, stres związany z podejmowaniem decyzji i wiele innych obciążeń, do których przezwyciężenia musisz znaleźć w sobie siłę. Zatem, jakie są zalety Twojego pomysłu? Niezaprzeczalnie są to korzyści finansowe, dzięki którym możesz utrzymać rodzinę. Dodatkowo, każdy ma swoje osobiste ambicje i potrzeby, których realizacja jest dla niego ważna i działa motywującą. Jako główne przykłady można przytoczyć tu:

- **chęć zarabiania większych pieniędzy – prowadząc działalność gospodarczą możesz osiągnąć większe dochody. W konsekwencji zapewnisz lepsze życie sobie i swojej rodzinie. Wyższa rentowność działalności gospodarczej niż rolniczej stwarza nowe możliwości i pozwala podejmować nowe wyzwania, co z kolei jest impulsem do dalszego rozwoju. Nie bez znaczenia jest kwestia zaangażowania członków rodziny, zapewnienie im zajęcia zarówno w gospodarstwie, jak i poprzez pomoc przy prowadzeniu działalności;**
- **zaspokojenie potrzeby uniezależnienia się i wyróżniania się w społeczności wiejskiej;**
- **uniezależnienie się od klęsk żywiołowych, ryzyka chorób inwentarza itp. Oznacza to, że dochód z własnej firmy, w przeciwieństwie do rolnictwa, nie jest zależny w takim stopniu od czynników losowych;**
- **znalezienie zatrudnienia w okresach o mniejszym natężeniu prac w gospodarstwie, np. podczas zimy.**

Należy także podkreślić, że część z istotnych umiejętności już posiadasz. Będąc rolnikiem nabyłeś odpowiednie kompetencje ku temu, by prowadzić własną firmę. Twoje atuty to:

- **umiejętność decydowania o własnym losie (podobnie jak w pracy na roli);**
- **zdolność pracy na własny rachunek (będąc rolnikiem zapewniałeś już dochody zarówno dla siebie, jak i członków swojej rodziny, tym razem będzie tak samo);**
- **nienormowany czas pracy (dotychczas wyznaczany przez pory roku, w przypadku firmy uzależnisz go od wahań sezonowych i zapotrzebowań rynku);**
- **zaradność (do prowadzenia działalności możesz wykorzystać to, co już posiadasz, tj. ziemię, gospodarstwo, warsztat itp.).**

Uogólniając nieco teorię motywacji – chęć zaspokojenia określonej potrzeby ukierunkowuje nasze zachowanie na realizację ważnych dla nas celów. Niezależnie, czy jest to chęć zysku, zapewnienia bytu rodzinie, czy choćby zwrócenie na siebie uwagi. Decydując się na otwarcie firmy, dobrze jest rozpoznać, jakie predyspozycje osobowe sprzyjają rozwojowi przedsiębiorstwa w danej branży. Na to czy „zawojujesz świat" ma wpływ wiele czynników. Niestety nie o wszystkim możesz decydować. Trafnie określając swoje możliwości i predyspozycje, możesz zwiększyć własne szanse na sukces.

Predyspozycje

Wbrew powszechnej opinii nie ma doskonałego zespołu cech charakteru i osobowości, które gwarantują sukces w interesach. Co więcej, ich natężenie zależne jest chociażby od grupy społecznej, w jakiej żyjemy. Cechy te nie muszą być rozwinięte u każdego. Kluczem do sukcesu jest ich rozwój oraz umiejętność uczenia się. Pamiętaj przy tym, że szef firmy musi być też dobrym gospodarzem. Niezależnie w jakiej branży zamierzasz działać, pewne cechy będą wspólne. Oto główne umiejętności, które ułatwią nam działanie na rynku:

- **umiejętność organizacji pracy,**
- **odwaga, zdolność kalkulowania ryzyka,**
- **wydajność i efektywność własnej pracy, solidność,**
- **elastyczność – cecha preferowana przez wymogi współczesnego rynku,**
- **stanowczość, zdecydowanie w działaniach i determinacja w dążeniu do wyznaczonego celu.**

Jak widzisz, niektóre z tych cech nabyłeś prowadząc gospodarstwo rolne – nawet jeżeli nie wiedziałeś, że były potrzebne.

Ponadto, przydadzą się jeszcze inne, np.:

- **umiejętność nawiązywania kontaktów z ludźmi, przebojowość,**
- **asertywność – czyli wyrażanie własnych przekonań, bycie sobą niezależnie od oczekiwań, co jest pomocne w realizacji własnych potrzeb i osiąganiu celów.**

Jak zatem dowiedzieć się czym dysponuję, a nad czym muszę pracować?

Najprościej i najszybciej jest przeanalizować swoje doświadczenia, tzn. należy sprawdzić, co z reguły sprawiało mi trudności, a jakie zadania realizowane były „od ręki". Kolejny sposób to rozmowa z bliskimi. Zapytaj ich o swoje silne i słabe strony. Są też inne metody – od wypełnienia kwestionariuszy w Internecie, przez wizytę u psychologa, aż po spotkanie z doradcą zawodowym (np. w urzędzie pracy).

Aby zbadać, czy przyszła praca będzie dla nas właściwa można odpowiedzieć sobie na kilka pytań, typu:

Czy cieszysz się na myśl o otwarciu firmy?

Czy to, co robisz sprawia, że zyskujesz energię do pracy?

Czy czujesz, że ktoś docenia Twoje zaangażowanie?

Czy optymistycznie patrzysz w przyszłość?

Jeżeli na większość pytań odpowiadasz „tak", to jesteś odpowiednią osobą do wybranego zajęcia. Jeśli przeważa odpowiedź negatywna – wiesz przynajmniej nad czym musisz jeszcze popracować.

Ważne jest, aby wybrać takie zajęcie, które jest zgodne z naszymi predyspozycjami i zainteresowaniami. Firmy, na które pomysł wyniknął z hobby właściciela, częściej utrzymują się na rynku i szybciej rozwijają. Pamiętaj jednak, że nie jest to jedyne kryterium, którym należy się kierować. Można zrezygnować w początkowej fazie rozwoju firmy z części zysków, jednak przy podejmowaniu strategicznych decyzji należy pamiętać, że kluczową sprawą jest **rentowność**. Czyli po prostu – cokolwiek będziesz robił, powinieneś więcej zarobić niż wydać.

Ważna jest świadomość istnienia własnych możliwości i ograniczeń. Wiedza o samym sobie, wadach i zaletach, pomoże Ci uważniej postępować w obszarach, w których czujesz się niekomfortowo. Stopniowo nabierzesz doświadczenia. Dzięki temu zmniejszysz też ryzyko swoich działań.

Jak poza własną obserwacją i opiniami otoczenia można dokładniej zbadać swoje predyspozycje zawodowe i istotne cechy osobowe?

Na wstępie proponujemy spotkanie ze specjalistą, np. psychologiem i to najlepiej z doświadczeniem w fachowej interpretacji testów. Możesz również udać się do doradcy zawodowego. Specjalistów najlepiej szukać w urzędach pracy lub centrach informacji i planowania kariery zawodowej. Jeżeli jednak nie masz do nich łatwego dostępu, możesz wybrać metodę pośrednią. Skorzystaj z fachowej literatury, poradników czy też specjalistycznych portali internetowych.

Ważne jest dokładne przeanalizowanie własnych możliwości zarówno na poziomie posiadanych kwalifikacji, jak i predyspozycji.

Dlaczego w planowaniu własnej działalności istotne jest, aby przeanalizować samego siebie?

Nawet najbardziej pewny biznes „nie wypali", jeżeli po dwóch miesiącach będziesz znudzony pracą. Dostrzeżesz, że mimo dobrego pomysłu praca idzie Ci „pod górkę" i masz problemy z realizacją podstawowych zleceń. W końcu dojdziesz do etapu, że Twoja efektywność, zamiast rosnąć wraz z nabywanym doświadczeniem, zacznie spadać. Przeanalizujmy poniższy przykład właściciela zakładu sprzątającego z niewielkiej mazurskiej wsi.

Przykład

Tomasz prowadzi od wielu lat gospodarstwo na Mazurach. Zna okolicznych właścicieli pensjonatów i dorabia u nich, wykonując różne prace gospodarcze. Właściciele często skarżyli się na personel sprzątający Tomasz postanowił rozszerzyć zakres usług i założyć zakład sprzątający. Firma ruszyła. Szybko pozyskała wielu klientów. Niestety po miesiącu pracy Tomasz zauważył, że wykonywanie tych prac jest dla niego niezwykle nużące. Nie był też dumny z tego zajęcia. Niezrażony pomyślał: „ja nie muszę sprzątać, zatrudnię kogoś i tylko będę nadzorował jego prace". Jednak efektywność pracownika była niska. Za nadgodziny trzeba było dopłacać,

a i jakość nie odpowiadała klientom. W ciągu dwóch miesięcy Tomasz stracił kilku odbiorców. Z początkiem sezonu przegrał rywalizację z firmą, jaką założyły dwie działające jak „błyskawica" panie, które pracowały przez kilkanaście lat jako pokojówki w hotelu w najbliższym mieście.

Okazuje się, że osoba, która wykonuje nielubianą pracę może przegrać z konkurencją lub po prostu nie utrzyma się na rynku. **Zawsze trzeba pamiętać o swoich cechach i predyspozycjach. Robienie czegoś wbrew sobie nie wróży sukcesu, gdyż to właśnie Ty masz największy wpływ na to, co i jak robisz.**

Nie ma recepty na sukces w biznesie, ani ludzi stworzonych do prowadzenia firmy. Dobry szef musi umieć zaplanować swój biznes, opracować ofertę, przygotować akcję promocyjno-reklamową, wyprodukować produkt, no i oczywiście znaleźć oraz przekonać do siebie potencjalnych klientów, a na koniec odpowiednio sprzedać owoc swej pracy. Przedsiębiorca powinien być jednocześnie finansistą, kasjerem, zaopatrzeniowcem, kontrolerem jakości, menedżerem, planistą itd. Ponadto, każda z tych cech jest zależna od branży, w jakiej zamierzamy działać.

Porównajmy sprzedawcę używanych samochodów do księgowego, rzemieślnika albo do osoby prowadzącej działalność agroturystyczną. Ciężko będzie ze znalezieniem kogoś posiadającego te same cechy osobowe i predyspozycje do wszystkich wymienionych zawodów. Oczywiście, niektóre będą wspólne, ale **niemożliwe jest znalezienie osoby idealnej do wszystkich wymienionych profesji.**

Pamiętaj, zawsze można skorzystać z innego rozwiązania i np. **znajdź odpowiedniego wspólnika, który wniesie do firmy to, czego nam w danej chwili brakuje. Mogą to być umiejętności techniczne, cechy osobowości lub po prostu środki finansowe**. Poniższy przykład obrazuje, jakie korzyści mogą płynąć z takiego rozwiązania.

Przykład

Piotr ze wsi na Podlasiu pomagał rodzicom w prowadzeniu niewielkiego gospodarstwa. Odznaczał się sprytem i łatwością nawiązywania kontaktów. Był zaradny i lubił wyzwania. Chciał założyć własny biznes. Marzył o tym przez lata. Nie miał jednak pomysłu, co mógłby zaoferować klientom. Pewnego dnia postanowił naprawić podjazd i zlecił wymianę kostki brukowej przed garażem kuzynowi, który pracował jako pomocnik w firmie brukarskiej. Efektem ich współpracy stał się podjazd do garażu. Wynik przerósł oczekiwania Piotra. Pojawiła się myśl: „skoro mi się podoba, wyszło tanio, to może inni też będą chcieli mieć ładny, niedrogi podjazd". Niestety, kuzyn bał się podjęcia własnej inicjatywy. Szukał spokojnego etatu. Na szczęście uległ namowom Piotra. Kilka miesięcy później firma działała już pełną parą. Piotr zarządza sprawami firmy, a kuzyn jest odpowiedzialny za techniczne aspekty działalności. Obecnie, po 2 latach działalności, posiadają 3 brygady i zatrudniają 10 osób.

Powyższy przykład udowadnia, że poprzez połączenie sił można wyeliminować niepożądane cechy. Przy takiej współpracy warto zaproponować wspólnikowi swoje zalety w zamian za uzupełnienie ich wiedzą czy też doświadczeniem. Dobór takiej osoby nie jest łatwy. Może warto popytać najbliższych, znajomych, zaprzyjaźnionych sąsiadów i połączyć siły. Uzupełniając się nawzajem, będziecie w stanie lepiej świadczyć bardziej skomplikowane usługi niż w pojedynkę.

Rolnicza zaradność i właściwe podejście do ciężkiej pracy daje duże możliwości rozwoju. Sprawdź, co jeszcze może stać się Twoim atutem.

Ćwiczenie

Narysuj kółko z 20 kreskami (jak promienie słońca). W środku wpisz swoje imię. Wzdłuż każdego promyka wymień własne cechy, z których jesteś zadowolony. Napisz z czego jesteś dumny. Wypisz swoje talenty, umiejętności, pozytywne strony. Zastanów się, czym promieniuje Twoje słońce.

Jeśli chcesz, możesz wypisać więcej niż 20 pozytywnych rzeczy o samym sobie! Kiedy trudno Ci skompletować nawet podstawową listę 20 cech, musisz sporo popracować nad własną asertywnością. Być może uwierzyłeś, że:

- **porządny człowiek się nie chwali,**
- **człowiek powinien być skromny,**
- **to głupio dobrze mówić o samym sobie,**
- **to inni są mądrzy, ważni, utalentowani, a ja… pył, szara myszka…**

Rozdział 2

Co chcę robić, by zarobić? – czyli co mogę zaoferować innym?

Przede wszystkim musisz zdecydować, jakim rodzajem działalności będziesz się zajmował. Choć nie jest możliwe podanie przepisu na dochodowe przedsięwzięcie, to w tym rozdziale postaramy się przybliżyć jedynie podstawowe zagadnienia, które pozwolą ocenić, czy jako potencjalny przedsiębiorca będziesz w stanie działać w sposób profesjonalny w danej dziedzinie.

Najważniejszy jest „zamiar". Najlepsze pomysły nie są wymyślane na poczekaniu. Pamiętaj, że dobry i solidny plan budowany jest systematycznie i konsekwentnie. Zdarzają się oczywiście super pomysły, których realizacja od razu przynosi duże zyski. Są to jednak dość rzadkie przypadki.

Tylko co, jeżeli nie pojawi się żaden „punkt zaczepienia", żadna okoliczność sprzyjająca otwarciu firmy? Nie załamuj się, próbuj dalej. Na początku wyciągnij wnioski z przeprowadzonej oceny własnej osoby, o której pisaliśmy w pierwszym rozdziale. Być może wypisanie Twoich mocnych cech pomoże od razu, jeżeli nie – to pójdźmy dalej. Pomyśl, jaka dziedzina (branża) jest Ci najbliższa. Nie musi być związana z Twoim wykształceniem, może to być hobby. Byłoby dla Ciebie lepiej, gdybyś mógł zarabiać na swoich zainteresowaniach choćby dlatego, że praca będzie sprawiała Ci przyjemność. W przypadku braku hobby zainspiruj się znanym pomysłem i zaadaptuj go do warunków własnego otoczenia. Poszukaj czegoś, co interesuje Cię na tyle, że chciałbyś się tego podjąć. Zacznij pracować nad tym. Podobno każdy człowiek ma przeciętnie 4 talenty. Odkryj je i zacznij inwestować w siebie.

Staraj się przebywać z ludźmi. Poznanie ciekawych osób daje nowe perspektywy rozwoju, możliwość potencjalnej współpracy oraz znalezienia dodatkowych klientów. **Wytycz sobie jasne cele**, których spełnienie może pomóc w znalezieniu dobrego pomysłu na biznes. Znajdź czas na pracę nad sobą. Postaraj się robić każdego dnia coś, co zbliży Cię do upragnionego celu.

Po określeniu predyspozycji, swoich mocnych i słabych stron, przeanalizuj firmy działające w interesującej Cię branży. Wybierz taką, która pasuje do Twoich założeń i działa w okolicznej wsi bądź trochę dalej. Pamiętaj jednak, że dany pomysł może się sprawdzić w konkretnych okolicznościach (np. w określonym kraju czy w danym czasie), ale nie gwarantuje to, że potwierdzi się w Twoim otoczeniu. **Dużo zależy od przedsiębiorcy** realizującego pomysł. Może on wywrzeć na potencjalnych klientów tak duży wpływ, że nawet mizerny i nierokujący biznesplan z powodzeniem zostanie wcielony w życie. To dlatego dla wielu inwestorów ocena kompetencji człowieka, czy zespołu ludzi stojących za pomysłem jest często kluczowa, ważniejsza niż perspektywy finansowe.

Pamiętaj! Pomysł, do którego nie masz przekonania jest prawdopodobnie skazany na porażkę.

Oceniając zamiary, **trzeba wziąć pod uwagę** szereg różnorodnych, **mierzalnych i niemierzalnych czynników**. Można zastosować metodę stawiania sobie pytań i udzielania odpowiedzi. Staraj się patrzeć obiektywnie. Rozważ wszelkie wątpliwości. Jeżeli trudno znaleźć wyjście z jakiejś sytuacji – zmodyfikuj swój pomysł. Zmień go na tyle, aby rozwiać wątpliwości. **Musisz być elastyczny** – to ważne.

Poniżej znajdują się propozycje pytań, które możesz użyć we własnej analizie:

1. Czy pomysł jest wykonalny?

Zbadaj, czy nie istnieją przeszkody i ograniczenia? Czy poradzisz sobie z jego realizacją? Czy znasz technologie?

2. Czy łatwo będzie zastąpić oferowany przez Ciebie produkt/usługę?

Określ jasno, jaką potrzebę chcesz zaspokoić. W jaki sposób można osiągnąć ten efekt? Pomyśl, czy ewentualny koszt przekonania klientów do zmiany przyzwyczajeń nie będzie wyższy niż potencjalne zyski ze sprzedaży.

3. Czy jesteś w stanie określić grupę docelową klientów Twojej firmy?

Czyli, kto skorzysta z Twojej oferty? Czy koszt dotarcia do klientów, np. za granicę, nie będzie zbyt wysoki?

4. Pomyśl, czy wybrana grupa klientów (Twój rynek docelowy) jest dostatecznie duża?

Skierowanie oferty do konkretnej grupy docelowej ma wiele zalet, ale warto zastanowić się, czy nie jest ona zbyt wąska. Zbyt mały rynek może uniemożliwić osiągnięcie sensownych zysków i ogranicza możliwości.

5. Czy produkt lub usługa ma wartość dla klienta?

Ma to szczególne znaczenie w przypadku całkiem nowych produktów lub usług. Nowa oferta musi dawać klientowi realne korzyści – takie, które dostrzeże każdy konsument.

6. Czy branża, w której ma działać przedsiębiorstwo, jest atrakcyjna?

Warto przemyśleć, jaka jest siła konkurencji. Atrakcyjna branża to taka, w której brak jest zdecydowanych liderów, istnieją różne formy produktu bądź sposoby świadczenia usługi. Najlepiej, jeżeli w najbliższej okolicy, np. w Twojej wsi, nie ma identycznej firmy. Idealnie byłoby, gdyby nie było jej w promieniu kilku sąsiednich miejscowości.

7. Jak chcesz zarabiać?

Jak będzie wyglądał model przychodów, czyli jak kalkulujemy cenę? Zwykle jest on tradycyjny (klient płaci, cena zapewnia pokrycie kosztów i zysk), ale nie jest to jedyny sposób. Istnieje wiele rozwiązań alternatywnych, takich jak: sprzedaż produktów lub usług powiązanych ze sobą (np. tusze i drukarki). W zależności od tego, jaki model wybierzemy, inaczej będzie wyglądał proces sprzedaży i obsługi klienta. Odmienna stanie się też strategia i sposób organizacji Twojej firmy. Z tego właśnie względu dobrze jest jak najwcześniej określić model przychodów.

Jeżeli przebrnąłeś przez pierwszy etap i odpowiedziałeś na powyższe pytania, a co najważniejsze nadal uważasz, że pomysł jest dobry, wprowadź wymagane poprawki do planu i dopracuj go. Następnie możesz wykonać kolejny krok. Oto kolejne pytania, które przybliżą Cię do celu:

Czy istnieją bariery i ograniczenia wejścia nowej konkurencji?

Jak kształtują się marże i jakiej marży można się spodziewać?

Jak duży kapitał jest potrzebny na początku?

Oceń, czy masz wystarczające możliwości finansowe, aby działać.

Jaki jest próg rentowności?

Czyli ile musisz sprzedać, aby osiągnąć wystarczający poziom zysku niezbędny do utrzymania działalności.

Zakładamy, że odpowiedzi na powyższe pytania są rzetelne i wynika z nich, że wszystko wygląda dobrze, zatem możesz zacząć myśleć poważnie o Twoim biznesie. Pracując dalej nad pomysłem – i opracowując koncepcję biznesu, a w końcu biznesplanu – pytania te będą wracać, a odpowiedzi na nie nabierać coraz wyraźniejszych kształtów. W ostatecznym rozrachunku jednak nie teoretyczne rozważanie, a praktyczna realizacja będzie finalnym egzaminem zasadności Twojego pomysłu na biznes.

? Ćwiczenie

1) Opisz krótko swoją działalność:

2) Dlaczego chcesz otworzyć własną firmę?

3) Które z poniższych celów chciałbyś realizować, prowadząc własną firmę? Zaznacz je krzyżykiem.

Realizowanie ambicji		Tworzenie nowych rzeczy	
Władza		Urozmaicanie swojego życia	
Pieniądze		Bycie własnym szefem	
Szacunek ludzi		Uczenie się nowych rzeczy	
Satysfakcja z pracy		Praca z ludźmi	
Samodzielne podejmowanie decyzji		Sprawdzanie się w nowych sytuacjach	

Im więcej celów zakreśliłeś, tym większe prawdopodobieństwo, że założenie własnej firmy pozwoli Ci na ich realizację.

Rozdział 3

Co słychać u sąsiada? – jak skutecznie na własną rękę zbadać i rozpoznać rynek?

Zakładam, że masz już pomysł, w który warto się zaangażować i realizować przyjęty plan. Czas przejść do kolejnego etapu, którego **celem jest zaplanowanie strategii wobec konkurencji, czyli wybór, jaką pozycję na rynku ma zająć Twoja firma. Jak skutecznie bronić się i walczyć z konkurencją?** W dzisiejszych warunkach rynkowych wytworzenie produktu czy zaoferowanie usługi jest stosunkowo proste. Nie lada wyzwaniem jest natomiast dotarcie do klienta i sprzedanie mu swojego produktu. Duża konkurencja powoduje, że nawet najlepszy produkt (towar lub usługa) sam się nie sprzeda. Wymagany jest skuteczny system dotarcia do potencjalnego nabywcy i przekonanie go do zakupu, czyli strategia rynkowa.

Z każdym rynkiem związana jest tzw. **konkurencja**, czyli wszystkie firmy, których produkty lub usługi zaspokajają tę samą potrzebę i są adresowane do tej samej grupy konsumentów. Przy zakładaniu własnej działalności gospodarczej niezbędna jest także analiza konkurencji innych firm z branży. Poznajesz wówczas sytuację jaka panuje w branży, w której ma działać Twoje przedsiębiorstwo. Weryfikując mocne i słabe strony konkurencji, jej rozdrobnienie oraz jakość oferowanych przez nich usług, nakreślisz plan rozwoju Twojej firmy.

Jak tego dokonać?

Należy przeprowadzić **badanie rynku**. Prowadząc analizę konkurencji, trzeba oczywiście udać się do wytypowanych firm. Należy zdobyć jak najwięcej informacji o ich działaniu i ofercie. Raczej nie będziesz w stanie bezpośrednio konkurować z największymi na rynku, powinieneś jednak wybrać grupę docelową klientów, do której możliwie najłatwiej będzie Ci dotrzeć, przynajmniej w początkowej fazie działalności przedsiębiorstwa. Po wizycie w siedzibie bądź biurze firmy wejdź na stronę www, zadzwoń z niestandardowymi pytaniami w celu zbadania elastyczności, fachowości i rzetelności obsługi. Zapytaj znajomych o opinie na ich temat.

Zebrane w ten sposób dane przeanalizuj i nakreśl obraz kilku przedstawicieli branży. Na podstawie dokonanego opisu postaraj się **porównać wyniki i wnioski** z własną ofertą oraz możliwościami. Zacznij od najważniejszych informacji, tj. określenia grupy docelowej, ceny produktów, lokalizacji. Szukaj plusów i minusów. Pomyśl, jak możesz wykorzystać swoją pozycję.

Ćwiczenie

Poniżej przeprowadź analizę swojej konkurencji (wymień 5 głównych konkurentów).

KONKURENCI	O CO KONKURUJEMY?	SILNE STRONY KONKURENCYJNEJ OFERTY	SPOSOBY WALKI Z KONKURENCJĄ

Znając swoich rynkowych przeciwników łatwiej jest przygotować strategię firmy i plan jej organizacji. Pamiętaj, że podejmując różne decyzje na początku, możesz nieświadomie wpłynąć na spowolnienie rozwoju swojego przedsiębiorstwa. Możesz też spowodować, iż nie przetrwa ono na rynku. Niestety, **rynek nie wybacza błędów**. Ważne jest zatem, aby dobrze zastanowić się do kogo skierujesz ofertę firmy. W tym celu należy wybrać odpowiednią grupę docelową klientów i tak dopasować wymagania jakościowe oraz poziom cenowy, aby możliwie najpełniej trafić w ich preferencje.

Kolejną z kluczowych spraw, jakie trzeba rozważyć na wstępie, jest **lokalizacja firmy**. Pewne formy działalności nie wymagają ani biura, ani wyjątkowej prezencji, ani dobrej lokalizacji. Są to głównie usługi, np. cieszące się popularnością roboty wykończeniowe. Kolejną grupę stanowią działalności, które wykorzystają potencjał, jaki posiadasz, tj. budynki gospodarcze, pole, podwórze bądź plac, usytuowanie, krajobraz, okolica itp. Jedni muszą podejść do wyboru lokalizacji firmy w sposób profesjonalny, a u innych nie ma to większego znaczenia. Czasami dobra lokalizacja ułatwia dotarcie do klienta, umożliwia pozyskiwanie większej liczby nabywców. Pamiętaj zatem, że wybierając lokalizację firmy masz ogromny wpływ na potencjał rozwojowy swojej działalności gospodarczej.

Przykład

Jerzy mieszka na uboczu swojej wsi, więc lokalizacja nie sprzyjała otwarciu działalności, bo tu „tylko łąki, las i staw". Gdy prowadził wyłącznie gospodarstwo rolne, ciężko mu było zapewnić godne życie rodzinie, niezależnie od nakładu pracy. Z pomocą przyszedł mu brat, który podsunął mu pomysł założenia firmy świadczącej usługi agroturystyczne. Okolica piękna, cicha, sprzyjająca wypoczynkowi na łonie przyrody. Stopniowo Jerzy przekształcał kolejne pokoje pod wynajem i obecnie dysponuje już 5 pomieszczeniami o dobrym standardzie i nadal inwestuje. Położenie z dala od centrum wsi okazało się atutem, a wzbogacenie gospodarstwa rolnego o usługi agroturystyczne idealnym pomysłem na biznes.

Przykład

Jadwiga postanowiła wykorzystać posiadany budynek gospodarczy na sklep spożywczy – jedyny we wsi. Szybko udało się załatwić formalności. Otworzyła sklep, który działa do dziś i rozwija się w dużej mierze dzięki dogodnej dla wszystkich mieszkańców lokalizacji w centrum wsi, w pobliżu kościoła. Atutem jest także dobrze dobrany asortyment.

Plusem dla lokalizacji firmy na wsi jest możliwość dotarcia do potencjalnego klienta przez Internet. Pamiętaj jednak, że aby oprzeć działanie firmy o nowoczesne technologie, należy znać obsługę komputera i mieć stały dostęp do Internetu.

Posiadając już konkretną lokalizację trzeba przystąpić do układania szczegółowej **oferty firmy**. Będzie ona oczywiście stale się zmieniała, jednak wyjściowa musi być spójna, elastyczna, dopasowana do klienta, zapewniająca odpowiedni zysk i możliwa do realizacji dla Twojej firmy.

Rozdział 4

Poznaj swojego klienta – wybór grupy docelowej

Teraz przejdźmy do wytypowania swoich klientów i określenia rynku, na którym mamy działać. Jak to zrobić, dlaczego to ważne i co dzięki temu możesz osiągnąć?

Rynek wybrany przez Twoją firmę jako **rynek docelowy** jest ważnym elementem Twojego marketingu. Pamiętaj, że jeżeli popełnisz błąd przy jego identyfikacji i wyborze, wszystkie kroki, które podejmiesz w celu zaspokojenia potrzeb klientów mogą nie przynieść zamierzonych efektów.

Zastanów się, czy Twoja wieś lub okolica daje możliwości zaspokojenia potrzeb ludzi z miasta lub sąsiednich wsi. Sprawdź, co lubią mieszkańcy w pobliskich miejscowościach i zobacz, co możesz im zaoferować. A może jest coś, co zainteresuje obcokrajowców? Sprawdź, jakie gatunki zwierząt występują w Twojej okolicy. Może są to cenne okazy ptaków albo wilki, które tak wielu turystów chce podglądać i fotografować? A może jakieś produkty znajdą nabywcę za granicą? Może okolica obfituje w grzyby lub posiada piękny krajobraz? Dużym zainteresowaniem cieszą się również wyroby rzemiosła artystycznego.

Nie żałuj też czasu na rozmowę z tymi, którzy są zainteresowani kupowaniem usług czy produktów. Ilekroć jesteś w mieście wypytuj o to, czego ludziom brakuje, czego nie mogą kupić lub zrobić.

Zanim zaczniesz działalność, zorientuj się, w jakim wieku są ludzie, którzy mieszkają tam, gdzie chcesz działać. Przykładowo, wzrost liczby osób w wieku emerytalnym spowoduje zwiększenie zapotrzebowania na usługi domów opieki społecznej, lekarstwa, porcjowaną żywność, sprzęt medyczny i opiekunów. Daje to zatem szansę na utworzenie domu opieki społecznej na wsi oraz zatrudnienie w zaopatrzeniu.

Jednym z najprostszych i najczęściej przyjmowanych rozwiązań jest wybór bardzo szerokiego rynku. **Zidentyfikuj grupę docelową** bardzo ogólnie jako odbiorców posiadających jakąś potrzebę, którą możesz zaspokoić. Nie ma osoby, która spełni wymagania wszystkich ludzi. Jedni szukają jakości, inni najniższej ceny, są też tacy, którzy potrzebują profesjonalnego serwisu. Należy pamiętać, że obecny rynek preferuje specjalizację. Nie oznacza to, że trzeba świadczyć tylko jedną usługę. Powinno się jednak wykonywać swoje zlecenia profesjonalnie. Warto posiadać jedną lub kilka pozycji w ofercie (w zależności od możliwości), z którymi będziemy budowali swoją przewagę nad konkurencją. Możliwość osobistej kontroli sprzedaży na pewno ułatwi Ci zarządzanie jakością produktu i usług na każdym etapie obsługi klienta. Jest to ważne, dopóki nie wypracujesz w swojej firmie pewnych standardów zachowań wobec konsumentów.

Najlepszą metodą jest **fachowa, profesjonalna obsługa oraz wysokiej jakości produkt**, wtedy klient bez wahania poleci Twoją firmę znajomemu. Nie będzie się bał, że zachowasz się nieprofesjonalnie bądź go oszukasz. Pamiętaj też, że ze wszystkich form reklamy najważniejsze jest polecenie, czyli tzw. poczta pantoflowa. **Musisz ciągle się rozwijać i podążać za innowacjami**. Celem przedsiębiorstwa jest zaoferowanie takiego produktu, który w większym stopniu niż towar konkurencyjnych firm usatysfakcjonuje klienta należącego do wybranego przez Ciebie segmentu.

Aby dopasować produkt do odbiorcy, należy dokonać wyboru obszaru rynku, na którym będziesz działał. Spróbujmy zrobić segmentację w okrojonym wydaniu, którą wykorzystamy do własnych potrzeb. **Pierwszym krokiem** będzie podział rynku według powszechnie dostępnych danych. Mogą to być czynniki demograficzne, finansowe (poznasz je np. w urzędzie statystycznym) lub każde inne, które uznasz za stosowne i ważne dla Twojej firmy.

Załóżmy, że będziesz oferował usługi z zakresu reklamy, z naciskiem na technologie internetowe, tj. strony, serwisy, animacje reklamowe. Zbadaj jaki jest potencjał klientów. Zakładamy, że najbardziej zależy Ci na odbiorcach średniozamożnych, najlepiej właścicielach rozwijających się firm. Sprawdź, czy w lokalizacji jaką wybrałeś jest wystarczająco dużo potencjalnych nabywców. Możesz rozpatrywać inną grupę, jednak najlepiej wybrać preferowanych klientów, których obsługa jest bezproblemowa. To o ich względy będziesz zabiegać. Na ich opinii zbudujesz swoją reputację i na ich zlecenia w głównej mierze liczysz.

Pamiętaj, że określając grupę docelową klientów ważny jest potencjał nabywczy uczestników wybranego segmentu rynku. Co to oznacza w praktyce? **Należy kierować swoje produkty do klientów, którzy są w stanie zakupić nasz produkt**. Nie opieraj się na tych, którzy mogliby być zainteresowani, a niekoniecznie potrzebują Twojej oferty lub też na takich, których nie stać na skorzystanie z Twoich usług.

Tradycyjne podejście głosi, że najpierw powinieneś opracować swoją ofertę opartą na kluczowych umiejętnościach, a uwzględniając wysoką jakość oferowanych przez Ciebie towarów i usług, „klienci sami przyjdą". Jednak obecnie istnieje zbyt duża mobilność i przekaz informacji, aby liczyć na samoistne wypromowanie naszej oferty.

Polecamy zatem sformułowanie oferty tylko dla wybranego segmentu. Jeżeli chcesz zadowolić wszystkich, możesz nikomu nie sprostać.

Zastanów się teraz, co sprawi, że klient wróci do Ciebie, a może nawet będzie w stanie zapłacić zdecydowanie więcej za Twój produkt niż za tańszy produkt konkurencji. Dla przykładu zapytajmy, co sprawia, że decydujesz się na kupno samochodu. Czy to, że będzie jedynie środkiem transportu? Nie. Patrzysz też na markę, prestiż, bezpieczeństwo, funkcjonalność…

To między innymi one sprawiają, że samochód podoba się Tobie i innym. Tym właśnie jest wartość dodana. Ten sam mechanizm działa przy wszystkich innych produktach. Dzieje się tak zazwyczaj, dzięki odczuciu, że wybierając konkretny towar czy usługę, otrzymujesz wraz z nim pewien zestaw cech czy też korzyści.

Zatem jak widzisz, wybór klienta oraz rynku, na jakim będziesz działał, to nie taka prosta sprawa. Musisz znaleźć segment z wystarczającą liczbą potencjalnych klientów, którzy **będą w stanie kupić Twój produkt niejednokrotnie**. Jeżeli chcesz, aby firma mogła się rozwijać, musisz mieć rynek zbytu, czyli klientów, którzy kupują i wracają, bądź polecają Twoje produkty dalej. Nie możesz oprzeć się na opiniach kolegów i sąsiadów.

Nie sposób zapomnieć o możliwościach jakie daje Internet. Poprzez stronę www lub sklep internetowy jesteś w stanie dotrzeć do klientów z całego kraju, a nawet świata. Nie świadczy to, że malarz pokojowy ma z przymusem korzystać z dobrodziejstw sieci internetowej, jednak nie zaszkodzi, gdy zamieści wzmiankę o swojej firmie także w Internecie. Na razie skupmy się na wykorzystaniu tego medium do rozpoznania rynku i potencjalnych klientów. Ponadto, możemy oczywiście użyć go do rozszerzenia swojego rynku zbytu i zapewnienia sobie dodatkowego źródła dochodu.

Ćwiczenie

Opisz i przeanalizuj swoją docelową grupę klientów:

GRUPY KLIENTÓW	WYRAŻANE PRZEZ NICH POTRZEBY	OPIS TWOICH DZIAŁAŃ, KTÓRE BĘDZIESZ DOKONYWAŁ, ABY TE SZCZEGÓLNE POTRZEBY ZOSTAŁY ZASPOKOJONE

Rozdział 5

Czym dysponuję, czego potrzebuję? – analiza SWOT

Pamiętaj, że nie działasz na rynku sam, lecz w otoczeniu innych podmiotów i uwarunkowań, które będą wywierały wpływ na Twoją firmę. Wzajemnie na siebie oddziałując, można sobie pomagać lub utrudniać realizację celów, a nawet być przyczyną niepowodzeń.

Aby zostać dobrym menadżerem swojej firmy musisz znać także atuty środowiska w jakim działasz. Być może uda Ci się je wykorzystać i dzięki temu wzmocnisz swoją pozycję rynkową. Należy też zdać sobie sprawę z posiadanych **atutów**, jakie możesz zyskać otwierając firmę, choćby na wsi:

- **klimat i środowisko najbardziej przyjazne naturze,**
- **mniejsza konkurencja,**
- **tańsza siła robocza,**
- **niższe koszty utrzymania,**
- **często własne tereny i zabudowania przeznaczone na działalność,**
- **dostępność pomocy z UE,**
- **lepsze i łatwiejsze kontakty międzyludzkie,**
- **możliwości prowadzenia rodzinnych biznesów.**

Przedsiębiorca musi znać otoczenie w jakim przychodzi mu działać, aby jak najlepiej funkcjonować i zmniejszać ryzyko.

Źródłem ryzyka mogą być:

- **nagłe pogorszenie lub poprawa koniunktury gospodarczej,**
- **zmiany w prawie,**
- **zmiany w otoczeniu konkurencji, np. bankructwa dostawców i odbiorców,**
- **zmiany strategii konkurencji,**
- **szybko zmieniające się upodobania konsumentów itp.,**
- **nieprzewidziane i ważne zmiany na arenie międzynarodowej.**

Dla zmniejszenia ryzyka ważne jest stałe obserwowanie otoczenia: polityki gospodarczej rządu, przepisów prawnych dotyczących spraw podatkowych, stóp procentowych, walutowych, celnych, prawa pracy, przepisów branżowych itd.

Oto, jakie masz do wyboru **źródła informacji o otoczeniu**:

- **ustawy, uchwały, rozporządzenia i zarządzenia, które są publikowane w „Dzienniku Ustaw" i „Monitorze Polskim",**
- **profesjonalne firmy i wydawnictwa zajmujące się problematyką gospodarczo-prawną, wydające szereg pism i publikacji na ten temat,**
- **prasa codzienna, tygodniki i inne czasopisma,**
- **polskie rejestry gospodarcze prowadzone przez sądy rejestrowe, gdzie istnieje możliwość sprawdzenia wiarygodności partnera lub konkurenta poprzez zbadanie jego pozycji finansowej i prawnej (dostęp do rejestrów jest bezpłatny, ale ograniczony),**
- **banki – posiadają własną bazę informacyjną o sektorach gospodarki, przygotowują także opracowania, które publikują i sprzedają,**

- **Główny Urząd Statystyczny,**
- **katalog ofert, publikatory organizacji samorządów gospodarczych,**
- **wyspecjalizowane firmy doradcze,**
- **własne obserwacje otoczenia.**

W jaki sposób najprościej zbadać otoczenie Twojej firmy?

Zrób to przy pomocy **analizy SWOT**, która polega na zidentyfikowaniu 4 grup czynników: wewnętrzne pozytywne i negatywne, zewnętrzne pozytywne i negatywne, opisaniu ich wpływu na rozwój firmy, a także możliwości zorganizowania osłabienia lub wzmocnienia siły ich oddziaływania. Analiza SWOT jest jedną z podstawowych metod analizy strategicznej, którą możesz wykorzystać do oceny swojego pomysłu już na etapie koncepcji. Zatem, zanim zarejestrujesz swoją działalność, powinieneś przetestować swój pomysł tą metodą.

Nazwa SWOT jest akronimem angielskich słów:
Strengths – mocne strony
Weaknesses – słabe strony
Opportunities – szanse w otoczeniu
Threats – zagrożenia w otoczeniu

Mocne strony (czynniki wewnętrzne pozytywne) to walory, atuty firmy, które w sposób pozytywny wyróżniają ją w otoczeniu i spośród konkurencji.

Słabe strony (czynniki wewnętrzne negatywne) są konsekwencją ograniczeń zasobów i niedostatecznych kwalifikacji.

Szanse (czynniki zewnętrzne pozytywne) to zjawiska i tendencje w otoczeniu przedsiębiorstwa, które odpowiednio wykorzystane staną się impulsem do rozwoju oraz osłabią zagrożenia.

Zagrożenia (czynniki zewnętrzne negatywne) to wszystkie czynniki zewnętrzne, które postrzegamy jako bariery dla rozwoju firmy, utrudnienia, dodatkowe koszty działania.

Samo dostrzeganie słabych i mocnych stron firmy to za mało. Potrzebny jest jeszcze plan ich wykorzystania (jeśli są to mocne) albo neutralizowania (jeśli są to słabe strony). Dopiero wtedy cała „zabawa" w SWOT ma sens. Zadaniem analizy wnętrza firmy jest przede wszystkim ocena i opis zasobów firmy ze strategicznego punktu widzenia. Po ustaleniu mocnych i słabych stron będzie wiadomo, w czym masz przewagę konkurencyjną, a w czym jesteś od konkurencji gorszy i nad czym jeszcze musisz popracować.

Analiza zasobów obejmuje cały przekrój przedsiębiorstwa, a więc zasoby:
- **finansowe (rentowność, zdolność kredytowa itp.),**
- **fizyczne (budynki, urządzenia, maszyny itp.),**
- **ludzkie (osoba zarządzająca, właściciel, pracownicy itp.),**
- **organizacyjne (systemy informacyjne, istniejące struktury itp.),**
- **technologiczne (standard, jakość, marka itp.).**

Wśród tych zasobów należy szukać mocnych i słabych stron.

W prowadzeniu każdego biznesu bardzo ważna jest także **umiejętność dostrzegania i wykorzystywania szans** pojawiających się na rynku. Firma powinna przygotować odpowiedni plan, który umożliwi jej wykorzystanie nowych możliwości. Szanse, które zostaną zauważone, powinniśmy ocenić i dopiero później wybrać jedynie te, które firma zamierza wykorzystać. Idealną sytuacją jest występowanie wielu szans i niewielu zagrożeń. Najtrudniej jest wtedy, gdy ze strony otoczenia zamiast możliwości istnieją zagrożenia.

Posługując się pojęciem otoczenia, mamy tu na myśli m.in.:

- **otoczenie makroekonomiczne, czyli takie zjawiska jak: bezrobocie, dobra lub zła koniunktura, zniżkujące lub zwyżkujące kursy walut itp.,**
- **otoczenie polityczno-prawne, czyli wszelkie regulacje prawne w zakresie branży, w której działasz, płaconych podatków itp.,**
- **otoczenie technologiczne, czyli zmiany w nauce i technice czy pojawiające się nowe technologie,**
- **otoczenie kulturowe, czyli procesy demograficzne, przyjmowane w społeczeństwie systemy wartości, postawy społeczne itp.**

Dotychczas była mowa o dalszym otoczeniu. Tymczasem powinieneś analizować także swoje bliskie otoczenie, wówczas badane są takie elementy, jak:

- **Konkurenci**

Zagrożenie płynące ze strony nowych konkurencyjnych firm zależy przede wszystkim od wysokości tzw. barier rynkowych (np. wysokość kapitału na rozpoczęcie działalności).

- **Dostawcy**

Punktem wyjścia do analizy dostawców jest określenie tzw. siły negocjacyjnej dostawców, która zależy m.in. od stopnia koncentracji dostawców (a więc czy jest tylko jeden, czy też możemy wybierać wśród wielu dostawców).

- **Odbiorcy**

Ich analiza jest analogiczna do analizy dostawców, ale z odwrotnego punktu widzenia.

- **Produkty zastępcze lub usługi**

Chodzi tu o inne wyroby, które mogą zaspokajać te same potrzeby, co oferowany przez Twoją firmę wyrób, np. zamiast oferowanych przez sklep bułek klienci wolą kupić ciepły chleb z pobliskiej piekarni, wówczas ta piekarnia może być zagrożeniem.

- **Konkurencja w sektorze**

Jeśli firma jest liderem w swojej branży, to w zestawieniu z konkurencją wypada korzystnie, ponieważ jeszcze bardziej podkreślone zostają jej walory. Jeżeli w stosunku do swoich konkurentów pozostaje w tyle, to takich porównań będzie z pewnością unikać, gdyż są dla niej zagrożeniem.

Przeprowadzając analizę SWOT, nie należy popadać w nadmierną szczegółowość. W tym przypadku ważniejsze od wyodrębnienia i opisania wszystkich czynników jest zidentyfikowanie punktów kluczowych, które mają decydujący wpływ na rozwój firmy i powodzenie inwestycji. Zwieńczeniem analizy SWOT jest konfrontacja najistotniejszych mocnych i słabych stron firmy z największymi szansami i zagrożeniami w otoczeniu. Analiza SWOT pozwala na identyfikację głównych problemów strategicznych, które powinny wyznaczać kierunek dalszego działania firmy.

Najlepiej przeprowadzić ją w formie tabeli. W poniższej zostały zamieszczone przykłady mocnych i słabych stron oraz szanse i zagrożenia wynikające dla firmy z otoczenia. Nie jest to analiza konkretnej firmy, a jedynie wzory czynników.

MOCNE STRONY

- korzystna lokalizacja, bliska naturze,
- konkurencyjne ceny,
- dobre zaopatrzenie uwzględniające potrzeby każdego klienta,
- darmowe doradztwo,
- udzielanie gwarancji,
- wysoki poziom świadczonych usług, oferowanych produktów,
- kompleksowa obsługa klientów,
- elastyczny system wyceny,
- nowoczesny park maszynowy,
- doświadczenie i posiadane kwalifikacje,
- pasja, zaangażowanie,
- własny teren i budynki gospodarcze.

SŁABE STRONY

- niewystarczający poziom własnych środków finansowych,
- nieprowadzenie analizy rynku,
- niski poziom skuteczności reklamy,
- brak własnego lokalu,
- słaba lokalizacja,
- przestarzały park maszynowy,
- mało atrakcyjne opakowanie,
- brak skutecznej dystrybucji,
- brak systemu motywacyjnego,
- niskie zdolności produkcyjne,
- nieznajomość procedur urzędniczych przy prowadzeniu firmy,
- brak doświadczenia w prowadzeniu działalności gospodarczej.

SZANSE

- wzrost poziomu życia ludności,
- tańsza siła robocza na terenach wiejskich,
- zwiększające się zapotrzebowanie na dane usługi, produkty,
- mała konkurencja,
- elastyczność na sygnały płynące z rynku,
- cenowa/jakościowa przewaga nad wyrobami z importu,
- rosnąca konkurencja wśród dostawców,
- udoskonalenie technologii produkcji,
- dostępność pomocy z UE.

ZAGROŻENIA

- możliwość powstania nowej konkurencji,
- istnienie „szarej strefy", czyli konkurencji niefigurującej w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej,
- ryzyko niezaakceptowania przez rynek nowego produktu, usługi,
- braki w dostawach surowców,
- ograniczenia w dziedzinie ochrony środowiska,
- wzrastające koszty utrzymania,
- ubożenie ludności,
- siła przetargowa konkurentów.

Ćwiczenie

Poniżej przedstawiamy praktyczne ćwiczenie, które pomoże lepiej poznać analizę SWOT. W celu jej opracowania spróbuj udzielić odpowiedzi na poniższe pytania.

1. MOCNE STRONY:
- **Co Cię wyróżnia?**
- **Co robisz dobrze?**

Rozważ odpowiedzi na powyższe pytania z Twojego punktu widzenia oraz z punktu widzenia Twoich konkurentów. Nie bądź skromny. Jeżeli będziesz miał z tym trudności, wypisz najpierw swoje charakterystyczne cechy. Niektóre z cech na pewno będą silnymi stronami Twojej firmy.

2. SŁABE STRONY:
- **Co jest robione niedobrze?**
- **Czego powinno się unikać?**
- **Czy konkurenci widzą Twoje słabe strony, których Ty nie spostrzegasz?**
- **Czy Twoi konkurenci robią coś lepiej od Ciebie?**

Najlepiej zrobisz, gdy będziesz starał się być rzetelny i zdasz sobie sprawę z istnienia swoich słabych stron. Im szybciej, tym lepiej.

3. SZANSE:
- **Jakie są pola Twojego rozwoju?**
- **Jakie są ciekawe trendy w Twoim otoczeniu?**

Szanse, które możesz wykorzystać, mogą wiązać się z szansami stwarzanymi przez technologię i rynek zarówno w skali mikro, jak i makro, politykę gospodarczą i finansową rządu, które dotyczą dziedziny, w której działasz, strukturę rynku pracy, strukturę społeczeństwa, zmian w stylu życia społeczeństwa, wzorów społecznych, lokalnych wydarzeń itd.

4. ZAGROŻENIA:
- **Z jakimi przeszkodami staniesz twarzą w twarz?**
- **Co robi Twoja konkurencja?**
- **Czy zmiany technologiczne zagrażają Twojej pozycji?**
- **Czy zmieniają się wymagania odnośnie Twojej pracy, produktu lub usługi?**

Teraz spróbuj uzupełnić poniższe tabele. Każdy z wymienionych czynników oceń w skali od 0 do 10. Przykładowo 10 punktów otrzyma ta z silnych stron firmy, która będzie najważniejsza. Wprowadzenie punktacji (ocen) pozwoli na zhierarchizowanie czynników według ich ważności dla Twojej firmy.

a) Mocne i słabe strony:

MOCNE STRONY	OCENA	SŁABE STRONY	OCENA

b) Szanse i zagrożenia tkwiące w otoczeniu:

SZANSE	DLACZEGO MAJĄ SPRZYJAĆ INICJATYWIE?	OCENA
ZAGROŻENIA	**DLACZEGO MAJĄ STANOWIĆ NIEBEZPIECZEŃSTWO?**	**OCENA**

Rozdział 6

Jak nas widzą... – marketing i reklama oraz możliwości Internetu

Nowo utworzona firma, chcąc zarabiać i prosperować przez dłuższy czas, musi najpierw wejść na rynek, utrzymać się na nim i co więcej, stale poszerzać w nim swój udział. Nie będzie to łatwe, ponieważ w prawie każdym rodzaju działalności znajdziesz dla siebie konkurencję.

Czy w takich warunkach nowa firma ma szanse wejść na rynek konkurencyjny i działać na nim?

Z pewnością tak, ale musi uruchomić dobrze zorganizowany, technicznie niezawodny i trafny system zdobywania klientów na rynku lokalnym, regionalnym, krajowym, a niekiedy zagranicznym.

Istotne są działania marketingowe. **Ideą marketingu** jest zaspokojenie potrzeb konsumenta, który dla firmy powinien być najważniejszy. **Klient i jego oczekiwania to najważniejszy element biznesu** (jeśli nie ma nabywców, przedsiębiorstwo, w sensie ekonomicznym, traci rację bytu) oraz wynikający z tej świadomości proces identyfikowania i zaspokajania potrzeb odbiorcy – przy równoczesnym zapewnieniu zysku przedsiębiorstwa i ciągłości jego funkcjonowania. Do osiągnięcia tego celu służą techniki wspomagające ten proces: badania rynku, kształtowania produktu, oddziaływania na rynek, ustalania ceny, sprzedaży.

Marketing to działalność, która pozwala zaspokoić potrzeby nabywców przez kierowanie przepływem dóbr i usług od producenta do konsumenta. Podstawą sukcesu w tej działalności jest więc przyjęcie punktu widzenia potencjalnego nabywcy we wszystkich podejmowanych obszarach.

Myślenie marketingowe rozpoczyna się w momencie **uświadomienia sobie istnienia ludzkich potrzeb i pragnień.** Ludzie do przeżycia potrzebują jedzenia, ubrania i schronienia, ale ważne jest dla nich także bezpieczeństwo, przynależność do grupy, szacunek otoczenia itp. Należy tu zaznaczyć, że nie wszystkie potrzeby są jednakowo ważne dla wszystkich ludzi.

Poniżej przedstawiamy, w jaki sposób można wykorzystać zasoby i atuty firmy otwartej na terenach wiejskich. Wcześniej jednak należy poznać potrzeby potencjalnych klientów, które ostatnio uległy zmianie pod wpływem najnowszych światowych trendów podnoszących znaczenie terenów wiejskich. Wynika to z faktu, że ludzie szukają nowych sposobów na życie. Są to między innymi:

1. Chęć odmiany

Ludzie, którzy zrobili już karierę, porzucają miasta i przenoszą się do małych miejscowości i wsi, gdzie szukają spokojnego życia, czystego powietrza i przyjaznych, otwartych sąsiadów. Bardzo popularne stały się restauracje, oferujące tzw. chłopskie jedzenie, czyli takie potrawy, jak: chleb ze smalcem, twaróg ze szczypiorkiem, prażonkę z ziemniaków, jajek, kiełbasy i pieczarek. Są to proste, wiejskie dania, które odróżniają się wyraźnie od codziennych potraw, przyrządzanych w pośpiechu w kuchence mikrofalowej. Jak widzisz, panuje teraz moda i potrzeba powrotu do natury, czyli także do wsi. Zastanów się, czy możesz wykorzystać to zainteresowanie, proponując typowo wiejskie produkty i usługi.

2. Przeżycie niezwykłych przygód

Ludzie szukają odmiany i możliwości zrobienia czegoś niezwykłego, chcą uciec od codziennych spraw i kłopotów. Dla osób zamieszkujących tereny wiejskie otwiera się możliwość sprzedaży prostych, tradycyjnych usług, takich jak: noclegi w stodole, wydojenie krowy, upieczenie chleba w piecu czy konna przejażdżka. Tym samym zwykłe, codzienne czynności mieszkańca wsi mogą przynosić dochód.

3. Inwestowanie w siebie

Ludzie dążą do rozwoju własnej osobowości i chcą być traktowani inaczej niż wszyscy. To, że posiadają unikatowy przedmiot lub zaznają doświadczeń niedostępnych dla innych, pomaga im odróżnić się od otoczenia. Dlatego chętnie kupują rzeczy na specjalne zamówienie. Lokalnie takim produktem może być np. sękacz czy proste drewniane krzesła.

4. Dbanie o zdrowie

Ludzie pragną żyć dłużej i lepiej. Zaczynają unikać palenia tytoniu, niezdrowego odżywiania się i zanieczyszczonego powietrza. Wieś może zaoferować zdrową żywność, czyste powietrze i przestrzeń do uprawiania różnorodnych sportów.

5. Odmładzanie się

Ludzie chcą czuć się młodsi. Farbują włosy i poddają się operacjom plastycznym. Zachowują się o wiele swobodniej niż wynikałoby to z ich wieku. Chętnie wyjeżdżają na pełne przygód wakacje, wymagające dużego wysiłku, dostarczające mocnych wrażeń, np. spędzane w prymitywnych warunkach. Organizatorzy takiego wypoczynku poszukują miejsc poza miastem, w najbardziej dzikich terenach. I to właśnie wieś może zaoferować najwięcej takich obszarów. Dodatkowo można stworzyć kilka możliwości zarobkowania, dostarczając usługi organizacyjne i żywieniowe.

Współczesna mentalność ludzi sprzyja otwieraniu działalności gospodarczej na wsi. Pozwala to jednocześnie na stworzenie czegoś oryginalnego. Warto podkreślić, że musisz nie tylko przypuszczać, ale wiedzieć, co Twój klient naprawdę chce kupić, a potem mu to sprzedać. Często jest to kombinacja kilku czynników (cena, jakość, wygoda, moda itp.). Musisz zadecydować, które są ważne, a które nie.

Oto kilka przykładów, które pokażą Ci, że zaspokajanie potrzeb nie jest sprawą łatwą. Ta sama potrzeba może budzić pragnienie posiadania całkiem różnych rzeczy. Ludzie potrzebują i pragną wielu towarów i usług, ale ich siła nabywcza jest ograniczona. Dlatego musisz myśleć nie tylko o tym, żeby wykorzystać swoje umiejętności do zaoferowania usług czy towarów, których ludzie potrzebują i pragną je mieć, ale także, żeby wyrazili gotowość ich kupna.

Przykład

Jan jest głodny. Odczuwa potrzebę zjedzenia czegoś, ale nie jest mu wszystko jedno, co zje. Posiada konkretne pragnienie zjedzenia sera i to sera sprecyzowanego gatunku, podanego w określony sposób, a nie sałaty czy kiełbasy.

Przykład

Mężczyzna kupuje samochód konkretnej marki nie tylko dlatego, żeby nim jeździć, ale także żeby np. pokazać jak dobrze mu się powodzi.

Po zapoznaniu się z powyższymi przykładami pamiętaj, że zaoferowanie towarów, które nie są odpowiedzią na konkretne potrzeby i pragnienia klientów, może się skończyć niepowodzeniem. Zatem pojęcia wartości, ceny i zadowolenia klienta powinny pełnić ważną rolę w Twoim myśleniu marketingowym.

Ważne jest, aby działania marketingowe nie doprowadzały jedynie do zawierania pojedynczych transakcji. Ich **celem powinno być budowanie długoterminowych, opierających się na wzajemnym zaufaniu i korzyściach relacji z klientami, dostawcami** itd. Budowanie stałych kontaktów pozwala na zmniejszenie kosztów i czasu zawierania pojedynczych transakcji. W budowaniu dobrych więzi marketingowych świadomie wykorzystuj swoje umiejętności

związane z planowaniem, asertywnością, prowadzeniem rozmów i rozwiązywaniem konfliktów. Im wyższym poziomem tych umiejętności dysponujesz, tym łatwiej będzie Ci wykorzystywać marketing relacji.

Jeżeli chcesz mieć większe szanse na rynku niż Twoi konkurenci, musisz umieć sam zrozumieć i opisać istotę swojego biznesu. Podstawowy sens istnienia zawiera tzw. misja oraz wizja firmy, które odróżniają Twoją działalność od innych. **Misja** to coś, co chcesz zaoferować swoim klientom. Stanowi precyzyjne wyrażanie jej dalekosiężnych zamierzeń i aspiracji. Natomiast **wizja** to obraz przyszłości firmy, czyli miejsce docelowe, do którego dąży firma. Wyrażona jest najczęściej pozycją lub udziałem w rynku. Inaczej mówiąc, wizja jest zbiorem cech przedsiębiorstwa, które chce ono osiągnąć. Ustalenie wizji sprowadza się do opisania właściwości, dotyczących takich obszarów, jak np. organizacja, marketing, produkcja, finanse i technika. Cel stanowi wskazanie idealnej przyszłości.

PRZYKŁAD ZWIĘZŁEGO DEFINIOWANIA MISJI FIRMY

- „Naturalne soki”
- „Miodu w życiu, miodu w pasiece”
- „Asortyment i jakość dopasowana do twoich potrzeb”
- „Nasza pasja gwarancją jakości naszych usług”

FIRMA, KTÓRA POSŁUGUJE SIĘ SFORMUŁOWANIEM

- Sok Maurera
- Pasieka Barć
- Stolarnia na wsi produkująca drewniane opakowania
- Renowacja starych, zabytkowych mebli

Po sformułowaniu misji i wizji firmy, możesz przystąpić do budowy strategii marketingowej, która pomoże nam odpowiedzieć na pytanie: jak być najlepszym? Aby właściwie określić pozycję produktu na rynku, właściwie go reklamować, ustalić odpowiednią cenę, dobrze przewidzieć koszty związane z wejściem na rynek itd., należy zastosować szczegółowe rozwiązania, którymi zajmuje się marketing mix. **Marketing mix (4P)** jest wykorzystywany do opracowania taktycznych szczegółów strategii marketingowej dotyczącej koncepcji: produktu (*product*), ceny (*price*), dystrybucji (*place*), promocji (*promotion*).

MARKETING MIX (4P)			
Produkt (*Product*)	**Cena (*Price*)**	**Dystrybucja (*Place*)**	**Promocja (*Promotion*)**
• Jaka jest jakość mojego produktu? • Jakie cechy ma mój produkt? • Jaką mam markę? • Jak wygląda opakowanie produktu? • Jaki serwis oferuję? • Jaką gwarancję posiada mój produkt? • Jakie zmiany przewiduję w produkcie?	• Jakie przewiduję upusty? • Jaka jest moja marża? • Jaki termin płatności określiłem? • Czy umożliwiam zakup produktu na kredyt? • Jaka jest cena hurtowa mojego produktu?	• Jakie mam kanały dystrybucji? • Jaki jest mój asortyment? • Gdzie sprzedawane są moje produkty? • Jakim transportem dysponuję?	• Jak wygląda promocja sprzedaży? • Jakie działania reklamowe prowadzę? • Jak skuteczna jest sprzedaż osobista? • Jakie działania PR podejmuję? • Jakie działania marketingu bezpośredniego prowadzę?

Produkt

Jest rzeczą lub usługą zaspokajającą potrzeby nabywcy. To zbiór korzyści (użyteczności, przyjemności, prestiżu) dla klienta. W powyższej tabeli zamieszczono przykładowe pytania, na jakie powinieneś odpowiedzieć budując koncepcję swojego produktu. Masz do wyboru również następujące strategie wchodzenia na rynek. Pomyśl, która z nich odpowiada Twoim możliwościom.

„Szybkie zbieranie śmietanki”

Wprowadzasz produkt po stosunkowo wysokiej cenie, ale ponosisz też wysokie koszty związane z promocją. Ta strategia sprawdza się, gdy przy znacznej liczbie potencjalnych klientów, duża ich część nie wie, że może skorzystać z Twojego produktu. Wyższa cena ma sugerować klientom wysoką jakość Twojego produktu.

„Powolne zbieranie śmietanki”

Wprowadzasz na rynek produkt po stosunkowo wysokiej cenie przy niskich kosztach związanych z promocją. Ta strategia sprawdza się, gdy swoim produktem rzeczywiście „trafiłeś w potrzebę“, nie ma produktów konkurencyjnych. Zamierzasz działać na bardzo ograniczonym rynku, gdzie większość potencjalnych klientów i tak szybko dowie się o Twoim produkcie.

„Wejście smoka”

Wprowadzasz na rynek produkt po niskiej cenie przy wysokich nakładach na promocję. Ta strategia sprawdza się, gdy rynek jest duży, ale klienci nie wiedzą o istnieniu Twojego produktu. Istnieje silna konkurencja, a nabywcy zwracają uwagę na cenę konkurujących ze sobą produktów.

„Powolne wejście na rynek”

Wprowadzasz produkt na rynek po niskiej cenie przy niewielkich nakładach na promocję. Przystępna cena powoduje, że klienci szybko akceptują Twój produkt. Tę strategię warto wykorzystywać, gdy rynek jest duży, większość potencjalnych klientów wie o istnieniu produktu, rynek jest wrażliwy na cenę, a potencjalna konkurencja jest niewielka.

Cena

Definiowana jako wartość znajdująca odzwierciedlenie w pieniądzu. Cena powinna być zgodna z relacją podaż-popyt, pozycją firmy na rynku oraz uwzględniać sytuację konkurencyjną. Znajomość ofert i cen konkurentów powinna być dla Ciebie punktem odniesienia dla Twoich własnych wyrobów.

Od poziomu ceny będą zależeć w znacznym stopniu Twoje przychody. To element bardzo plastyczny. Łatwiej ją zmienić niż inne cechy produktu lub rozwiązania w zakresie dystrybucji. Jednak ustalanie ceny nie jest tak proste, jak mogłoby się wydawać na pierwszy rzut oka.

Najczęstsze **błędy popełniane przy ustalaniu cen** to:

- **cena nieaktualizowana i niedostosowana do zmian na rynku,**
- **cena ustalona bez związku z ustalonymi sposobami dystrybucji i promocji,**
- **ceny niewystarczająco zróżnicowane w stosunku do różnych segmentów rynku i okoliczności zakupu.**

Dystrybucja

Czyli sposoby dostarczenia produktu do końcowego nabywcy tak, aby dostępność towaru dla konsumenta lub użytkownika była optymalna. Idealną sytuacją byłaby stuprocentowa osiągalność oferowanych przez Twoją firmę produktów i usług, ale to pociągnęłoby za sobą ogromne koszty. Przygotowując ofertę rynkową swojej firmy, musisz zastanowić się, jak w najbardziej opłacalny sposób dostarczać swoje towary na rynek. Koszty dystrybucji obejmują: koszty transportu, magazynowania, utraconego rynku (np. spowodowany spóźnionym dotarciem do klienta).

Pierwszym krokiem w planowaniu najlepszego sposobu dystrybucji jest zrozumienie co, gdzie, dlaczego, kiedy i w jaki sposób jest nabywane przez odbiorców docelowych. Nie jest Twoją sprawą oceniać klienta, który chce kupić świeże bułeczki o piątej rano, przed pójściem do pracy, ani też klienta spędzającego czas w Twojej gospodzie do północy. Twoje decyzje powinny dotyczyć tego, w jaki sposób najbardziej efektywnie docierać ze swoimi towarami,

usługami do odbiorców. W znacznym stopniu od Twojej pomysłowości zależy, jaki system sprzedaży swoich produktów opracujesz.

Promocja

Czyli działania informacyjno-nakłaniające, które mają się przyczynić do wzrostu popytu na towary (usługi) Twojej firmy. Cel promocji jest ściśle związany z grupą docelową odbiorców. Środki promocji i komunikacji marketingowej (porozumiewania się firmy z klientem) są ważnym instrumentem dotarcia do nabywców z informacją o produkcie. Stanowią formę zachęty, przekonania o konieczności kupna, pokazują korzyści, jakie otrzymuje klient wskutek zakupu dobra czy usługi.

System komunikacji marketingowej firmy z rynkiem docelowym składa się z pięciu podstawowych elementów:

1. **Reklama** – każda płatna forma nieosobowej prezentacji i promocji idei, dobra lub usługi przez określonego sponsora (środki masowego przekazu, plakaty, ulotki, tablice ogłoszeń, szyldy, logo, symbole, wystawy w miejscu sprzedaży). Reklama jest takim środkiem komunikacji, który umożliwia Ci wielokrotne powtarzanie przekazu oraz pozwala nabywcy na odbiór i porównanie komunikatów konkurentów.

2. **Marketing bezpośredni** – to system komunikowania się polegający na bezpośrednim dotarciu do nabywców i wywołaniu ich reakcji w postaci zakupu produktów, zamówienia towaru lub nawiązania kontaktu (katalogi, listy, telemarketing, Internet).

3. **Promocja sprzedaży** – krótkookresowe działanie, stosujące bodźce ekonomiczne, w celu pobudzenia sprzedaży produktu lub usługi (konkursy, gry, premie, prezenty, próbki, targi, pokazy, wystawy, prezentacje, rabaty, kredyty, kupony). Narzędzia promocji sprzedaży możesz wykorzystać, aby wywołać silniejszą i szybszą odpowiedź klientów w postaci zakupu Twojego produktu. Niestety efekty promocji sprzedaży są zwykle krótkotrwałe.

4. **Public relations** – wszelkie działania mające na celu promowanie i/lub ochronę wizerunku Twojej firmy lub produktu (informacje dla prasy, przemówienia i seminaria, raporty, sponsoring, imprezy kulturalne). Public relations powinno być zawsze obliczone na wytworzenie sprzyjającej atmosfery wokół Twojej firmy i jej produktów.

5. **Sprzedaż osobista** – bezpośrednia prezentacja oferty przez sprzedawcę potencjalnemu nabywcy (prezentacje, oferty, próbki, targi pokazy, spotkania handlowe, programy pobudzające sprzedaż).

Pamiętaj, że nie musisz korzystać ze wszystkich wymienionych porad. Możesz zapytać o radę bardziej doświadczonego przedsiębiorcę, jednak pamiętaj – to Ty jesteś szefem. W miarę potrzeb wybierz to, co jest konieczne i słuszne do osiągnięcia sukcesu. Pamiętaj, że decyzje, szczególnie te dotyczące formy zastosowanej promocji, wiążą się z kosztami.

Ćwiczenie

1. **Spróbuj sformułować misję swojej firmy. Napisz co, gdzie, kiedy i jak możesz zaoferować klientowi – jaką klient ma korzyść z tego, że to zaoferowałeś:**

2. **Wymień 3 potrzeby klientów, które zaspokoisz oferując swoje produkty oraz opisz swoje działania prowadzące do zaspokojenia tych potrzeb.**

POTRZEBY KLIENTÓW	TWOJE DZIAŁANIE
1.	1.
2.	2.
3.	3.

3. Jakie formy promocji zamierzasz zastosować?

RODZAJE PROMOCJI	WYMIEŃ PRZYKŁADY SWOICH DZIAŁAŃ
REKLAMA	
MARKETING BEZPOŚREDNI	
PROMOCJA SPRZEDAŻY	
PUBLIC RELATIONS	
SPRZEDAŻ OSOBISTA	

Rozdział 7

Idź z duchem czasu – bądź biznesmenem / bizneswomen!

Zakładamy, że masz już plan własnej działalności. Wszystkie elementy układają się w jedną całość. Na podstawie pozyskanych w tej publikacji informacji opracowałeś strategię swojej przyszłej firmy. Nie wstydź się rozmawiać o tym z najbliższymi. Być może ktoś doda coś do Twojego planu. Pamiętaj, nikt nie rodzi się „rekinem biznesu". Do tego dochodzi się latami. Korzystaj z każdej możliwej pomocy. Obserwuj jak radzą sobie z problemami inni przedsiębiorcy, nawet z odmiennych branż. Pamiętaj, aby stać się dobrym biznesmenem, musisz znać swoje prawa i obowiązki. Pewne czynności związane z prowadzeniem własnej firmy możesz zlecić innym, ale jednak to Ty musisz wszystko wnikliwie nadzorować.

Analizuj potrzeby klienta i weryfikuj ofertę, podążaj za rozwojem technologicznym. Postaraj się usprawniać pracę swoją i Twoich pracowników. Miej na uwadze, że pracując w odpowiednich warunkach każdy jest wydajniejszy. Dbaj o swoje stanowisko pracy i o swoich pracowników.

Pamiętaj Przyszły Przedsiębiorco, że ważnym zagadnieniem, z którym powinieneś się zapoznać jest **etyka biznesu**. Zgodnie z teorią Thomasa Petersa oraz Roberta Watermana, „człowiek wtedy będzie postępował moralnie, kiedy będzie szanował innych ludzi i nie będą oni dla niego tylko środkiem do osiągnięcia jakiegoś celu". Etyczne traktowanie klientów przekłada się na lepsze traktowanie podwładnych, dzięki czemu firma zyskuje większy szacunek w miejscu swojej działalności. Na wstępnym etapie będzie mało pracowników, ale więcej klientów, którzy do kwestii uczciwości i etyki przywiązują bardzo duże znaczenie.

Czy nie lepiej jest spojrzeć w lustro i móc się uśmiechnąć? Nie przechodzić na drugą stronę ulicy mijając swoich klientów. Lepiej w przyszłości zarządzać pracownikami, a nie nimi rządzić? Wbrew pozorom, nie trzeba być „wyzyskiwaczem", żeby odnieść sukces. Z pewnością smakuje on lepiej, jeżeli oprócz firmy i pieniędzy cieszymy się też szacunkiem wśród ludzi i wdzięcznością pracowników.

Mimo to znaczna grupa społeczeństwa uważa, że coś takiego jak etyka w biznesie nie istnieje. Wydawałoby się, że etyka traci na znaczeniu. Jednak i w tej dziedzinie znajdą się pozytywne przykłady. Nie mamy na myśli poświęcania swoich zysków na cele charytatywne lub też płacenie za towar bez negocjacji. Należy znaleźć optymalne rozwiązania dla sposobu działania. Etyka nie wyklucza zarabiania dużych pieniędzy. Nie zmusza do ciężkiej pracy i nie boli... To po prostu coś w rodzaju gry „fair play".

Przecież „**nie jest sztuką ciężko pracować, tylko zarabiać ciężkie pieniądze i móc zawsze spojrzeć klientowi w oczy**". Idea ta w pełni oddaje sukces rynkowy, jednak nie ma co ukrywać, że większość małych firm musi przejść etap ciężkiego i mozolnego „wyrabiania" swojej pozycji rynkowej.

Pamiętaj, że niezależnie jaką przyjmiesz strategię rozwoju, jak będziesz się reklamował, nie przetrwasz stosując nieuczciwe metody. Wcześniej czy później i tak fuszerka powróci do Ciebie jak bumerang.

Na koniec jeszcze kilka **praktycznych porad:**

1. **Pamiętaj, że wybierając się do urzędu będziesz traktowany jak każdy przedsiębiorca. Oczywiście nie ma tu miejsca na uwagi typu: „nie wiedziałem" lub też „zapomniałem". Ponadto, nie wychodź z urzędu, jeżeli nie masz jasności, co dalej masz zrobić z daną sprawą. Nie obawiaj się zadawać pytań, nawet jeżeli trudno Ci zrozumieć daną sprawę. Urzędnik dokładnie wszystko wyjaśni, udzieli Ci informacji jak ewentualnie poprawić deklarację czy druk.**

2. **Negocjuj ceny, gdy trafisz np. do notariusza, księgowej czy firmy reklamowej. Pamiętaj, że cennik jest możliwy do zmiany – dotyczy to wszystkich usług. Każdy walczy o klienta. Zrób rozeznanie na rynku (można najpierw w Internecie). Na wszelki wypadek wybierz dwa, trzy biura i staraj się wynegocjować najniższe ceny za usługę. Powołaj się na ewentualną współpracę. To może zadziałać.**

3. Zawsze sprawdzaj ceny u dwóch dostawców, szczególnie jeżeli nie jesteś zorientowany w cenach za dany towar / usługę (tu też przyda się Internet). Nie musisz kupować najtaniej, jednak nie przepłacaj.
4. Pilnuj terminów wymaganych przez urzędy – tu nie ma żartów, a „taryfikator mandatów" jest nieubłagany. Nie wynegocjujesz ceny, ale nie zaszkodzi poprosić o najniższy wymiar kary.
5. Pamiętaj, urzędnik udzieli Ci wyczerpującej informacji.
6. Pamiętaj o braniu zaliczek od nieznajomych przedsiębiorców. Spisz umowę przedwstępną. Uczciwi przedsiębiorcy nie będą mieli nic przeciwko. Pamiętaj, że czasem zmieniające się warunki rynkowe mogą wpłynąć na decyzję zleceniobiorcy, nawet jeżeli pierwotnie nie miał złych zamiarów.
7. Obserwuj rynek. Staraj się, o ile to możliwe, przewidywać zdarzenia.
8. Nie zniechęcaj się, jeśli jakieś Twoje próby uruchomienia działalności gospodarczej nie powiodą się. Prawdziwa przedsiębiorczość polega na podejmowaniu wielu wyzwań, z których dopiero jakieś kolejne może okazać się sukcesem. Przedsiębiorczość zawsze związana jest z ryzykiem, ale i szansą uzyskania dużej nagrody!

ABC
przedsiębiorczości
na obszarach
wiejskich

część 2

część 2

To musi się opłacać

część 2

część 2

To musi się opłacać

Rozdział 1

Analiza opłacalności przedsięwzięcia

Jeżeli już zdecydowałeś co chcesz robić, skutecznie rozpoznałeś rynek Twojego działania i grupę docelową, to nadszedł czas na podjęcie decyzji dotyczących kwestii finansowych. Zbadaj, czy Twoja działalność będzie opłacalna, czyli inaczej mówiąc, czy będzie generować dochód. W tym rozdziale dowiesz się, jak w najprostszy sposób obliczyć, czy Twoje przedsiębiorstwo będzie rentowne.

Dochód jest to nadwyżka sumy przychodów (wpływy pieniężne ze sprzedaży) nad kosztami ich uzyskania (wydatki związane z produkcją/usługami i prowadzeniem działalności).

Dochód = Przychód – Koszty

Generowanie dochodu to konieczny element dla zagwarantowania istnienia i dalszego rozwoju firmy. **Dochód inaczej zwany jest też zyskiem brutto** (zysk przed potrąceniem podatku dochodowego).

Niestety sama sprzedaż nie spowoduje, że Twoja działalność przyniesie określony dochód. Musi być ona bowiem na tyle efektywna, aby wpływy z jej tytułu (przychód) nie tylko pokryły wszystkie powstałe koszty, ale także je przekroczyły, tworząc nadwyżkę, zwaną właśnie dochodem.

Dla powodzenia Twojego przedsiębiorstwa niezbędne jest przeprowadzenie **analizy i określenie progu rentowności**. Próg określa poziom sprzedaży, wyrażony wartościowo lub ilościowo, przy osiągnięciu którego nasza firma „wyjdzie na zero", tj. nie odnotuje ani zysku, ani straty. Stąd analizę progu rentowności należy zacząć od zapoznania się ze strukturą kosztów firmy. Z punktu widzenia zależności kosztów od rozmiaru działalności można je podzielić na **koszty stałe (KS) i koszty zmienne (KZ)**.

Koszty stałe (KS) – są to koszty, które nie zmieniają się wraz ze zmianą wielkości sprzedaży. Muszą zostać pokryte nawet w przypadku braku jakiejkolwiek sprzedaży.

W małych firmach do podstawowych kosztów stałych zaliczamy m.in.:

1. Czynsz za wynajem lokalu,
2. Składki ZUS,
3. Koszty usługi księgowej,
4. Energia elektryczna, ogrzewanie, telefon,
5. Koszty wynagrodzeń pracowników zatrudnionych na umowę o pracę,
6. Koszty ubezpieczenia majątku.

Koszty zmienne (KZ) – są to koszty, które zmieniają się wraz ze zmianą wielkości produkcji. W przypadku zerowej wielkości produkcji, przedsiębiorstwo nie ponosi kosztów zmiennych.

W małych firmach do podstawowych kosztów zmiennych zaliczamy m.in.:

1. Koszt surowców i materiałów,
2. Koszty opakowań,
3. Transport (paliwo, opony).

Postaraj się teraz na podstawie poniższego, **uproszczonego** przykładu prześledzić metodę wyliczenia progu rentowności.

Przykład firmy „Ptasi Raj"

Janusz jest właścicielem lasu. Co roku uzgadnia z leśniczym zakres wycinki i pozyskane drewno wykorzystuje do produkcji elementów drewnianych w gospodarstwie. Bardzo lubi majsterkować. Ostatnio wykonał kilka budek lęgowych, które spodobały się leśniczemu i ten namówił go do działalności na szerszą skalę. Odbiorcami jego wyrobów mogę być okoliczne nadleśnictwa i gospodarstwa rolne. Część swoich wyrobów Janusz może sprzedawać również na specjalnych targach ornitologicznych, a także do sklepów zoologicznych. Janusz postanowił, że będzie się ubiegał o dotację w ramach PROW (Program Rozwoju Obszarów Wiejskich realizowanych w latach 2007–2013. Działanie 312 – Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw) na zakup maszyn stolarskich i rozpocznie działalność gospodarczą pod nazwę „Ptasi Raj". Aby przekonać się, czy działalność będzie opłacalna, Janusz przeprowadził uproszczone obliczenia.

Niezależnie od wielkości produkcji, Janusz musi co miesiąc ponieść tzw. koszty stałe w wysokości **1 300 zł** miesięcznie, tj. ZUS – ok. 1 000 zł, czynsz za wynajem lokalu produkcyjnego – 100,00 zł, opłaty za energię, ogrzewanie itp. – 100 zł, usługi księgowe – 100 zł.

Janusz obliczył, że koszt materiałów i surowców, które zużyje na produkcję jednej budki lęgowej wyniesie **20 zł**. Jest to tzw. **koszt zmienny na jednostkę wyrobu (KZJ)**.

Na podstawie rozmów z odbiorcami ocenił, że cena za jaką może sprzedawać budki lęgowe będzie wynosić 30 zł/szt. **Marża**, jaką osiągnie Janusz na jednej sztuce wyniesie więc:

$$\text{Marża} = \text{Cena} - \text{KZJ} \qquad 30\ \text{zł} - 20\ \text{zł} = 10\ \text{zł}$$

Ile budek lęgowych musi sprzedać Janusz, aby pokryć wszystkie koszty i nie ponosić straty?

Jaki powinien być próg rentowności?

$$\text{Próg rentowności} = \frac{\text{Koszty stałe (1 300 zł)}}{\text{Marża jednostkowa (10 zł)}} = 130\ \text{szt.}$$

Oznacza to, że jeżeli Janusz sprzeda co najmniej 130 budek lęgowych w miesiącu, to przychód ze sprzedaży pokryje wszystkie koszty ich produkcji i prowadzenia działalności (koszty stałe i zmienne). Marża osiągnięta na każdej następnej sprzedanej budce lęgowej będzie stanowiła zysk Janusza.

Ćwiczenie

Na podstawie powyżej podanego przykładu, ale wykorzystując Twoje założenia, oblicz próg rentowności dla Twojej firmy. Wykorzystaj poniższy wzór:

$$\text{Próg rentowności} = \frac{\text{Koszty stałe}}{\text{Cena sprzedaży produktu} - \text{Koszt zmienny jednostkowy}}$$

Janusz uznał, że chociaż jest w stanie wyprodukować 200 budek lęgowych miesięcznie, to niestety na początku będzie miał zamówienia średnio tylko na 90 budek w ciągu jednego miesiąca. Dlatego zdecydował, że oprócz budek lęgowych będzie produkował jeszcze dwa rodzaje karmników: duże i małe.

Jak obliczyć próg rentowności, gdy firma produkuje więcej niż jeden produkt?

To nie takie trudne, pod warunkiem, że wiemy jaka jest cena sprzedaży poszczególnych produktów, ich koszt zmienny na jednostkę produktu i udział poszczególnych produktów w wielkości sprzedaży, np.:

Budka lęgowa (A): cena sprzedaży 30 zł, koszt zmienny na jednostkę 20 zł, struktura sprzedaży 50%

Karmnik mały (B): cena sprzedaży 35 zł, koszt zmienny na jednostkę 25 zł, struktura sprzedaży 30%

Karmnik duży (C): cena sprzedaży 40 zł, koszt zmienny na jednostkę 25 zł, struktura sprzedaży 20%

Koszty stałe – dla uproszczenia zakładamy, że pozostają niezmienne i wynoszą – **1 300 zł**.

W przypadku produkcji wieloasortymentowej procedura ustalania jest następująca:

1. **Obliczamy średnią marżą jednostkową ważoną współczynnikami struktury produkcji**

   Średnia marża jednostkowa: 50% x (30 – 20 zł) + 30% x (35 – 25 zł) + 20% x (40 – 25 zł) = **11 zł**.

2. **Obliczamy próg rentowności dla średniej marży jednostkowej ustalonej w pkt 1**

   1 300 zł / 11 zł = 118,18 szt., dla naszych obliczeń przyjmijmy że jest to w zaokrągleniu **119 sztuk**.

3. **Następnie znajdujemy próg rentowności dla poszczególnych produktów, jako iloczyn współczynników struktury i progu rentowności, obliczonego w pkt 2.**

Próg rentowności (ilościowy) dla poszczególnych produktów wynosi:

A – 50% x 119 szt. = 60 sztuk
B – 30% x 119 szt. = 36 sztuki
C – 20% x 119 szt. = 23 sztuk

Jak widzisz, analiza progu rentowności jest bardzo pomocnym narzędziem do uzyskania podstawowych informacji co do dalszych losów naszego przedsiębiorstwa.

Uwaga! Tak obliczony ilościowy próg rentowności oznacza, że działalność firmy Janusza umożliwi pełne sfinansowanie kosztów przy sprzedaży co najmniej **119 sztuk** produktów miesięcznie, w tym: 60 budek lęgowych, 36 karmników małych i 23 karmników dużych.

Pamiętaj, że zanim podejmiesz ostateczną decyzję o rozpoczęciu działalności, koniecznie musisz przeprowadzić taką analizą progu rentowności.

Uwaga! Musisz pamiętać, że najważniejszą rzeczą jest **ustalenie miesięcznych kosztów stałych** funkcjonowania przedsiębiorstwa. Trzeba je określić rzetelnie, gdyż są to koszty, które ponosi firma bez względu na to, czy produkuje (lub świadczy usługi), czy też nie.

Ćwiczenie

Postaraj się na podstawie powyżej podanego przykładu, ale wykorzystując Twoje założenia i może inne pozycje kosztów stałych, obliczyć próg rentowności dla Twojej firmy, idąc krok po kroku zgodnie z podanymi wskazówkami.

Rozdział 2

Formy działalności gospodarczej a formy księgowości i opodatkowania

Wiedząc, że Twoja firma będzie rentowna, musisz podjąć decyzję co do formy działalności, a następnie formy prowadzonej księgowości i opodatkowania. Decyzje te są od siebie zależne. Zdecyduj się na to, co będzie dla Ciebie odpowiednie.

Decyzję o wyborze formy obciążenia podatkiem dochodowym najlepiej jest podjąć wcześniej. Do wyboru są następujące możliwości:

- **karta podatkowa,**
- **ryczałt od przychodów ewidencjonowanych,**
- **podatkowa książka przychodów i rozchodów,**
- **księga rachunkowa (handlowa).**

Karta podatkowa

Karta podatkowa to najprostsza forma rozliczeń. Nie wymaga prowadzenia ksiąg, składania zeznań podatkowych, deklaracji o wysokości uzyskanego dochodu oraz wpłacania zaliczek na podatek dochodowy. Stosując kartę podatkową przedsiębiorca płaci **zryczałtowaną miesięczną kwotę podatku**.

Podatek dochodowy w formie karty podatkowej mogą płacić osoby fizyczne prowadzące działalność wymienioną w tabeli stanowiącej załącznik nr 3 do ustawy z dnia 20 listopada 1998 r. o zryczałtowanym podatku dochodowym od niektórych przychodów osiąganych przez osoby fizyczne, w zakresie wymienionym w załączniku nr 4 do ustawy – przy zatrudnieniu nie przekraczającym stanu określonego w tabeli.

Wybierając taką formę rozliczeń, musisz pamiętać, że nie będziesz miał możliwości odliczenia żadnych kosztów i ustaloną kwotę podatku zapłacisz niezależnie od tego, czy osiągniesz dochód czy stratę. Nie będziesz mógł się rozliczyć również wspólnie z małżonkiem. Stawki karty podatkowej określone są kwotowo i podlegają corocznie weryfikacji. Ich wysokość uzależniona jest m.in. od:

- **rodzaju i zakresu prowadzonej działalności,**
- **liczby zatrudnionych pracowników,**
- **liczby mieszkańców miejscowości, w której prowadzona jest działalność gospodarcza.**

Przykład

Krzysztof prowadzi usługi ślusarskie we wsi, miejscowości do 5 tys. mieszkańców. Nie zatrudnia nikogo, a jego klientami są odbiorcy indywidualni. Spełnia warunki, aby rozliczać się w formie karty podatkowej. Ponieważ nie zatrudnia żadnego pracownika jego kategoria wyniesie „0", a ponieważ wykonuje swoją działalność na wsi, to jego stawka miesięczna w 2013 r. wyniesie 362,00 zł. Od podatku należy odliczyć opłaconą składkę na ubezpieczenie zdrowotne 225,38 zł i wtedy ostateczna kwota podatku do zapłaty co miesiąc wyniesie 137,00 zł (kwotę podatku zaokrąglamy do pełnych złotych).

Ryczałt od przychodów ewidencjonowanych

To również jedna z prostszych form rozliczeń. Wybierając ryczałt zobowiązujesz się do powadzenia **ewidencji przychodów.** Podatek opłacany jest jako **procent od przychodu ze sprzedaży towarów lub usług**. Podstawę opodatkowania stanowi **przychód bez pomniejszania o koszty jego uzyskania**.

Podejmując decyzję o takiej formie rozliczenia nie możesz jej zmienić w trakcie roku podatkowego. Podobnie jak w przypadku karty podatkowej, nie możesz też dokonać rocznego rozliczenia wspólnie z małżonkiem.

W 2013 roku ryczałt od przychodów ewidencjonowanych mogą płacić podatnicy, którzy w 2012 roku uzyskali przychody z pozarolniczej działalności gospodarczej prowadzonej samodzielnie w wysokości nieprzekraczającej 150 000 euro (tj. 615 300 zł) albo w formie spółki cywilnej osób fizycznych, jeżeli suma przychodów wszystkich wspólników nie przekroczy kwoty 150 000 euro (tj. 615 300 zł).

Ponadto prawo do kwartalnego opłacania ryczałtu w 2013 r. mają podatnicy, którzy w 2012 r. osiągnęli przychody z pozarolniczej działalności gospodarczej prowadzonej samodzielnie, w wysokości nieprzekraczającej 25 000 euro (tj. 102 550 zł), a w formie spółki, jeżeli przychody spółki nie przekroczą kwoty 25 000 euro (tj. 102 550 zł).

Przedsiębiorcy, którzy dopiero rozpoczną wykonywanie działalności w danym roku podatkowym i nie korzystają z opodatkowania w formie karty podatkowej – mogą płacić ryczałt bez względu na wysokość przychodów do końca tego roku (nawet jeżeli w tym roku przekroczą 150 000 euro obrotu).

Ryczałt od przychodów ewidencjonowanych wynosi: 20%, 17%, 8,5%, 5,5% i 3%, w zależności od przedmiotu działalności.

Przykład

Janusz rozszerzył działalność o produkcję wyrobów tartacznych i uzyskuje przychód miesięczny 5 000,00 zł. Ryczałt wyniesie 5,5% przychodów (działalność wytwórcza). Ostatecznie zapłaci: 5 000,00 zł (przychód miesięczny) – 710,67 zł (składki na ZUS, rentowa, emerytalna, zdrowotna i chorobowa) = 4 289,00 zł (podstawa do opodatkowania) x 5,5% = 235,90 zł (liczymy podatek) – 225,38 zł (ubezpieczenie zdrowotne wg stawek ZUS – płacimy 9%, a odliczamy 7,75%) = 11,00 zł (kwota podatku do zapłaty zaokrąglona do pełnych złotych, płatna co miesiąc).

Podatkowa księga przychodów i rozchodów

Gdy podatnik nie ma prawa do opodatkowania w formie karty podatkowej bądź ryczałtu ewidencjonowanego z przychodów z działalności gospodarczej, rozliczać się może na zasadach określonych w ustawie o PIT (ustawa o podatku dochodowym od osób fizycznych). Wymagane jest wtedy prowadzenie podatkowej księgi przychodów i rozchodów, według określonego wzoru. Podatkowa księga przychodów i rozchodów umożliwia wybór między **opodatkowaniem wg skali podatkowej i stawką liniową**. **Opodatkowaniu podlega dochód, czyli różnica pomiędzy przychodem a faktycznie poniesionymi kosztami.** Konieczne jest jednak prowadzenie ewidencji wszystkich transakcji w formie księgi przychodów i rozchodów, ewidencji środków trwałych i innych dokumentów.

Płacąc podatek od rzeczywistego dochodu możemy rozliczać się wg skali podatkowej (na zasadach ogólnych):

SKALA PODATKOWA 2013 r.

PODSTAWA		PODATEK
PONAD	DO	
	85 528 PLN	18% minus kwota zmniejszająca podatek 556 zł 02 gr
85 528 PLN		14 839 zł 02 gr plus 32% nadwyżki ponad 85 528 zł

lub skorzystać z możliwości płacenia **podatku liniowego według stawki wynoszącej 19%**.

Zaleta tej formy rozliczenia to ograniczenie wysokości podatku do 19% – nie stosuje się w tym przypadku skali podatkowej. Ta forma rozliczenia jest korzystna dla osób o wysokich dochodach. Wadą jest niemożność skorzystania z ulg, utrata prawa do odliczenia kwoty wolnej oraz utrata prawa rozliczania się ze współmałżonkiem.

Przykład

Wybierając w 2013 roku rozliczanie podatku na zasadach ogólnych, Janusz zapłaci: 85 000,00 zł (przychód roczny) – 35 400,00 zł (roczne koszty uzyskania przychodu) = 49 600,00 zł (dochód) – 7 962,24 zł (składki na ZUS: rentowa, emerytalna, chorobowa, wypadkowa) = 41 638,00 zł (podstawa obliczenia podatku zaokrąglona do pełnych złotych) x 18% (stawka podatku) = 7 494,84 zł (podatek brutto) – 556,02 zł (kwota zmniejszająca podatek) = 6 938,82 zł (podatek netto) – 2 620,67 zł (ubezpieczenie zdrowotne 7,75%) = 4 318 zł (kwota podatku do zapłaty zaokrąglona do pełnych złotych).

Przykład

Wybierając w 2013 roku rozliczenie podatkiem liniowym, Janusz zapłaci: 85 000,00 zł (przychód roczny) – 35 400,00 zł (roczne koszty uzyskania przychodu) = 49 600,00 zł (dochód) – 7 962,24 zł (składki na ZUS: rentowa, emerytalna, chorobowa, wypadkowa) = 41 638,00 zł (podstawa obliczenia podatku zaokrąglona do pełnych złotych) x 19% (stawka podatku) = 7 911,22 zł (podatek) – 2 620,67 zł (ubezpieczenie zdrowotne 7,75%)= 5 291,00 zł (kwota podatku do zapłaty zaokrąglona do pełnych złotych).

Księgi rachunkowe (handlowe)

Księgi rachunkowe (handlowe) muszą prowadzić spółki kapitałowe oraz spółki osobowe prawa handlowego. Obowiązek ten dotyczy spółek jawnych osób fizycznych oraz spółek partnerskich, jeżeli ich przychody netto ze sprzedaży towarów, produktów i operacji finansowych za poprzedni rok obrotowy wyniosły co najmniej równowartość w walucie polskiej 1 200 000 euro (limit przychodów, którego osiągnięcie w 2012 roku zobowiązuje do prowadzenia ksiąg rachunkowych w 2013 roku wynosi 4 936 560 zł).

Podatek VAT

Podatek dochodowy nie jest jedynym podatkiem jaki nas dotyczy. Musimy też zdecydować, czy będziemy rozliczać się z **podatku VAT**, czy też nie.

Podatek VAT dzielimy na:

VAT należny – to podatek który dotyczy naszej sprzedaży towarów czy usług (podatek ten należy się urzędowi skarbowemu),
VAT naliczony – podatek związany z zakupem towarów czy usług (został naliczony przez tego od kogo kupujemy).

Na podstawie przepisów ustawy mamy prawo odliczyć od podatku, który mamy odprowadzić do urzędu skarbowego, podatek zawarty w cenie towarów i usług, które musimy zakupić.

A więc:

Podatek do zapłacenia = VAT należny – VAT naliczony

Opodatkowaniu podatkiem od towarów i usług podlegają:

- **odpłatna dostawa towarów i odpłatne świadczenie usług na terytorium kraju,**
- **eksport towarów,**
- **import towarów,**
- **wewnątrzwspólnotowe nabycie towarów za wynagrodzeniem na terytorium kraju,**
- **wewnątrzwspólnotowa dostawa towarów.**

Od 1 stycznia 2011 r. podstawową stawką VAT jest 23%. Jednocześnie na niektóre grupy towarów i usług obowiązują tzw. stawki obniżone w wysokości 8%, 7%, 4%, 5%, 0% lub zwolnienie przedmiotowe. Aby ustalić właściwą stawkę VAT, należy określić towar lub usługę wg obowiązującej klasyfikacji statystycznej (PKWiU – Polska Klasyfikacja Wyrobów i Usług – 2008) i odszukać odpowiadającą jej stawkę w załącznikach do Ustawy o podatku od towarów i usług. W przypadku gdy danego towaru czy usługi nie odnajdziemy w wykazach wymieniających produkty (usługi), do których mają zastosowanie stawki obniżone lub zwolnienie z VAT, wówczas stosuje się stawkę podstawową 23%.

Przypomnieć należy, iż stawki podatku VAT w wysokości 23% i 8% zostały wprowadzone na okres przejściowy, tj. od 1 stycznia 2011 do 31 grudnia 2013 roku, zastępując obowiązujące stawki 22% i 7%.

W każdej sytuacji możemy zadeklarować, że chcemy być płatnikiem VAT – wypełniamy wówczas formularz VAT-R i z pierwszym dniem miesiąca po złożeniu formularza staniemy się tzw. vatowcem.

Podatnicy, którzy rozpoczynają działalność gospodarczą w danym roku podatkowym **są zwolnieni od podatku VAT z mocy prawa,** jeżeli przewidywana przez nich wartość sprzedaży nie przekroczy, w proporcji do okresu prowadzonej sprzedaży, kwoty uprawniającej do zwolnienia, czyli 150 000 zł. Aby skorzystać ze zwolnienia **nie trzeba zgłaszać** tego w urzędzie skarbowym.

Ze zwolnienia można korzystać dopóki w danym roku podatkowym nie nastąpi przekroczenie kwoty uprawniającej do zwolnienia. Obowiązek podatkowy powstaje w momencie przekroczenia tej kwoty, a opodatkowaniu podlega nadwyżka sprzedaży ponad tę kwotę. Wtedy chcąc nie chcąc stajemy się „vatowcem".

Zwolnień, o których mowa, nie stosuje się do importu towarów i usług, wewnątrzwspólnotowego nabycia towarów, dostawy towarów, dla których podatnikiem jest ich nabywca oraz podatników:

1. dokonujących dostaw:
   - wyrobów z metali szlachetnych lub z udziałem tych metali,
   - towarów opodatkowanych podatkiem akcyzowym, z wyjątkiem energii elektrycznej oraz wyrobów tytoniowych,
   - nowych środków transportu,
   - terenów budowlanych oraz przeznaczonych pod zabudowę.
2. świadczących usługi prawnicze oraz usługi w zakresie doradztwa oraz usługi jubilerskie,
3. nie mających siedziby lub miejsca zamieszkania na terytorium kraju.

Kasa fiskalna

Kasy fiskalne ewidencjonują tzw. obrót fiskalny, czyli sprzedaż na rzecz osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej oraz na rzecz rolników ryczałtowych. Obrotów na rzecz podatników VAT nie ewidencjonujemy na kasie fiskalnej (można, ale nie jest to konieczne).

Od 1 stycznia 2013 r. obowiązuje **jeden limit obrotów uprawniający do zwolnienia z obowiązku ewidencjonowania w wysokości 20 000 zł** zarówno dla podatników kontynuujących, jak i rozpoczynających działalność. Natomiast w przypadku podatników rozpoczynających działalność w trakcie roku podatkowego, limit uprawniający do zwolnienia określany będzie w proporcji do okresu jej prowadzenia.

Przykład

Jan prowadzi wiejski sklep i 29 września 2012 roku przekroczy limit fiskalny 20 000,00 zł, więc ma obowiązek założyć kasę fiskalną najpóźniej przed 1 grudnia 2012 roku.

Przykład

Stefan założył firmę 20 marca 2012 r. Okolicznym rolnikom sprzedaje nawozy i środki ochrony roślin. 11 maja osiągnie limit obrotu fiskalnego 19 940,00 zł. Następna transakcja na kwotę 120,00 zł powinna zostać zaewidencjonowana na kasie fiskalnej w kwocie nadwyżki powyżej 20 000 zł, tj. 60,00 zł.

ABC
przedsiębiorczości
na obszarach
wiejskich

część 3

To trzeba załatwić – Wizyta w urzędach

część 3

część 3

To trzeba załatwić – Wizyta w urzędach

część 3

Rozdział 1

W jakiej formie? – wady i zalety poszczególnych form prawnych przedsiębiorstwa

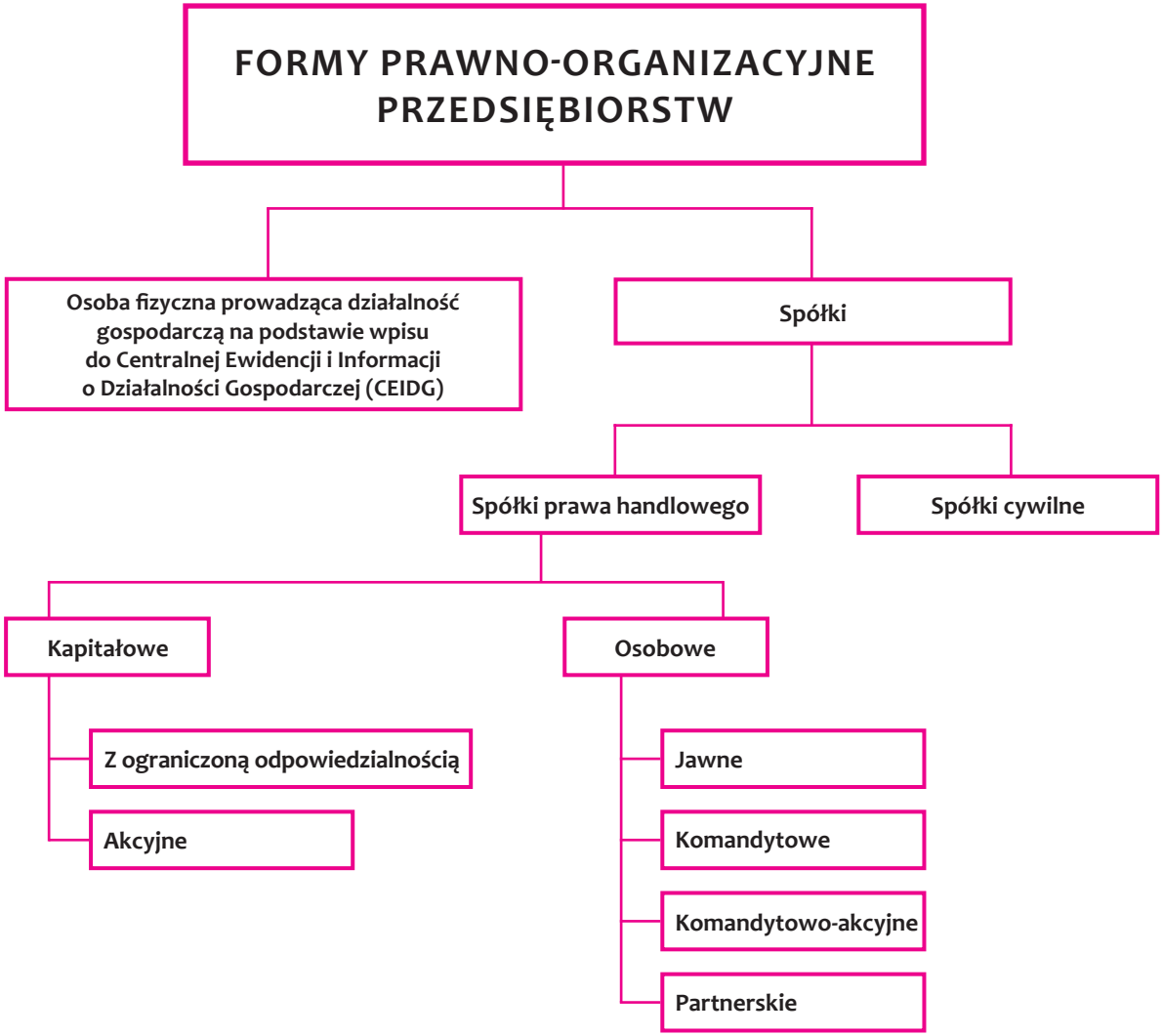
Wiesz już, co Twoja firma może zaoferować na rynku i czy Twoja działalność będzie się opłacać. Zapoznaj się teraz z formalnościami, które towarzyszą zakładaniu firmy. Na samym początku musisz sobie zadać pytanie, jaką formę prawną działalności gospodarczej wybrać. Każda konkretna sytuacja wymaga indywidualnego rozważenia wszystkich za i przeciw. Zastanów się, czy potrzebujesz dodatkowych osób do prowadzenia firmy. Może nie masz dość środków, by zacząć działalność? Wtedy mogą przydać się wspólnicy, ale tylko gdy masz dobrych kandydatów. W tej części postaramy się przybliżyć różne formy prawne, co ułatwi podjęcie decyzji o formie prowadzonej działalności.

Za podstawowe **kryteria**, które powinieneś uwzględnić przy **wyborze formy prawno-organizacyjnej** prowadzenia działalności gospodarczej, uważa się:

1. wymagania założycielskie, wśród których należy wymienić m.in.:
   - **przymus prawny (bądź jego brak) zawarcia umowy notarialnej,**
   - **uwidocznienie przedsiębiorstwa jedynie w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej bądź też w rejestrze przedsiębiorstw – rejestrze handlowym, co wiąże się z wysokością kosztów założycielskich,**
   - **konieczność (bądź jej brak) ujawnienia w nazwie przedsiębiorstwa nazwiska przedsiębiorcy;**
2. zakres odpowiedzialności majątkowej i ryzyka kapitałowego:
   - **nieograniczony zakres odpowiedzialności, rozciągający się także na majątek osobisty przedsiębiorcy/-ów, oznacza równocześnie nieograniczone ryzyko kapitałowe lub**
   - **odpowiedzialność tylko do wysokości majątku przedsiębiorstwa, zatem ryzyko kapitałowe uczestnika przedsięwzięcia jest ograniczone do wysokości jego wkładu kapitałowego;**
3. możliwość finansowania działalności, która wynika z faktu istnienia założycielskich rygorów kapitałowych oraz zakresu możliwości pozyskiwania kapitału;
4. zakres kierowania i kontroli firmy:
   - **istnienie równowagi między władzą a odpowiedzialnością lub**
   - **oddzielenie udziału kapitałowego od kompetencji zarządczych, a kierowanie przedsiębiorstwem jest powierzane menadżerom;**
5. obciążenia podatkowe są jedynym kryterium o charakterze mierzalnym. Podstawowe znaczenie ma tu fakt pojedynczego (dochód przedsiębiorcy) lub podwójnego opodatkowania dochodów (dochód przedsiębiorstwa i dochód przedsiębiorcy w postaci dywidendy).

Przy planowaniu przedsięwzięcia na niewielką skalę, o ile tylko możliwe jest zgromadzenie niezbędnych środków, najlepiej zdecydować się na prowadzenie działalności gospodarczej jako osoba fizyczna wpisana do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG). Będziemy „męczyć się" sami, ale też możemy o wszystkim decydować. Ponosimy ryzyko, ale i samodzielnie korzystamy z owoców naszej pracy.

Oto **schemat form prawno-organizacyjnych przedsiębiorstw.** Dwie z nich scharakteryzujemy poniżej, kierując się dostępnością i popularnością wśród osób otwierających działalność.



Osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą na podstawie wpisu do CEIDG – forma zwyczajowo nazywana indywidualną działalnością gospodarczą, oznacza prowadzenie działalności gospodarczej we własnym imieniu i na własny rachunek. Jest to najprostsza forma prowadzenia własnej firmy, nie trzeba przy niej tworzyć żadnej zorganizowanej struktury.

Zalety i wady indywidualnej działalności gospodarczej

ZALETY

- nie posiada osobowości prawnej,
- nie wymaga sporządzenia umowy,
- proste założenie,
- uproszczone formy opodatkowania,
- brak wymagań kapitałowych przy założeniu,
- niskie koszty założenia firmy,
- silna motywacja własna,
- praca „na swoim”,
- proste zarządzanie,
- łatwość likwidacji.

WADY

- odpowiedzialność całym swoim majątkiem,
- ograniczoność środków finansowych,
- brak możliwości pozyskania kapitału poprzez przyjęcie wspólnika
- uzależnienie rozwoju od 1 osoby
- praca 24 godziny na dobę
- niskie korzyści socjalne
- firma tzw. rodzinna

Indywidualna działalność gospodarcza jest najpopularniejszą formą prawną wśród przedsiębiorców rozpoczynających swoją przygodę z biznesem. Forma ta wybierana jest najczęściej, gdyż jest stosunkowo prosta i nie wymaga od założycieli dużego kapitału początkowego.

Bycie dla siebie samego szefem jest stanem pożądanym przez wiele osób. Tym bardziej przez osobę taką jak Ty, która dotychczas prowadziła gospodarstwo rolne i sama decydowała o jego losie. Ludzie, którzy lubią i potrafią wykonywać pracę na własny rachunek i nie boją się ponoszenia za nią odpowiedzialności, powinni wybrać własną jednoosobową firmę jako formę prowadzenia działalności. Warto podkreślić, że jej rozmiar nie jest w żaden wyraźny sposób ograniczony, dlatego też łatwo ją rozszerzyć, a w razie kłopotów – po prostu zlikwidować.

Indywidualna działalność gospodarcza może być prowadzona w przeróżnych branżach, w zależności od posiadanych przez danego przedsiębiorcę kwalifikacji. Stosunkowo łatwo jest uzyskać koncesje i zezwolenia, jakie niekiedy niezbędne są do prowadzenia działalności. Minusem takiego biznesu jest pełna odpowiedzialność całym majątkiem osobistym za zobowiązania powstałe w wyniku prowadzenia działalności.

Przy tej formie działalności występuje przejrzysty podział praw i obowiązków. Jesteś sam sobie sterem i okrętem, podobnie jak przy dotychczasowej pracy we własnym gospodarstwie rolnym, gdzie sam decydowałeś o zakresie obowiązków swoich, jak i pozostałych członków rodziny.

Kierując samodzielnie swoją małą firmą, niemal z dnia na dzień możesz wprowadzać w życie nawet najbardziej rewolucyjne pomysły. Pamiętaj, że prowadząc swoją firmę nic nikomu nie musisz udowadniać, no chyba, że odezwie się urząd skarbowy.

W przypadku działalności indywidualnej dominują proste formy księgowości. Co ważne, znacznie łatwiej w przypadku osób fizycznych, w porównaniu ze spółkami, dokonywać zmian w kapitale firmy – dokładać i ujmować go. Tak naprawdę jest to raczej nieograniczone. Możesz wnosić swoje środki do firmy i kupować za nie rzeczy do domu. Oczywiście prywatnych przedmiotów nie można rozliczać jako firmowe i nie przysługuje od nich zwrot VAT-u.

Jeżeli tylko spełnisz odpowiednie warunki, będziesz mógł skorzystać ze znaczenie prostszych i w niektórych przypadkach bardziej opłacalnych, form ryczałtowego opodatkowania – karty podatkowej i ryczałtu od przychodów ewidencjonowanych. Jeżeli wybierzesz opodatkowanie na zasadach ogólnych, będziesz mógł „wrzucić w koszty" działalności wiele wydatków.

Niestety w biznesie nie zawsze wszystko idzie dobrze. Kiedy Twoja firma będzie mieć zobowiązania, których nie można zaspokoić z jej działalności, będziesz musiał je pokryć z własnej kieszeni. Jeżeli nie spisałeś umowy małżeńskiej (intercyzy), za Twoje niepowodzenia odpowiedzą także Twoi najbliżsi. Co gorsza, długi musisz płacić do skutku – zarówno z gospodarstwa i majątku, który posiadasz w momencie bankructwa firmy, jak i z tego, którego dorobisz się później.

Działając w pojedynkę, trudno jest podołać wyzwaniom dużej organizacji. Staje się to nawet niebezpieczne, trudno bowiem ogarnąć wszystko samemu, odpowiedzialność obejmuje coraz większe zobowiązania itd. Ponadto występuje uzależnienie prawie wszystkich procesów w firmie od jednej osoby, jej kompetencji i dyspozycyjności. Ta wada nie jest tak oczywista, kiedy wszystko idzie dobrze: firma się rozwija, udanie konkuruje na rynku, wprowadza korzystne innowacje, wówczas nawet lepiej, że sprawy są we właściwych i niezbyt licznych rękach. Ale jednoosobowa firma może się tylko tak rozwinąć, jak jej jedyny właściciel i szef, dlatego też tak wiele od niego zależy.

Inną formą działalności jest **spółka**. Z ekonomicznego punktu widzenia jest ona zrzeszeniem osób lub kapitału celem prowadzenia działalności gospodarczej. W sensie prawnym jest to natomiast umowa zawierana przez wspólników celem prowadzenia wspólnego przedsiębiorstwa zarobkowego lub osiągnięcia w innej formie wspólnego celu gospodarczego.

Spółki można podzielić na spółki osobowe i kapitałowe. Najczęściej rejestrowana jest **spółka cywilna**. Spółka cywilna jest formą zorganizowanego współdziałania dwóch lub więcej osób w celu osiągnięcia wspólnych zamierzeń gospodarczych. Wspólnicy określają zasady współpracy w umowie spółki, która nie wymaga formy aktu notarialnego, ale musi zostać zarejestrowana w urzędzie skarbowym. Wspólnicy muszą wnieść określony w umowie wkład w postaci własności rzeczy lub praw. Prowadzenie spraw spółki cywilnej należy do wszystkich wspólników (chyba, że umowa

stanowi inaczej). Za pracę w spółce wspólnicy nie mogą otrzymywać wynagrodzenia, uczestniczą za to w podziale zysków, który odbywa się według zasad określonych w umowie spółki (zwykle proporcjonalnie do wkładów), a jeżeli umowa tego nie precyzuje to w równych częściach. Za zobowiązania spółki wspólnicy odpowiadają solidarnie do pełnej ich wysokości całym swoim majątkiem. Spółka cywilna nie jest płatnikiem podatku dochodowego. Wspólnicy indywidualnie opłacają podatek dochodowy od osób fizycznych. Nazwa spółki cywilnej (firma) musi zawierać nazwiska wszystkich wspólników.

Zalety i wady prowadzenia działalności w formie spółki cywilnej osób fizycznych

ZALETY

- nie posiada osobowości prawnej,
- łatwość tworzenia i prowadzenia,
- możliwość wniesienia aportu (wkład niepieniężny),
- proste formy księgowe,
- brak wymagań kapitałowych,
- dowolność podziału obowiązków,
- niskie koszty rejestracji,
- łatwość rozwiązania (umowa, prawo),
- niskie koszty likwidacji.

WADY

- rejestracja działalności przez każdego wspólnika,
- odpowiedzialność całym swoim majątkiem solidarnie,
- przyjęcie nowego wspólnika tylko za zgodą wszystkich wspólników,
- konieczność podania nazwisk wszystkich wspólników.

Reasumując, zanim rozpoczniesz działalność gospodarczą musisz dokonać wyboru formy prawnej, pod którą Twoja firma będzie działać. Jak zauważyłeś, poszczególne formy różnią się od siebie i wybór każdej z nich ma wady i zalety. Decyzję o wyborze formy działalności musisz więc dokładnie przemyśleć. Przeanalizuj, który wariant będzie dla Ciebie najlepszy.

Rozdział 2

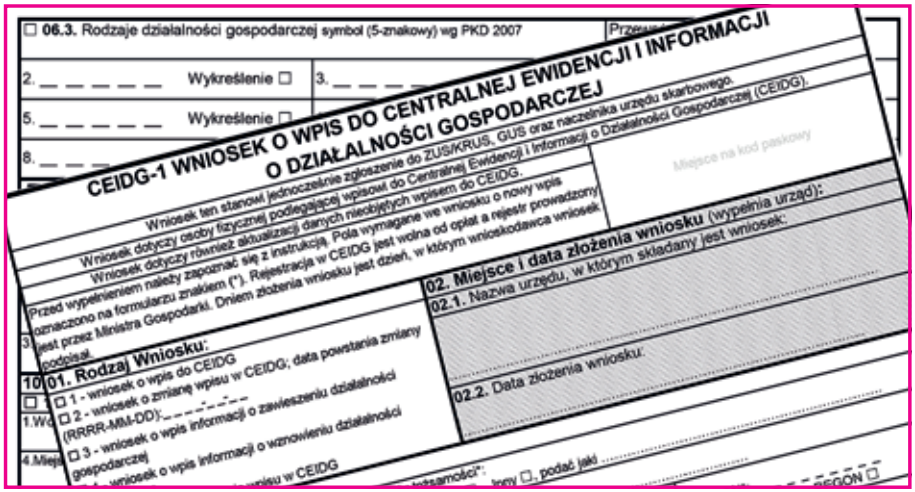
Wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG), koncesje i zezwolenia

Przyjrzymy się teraz formalnościom, które wiążą się z zakładaniem Twojej firmy. Chcemy pokazać, że tzw. papierologia, chodzenie po urzędach nie musi być procesem żmudnym, wbrew wielu opiniom. Wystarczą wypełnione zgodnie z zamieszczonymi wskazówkami dokumenty, trochę dobrych chęci, a okaże się, że *nie taki diabeł straszny, jak go malują*. Urzędnik powinien Ci pomóc i poinformować o procedurze załatwienia sprawy. A teraz przyjrzyj się, co po kolei powinieneś zrobić.

Już wcześniej określiłeś, co chcesz robić. Teraz musisz zdecydować, **co wpiszesz do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG).**

Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej (CEIDG) została utworzona na podstawie ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, zastępując od 1 stycznia 2012 r. Ewidencję Działalności Gospodarczej prowadzoną przez urząd gminy, właściwy dla miejsca stałego zameldowania przedsiębiorcy.

Dzięki temu rejestracja prowadzących działalność gospodarczą odbywa się wyłącznie za pośrednictwem elektronicznego rejestru dostępnego przez Internet. Oznacza to, iż osoba chcąca rozpocząć działalność gospodarczą powinna złożyć wniosek o wpis do CEIDG, wypełniając elektroniczny formularz dostępny na domenach www.ceidg.gov.pl lub BIP Ministerstwa Gospodarki.


06.3. Rodzaje działalności gospodarczej symbol (5-znakowy) wg PKD 2007
Wykreślenie
CEIDG-1 WNIOSEK O WPIS DO CENTRALNEJ EWIDENCJI I INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ
Wniosek ten stanowi jednocześnie zgłoszenie do ZUS/KRUS, GUS oraz naczelnika urzędu skarbowego.
Wniosek dotyczy osoby fizycznej podlegającej wpisowi do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG).
Wniosek dotyczy również aktualizacji danych niedojętych wpisem do CEIDG.
Przed wypełnieniem należy zapoznać się z instrukcją. Pola wymagane we wniosku o nowy wpis oznaczono na formularzu znakiem (*). Rejestracja w CEIDG jest wolna od opłat a rejestr prowadzony jest przez Ministra Gospodarki. Dniem złożenia wniosku jest dzień, w którym wnioskodawca wniosek podpisał
Miejsce na kod paskowy
01. Rodzaj Wniosku:
1 - wniosek o wpis do CEIDG
2 - wniosek o zmianę wpisu w CEIDG; data powstania zmiany (RRRR-MM-DD):
3 - wniosek o wpis informacji o zawieszeniu działalności gospodarczej
wniosek o wpis informacji o wznowieniu działalności
02. Miejsce i data złożenia wniosku (wypełnia urząd):
02.1. Nazwa urzędu, w którym składany jest wniosek:
02.2. Data złożenia wniosku:

Po złożeniu wniosku system generuje potwierdzenie złożenia wniosku lub informacje o błędach, które należy poprawić, wysyłane automatycznie do wnioskodawcy na adres poczty elektronicznej wskazany w formularzu.

Formularz wniosku o wpis do CEIDG **musi zostać podpisany**. Rozwiązania są dwa:

- **opatrzenie elektronicznym podpisem bądź**
- **skorzystanie z instytucji bezpłatnego zaufanego profilu.**

Pierwsze rozwiązanie nie jest najczęściej wybieranym, ponieważ opatrzenie podpisem elektronicznym jest odpłatne, a jego rozpowszechnienie stosunkowo niewielkie. Obecnie podmiotów oferujących tą usługę, według rejestru prowadzonego przez Ministerstwo Gospodarki, jest zaledwie pięć. Są to: Krajowa Izba Rzemieślnicza, Polska Wytwórnia Papierów Wartościowych, Unizeto Technologies, MobiCert i Enigma S.O.I.

Drugie rozwiązanie polega na tym, iż przyszły przedsiębiorca chcący skorzystać z bezpłatnego zaufanego profilu, musi udać się osobiście do punktu potwierdzającego profil – urząd gminy – celem potwierdzenia tożsamości. Wizytę należy poprzedzić zalogowaniem na platformie ePUAP (elektroniczna platforma usług administracji publicznej) i wypełnieniem wniosku o założenie profilu.

Poza możliwością złożenia wniosku on-line, można również **wydrukować wypełniony wniosek i złożyć go osobiście w urzędzie gminy**. Dopuszczalne jest również pobranie i wypełnienie wniosku w tradycyjnej papierowej formie i – analogicznie – złożenie go w urzędzie gminy. Wysłanie wypełnionego wniosku do urzędu gminy drogą pocztową – listem poleconym – również jest jedną z możliwości, jednakże w tej sytuacji podpis wnioskodawcy musi być potwierdzony notarialnie. W takich sytuacjach urząd gminy dokonuje wprowadzenia danych do systemu elektronicznego.

Wniosek jest zwolniony od opłat.

Uwaga! Przed przystąpieniem do wypełniania wniosku o wpis do CEIDG zapoznaj się uważnie z jego zawartością oraz instrukcją wypełnienia i przygotuj niezbędne dane, takie jak: PESEL, NIP, adresy i rodzaje planowanej działalności gospodarczej.

Wraz z wnioskiem o wpis do CEIDG składa się oświadczenie o braku zakazów orzeczonych wobec osoby, której wpis dotyczy, pod rygorem odpowiedzialności karnej za złożenie fałszywego oświadczenia.

Wniosek o wpis do CEIDG stanowi jednocześnie zgłoszenie do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych (ZUS)/Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego (KRUS), Głównego Urzędu Statystycznego (GUS) oraz naczelnika urzędu skarbowego.

Przedsiębiorca ma prawo we wniosku o wpis do CEIDG określić późniejszy dzień podjęcia działalności gospodarczej niż dzień złożenia wniosku. Data rozpoczęcia działalności gospodarczej nie może być wcześniejsza niż dzień złożenia wniosku o wpis do CEIDG.

Dokonanie wpisu do CEIDG następuje **z chwilą zamieszczenia danych w CEIDG**, nie później niż następnego dnia roboczego po dniu wpływu do CEIDG wniosku.

Przy rejestracji warto pomyśleć o **rozszerzeniu zakresu działania**, musisz bowiem przewidzieć, że możesz otrzymać dodatkowe zlecenia. Często będą one powiązane z tym, co ma być Twoją główna działalnością. Pomyśl więc, jakie działania wiążą się z Twoją działalnością i dopisz je sobie we wniosku o wpis do CEIDG.

Złożenie wniosku o wpis do CEIDG nie zwalnia od konieczności wizyty w ZUS, jeżeli zamierzasz zatrudniać pracownika/-ów (jako pracodawca jesteśmy zobowiązani zgłosić każdego pracownika do ubezpieczenia społecznego).

Twoje pierwsze kroki:

Złożenie wniosku o wpis do CEIDG on-line / wizyta w urzędzie gminy lub miasta w celu rejestracji działalności gospodarczej

Uzyskanie prawem wymaganych koncesji lub zezwoleń (jeśli Cię obowiązują)

↓

Wizyta w agencji reklamowej – wyrobienie pieczątki

↓

Wizyta w banku – otwarcie rachunku bankowego

↓

Wizyta w ZUS, jeśli zamierzasz zatrudnić pracownika / -ów

↓

Pozostałe urzędy związane z rejestracją firmy
(Sanepid, Inspektorat Weterynarii, inspekcja pracy itp.)

Rejestracja firmy w CEIDG wymaga podania następujących danych:

1. **Nazwa firmy: imię i nazwisko przedsiębiorcy, nazwa własna firmy, numer PESEL** (o ile taki posiada), **data urodzenia przedsiębiorcy, numer identyfikacyjny REGON** (o ile taki posiada)**, numer identyfikacji podatkowej – NIP** (o ile taki posiada)**, informacja o obywatelstwie polskim przedsiębiorcy** (o ile takie posiada) **i innych obywatelstwach przedsiębiorcy.**

Nazwa firmy powinna dobrze się kojarzyć, wzbudzać zaufanie klienta. Nie może wywoływać złych skojarzeń. Sprawdź, czy ktoś już jej nie używa. Stosowanie nazwy zastrzeżonej w urzędzie patentowym przez kogoś innego grozi konsekwencjami prawnymi. Bez problemu możesz używać słów, które są w słowniku języka polskiego np. „Meble Marcina". Ale jeżeli tworzysz nowe słowa np. Drevex itp., to powinieneś sprawdzić, czy nie istnieją już takie firmy. Sprawdź też adresy internetowe, czy będziesz mógł wykupić domenę z nazwą firmy. Jeżeli ktoś to już zrobił, może być problem. Pomyśl, czy nie można czegoś zmienić.

2. **Miejsce zamieszkania przedsiębiorcy, adres do doręczeń przedsiębiorcy, miejsce siedziby, miejsce prowadzenia działalności, wskazanie adresu głównego oddziału i pozostałych adresów** (jeżeli jest kilka), **adres poczty elektronicznej przedsiębiorcy oraz jego strony internetowej** (o ile przedsiębiorca taki posiada).

Miejscem prowadzenia działalności może być miejsce stałego pobytu (w tym przypadku trzeba posiadać prawny tytuł własności lub współwłasności i podać powierzchnię przeznaczoną na działalność). Jeżeli działalności nie jest prowadzona w siedzibie, należy podać drugi adres lub kilka w przypadku sieci/oddziałów (umowa najmu).

3. **Data rozpoczęcia działalności gospodarczej**

Należy pamiętać, że data rozpoczęcia działalności to data pierwszej czynności związanej z prowadzeniem firmy i powinna uwzględniać czas niezbędny na załatwienie wszystkich formalności związanych z założeniem firmy (może to potrwać około 3–4 tygodni).

4. **Określenie przedmiotu działalności (PKD)**

Aktem prawnym, który pozwoli wybrać właściwy rodzaj działalności jest „Rozporządzenie Rady Ministrów w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności". Jest to zbiór wszystkich rodzajów działalności z przypisanymi im określonymi kodami. Dobrze wcześniej zapoznać się z tym dokumentem i wybrać właściwe kody PKD (można podać większą liczbę rodzajów działalności niż przewiduje wolne miejsce na wniosku – to, co się nie zmieści należy wyszczególnić w załączniku).

5. **Informacja o istnieniu lub ustaniu małżeńskiej wspólności majątkowej**

6. **Numer Identyfikacji Podatkowej (NIP) oraz numer identyfikacyjny REGON spółek cywilnych, jeżeli przedsiębiorca zawarł umowy takich spółek**

7. **Imienne wskazanie pełnomocnika – opcjonalnie**

Dobrze jest określić pełnomocnika (np. małżonek lub inny członek rodziny), czyli osobę, którą upoważnisz do działania w Twoim imieniu. Przydaje się on w sytuacjach awaryjnych. Czasem nie możesz załatwić jakiejś sprawy w urzę-

dzie, wtedy może tam pójść Twój pełnomocnik. W formularzu zgłoszeniowym ustalasz zakres pełnomocnictwa, czyli wpisujesz, w jakich sprawach pełnomocnik będzie Cię reprezentował. Jesteś wtedy pewien, że osoba ta nie będzie działać poza zakresem jaki określiłeś.

Jeżeli działalność ma być prowadzona w formie spółki cywilnej, każdy ze wspólników musi samodzielnie uzyskać wpis do CEIDG.

8. **Informacja o zawieszeniu i wznowieniu wykonywania działalności gospodarczej**
9. **Informacja o ograniczeniu lub utracie zdolności do czynności prawnych oraz ustanowieniu kurateli lub opieki**
10. **Informacja o ogłoszeniu upadłości z możliwością zawarcia układu, o ogłoszeniu upadłości obejmującej likwidację majątku dłużnika, zmianie postanowienia o ogłoszeniu upadłości z możliwością zawarcia układu na postanowienie o ogłoszeniu upadłości obejmującej likwidację majątku dłużnika i zakończeniu tego postępowania**
11. **Informacja o wszczęciu postępowania naprawczego**
12. **Informacja o zakazie prowadzenia działalności gospodarczej**
13. **Informacja o zakazie wykonywania określonego zawodu, którego wykonywanie przez przedsiębiorcę podlega wpisowi do CEIDG**
14. **Informacja o zakazie prowadzenia działalności związanej z wychowywaniem, leczeniem, edukacją małoletnich lub z opieką nad nimi**
15. **Informacja o wykreśleniu wpisu w CEIDG.**

Niektóre rodzaje działalności wymagają posiadania odpowiednich kwalifikacji zawodowych. Zazwyczaj nie muszą posiadać tych kwalifikacji sami właściciele, a wystarczy, gdy zatrudnią osoby z niezbędnymi kwalifikacjami do wykonywania określonych czynności. Wyjątkiem są tylko pewne zawody (głównie medyczne i prawnicze), w których wymaga się, aby kwalifikacje zawodowe posiadał sam przedsiębiorca.

Dla określonych typów działalności oprócz dokonania wpisu do CEIDG wymagane jest uzyskanie odpowiednich licencji, certyfikatów bądź koncesji. Około 80 różnych rodzajów działalności podlega obowiązkowi uzyskania koncesji, zezwolenia albo wpisu w rejestrze działalności regulowanej. Oznacza to, że nie można podjąć działalności, jeżeli nie spełnia się przewidzianych prawem warunków szczególnych. Z wnioskiem o udzielenie koncesji i zezwolenia należy wystąpić do właściwego organu, w zależności od rodzaju prowadzonej działalności. W przypadku działalności regulowanej wystarczy złożenie oświadczenia o spełnianiu tych warunków. Dopiero po uzyskaniu koncesji, zezwolenia albo zaświadczenia o wpisie do rejestru działalności regulowanej, można rozpocząć działalność i o tym fakcie powiadomić na piśmie odpowiedni organ.

Rozdział 3

Pieczątka firmowa i konto bankowe

Choć polskie prawo nie nakłada obowiązku posiadania pieczęci firmowej, to procedury urzędu skarbowego i banków zazwyczaj wymagają pieczęci już na etapie rejestracji firmy.

Na pieczątce muszą znajdować się następujące informacje:

- **pełna nazwa firmy,**
- **siedziba (adres),**
- **numer REGON,**
- **numer NIP (jeśli już go masz).**

Często na pieczątce firmowej znajdują się również: nr telefonu, faxu, adres poczty elektronicznej (e-mail), adres serwisu internetowego (strony www) itp.

Część rozliczeń może być dokonywana wyłącznie za pośrednictwem konta bankowego (przekazanie składek do ZUS, rozliczenia podatkowe z urzędem skarbowym, gdy drugą stroną transakcji jest inny przedsiębiorca, a wartość transakcji przekracza 15 000 euro), dlatego numer rachunku podajemy do urzędu skarbowego oraz ZUS-u, a w przypadku jego zmiany konieczne jest bezzwłoczne powiadomienie tych instytucji w terminie 10 dni.

Założenie konta firmowego trwa przeważnie jeden dzień. Potrzebne dokumenty to m.in.:

- **dowód osobisty,**
- **elektroniczne potwierdzenie wpisu do CEIDG,**
- **zaświadczenie o nadaniu numeru REGON (oryginał do wglądu i kopia),**
- **pieczątka.**

Natomiast otwarcie konta przez Internet trwa nieco dłużej i składa się ono z 3 etapów:

- **wypełnienie wniosku o otwarcie konta,**
- **podpisanie umowy – umowa oraz dokumenty aktywacyjne zostaną nam przesłane pocztą lub kurierem,**
- **aktywacja konta – dokonanie aktywacji (ustanowienia haseł) dostępu do konta (np. przez Internet).**

Jaki bank wybrać? Warto zwrócić szczególną uwagę na koszty stałe związane z prowadzeniem rachunku firmowego, przelewów do urzędu skarbowego, ZUS, możliwość obsługi konta przez Internet oraz dostępność bankomatów. Należy wziąć pod uwagę, ile i jakiego rodzaju operacji będziemy dokonywali w najbliższej przyszłości. W przypadku firmy opartej na sprzedaży detalicznej zwróć uwagę na prowizję od dokonywanych wpłat gotówkowych. Czy będąc klientem banku będziesz mógł skorzystać z innych instrumentów finansowych, tj. leasingu, kredytu obrotowego czy inwestycyjnego na specjalnych warunkach? Czy dany bank posiada ofertę kredytową dla firm dopiero rozpoczynających działalność? Pamiętaj, że dla banku łatwiejsza jest ocena ryzyka, jeżeli ma stały wgląd w rachunek klienta. Warto zwrócić uwagę na wszelkie limity, karty płatnicze, a także czy w tabelach opłat i prowizji nie ma ukrytych niemiłych niespodzianek. Nie zawsze jedynym wyznacznikiem muszą być koszty utrzymania i obsługi konta.

Rozdział 4

PIT-y, CIT-y, VAT-y… – czyli wszystko, co powinieneś wiedzieć o urzędzie skarbowym na etapie zakładania działalności

Przed rozpoczęciem działalności gospodarczej (zaistnieniu pierwszej czynności podlegającej opodatkowaniu), należy w **urzędzie skarbowym** złożyć druk **NIP-1**. Numer Identyfikacji Podatkowej (NIP) służy do identyfikacji podmiotów płacących podatki w Polsce. W przypadku działalności prowadzonej przez osobę fizyczną prywatny numer NIP staje się numerem NIP firmy. Jeżeli nie posiada się Numeru Identyfikacji Podatkowej, do składanej dokumentacji należy dołączyć wypełniony druk NIP-4. Naczelnik urzędu skarbowego wydaje decyzję o nadaniu NIP nie później niż w terminie 1 miesiąca od daty złożenia wniosku. Obecnie zgłoszenie do urzędu skarbowego następuję w oparciu o wniosek o wpis do CEIDG, składany przez przyszłego przedsiębiorcę on-line, indywidualnie bądź za pośrednictwem urzędu gminy.

Jeżeli przedsiębiorca jest osobą fizyczną mającą miejsce zamieszkania na obszarze działania innego urzędu skarbowego niż ten, na obszarze którego prowadzona będzie działalność gospodarcza, informacja o podjęciu takiej działalności zostanie przekazana do obu urzędów.

W urzędzie skarbowym miejsca zamieszkania rozlicza się z podatku dochodowego od osób fizycznych, w urzędzie skarbowym miejsca prowadzenia działalności reguluje podatek VAT. **Druk NIP-3** składają z kolei spółki cywilne.

Formy opodatkowania zostały omówione w części II.

Ponadto w urzędzie skarbowym należy zadeklarować, czy firma będzie VAT-owcem (płatnikiem podatku VAT), czy też nie. Aby firma mogła stać się podatnikiem podatku VAT, należy złożyć w urzędzie skarbowym druk rejestracyjny **VAT-R** (zgłoszenie rejestracyjne w zakresie podatku od towarów i usług). Opłata skarbowa za rejestrację w pierwszym kwartale 2013 r. wynosi 170 zł. Urząd skarbowy potwierdza zgłoszenie, wydając w tej sprawie decyzję administracyjną (VAT-5). Jeśli dane objęte tym zgłoszeniem się zmienią, trzeba je zaktualizować w terminie 7 dni.

Jeśli planujesz prowadzenie transakcji handlowych z kontrahentami z innych państw Unii Europejskiej, powinieneś dodatkowo zarejestrować się w urzędzie skarbowym jako podatnik VAT-UE. Należy w tym celu wypełnić druk **VAT-R/UE**. Zgłoszenie to jest bezpłatne. Urząd potwierdza rejestrację na druku VAT-SUE, a podatnik otrzymuje tzw. numer NIP-UE (ten sam NIP, tylko poprzedzony kodem PL). Formularze VAT-R i VAT-R/UE należy składać łącznie.

Jeżeli działalność firmy jest związana z akcyzą (produkcja, import lub sprzedaż wyrobów akcyzowych), rejestracja firmy wymaga wizyty w urzędzie celnym i złożenia odpowiednich dokumentów. **Rozliczenia akcyzy** dokonuje **urząd celny** właściwy dla danego miejsca wykonywania czynności podlegających opodatkowaniu tym podatkiem. Zgłoszenie tego rodzaju składa się przed wykonaniem pierwszej czynności podlegającej opodatkowaniu akcyzą na druku **AKC-R.** Rejestracja firmy do celów akcyzy objęta jest opłatą skarbową (około 160,00 zł) i zostaje potwierdzona decyzją AKC-5.

Rejestrując firmę w urzędzie skarbowym powinieneś wiedzieć, czy będziesz prowadzić księgowość samodzielnie, czy też zlecisz to zadanie firmie zewnętrznej (wydatek od 100 do 600 zł miesięcznie, w zależności od ilości księgowanych dokumentów). Prowadzenie księgowości samodzielnie nie jest trudne, ale wymaga pewnej wiedzy na ten temat. Należy pamiętać, iż nieznajomość przepisów nie zwalnia od odpowiedzialności. Nawet gdy księgowość firmy prowadzona jest przez zewnętrzne biuro rachunkowe, dokumenty zatwierdza własnym podpisem i odpowiada za nie właściciel przedsiębiorstwa lub uprawniona przez niego osoba. Dokumentacja podatkowa powinna znajdować się w siedzibie firmy lub we wskazanym w urzędzie skarbowym biurze rachunkowym, które zawodowo, w ramach prowadzonej działalności gospodarczej, zobowiązane jest posiadać stosowne uprawnienia.

Więcej na temat deklaracji podatkowych, w przypadku już prowadzonej działalności, znajdziesz w części IV.

Rozdział 5

Ubezpiecz się! – czyli zgłoś się do ZUS-u albo pozostań w KRUS

Przy rejestracji działalności gospodarczej jako osoba fizyczna wpisana do CEIDG należy rozważyć kwestie związane z obowiązkiem ubezpieczenia społecznego. Wedle obowiązujących przepisów prawa, nie ma znaczenia, czy działalność ma charakter okresowy czy ciągły. Co ciekawe, składki do ZUS należy odprowadzać nawet wtedy, gdy wystąpiła strata lub nie istnieją przychody z działalności. Jedynie wyrejestrowanie powoduje ustanie obowiązku ubezpieczeniowego.

Pamiętaj, że rolnik lub domownik ubezpieczony w KRUS, rozpoczynający działalność gospodarczą nie musi rejestrować się w ZUS, jeżeli spełni poniższe warunki:

- **przez co najmniej 3 lata przed rozpoczęciem prowadzenia pozarolniczej działalności gospodarczej podlega nieprzerwanie ubezpieczeniu społecznemu rolników z mocy ustawy, w terminie 14 dni od dnia rozpoczęcia wykonywania pozarolniczej działalności gospodarczej złoży w KRUS oświadczenie o chęci dalszego podlegania ubezpieczeniu społecznemu rolników (obecnie przedmiotowe oświadczenie jest składane za pomocą formularza CEIDG-1 i nie ma potrzeby dodatkowego osobistego składania tego oświadczenia w KRUS);**
- **równolegle nadal prowadzi działalność rolniczą lub stale pracuje w gospodarstwie rolnym, obejmującym obszar użytków rolnych powyżej 1 ha przeliczeniowego, lub w dziale specjalnym,**
- **nie jest pracownikiem, emerytem albo rencistą i nie ma ustalonego prawa do zasiłku chorobowego i świadczenia rehabilitacyjnego, do których przysługuje prawo z tytułu ubezpieczenia chorobowego na podstawie przepisów o świadczeniach pieniężnych z ubezpieczenia społecznego w razie choroby i macierzyństwa.**

Składki rolnika lub domownika, który prowadzi działalność gospodarczą i jest ubezpieczony w KRUS, naliczane są w podwójnej wysokości. Np. dla rolnika posiadającego gospodarstwo poniżej 50 ha lub domownika składka na KRUS w IV kwartale 2012 r. i w I kwartale 2013 r. wyniesie 606,00 zł.

Rolnik prowadzący działalność pozarolniczą może podlegać ubezpieczeniu społecznemu rolników do dnia 31 maja następnego roku, jeżeli w danym roku podatkowym przekroczył granicę podatku należnego. Aby dalej pozostać w KRUS, należy ustalić kwotę podatku dochodowego za poprzedni rok podatkowy od przychodów z pozarolniczej działalności gospodarczej. Za rok 2012 kwota graniczna wynosiła 3 011 zł. Przekroczenie tej kwoty obliguje rolnika do ubezpieczenia w ZUS.

Jeżeli nie możesz kontynuować ubezpieczenia w KRUS, fakt rozpoczęcia działalności gospodarczej musisz zgłosić w terminie 7 dni do ZUS. Termin ten nie jest liczony od daty rejestracji podanej w CEIDG, w urzędzie statystycznym czy skarbowym, ale od daty rozpoczęcia działalności. Ewentualnych pracowników i osoby współpracujące zgłasza się do ubezpieczenia w terminie 7 dni od przyjęcia do pracy.

W ZUS wypełnia się formularz **ZFA** (zgłoszenie płatnika składek – osoby fizycznej). W przypadku, gdy prowadzenie firmy jest jedynym zajęciem przedsiębiorcy, dodatkowo musi wypełnić on formularz **ZUA** (zgłoszenie do ubezpieczeń społecznych i ubezpieczenia zdrowotnego). Pełny ZUS w 2013 roku to co miesięczny wydatek 1 026,98 zł (z dobrowolnym ubezpieczeniem chorobowym). Natomiast w przypadku, gdy indywidualna działalność gospodarcza jest zajęciem dodatkowym i dana osoba uzyskuje dochody z tytułu pracy, a wynagrodzenie tam otrzymywane jest równe co najmniej wynagrodzeniu minimalnemu, wówczas obowiązek ubezpieczeniowy z tytułu prowadzenia pozarolniczej działalności gospodarczej ogranicza się do składki na ubezpieczenie zdrowotne (należy wypełnić druk **ZZA** zamiast ZUA). Nie jest to dużym obciążeniem (261,73 zł w 2013 r.), dlatego też taka forma prowadzenia działalności ma wiele zalet.

Co więcej, osoby rozpoczynające po raz pierwszy działalność gospodarczą lub podejmujące ją po co najmniej 5 latach przerwy, mają możliwość opłacania ulgowych składek na ubezpieczenie społeczne, których podstawą naliczania jest 30% wysokości minimalnego wynagrodzenia. Największe oszczędności można uzyskać w przypadku składki na ubezpieczenie emerytalne i rentowe. Obecnie ta preferencyjna stawka dla nowych przedsiębiorców obowiązuje w okresie pierwszych dwóch lat prowadzenia działalności (w 2013 r. wysokość składek ZUS dla nowych firm z dobrowolnym ubezpieczeniem chorobowym wynosi 414,85 zł).

Składać można tylko oryginalne formularze pobrane w placówce ZUS.

Potrzebne dokumenty:

- **dowód osobisty,**
- **elektroniczne potwierdzenie wpisu do CEIDG,**
- **zaświadczenie o nadaniu numeru REGON (oryginał do wglądu i kopia).**

W przypadku spółek cywilnych należy zgłosić w powyższy sposób każdego wspólnika oddzielnie. Natomiast spółka musi być zgłoszona jako płatnik (ZPA) jedynie wówczas, gdy kogoś zatrudni (oraz oczywiście formularze ZUA albo ZZA dla zatrudnionych). Jeżeli spółka cywilna nie zgłasza nikogo do ubezpieczenia, nie należy jej zgłaszać jako płatnika w ZUS.

Więcej informacji na temat rozliczeń z ZUS w trakcie prowadzenia działalności indywidualnej znajdziesz w części IV.

Rozdział 6

Co dalej? – pozostałe formalności

Wśród urzędów i instytucji, które będziesz musiał odwiedzić, w zależności od charakteru i rozmiarów działalności, uzyskania zezwoleń, atestów i innych czynników, wyróżniamy:

- **Państwową Inspekcję Sanitarną**, zwyczajowo zwaną Sanepidem – w przypadku, gdy planujesz otworzyć np. gabinet kosmetyczny lub sklep spożywczy, odbioru miejsca wykonywania działalności musi dokonać również Sanepid. Taka procedura dotyczy wielu rodzajów działalności, dlatego poświęcimy jej więcej uwagi. Instytucja ta wydaje opinię, która służy potem do wydania decyzji stwierdzającej spełnienie wymagań sanitarnych, koniecznych do zapewnienia higieny przy prowadzeniu działalności. Pozwolenie Sanepidu potrzebne jest, gdy lokal jest nowy lub przy jakiejkolwiek zmianie wewnątrz lokalu bądź procesu technologicznego. Do Sanepidu należy zwrócić się na piśmie z prośbą o dokonanie odbioru sanitarnego po urządzeniu lokalu, minimum na 2 tygodnie przed przewidzianym terminem rozpoczęcia działalności. Wymagana dokumentacja do odbioru Sanepidu to:
  - ✓ **w przypadku nowego lokalu**:
    - decyzja gminy o warunkach zabudowy (pozwolenie na budowę),
    - plan lokalizacji zaakceptowany przez gminę i uzgodniony z Sanepidem;
  - ✓ **w przypadku adaptacji, przebudowy lokalu**:
    - pozwolenie gminy/dzielnicy – wydziału architektury na zmianę sposobu użytkowania,
    - pozwolenie gminy/dzielnicy – wydziału architektury na przebudowę (jeżeli narusza się strukturę budynku, należy dołączyć wszystkie projekty). Jeśli jest to tylko adaptacja (ścianki działowe, urządzenia), załącza się tylko projekty technologiczne i wentylacji;
  - ✓ **w obydwu przypadkach**:
    - projekt budowlany, projekty branżowe (wentylacja, wodno-kanalizacyjny, budowlany, elektryczny) oraz technologiczne – powinny być uzgodnione przez rzeczoznawców (lista w Sanepidzie) lub bezpośrednio przez Sanepid;
  - ✓ **dokumentacja działalności gospodarczej,**
  - ✓ **badanie wody (wykonuje Sanepid),**
  - ✓ **umowa na wywóz nieczystości stałych i pokonsumpcyjnych,**
  - ✓ **umowa na czyszczenie separatora tłuszczu,**
  - ✓ **inne (np. zgoda zarządcy budynku na prowadzenie takiej działalności).**

Po dokonaniu odbioru lokalu przez wszystkie służby **Powiatowy Inspektor Nadzoru** wydaje **Pozwolenie na użytkowanie lokalu** i przesyła decyzję do urzędu gminy/dzielnicy (dokumentację składamy w Powiatowym Inspektoracie Nadzoru Budowlanego).

Po otrzymaniu tego pozwolenia (lub po złożeniu zgłoszenia o zakończeniu prac adaptacyjnych, przebudowy lub zmiany sposobu użytkowania), występuje się do Sanepidu o wydanie decyzji stwierdzającej **Spełnienie wymagań sanitarnych koniecznych do zapewnienia higieny przy prowadzeniu działalności (np. gastronomicznej)**.

Te dwa pozwolenia wieńczą dzieło legalizacji naszej działalności i otwierają drogę do sukcesu. Ponadto wyróżniamy jeszcze:

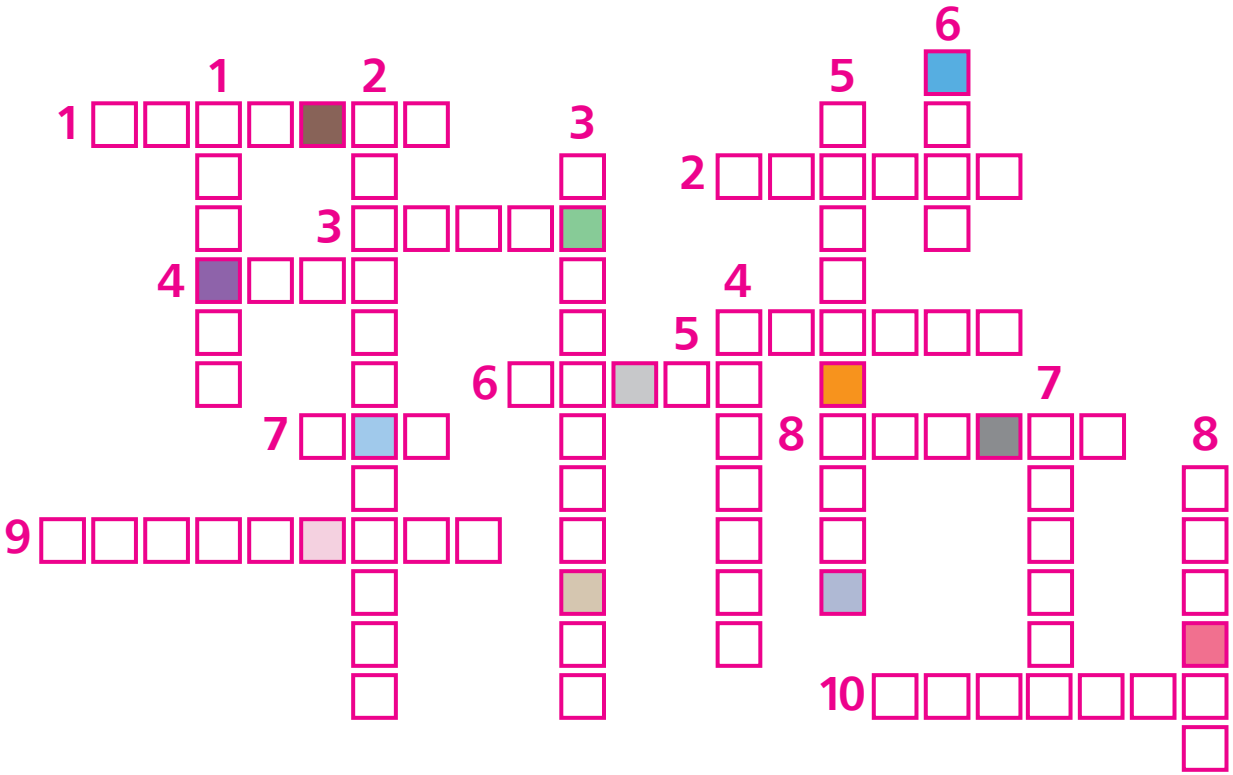
- **Państwową Inspekcję Handlową** – do jej zadań należy m.in. kontrola legalności i rzetelności działania przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą; kontrola wyrobów wprowadzonych do obrotu w zakresie zgodności z wymaganiami określonymi w przepisach; kontrola produktów w zakresie spełniania ogólnych wymagań dotyczących bezpieczeństwa; kontrola substancji chemicznych, preparatów chemicznych, wyrobów i detergentów przeznaczonych dla konsumentów.
- **Państwową Straż Pożarną** – gdy świadczysz usługi dla ludności lub prowadzisz produkcję, powinieneś uzgodnić, czy Twój obiekt spełnia wymogi ochrony przeciwpożarowej.
- **Zakład Energetyczny** – musi wyrazić zgodę na przydzielenie odpowiedniej wielkości mocy potrzebnej do Twojej działalności.
- **Inspektorat Ochrony Środowiska** – jeśli prowadzisz działalność mającą wpływ na stan środowiska naturalnego.
- **Powiatowego Lekarza Weterynarii** – jeśli Twój rodzaj działalności występuje w wykazie działalności, które muszą być zgłoszone do Powiatowego Lekarza Weterynarii wymienionym w Ustawie o ochronie zwierząt, będziesz musiał to zrobić 30 dni przed założeniem firmy.
- **Państwową Inspekcję Pracy** – zatrudniając pierwszego pracownika należy w ciągu 14 dni powiadomić Państwową Inspekcję Pracy.

Jeśli masz wątpliwości, czy powinieneś swoją działalność zgłosić do tych instytucji, najlepiej zapytaj. Każda z nich ma obowiązek udzielić porad i wyjaśnień.

Ponadto zanim złożysz w urzędzie druki i dokumenty, zrób ich kopie i poproś urzędnika o pieczęć potwierdzającą ich złożenie.

Procedura rejestracji jednoosobowej firmy na pierwszy rzut oka wydaje się skomplikowana. Panuje powszechne przekonanie o ogromie biurokracji, z jaką trzeba się zmierzyć, by założyć firmę. Jednak osoby, które mają za sobą zakładanie działalności mówią, że nie taki diabeł straszny. Spróbowały one swoich sił i okazało się, że mimo początkowych obaw, rejestracja firmy nie przysporzyła im większych problemów.

Ćwiczenie



Hasło

PIONOWO

1. Wyrażone w jednostkach pieniężnych celowe nakłady poniesione przez przedsiębiorstwo.
2. Kompozycja marketingowa, czyli takie elementy (instrumenty), za pomocą których możemy oddziaływać na rynek, inaczej 4P.
3. Efektywna metoda znajdywania mocnych i słabych stron, a tym samym przekonywania się o okazjach i zagrożeniach, jakie czekają na przedsiębiorcę.
4. Wszelkie dobra (bogactwa) pieniężne, które w szczególności służą podjęciu bądź kontynuowaniu wykonywania działalności gospodarczej.
5. Dokument opisujący biznes, jego produkt lub usługę oraz sposób wejścia na rynek i finansowanie całej operacji.
6. Przedsiębiorstwo usługowe, którego działalność polega na udzielaniu kredytów i zdobywaniu środków potrzebnych do sfinansowania kredytów.
7. Ujemny wynik finansowy przedsiębiorstwa.
8. Z ekonomicznego punktu widzenia jest zrzeszeniem osób lub kapitału celem prowadzenia działalności gospodarczej, a w sensie prawnym jest to natomiast umowa zawierana przez wspólników celem prowadzenia wspólnego przedsiębiorstwa zarobkowego lub osiągnięcia w innej formie wspólnego celu gospodarczego.

POZIOMO

1. Rozpowszechnianie informacji o towarach, ich zaletach, wartościach i możliwościach nabycia, chwalenie kogoś, zalecanie czegoś przez prasę, radio, telewizję.
2. Ten, kto korzysta z oferty, usług firm, zakładów, banków itp.
3. Numer identyfikacji statystycznej.
4. Dodatni wynik finansowy przedsiębiorstwa.
5. Sposób uzyskania finansowania udzielany wyłącznie przez banki.
6. Precyzyjne wyrażanie, w języku zrozumiałym dla członków firmy i jej otoczenia, dalekosiężnych zamierzeń i aspiracji.
7. Numer Identyfikacji Podatkowej.
8. ...na firmę – dobrze, aby był oryginalny.
9. Przemyślana, ogólna koncepcja działania, której realizacja zapewnia organizacji przewagę na rynku, mimo inteligentnego przeciwdziałania konkurencji.
10. Przymusowe, bezzwrotne i nieodpłatne świadczenie pieniężne o charakterze powszechnym, nakładane z mocy prawa przez państwo lub inne organy władzy publicznej.

Rozwiązanie krzyżówki znajduje się na stronie 117.

ABC przedsiębiorczości na obszarach wiejskich

część 4

Pomocna dłoń czyli kilka rad,

które mogą się przydać

część 4

część 4

Pomocna dłoń czyli kilka rad,

które mogą się przydać

część 4

Rozdział 1

Jak to ugryźć? – czyli dokumentacja w firmie i obowiązki przedsiębiorcy

Skoro sprawy urzędowe dopięte są już na ostatni guzik i firma powołana jest „na papierze", należy zaplanować jej codzienną działalność. Przede wszystkim zastanów się, czy dokumentację i rozliczenia firmy będziesz prowadził sam, czy zlecisz to profesjonalnej firmie zewnętrznej.

Wystawianie dokumentów poświadczających sprzedaż towarów lub usług możesz robić na dwa sposoby. Jeśli jesteś podatnikiem VAT – musisz wystawiać faktury VAT. Jeśli nie jesteś „vatowcem" – musisz wystawić rachunek (bez VAT).

Faktura VAT jest potwierdzeniem zawarcia transakcji handlowej, jaką jest sprzedaż towarów czy usług. Możesz ją wystawić nie tylko w formie papierowej, ale także elektronicznej (pod warunkiem wyrażenia zgody przez odbiorcę na otrzymanie takiej faktury). Wystawiana jest ona przez podatników, którzy płacą podatek VAT i posiadają Numer Identyfikacji Podatkowej (NIP).

Niemniej jednak musisz pamiętać, że w przypadku, kiedy zostaniesz podatnikiem VAT, a część Twojej działalności będzie zwolniona z VAT, to i tak będziesz musiał wystawić fakturę, również na udokumentowanie transakcji zwolnionych z VAT. Nie musisz natomiast wystawiać faktur osobom fizycznym nieprowadzącym działalności gospodarczej, chyba że tego zażądają.

Faktura VAT powinna zawierać następujące niezbędne elementy:

- **dane sprzedającego i kupującego oraz ich adresy,**
- **datę jej wystawienia,**
- **datę sprzedaży,**
- **symbol PKWiU (Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług) w przypadku sprzedaży towarów lub usług o obniżonej stawce VAT,**
- **kolejny numer,**
- **dokładną nazwę towaru czy usługi,**
- **cenę i jednostkę miary,**
- **ogólną wartość sprzedanych towarów czy wykonanych usług,**
- **kwotę podatku naliczonego,**
- **sposób zapłaty,**
- **termin zapłaty.**

Uwaga! Od 1 lipca 2013 r. do ustawy o VAT zostaną dodane szczegółowe przepisy regulujące zasady wystawiania faktur (do tego czasu podobnie jak ma to miejsce obecnie, te szczegółowe kwestie określać będzie rozporządzenie fakturowe).

Jeżeli faktura dotyczy sprzedaży zarejestrowanej za pomocą kasy rejestrującej, do kopii faktury należy dołączyć paragon dokumentujący tę sprzedaż.

Wystawiając fakturę musisz pamiętać, aby była sporządzona w co najmniej dwóch egzemplarzach. Zawsze jeden egzemplarz otrzymuje kupujący (oryginał), a drugi zostaje u sprzedającego (kopia), gdyż faktura to nie tylko dokument księgowy, ale także dokument handlowy.

Faktury wystawia się w ciągu **7 dni** od dnia sprzedaży towaru lub wykonania usługi. W sytuacji sprzedaży o charakterze ciągłym, dla której na fakturze wpisaliśmy miesiąc i rok wykonania czynności, fakturę wystawia się w ciągu **7 dni** od zakończenia miesiąca. Podpisy wystawcy na fakturach VAT wymagane są w dwóch przypadkach: na fakturze VAT RR (rolnik ryczałtowy); na fakturze korygującej – podpis akceptujący z datą.

Uwaga! Oryginały i kopie faktur (również faktur korygujących) należy przechowywać do czasu upływu terminu przedawnienia zobowiązania podatkowego.

Rachunkiem dokumentują swoją sprzedaż osoby prowadzące działalność gospodarczą, które nie są podatnikami VAT. Rachunek powinien zawierać następujące elementy:

- **imiona i nazwiska sprzedającego i kupującego,**
- **ich adresy, datę i numer kolejny rachunku,**
- **wyraz „oryginał" lub „kopia",**
- **określenie rodzaju i ilości towarów czy wykonanych usług oraz ich cenę jednostkową,**
- **ogólną sumę należności wyrażoną liczbowo i słownie,**
- **czytelny podpis i pieczęć.**

Uwaga! Rachunki nie mogą w swojej treści zawierać oznaczenia „Faktura VAT" oraz kwot podatku.

Rachunki wystawia się w terminie: **do 7 dni** od dnia sprzedaży, jeżeli kupujący zażądał rachunku przed wykonaniem usługi lub sprzedażą towaru oraz **do 7 dni** od dnia zgłoszenia przez klienta żądania rachunku, pod warunkiem, że zgłoszenie zostało dokonane po wykonaniu sprzedaży. Jeżeli żądanie wystawienia rachunku nastąpiło po upływie 3 miesięcy od dnia wydania towaru lub wykonania usługi, nie masz obowiązku wystawienia rachunku.

Rozliczenie z Zakładem Ubezpieczeń Społecznych

Jako przedsiębiorca prowadzący działalność gospodarczą musisz pamiętać o rozliczeniach z ZUS, tzn. o składaniu deklaracji i płaceniu składek za siebie, osoby współpracujące i pracowników.

Przedsiębiorcy, którzy nie zatrudniają pracowników i opłacają składki jedynie za siebie, nie muszą składać deklaracji rozliczeniowych czy raportów imiennych, jeżeli w stosunku do okresu poprzedniego nic się nie zmieniło.

Osoby prowadzące pozarolniczą działalność, dla których w 2013 r. minimalną podstawę wymiary składki stanowi kwota 2 227,80 zł (60% prognozowanego przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego, przyjętego do ustalenia kwoty ograniczenia rocznej podstawy wymiaru składek na rok 2013) przez cały 2013 rok obowiązują jednakowe kwoty składek miesięcznych:

RODZAJ SKŁADEK	Z DOBROWOLNYM UBEZPIECZENIEM CHOROBOWYM	BEZ DOBROWOLNEGO UBEZPIECZENIA CHOROBOWEGO
Ubezpieczenia społeczne	710,67 zł	656,09 zł
Ubezpieczenia zdrowotne	261,73 zł	261,73 zł
Fundusz Pracy	54,58 zł	54,58 zł
Razem	1 026,98 zł	972,40 zł

Składki należy rozliczać i płacić w następujących terminach:

- ✓ **Przedsiębiorcy nie zatrudniający pracowników: do 10. dnia następnego miesiąca za miesiąc poprzedni,**
- ✓ **Przedsiębiorcy zatrudniający pracowników: do 15. dnia następnego miesiąca za miesiąc poprzedni.**

Kopie wszystkich deklaracji przedsiębiorca zobowiązany jest przechowywać przez okres 10 lat.

Rozliczenie z Kasą Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego

Jako przedsiębiorca prowadzący działalność gospodarczą ubezpieczony w KRUS, jeżeli chcesz nadal podlegać temu ubezpieczeniu (a nie ubezpieczeniu w ZUS) i nie przekroczyłeś kwoty granicznej podatku, o którym mowa w rozdz. V części 3, musisz złożyć oświadczenie lub zaświadczenie z urzędu skarbowego o nieprzekroczeniu kwoty granicznej podatku kwoty podatku dochodowego.

Składkę należy opłacić najpóźniej w ostatnim dniu pierwszego miesiąca danego kwartału, tj.: 31 stycznia za I kwartał, 30 kwietnia za II kwartał, 31 lipca za III kwartał, 31 października za IV kwartał.

Rozliczenie z urzędem skarbowym

Zaliczki na podatek dochodowy wpłacasz miesięczne za okres od stycznia do listopada do 20. dnia każdego miesiąca za miesiąc poprzedni. Zaliczkę za grudzień uiszczasz w terminie do 20 stycznia następnego roku podatkowego, chyba że przed upływem tego terminu złożysz zeznanie podatkowe i dokonasz zapłaty podatku.

Mali podatnicy oraz podatnicy rozpoczynający działalność gospodarczą mogą wybrać opłacanie zaliczek na podatek dochodowy za okresy kwartalne. W tym celu muszą złożyć naczelnikowi urzędu skarbowego stosowne oświadczenie na piśmie w terminie do 20 lutego danego roku podatkowego, a jeżeli firma zostanie założona w trakcie roku – do dnia poprzedzającego dzień rozpoczęcia działalności, nie później jednak niż w dniu uzyskania pierwszego przychodu. Tak złożone oświadczenie jest ważne również w latach następnych, chyba że przedsiębiorca zawiadomi urząd o rezygnacji z tej formy wpłacania zaliczek. Zaliczki kwartalne należy wpłacasz do 20. dnia każdego miesiąca następującego po kwartale, za który wpłacana jest zaliczka.

Każdy przedsiębiorca i księgowy w firmie ma do czynienia z co najmniej kilkoma obowiązującymi formularzami podatkowymi. Poniżej przedstawimy najistotniejsze z nich.

Deklaracje miesięczne:

- **VAT-7** – deklaracja miesięczna, w której przedsiębiorca i podatnik VAT wykazuje podatek należny i naliczony, a w konsekwencji wysokość kwoty do zapłaty lub podlegającej przeniesieniu na kolejne miesiące, składana do 25. dnia miesiąca za miesiąc poprzedni,

- **VAT-7K** – część podatników VAT, którzy mają niskie obroty, korzystają z kwartalnego rozliczania podatku VAT, używając do tego celu deklaracji VAT-7K składanej do 25. dnia miesiąca po zakończeniu kwartału.

Deklaracje roczne:

- **PIT-36** – dla osób rozliczających się według skali podatkowej,
- **PIT-36L** – dla rozliczających się podatkiem liniowym (termin złożenia rozliczenia rocznego do końca kwietnia),
- **PIT-28** – dla osób opłacających podatek w formie ryczałtu od przychodów ewidencjonowanych, składane do 31 stycznia następnego roku podatkowego,
- **PIT-16A** – dla osób opłacających podatek w formie karty podatkowej – deklaracja dotyczy zapłaconych i odliczonych składek na ubezpieczenie zdrowotne i składana jest do 31 stycznia następnego roku podatkowego,
- **PIT-11** – deklaracje dla pracownika i urzędu skarbowego informujące o dochodach podlegających opodatkowaniu i odprowadzonych zaliczkach na podatek dochodowy od osób fizycznych,
- **PIT-4R** – deklaracja składana przez płatnika do urzędu skarbowego, informująca o kwotach pobranych zaliczek na podatek dochodowy od osób fizycznych w poszczególnych miesiącach. Składana do 31 stycznia roku następnego.

Uwaga! Jeżeli planujesz rozpocząć działalność na niewielką skalę, jesteś sumienny i dobrze potrafisz zaplanować swój czas, możesz zająć się wszystkim formalnościami na własną rękę. Jeżeli zaś Twoja działalność będzie prowadzona na większą skalę i nie chcesz przyjmować na siebie dodatkowych obowiązków związanych z rozliczeniami z urzędem skarbowym i ZUS, warto pomyśleć o pomocy fachowców, np. biur rachunkowych, które za miesięczną opłatą wypełnią za Ciebie szereg obowiązków.

Rozdział 2

Dotacje na lepszy start – czyli jak efektywnie starać się o dofinansowanie?

Największą barierą dla przedsiębiorców planujących własną działalność jest zazwyczaj brak kapitału. Czasami trudniej pozyskać środki finansowe z banków. Na szczęście jest kilka instytucji, które mogą wesprzeć Cię w tym zakresie.

Wsparcie w ramach Powiatowych Urzędów Pracy (PUP)

Środki na rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej możesz uzyskać w ramach dotacji przyznawanych przez Powiatowe Urzędy Pracy, w ramach funduszy na aktywizację osób bezrobotnych planujących założyć własną firmę.

Dotacja dla przyszłych przedsiębiorców w wysokości nie wyższej niż 6-krotna wysokość przeciętnego wynagrodzenia (w okresie od grudnia 2012 do lutego 2013 roku maksymalnie 21 061,32 zł).

Aby otrzymać wsparcie finansowe z PUP, powinieneś spełnić kilka warunków:

- **musisz być zarejestrowany jako bezrobotny w Urzędzie Pracy,**
- **Twoja przyszła działalność gospodarcza powinna być zarejestrowana na terenie powiatu podlegającego pod dany Urząd Pracy,**
- **nie możesz prowadzić działalności gospodarczej w okresie 12 miesięcy poprzedzających złożenie wniosku,**
- **musisz w odpowiednim czasie złożyć wniosek o dotację oraz biznesplan swojej działalności.**

Jednocześnie osoba ubiegająca się o dotację na założenie firmy, ma możliwość skorzystania z organizowanych przez urząd szkoleń i warsztatów z zakresu podstaw przedsiębiorczości i zarządzania. Wnioski o dotację składa się wyłącznie w formie pisemnej na obowiązującym w danym PUP druku. Jego wzór można pobrać ze strony internetowej urzędu albo uzyskać w jego siedzibie.

PUP nie wspiera popularnych branż handlu obnośnego i obwoźnego oraz działalności handlowo-usługowej polegającej na akwizycji.

Przyznane środki finansowe należy wykorzystać w ciągu 30 dni od dnia rozpoczęcia działalności gospodarczej. Zabezpieczeniem przyznanych środków jest zazwyczaj weksel z poręczeniem wekslowym.

Wsparcie w ramach programów współfinansowanych ze środków Unii Europejskiej

Program Operacyjny Kapitał Ludzki (POKL) Działanie 6.2 Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia jest przeznaczone dla osób planujących założenie własnej działalności gospodarczej.

Dotacja do 40 000 zł na osobę na pokrycie zakupu środków o charakterze inwestycyjnym i częściowo obrotowym.

Wsparcie pomostowe na pokrycie kosztów stałych (takich jak np. czynsz, składki ZUS) wypłacane przez pierwsze 6 miesięcy istnienia firmy, z możliwością przedłużenia go o kolejne 6 miesięcy, **wsparcie szkoleniowe i doradcze**.

Kryteria obowiązkowe, jakie musisz spełnić, aby przystąpić do projektu:

- **mieszkać na terenie powiatu/gminy objętej projektem,**
- **zamierzać rozpocząć prowadzenie działalności gospodarczej na terenie powiatu/gminy/województwa objętego projektem,**
- **nie mieć zarejestrowanej działalności gospodarczej w okresie 12 kolejnych miesięcy przed przystąpieniem do projektu,**
- **dostarczyć dokumenty rekrutacyjne, wymagane przez instytucję realizującą projekt.**

Instytucje realizujące tego typu projekty na obszarze Twojego zamieszkania możesz znaleźć na stronie Urzędu Marszałkowskiego lub Wojewódzkiego Urzędu Pracy.

Wszyscy kandydaci muszą złożyć formularz rekrutacyjny, a także przejść przez rozmowy i testy kwalifikacyjne oraz psychologiczne, które mają na celu ocenić zarówno realność Twojego pomysłu na nową działalność, ale również Twoje predyspozycje do bycia przedsiębiorcą. Suma ocen uzyskanych w procesie rekrutacji zdecyduje o Twoim udziale w projekcie.

We wniosku o dotację powinieneś opisać pomysł na swoją firmę, kierunki rozwoju, strategię marketingową oraz uzasadnić poszczególne wydatki finansowane z dotacji.

Uzyskanie wsparcia ze środków publicznych nakłada na Ciebie konieczność wypełnienia określonych zobowiązań:

- **musisz rozliczyć się z całej kwoty otrzymanej dotacji, przedstawiając faktury zakupu środków trwałych lub obrotowych,**
- **jesteś zobowiązany do utrzymania przedsiębiorstwa przez co najmniej 12 miesięcy od daty jego rejestracji.**

Przygotuj się na to, że czas zdobywania dotacji wynosi średnio ok. 6 miesięcy. Zanim napiszesz biznesplan, na podstawie którego przyznawane są dotacje, musisz przejść cykl szkoleń, co może trwać nawet 3 miesiące. W praktyce często zdarza się, że ostatecznie otrzymana dotacja może być niższa niż 40 000 zł.

Program Rozwoju Obszarów Wiejskich (PROW) 2007–2013

Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007–2013 to największy program pomocowy dla sektora rolno-spożywczego w historii naszego kraju, wdrażany przez Agencję Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa. Budżet programu (ponad 17,4 mld euro) jest tworzony z unijnych środków z Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (13,4 mld euro) i współfinansowany z budżetu krajowego (około 4 mld euro). Na pomoc z PROW 2007–2013 mogą liczyć zarówno rolnicy, jak i przedsiębiorcy. Wsparcie jest udzielane również tym, którzy promują rozwój kultury i tradycji polskiej wsi, jak również podnoszą jakość życia mieszkańców wsi, mobilizując ich do podejmowania inicjatyw pozarolniczych.

Pomoc finansowa udzielana w ramach PROW 2007–2013 skupia się na:

- **przyspieszaniu modernizacji gospodarstw rolnych,**
- **podwyższaniu konkurencyjności przetwórstwa spożywczego i jakości żywności,**
- **ożywieniu przemian w rolnictwie i rynku ziemi przez przyznawaniu rent strukturalnych oraz premii ułatwiających star zawodowy młodym rolnikom i finansowaniu scalania gruntów,**
- **zachęcaniu rolników do gospodarowania w sposób przyjazny środowisku oraz do zachowania rodzimych ras i cennych przyrodniczo siedlisk roślin,**
- **wspieraniu dopłatami ONW działalności rolniczej na terenach górskich i innych obszarach o niekorzystnych warunkach gospodarowania,**
- **polepszaniu lesistości kraju przez udzielanie pomocy finansowej na zalesianie gruntów o małej przydatności rolniczej,**
- **pobudzaniu przedsiębiorczości i tworzeniu nowych miejsc pacy na terenach wiejskich,**

- **odnowie wsi, rozbudzaniu aktywności jej mieszkańców i budowie kapitału społecznego na wsi,**
- **podwyższaniu kwalifikacji rolników i właścicieli lasów oraz ułatwianie im dostępu do płatnych usług doradczych,**
- **polepszaniu jakości życia na terenach wiejskich.**

Więcej informacji: Ustawa z dnia 7 marca 2007 r. o wspieraniu rozwoju obszarów wiejskich z udziałem środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich.

Działanie 311 – Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej

Dotacja w wysokości do **100 000 zł** przeznaczona wyłącznie na inwestycje związane z podjęciem lub prowadzeniem działalności nierolniczej. Dotacja refunduje te inwestycje **do wysokości 50% kosztów**.

Dotacja w ramach Działania 311 jest dedykowana rolnikom, ich domownikom lub małżonkom rolników:

- **którzy podlegali nieprzerwanie ubezpieczeniu społecznemu rolników w pełnym zakresie (ubezpieczenie emerytalno-rentowe i ubezpieczenie wypadkowe, chorobowe i macierzyńskie), przez co najmniej 12 miesięcy poprzedzających złożenie wniosku,**
- **którym w roku poprzedzającym rok złożenia wniosku o przyznanie pomocy, przyznano płatność od gruntów rolnych wchodzących w skład gospodarstwa rolnego posiadanego przez tego rolnika.**

Pozostałe warunki ubiegania się o dotację:

- **posiadanie obywatelstwa państwa członkowskiego Unii Europejskiej,**
- **ukończone 18 lat i nie ukończenie 60 roku życia,**
- **miejsce zamieszkania i realizacji inwestycji w miejscowości należącej do:**
  - **gminy wiejskiej,**
  - **gminy miejsko-wiejskiej, z wyłączeniem miast liczących powyżej 5 tys. mieszkańców,**
  - **gminy miejskiej, z wyłączeniem miejscowości powyżej 5 tys. mieszkańców.**
- **niepodleganie wykluczeniu z tytułu ubiegania się o przyznanie pomocy,**
- **niewystąpienie o przyznanie lub nieprzyznanie renty strukturalnej,**
- **nierealizowanie inwestycji jako wspólnik spółki cywilnej.**

Wnioski w ramach tego działania należy składać w **Oddziałach Regionalnych (OR) Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa (ARiMR)** właściwych ze względu na miejsce realizacji operacji na terenie całego kraju (są to niektóre miasta wojewódzkie i niektóre byłe miasta wojewódzkie).

Więcej informacji: Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 17 października 2007 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu przyznawania pomocy finansowej w ramach działania „Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej" objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007–2013.

Działanie 312 – Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw

O wsparcie w ramach Działania 312 mogą się starać potencjalni beneficjenci, **którzy nie podlegają przepisom o ubezpieczeniu społecznym rolników w pełnym zakresie**. Warunkiem jest stworzenie przynajmniej jednego **nowego miejsca pracy w nowej lub rozwijającej się firmie**.

Wysokość dotacji zależy od liczby zadeklarowanych do utworzenia przez przedsiębiorcę miejsc pracy (w przeliczeniu na pełne etaty średnioroczne) i wynosi od 100 do 300 tys. zł. **Samozatrudnienie** również liczone jest jako powstanie nowego miejsca pracy. Nie ma jednak możliwości finansowania miejsc pracy dla osób będących członkami rodziny.

O dotację mogą ubiegać się:

- **osoby fizyczne,**
- **osoby prawne – podejmujące lub prowadzące działalność gospodarczą,**
- **spółki prawa handlowego nieposiadające osobowości prawnej,**
- **wspólnicy spółek cywilnych – prowadzący działalność gospodarczą, którym został nadany numer identyfikacyjny w trybie przepisów o krajowym systemie ewidencji producentów, ewidencji gospodarstw rolnych i ewidencji wniosków o przyznanie płatności.**

Osoba fizyczna ubiegająca się o pomoc musi spełniać warunek, iż w okresie 2 lat poprzedzających złożenie wniosku o przyznanie pomocy nie korzystała ze środków w ramach działania 6.2 POKL, o którym mowa wcześniej.

O pomoc mogą ubiegać się podmioty, których miejsce zamieszkania i miejsce realizacji inwestycji znajduje się w miejscowości należącej do:

- gminy wiejskiej lub
- gminy miejsko-wiejskiej, z wyłączeniem miast liczących powyżej 5 tys. mieszkańców, lub
- gminy miejskiej, z wyłączeniem miejscowości powyżej 5 tys. mieszkańców

A w przypadku podmiotów, które świadczą usługi dla gospodarstw rolnych lub leśnictwa, miejsce zamieszkania i miejsce realizacji znajduje się w miejscowości należącej do:

- gminy wiejskiej lub
- gminy miejsko-wiejskiej, z wyłączeniem miast liczących powyżej 20 tys. mieszkańców, lub
- gminy miejskiej, z wyłączeniem miejscowości powyżej 5 tys. mieszkańców.

Wnioski w ramach tego działania, podobnie jak poprzedniego, należy składać w OR ARMiR.

Więcej informacji: Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 17 lipca 2008 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu przyznawania oraz wypłaty pomocy finansowej w ramach działania „Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw" objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007–2013.

Lokalne Grupy Działania i podejście Leader

O środki na Działania 311 i 312 można ubiegać się również w ramach tzw. **osi 4 PROW Leader**. Leader jest oddolnym partnerskim podejściem do rozwoju obszarów wiejskich, realizowanym przez Lokalne Grupy Działania (LGD). LGD tworzą przedstawiciele trzech sektorów: publicznego, gospodarczego i społecznego, którzy dla obszaru, na jakim działa LGD przyjęli tzw. Lokalną Strategię Rozwoju (LSR). Obszar, dla którego opracowano LSR musi znajdować się w granicach administracyjnych:

- **gmin wiejskich,**
- **gmin miejsko-wiejskich, z wyłączeniem miast liczących powyżej 20 tys. mieszkańców,**
- **gmin miejskich, z wyłączeniem miejscowości liczących powyżej 5 tys. mieszkańców.**

Strategia wskazuje planowane kierunki rozwoju regionu w oparciu o istniejące zasoby ludzkie, naturalne, kulturowe, historyczne, a także wiedzę i umiejętności mieszkańców. Lokalna grupa działania dysponuje budżetem i wybiera projekty, których realizacja przyczyni się do osiągnięcia celów wspólnie opracowanej lokalnej strategii rozwoju.

Zastanawiając się nad własnym pomysłem na działalność gospodarczą warto zapoznać się z LSR, na ile nasza działalność będzie zbieżna z kierunkami rozwoju gospodarczego regionu i jakie będą w związku z tym możliwości skorzystania ze środków finansowych na rozpoczęcie naszej działalności. **W ramach Leadera możemy składać wnioski zarówno na Działanie 311, jak i 312, przy czym wnioski składane są do właściwej LGD. W tym przypadku wniosek musi spełniać nie tylko wszystkie wymienione wcześniej kryteria, ale również wpisywać się w lokalną strategię rozwoju. Zaakceptowane przez LGD wnioski trafiają jeszcze do oceny do OR ARiMR.**

Lokalne Grupy Rybackie nie tylko nad morzem…

Podobnie do Lokalnych Grup Działania funkcjonują Lokalne Grupy Rybackie (LGR), które powstały jako instrument pomocny we wdrażaniu **Programu Operacyjnego Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa i nadbrzeżnych obszarów rybackich 2007–2013**, którego celem jest rozwój obszarów zależnych od rybactwa. Nie dotyczy to wyłącznie województw nadmorskich, ale również takich, gdzie prowadzone jest rybactwo śródlądowe, chów i hodowla ryb czy turystyka rybacka. LGR zobowiązane są również do opracowania Lokalnej Strategii Rozwoju Obszarów Rybackich, a w ramach tzw. osi 4 można ubiegać się o dofinansowanie:

- **inwestycji na restrukturyzację i reorientację działalności gospodarczej na danym obszarze,**
- **propagowanie ekoturystyki,**
- **tworzenia dodatkowych miejsc pracy poza sektorem rybactwa,**
- **inwestycje zmierzające do podniesienia wartości produktów rybactwa,**
- **wspieranie infrastruktury turystycznej i związanej z drobnym rybactwem oraz usług na rzecz małych społeczności rybackich.**

O środki z tego programu mogą ubiegać się wszyscy mieszkańcy obszaru objętego strategią, w szczególności przedstawiciele szeroko pojętego sektora rybackiego – hodowcy i przetwórcy ryb, armatorzy, rybacy śródlądowi oraz osoby zatrudnione przez te podmioty, jak również podmioty zajmujące się tzw. działalnością około rybacką, tj. związaną z obsługą działalności rybackiej (naprawa sprzętu do połowu ryb itp.). Będą oni mogli liczyć na dofinansowanie operacji związanych z restrukturyzacją działalności gospodarczej i tworzeniem dodatkowych miejsc pracy poza tym sektorem. Finansowanie odbywa się na zasadzie zwrotu kosztów do wysokości 100% tych kosztów.

Więcej informacji: Rozporządzanie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 15 października 2009 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu przyznawania, wypłaty i zwracania pomocy finansowej na realizację środków objętych osia priorytetową 4 – Zrównoważony rozwój obszarów zależnych od rybactwa, zawarta w programie operacyjnym „Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa i nadbrzeżnych obszarów rybackich 2007–2013".

Rozdział 3

Pożyczka czy leasing?

Decydując się na rozpoczęcie działalności, nie musisz dysponować całą niezbędną kwotą od razu. Możesz otrzymać dotację albo skorzystać z innych **zewnętrznych źródeł finansowania** działalności.

Najbardziej powszechnym jest **kredyt bankowy**, czyli pożyczka pieniężna zaciągnięta w banku na określony cel, czas i procent. Pamiętaj, aby uzyskać kredyt, musisz mieć tzw. zdolność kredytową, a więc możliwość spłaty zaciągniętego zobowiązania w terminach i wysokościach określonych w umowie. Banki zażądają też zabezpieczenia pożyczonej kwoty oraz często biznesplanu. Nie wszystkie banki udzielają kredytów na rozpoczęcie działalności. Nie przejmuj się, są też inne formy finansowania zewnętrznego.

Co jest lepsze dla firmy – pożyczka czy leasing?

Pożyczka jest to udzielenie przez osobę fizyczną albo instytucję finansową określonej kwoty środków pieniężnych na oznaczony czas i procent. W przeciwieństwie do kredytu bankowego nie zawsze jest konieczne podanie celu, na jaki pieniądze zostaną wydatkowane.

Z pożyczki możesz sfinansować zarówno nakłady inwestycyjne, jak i tzw. środki obrotowe (zakup towarów, materiałów, surowców). Zakupione środki trwałe stanowią własność firmy, a ich amortyzacja jest kosztem uzyskania przychodu, podobnie jak odsetki od spłacanej pożyczki.

Jest wiele instytucji, które udzielają pożyczek. Zanim skorzystasz z ich oferty, dokładnie zapoznaj się z regulaminem udzielenia pożyczki i umową! Zwróć uwagę na wysokość oprocentowania, prowizji i opłat dodatkowych! Zobacz jaka jest procedura i wysokość opłat w przypadku, kiedy spóźnisz się ze spłatą! Sprawdź instytucję, która pożycza Ci pieniądze!

Zanim podejmiesz decyzję o zaciągnięciu pożyczki, sprawdź **kilka instytucji finansowych**. Poznaj opinię osób, które skorzystały z ich oferty. Sprawdzonymi instytucjami są **Fundusze Pożyczkowe**, zrzeszone w Polskim Stowarzyszeniu Funduszy Pożyczkowych, które zostały dofinansowane ze środków publicznych lub środków Unii Europejskiej i których misją jest wspieranie mikro i małych przedsiębiorstw.

W odróżnieniu od banków, w funduszu pożyczkowym o pożyczkę mogą starać się zarówno osoby bezrobotne, które chcą rozpocząć własną działalność, jak i przedsiębiorcy już działający. Pożyczka może być przeznaczona na tworzenie nowych miejsc pracy, finansowanie działalności bieżącej lub inwestycyjnej.

Fundusze stosują zazwyczaj uproszczoną procedurę – nie wymagają biznesplanów, pomagają w przygotowaniu analizy finansowej przedsięwzięcia. Jako zabezpieczenie udzielanych pożyczek przyjmują poręczenia wekslowe osób trzecich, a po uzgodnieniu z pożyczkobiorcą – wszelkie inne dostępne formy zabezpieczenia.

Prostą i szybką formą finansowania inwestycji jest **leasing**.

Leasing jest taką formą finansowania inwestycji, gdzie na mocy umowy leasingodawca (finansujący) przekazuje leasingobiorcy dobra inwestycyjne w użytkowanie w zamian za określone płatności (raty leasingowe).

Z punktu widzenia relacji między leasingobiorcą i leasingodawcą wyróżniamy leasing **operacyjny** i **finansowy**.

Leasing operacyjny to rodzaj finansowania, w którym przedmiot leasingu (np. samochód, maszyna) należy do leasingodawcy. W związku z tym, przedsiębiorca nie ma możliwości dokonywania odpisów amortyzacyjnych. Korzyścią dla przedsiębiorcy jest natomiast to, że płacone przez niego raty leasingowe, wraz z opłatą wstępną, stanowią koszt uzyskania przychodu. Do każdej raty doliczany jest podatek VAT. Na zakończenie leasingu operacyjnego leasingobiorca ma prawo odkupić przedmiot leasingu.

Leasing finansowy to taki rodzaj finansowania, w którym kosztem przedsiębiorcy jest tylko część odsetkowa raty leasingowej. Wraz z podpisaniem umowy przedsiębiorca może dokonywać odpisów amortyzacyjnych zakupionego środka trwałego. Ponadto VAT płatny jest w całości z góry, przy pierwszej racie leasingowej, po dokonaniu odbioru przedmiotu leasingu. W leasingu finansowym nie istnieje opcja wykupu – przedmiot leasingu przechodzi na własność przedsiębiorcy wraz z zapłaceniem ostatniej raty leasingowej.

Jak zauważyłeś obie formy finansowania mają wiele zalet i korzyści. Które źródło finansowania jest lepsze? Zależy to od wielu czynników i charakteru planowanej czy prowadzonej działalności, jak również od jej skali i potrzeb finansowych.

Rozdział 4

Kolejny krok w przód – czyli jak zatrudnić pracownika?

Podejmując decyzję o zatrudnienia pracownika/-ów, musisz być niezwykle ostrożny. Angażuj pracowników tylko wtedy, gdy zwiększy to rentowność firmy. Zastanów się, czy dane stanowisko jest naprawdę niezbędne. **Pamiętaj, że wynagrodzenie pracownika etatowego rozpatrywane w krótkim okresie to koszt stały** i musisz się upewnić, że jego poniesienie jest naprawdę nieuniknione.

Jeżeli już podjąłeś decyzję, to dołóż starań, aby wybrać odpowiednią osobę, a ze wszystkimi formalnościami zwróć się do biura rachunkowego. Pamiętaj, że każda osoba przyjmowana do pracy powinna poddać się wstępnym badaniom lekarskim, być zgłoszoną do ZUS i mieć podpisaną umowę o pracę.

Prawo pracy przewiduje kilka rodzajów umów o pracę: umowa na czas określony, umowa na okres próbny, umowa na zastępstwo, umowa na czas nieokreślony.

Umowę o pracę zawiera się na piśmie, co najmniej w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, z których jeden jest dla pracownika, a drugi włącza się do jego akt osobowych.

Inną formą zatrudnienia są umowy cywilnoprawne, które nie podlegają uregulowaniom kodeksu pracy. Do najpopularniejszych należą: umowa zlecenie i umowa o dzieło.

ABC przedsiębiorczości na obszarach wiejskich

część 5

Moja droga do sukcesu – Historie prawdziwe

część 5

część 5

Moja droga do sukcesu
– Historie prawdziwe

część 5

Na potwierdzenie tego, że na wsi również można z sukcesem zarejestrować i prowadzić własną firmę, zatrudniać innych i robić to, co się lubi, poniżej prezentujemy kilka przykładów z życia wziętych. Są to historie ludzi, którzy dzięki swojej pasji, zaangażowaniu, ale także solidnej pracy odnieśli zawodowy sukces, realizując się w pracy na własny rachunek. Ambitni przedsiębiorcy z obszarów wiejskich to beneficjenci Fundacji na rzecz Rozwoju Polskiego Rolnictwa. Dotacje i pożyczki pozwoliły im nie tylko rozpocząć własną działalność, ale i z powodzeniem ją rozwijać (Team Solutions, Sianoploty, Andrzejówka). Wśród zaprezentowanych przykładów znajdują się także laureaci ogólnopolskiego konkursu „Sposób na sukces" (Tradycyjna Wędzarnia Warmińska, Zakład Usług Leśnych „Drzewko"), organizowanego przez Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie. Chcielibyśmy podkreślić, że wszystkie firmy istnieją i wciąż prężnie działają na obszarach wiejskich.

FIRMA: Team Solution

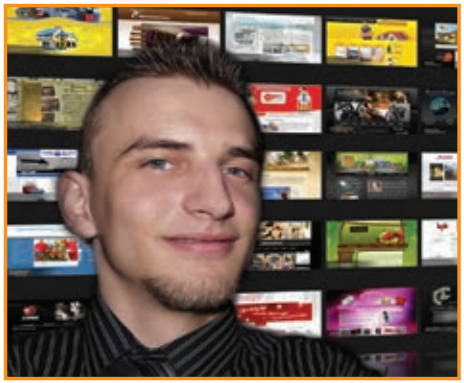
Właściciel: Krzysztof Guzik
Lokalizacja: Limanowa (woj. małopolskie)
Strona internetowa: www.teamsolution.pl

Pan Krzysztof Guzik to młody ambitny przedsiębiorca z powiatu limanowskiego, który łączy swoją pasję z karierą zawodową. Fakt, że pochodzi z małej podbeskidzkiej wioski nie przeszkodził mu w realizacji własnych marzeń. Dzieląc czas na obowiązki szkolne i pomoc rodzicom przy gospodarstwie rolnym, starał się rozwijać własne zainteresowania komputerowe. Nie opuścił wsi w poszukiwaniu pracy, jak większość jego rówieśników. Wprost przeciwnie, od zawsze związany ze wsią postanowił znaleźć taki rodzaj pracy, aby móc ją wykonywać nawet z domu. Uznał natomiast, że nie posiada perspektyw jako rolnik i postanowił kształcić się w innej dziedzinie.

Jak sam przyznaje, do założenia własnej działalności gospodarczej skłonił go brak perspektyw w rodzinnym gospodarstwie. Zatrudnienie w innych firmach nie dawało mu możliwości rozwoju. Zdaniem pana Krzysztofa, każdy klient potrzebuje indywidualnego podejścia i niestandardowych rozwiązań.

Postanowił zatem spróbować pracować na własny rachunek w branży informatycznej. Aby się dobrze przygotować do rozpoczęcia własnej działalności, uczestniczył w szkoleniach z przedsiębiorczości oraz tworzenia biznesplanu. Korzystał też ze wsparcia finansowego w formie dotacji, co umożliwiło mu zakup sprzętu i oprogramowania niezbędnego do rozpoczęcia działalności. W trakcie szkoleń nauczył się, jak ważne jest zbadanie potrzeb klientów i zaproponowanie im właściwie dobranego produktu.

Firma pana Krzysztofa łączy w sobie trzy dziedziny nowoczesnej promocji. Team Solution zajmuje się tworzeniem stron internetowych, poligrafią oraz reklamą. Według młodego i utalentowanego przedsiębiorcy, kompleksowe połączenie usług daje mu przewagę nad konkurencją. Pan Krzysztof skupia się przede wszystkim na zamówieniach lokalnych klientów, ale potrafi też sprostać zleceniom ogólnopolskim. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom odbiorców, przygotował wszechstronny plan rozwoju firmy. Zamierza z czasem zatrudnić pracowników i zwiększyć ofertę usługową.



FIRMA: Sianoploty

Właściciel: Zuzanna Sikora

Lokalizacja: Stawno (woj. zachodniopomorskie)

Pani Zuzanna Sikora mieszka we wsi Stawno. Zawsze była osobą bardzo aktywną. Oprócz tego, że uprawia rolę i pielęgnuje rośliny w przydomowym ogrodzie, pełni funkcję sołtysa, to jeszcze od 15 lat zajmuje się rękodziełem ludowym. Początkowo traktowała to wyłącznie jako hobby, które pozwalało jej na odpoczynek od rolniczych obowiązków. Pomysł na założenie własnej działalności gospodarczej zrodził się z potrzeb finansowych, a także wymagań rynku. Panią Zuzannę przekonało bowiem rosnące zainteresowanie wykonanymi ręcznie ozdobami na festynach i jarmarkach.

Utalentowana, ale i przedsiębiorcza kobieta podkreśla, że oprócz możliwości zapewnienia dochodu, założenie firmy zintegrowało rodzinę, angażując do pracy wszystkich jej członków. Mieszkanka Stawna, nie licząc talentu, posiada także potencjał przedsiębiorcy.

Poza prowadzeniem firmy i pełnieniem funkcji sołtysa, aktywna kobieta od lat kieruje Stowarzyszeniem „Szansa", wspierającym rozwój wsi Stawno poprzez promocję tradycji i kultury ludowej. Przykładem jest chociażby zorganizowane wiejskie wesele, podczas którego mieszkańcy wsi i turyści byli świadkami staropolskich zrękowin i brali udział w hucznej biesiadzie.

W swej pracy Pani Zuzanna wykorzystuje także potencjał wsi, kultywując jej kulturę lokalną oraz dziedzictwo pokoleń. Podstawowymi produktami jej działalności są wyroby z siana, słomy oraz owoców lasu: szyszek, żołędzi, kasztanów, kory. Jak sama przyznaje, wiele tych materiałów pozyskiwanych jest podczas plenerowych wycieczek rodzinnych. Inne oferowane artykuły to galanteria drewniana oraz wyroby z ceramiki glinianej. Wystarczy odrobina wyobraźni, aby już za chwilę spod palców artystki wyszły słomiane anioły, wiklinowe kosze, gliniane dzbany bądź zrobione z drewna karmniki.

Szkolenie z przedsiębiorczości pozwoliło pani Zuzannie na zapoznanie się z zasadami funkcjonowania firmy, a dotacja umożliwiła zakup niezbędnych maszyn do uruchomienia warsztatu. Jej zdaniem, sprzedaż produktów ulega niewielkim wahaniom sezonowym, ale różnorodność prac i usług stwarza możliwość przystosowania działalności do potrzeb klientów. Nabywców znajduje wśród turystów, firm i instytucji, a także za pośrednictwem Internetu. Współpracuje również z urzędami gminy i starostwem.

FIRMA: Andrzejówka

Właściciel: Andrzej Modzelewski

Lokalizacja: Wola Zambrowska (woj. podlaskie)

Pan Andrzej Modzelewski, podobnie jak inni rolnicy z podlaskich wsi, wiódł spokojne życie, prowadząc niewielkie gospodarstwo w okolicy Biebrzańskiego i Narwiańskiego Parku Narodowego. Poza uprawą roli szukał dodatkowych źródeł utrzymania. Chciał przy tym wykorzystać swoje dotychczasowe umiejętności i fachową wiedzę rolniczą. Postanowił założyć własną firmę produkującą wyroby z produktów z własnego gospodarstwa.

Pan Andrzej jest przykładem przedsiębiorczego rolnika, który wykorzystał potencjał swojego regionu. Dzięki pożyczce mógł zrealizować swój pomysł i zakupić niezbędne narzędzia, umożliwiające np. tradycyjny wypiek chleba. Skupił się na wyrobie i sprzedaży produktów lokalnych, które nie zawierają środków chemicznych. Otrzymał certyfikat gospodarstwa ekologicznego. Poprzez swoją działalność promuje lokalną sztukę kulinarną oraz własną wieś. Jego kumpie wieprzowe z komina, chleb pytlowy na zakwasie czy mirabelkowa śliwowica błyskawicznie zdobyły podziw wśród miłośników regionalnych specjałów z całej Polski. Dzięki swej pracy zyskał też uznanie w oczach koneserów kuchni, otrzymując wiele prestiżowych nagród.

Pan Andrzej, zmotywowany sukcesem swej firmy, nie zamierza spocząć na laurach. Chciałby poszerzyć działalność o serwującą lokalne potrawy „Karczmę Żubrów", która wyróżniałaby się pośród innych lokali gastronomicznych tradycyjną kuchnią, opartą na staropolskich recepturach z Podlasia. Ponadto pan Andrzej planuje stworzenie warsztatu szynkarskiego. Chciałby też zająć się organizacją warsztatów, zapewniając miłośnikom kultury regionalnej możliwość nauki wypieku chleba, wyrobu mięsa, kowalstwa, a nawet darcia pierza i dojenia krów.

FIRMA: Zakład Usług Leśnych „Drzewko”

Właściciel: Katarzyna Lubera

Lokalizacja: Srokowo (woj. warmińsko-mazurskie)

Pani Katarzyna Lubera rozpoczęła swoja działalność gospodarczą w 2000 roku jako Zakład Usług Leśnych „Drzewko“, świadczący usługi z zakresu gospodarki leśnej dla Nadleśnictwa Srokowo. Początkowo przedsiębiorcza bizneswoman dysponowała tylko jednym ciągnikiem i pługiem rolniczym, a stan zatrudnienia wynosił 6 osób. Pomysł na firmę polegał na oferowaniu usług z zakresu gospodarki leśnej w lasach prywatnych oraz dostawie drewna opałowego i kominkowego do gospodarstw domowych na terenie powiatu kętrzyńskiego.

Obecnie w firmie pani Katarzyny zatrudnienie na umowę o pracę znalazło 25 wykwalifikowanych specjalistów. Ponadto „Drzewko“ posiada także dwie firmy leśne w charakterze podwykonawców. Dziś Zakład Usług Leśnych dysponuje bogatym wyposażeniem maszynowym i oferuje usługi z zakresu hodowli i ochrony lasu, zalesiania oraz ochrony przeciwpożarowej. Łączna powierzchnia gruntów leśnych, na których firma pani Katarzyny świadczy swoje usługi wynosi prawie 3 tys. hektarów.

Pani Katarzyna udowadnia, że jest przedsiębiorczą kobietą nie bojącą się wyzwań. Zakład Usług Leśnych współpracuje z Uniwersytetem Przyrodniczym w Poznaniu, Stowarzyszeniem Leśnictwa i Drzewnictwa w Olsztynie oraz Powiatowym Urzędem Pracy. Planowane jest podjęcie współpracy z Lokalną Grupą Działania, funkcjonującą w ramach programu Leader.

Na prowadzenie działalności mieszkanka Srokowa przeznaczyła w znacznej części środki własne. Nie bała się jednak skorzystać także z kredytu obrotowego i inwestycyjnego, zaciągniętego na zakup sprzętu, dzięki czemu jej Zakład Usług Leśnych stanowi przykład dobrych praktyk dla innych rolników.

FIRMA: Tradycyjna Wędzarnia Warmińska

Właściciel: Jarosław Parol
Lokalizacja: Kaborno (woj. warmińsko-mazurskie)
Strona internetowa: www.parolryby.pl

Gospodarstwo rolno-rybackie, które pan Jarosław Parol prowadził wraz ze swoją małżonką w jednej z podmazurskich wsi, nie pozwalało na utrzymanie rodziny. Chcąc zapewnić byt najbliższym, postanowił wykorzystać potencjał i wieloletnie doświadczenie i rozpocząć działalność gospodarczą opartą na tradycyjnym wędzeniu ryb.

Początkowo w zakładzie pracowała tylko jedna osoba. Potem zaangażowała się cała rodzina. Obecnie Tradycyjna Wędzarnia Warmińska jest członkiem Europejskiej Sieci Regionalnego Dziedzictwa Kulinarnego Warmia, Mazury, Powiśle. Zlokalizowana jest 15 km od Olsztyna, w malowniczej miejscowości Kaborno, na terenie gospodarstwa rybackiego zajmującego się hodowlą ryb, głównie pstrąga tęczowego i potokowego oraz karpia i jesiotra. Ryby są wędzone w piecu wykonanym z czerwonej cegły, związanej glinką szamotową. Sekretem ich niepowtarzalnego smaku jest sposób przygotowania. Każda ryba po wypatroszeniu jest ręcznie nacierana solą, przechowywana przez 10 do 24 godzin w chłodnym i zaciemnionym miejscu. Następnie jest płukana i starą warmińską metodą zawieszana na haczykach, dzięki czemu zachowuje swój pierwotny kształt w czasie wędzenia.

Pan Jarosław jest jedynym producentem na rynku lokalnym, który kultywuje tradycyjne wędzenie ryb, stanowiące element dziedzictwa kulturowego regionu. Pielęgnacja kulinarnych zwyczajów mazurskich rybaków pozwala na edukowanie i tworzenie tożsamości lokalnej społeczności, przy wykorzystaniu naturalnych walorów regionu.

Firma stale się rozwija. W najbliższym czasie planowane jest poszerzenie asortymentu o marynaty i konserwy rybne. Pan Jarosław zamierza też uruchomić drugi moduł wędzarniczy, który pozwoli na podwojenie mocy produkcyjnych zakładu.

ABC przedsiębiorczości na obszarach wiejskich

część 6

Polecane źródła informacji

część 6

część 6

Polecane źródła informacji

część 6

Informacje prawne, dokumenty, rozporządzenia:

- Sejm Rzeczypospolitej Polskiej
  www.sejm.gov.pl
- Dziennik Urzędowy Rzeczypospolitej Polskiej Monitor Polski
  www.monitorpolski.gov.pl

Portale informacyjne:

- Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa – dotacje w ramach PROW
  www.arimr.gov.pl
- Portal Funduszy Europejskich Program Kapitał Ludzki
  www.efs.gov.pl
- Program Rozwoju Obszarów Wiejskich (PROW)
  www.minrol.gov.pl/pol/Wsparcie-rolnictwa-i-rybolowstwa/PROW-2007-2013
- Unia dla Przedsiębiorczych – Program Konkurencyjność
  www.konkurencyjnosc.gov.pl
- Fundusze Strukturalne – Serwis Informacyjny Ministerstwa Rozwoju Regionalnego
  www.funduszestrukturalne.gov.pl
- Portal Innowacji
  www.pi.gov.pl
- Portal e-deklaracje Ministerstwa Finansów
  www.e-deklaracje.mf.gov.pl
- Krajowy System Usług Małych i Średnich Przedsiębiorstw
  www.ksu.parp.gov.pl

Instytucje wspierające przedsiębiorczość:

- Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa
  www.arimr.gov.pl
- Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)
  www.parp.gov.pl
- Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie
  www.cdr.gov.pl
- Wojewódzkie Ośrodki Doradztwa Rolniczego I Fundacja na rzecz Rozwoju Polskiego Rolnictwa
  www.fdpa.org.pl
- Fundacja Wspomagania Wsi
  www.fww.org.pl
- Ośrodek Promowania i Wspierania Przedsiębiorczości Rolnej
  www.opiwpr.org.pl

Ministerstwa, urzędy i instytucje:

- Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi
  www.minrol.gov.pl
- Ministerstwo Finansów
  www.mf.gov.pl
- Ministerstwo Gospodarki
  www.mg.gov.pl
- Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej
  www.mpips.gov.pl
- Zakład Ubezpieczeń Społecznych
  www.zus.pl
- Kasa Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego
  www.krus.gov.pl
- Państwowa Inspekcja Pracy
  www.pip.gov.pl
- Główny Urząd Statystyczny
  www.stat.gov.pl/GUS
- Publiczne Służby Zatrudnienia i Wojewódzkie Urzędy Pracy
  www.psz.praca.gov.pl

Pożyczki i poręczenia:

- Fundacja na rzecz Rozwoju Polskiego Rolnictwa
  www.fdpa.org.pl
- Polskie Stowarzyszenie Funduszy Pożyczkowych
  www.psfp.org.pl
- Krajowe Stowarzyszenie Funduszy Poręczeniowych
  www.ksfp.org.pl

PSYCHOZABAWA

Jak myślisz, dlaczego ludzie podejmują działalność gospodarczą na własny rachunek? Wybierz jedną z poniższych odpowiedzi i sprawdź co z tego wynika (s. 112).

A Z KONIECZNOŚCI

Nie mogę zdobyć pracy u kogoś, a muszę zdobyć i posiadać środki na utrzymanie siebie i rodziny.

B CHCĄ BYĆ „PANEM" SAMEGO SIEBIE

Nawet jeśli przyjdzie mi dłużej pracować za niższe wynagrodzenie, przy większym stresie, wolę pracować dla siebie.

C Z OKAZJI

Pojawia się pewna wyjątkowa i niepowtarzalna sytuacja, którą muszę wykorzystać prowadząc własną firmą.

Jeśli wybrałeś możliwość A:

Osiągniesz sukces i Twoja firma będzie działała, jeśli poświęcisz jej długie godziny ciężkiej pracy, będziesz szybko reagował na nowe pojawiające się sytuacje, będziesz starał się osiągać jak najwyższy zysk z każdej zainwestowanej złotówki w każdej chwili.

Jeśli wybrałeś możliwość B:

Gotowość ponoszenia ryzyka, chęć zmagania się z przeciwnościami losu i walki są cenne i prowadzą do sukcesu. Ludzie tacy jak Ty są wytrwali, dobrze czują się w biznesie i dobrze im to wychodzi.

Jeśli wybrałeś możliwość C:

Twoim celem jest osiągnięcie wysokiego zysku, zanim konkurencja się „obudzi" i stanie się silna. Kieruje Tobą chęć wykorzystania nadarzającej się okazji. Jeśli rzeczywiście wypatrzyłeś okazję na dobry interes, wiedz, że tylko przez krótki okres czasu będziesz cieszył się z efektów. Musisz działać tak szybko jak to możliwe i elastycznie reagować na pojawiające się nowości.

TEST PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

W ocenie poziomu przedsiębiorczości może pomóc rozwiązanie krótkiego testu. Składa się on z pytań i stwierdzeń. Przy tych z którymi się zgadzamy, należy napisać T (dla tak) lub N (dla nie). Ważne jest, aby na pytania odpowiadać spontanicznie i zaznaczać te odpowiedzi, które przychodzą jako pierwsze na myśl po przeczytaniu pytania.

LP	PYTANIE	ODPOWIEDŹ TAK / NIE
1.	**Ważniejsze jest życie w spokoju od ciągłego poszukiwania i dążania do nowych celów.**	
2.	**Odpowiadałaby Ci sytuacja, gdybyś był sam dla siebie szefem.**	
3.	**Jesteś osobą, która szybko się irytuje.**	
4.	**Zawsze traktujesz osobę będącą twoim przełożonym lub mającą nad Tobą władzę z ostrożnością i respektem.**	
5.	**Gdy rozmawiasz z osobami z władz lub Twoimi przełożonymi, czujesz się rozluźniony i pewny.**	
6.	**Często martwisz się drobnymi sprawami.**	
7.	**Wolisz pracować z osobą trudną i dobrze znającą się na zagadnieniu niż zgodną, ale niezbyt kompetentną.**	
8.	**Masz tendencję do bycia pesymistą i osobą zbyt ostrożną w sytuacjach trudnych.**	
9.	**Dobrze się czujesz w towarzystwie, gdzie wszyscy sobie żartują i robią nawzajem kawały?**	
10.	**Miałbyś coś przeciwko, aby wyjechać do mało atrakcyjnej części kraju, gdyby to była forma promocji, awansu?**	
11.	**Potrafisz wykonywać pracę monotonną i powtarzającą się bez uczucia znudzenia.**	
12.	**Mógłbyś osiągnąć więcej, gdyby bardziej doceniano Twoje wysiłki.**	

LP	PYTANIE	ODPOWIEDŹ TAK / NIE
13.	Denerwuje Cię marnotrawstwo (włączone niepotrzebnie światło, wyrzucona żywność).	
14.	Czujesz się zrelaksowany wyjeżdżając na wakacje?	
15.	Za dużo jest praw i zasad obowiązujących w dzisiejszych czasach.	
16.	Starałeś się pracować ciężko, aby być wśród najlepszych w swojej dziedzinie.	
17.	Denerwujesz się, kiedy Twój zegarek źle działa.	
18.	Tolerujesz całkowicie odmienne od Twoich poglądy i szanujesz opinie innych osób.	
19.	Ograniczasz swoje życie towarzyskie lub rekreację, aby pracować efektywnie.	
20.	Masz opory przed traktowaniem nazbyt uprzejmie osób, z którymi kontakt mógłby się przydać w Twojej karierze.	
21.	Jest ważne, aby osiągnąć większy sukces niż osoby płci przeciwnej.	
22.	Jesteś zły, gdy ludzie są niepunktualni.	
23.	Ważniejsze jest dla Ciebie, aby być sobą niż poprawianie swojego wizerunku.	
24.	Lubisz poprawiać sobie humor poprzez stosowanie używek (alkohol).	
25.	Czujesz się źle i niespokojnie, gdy marnujesz swój czas.	
26.	Lubisz gry hazardowe (toto-lotek, zakłady piłkarskie, ruletkę, losy).	

LP	PYTANIE	ODPOWIEDŹ TAK / NIE
27.	Lubisz wprowadzać zmiany i ulepszenia w firmie i jej sposobie działania.	
28.	Z trudem zapominasz o pacy po jej zakończeniu.	
29.	Denerwuje Cię brak wydajności.	
30.	Denerwuje Cię, gdy przełożony mówi ci co masz robić.	
31.	Lubisz żartować sobie z innych.	
32.	Cierpisz na bezsenność.	
33.	Denerwuje Cię, kiedy Twój zwierzchnik mówi ci, jak lepiej wykonywać Twoją pracę.	
34.	Potrafisz wybaczyć koleżance, koledze ich brak wiedzy lub umiejętności tak długo, jak długo są dla Ciebie mili.	
35.	Ktoś, kto wstępuje w związek małżeński głównie z powodów finansowych lub wpływów jest nierozsądny.	
36.	Po wykonaniu dobrej pacy często masz poczucie, że mógłbyś to zrobić jeszcze lepiej.	

ODPOWIEDZI:

Za odpowiedź TAK na pytania nr: 2, 3, 5, 6, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 25, 27, 29, 30, 31, 32, 33, 36 zapisz sobie po 1 punkcie.

Za odpowiedź NIE na pytania nr: 1, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 14, 23, 24, 26, 28, 34, 35 zapisz sobie po 1 punkcie.

ZSUMUJ WYNIKI I SPRAWDŹ JAKIM TYPEM PRZEDSIĘBIORCY JESTEŚ

0–10 PUNKTÓW – TYPOWI PODWŁADNI

Osoby, u których brak jakichkolwiek cech do prowadzenia działalności na własny rachunek.

11–19 PUNKTÓW – RZETELNI BANKIERZY

Nie lubisz podejmować ryzyka. Masz naturę osoby rozważnej i dokładnej. Wolisz obserwować działania innych osób niż być przywódcą. Nie musisz mieć stałego kontaktu z ludźmi. Odpowiada ci spokojna praca i ograniczona odpowiedzialność. Wolisz wypełnić polecenia niż je wydawać. Sprawdzisz się w tych działaniach, gdzie potrzebne jest myślenie analityczne i precyzja. Można Ci powierzyć pieniądze bez obawy, że zrobisz z nimi coś ryzykownego. Sprawdzisz się we wszystkich działaniach wymagających dokładności.

20–24 PUNKTÓW – KIEROWNICY Z CECHAMI PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Lubisz być z ludźmi, organizować im pracę, planować nieduże przedsięwzięcia i kontrolować bieżące działania. Podejmowanie ryzyka w Twoim przypadku ma dużo wspólnego z chłodną kalkulacja. Nadmiar fantazji i zbytnie ryzyko w działaniach u innych ludzi cię drażni. Współpraca z innymi nie stanowi dla Ciebie żadnego problemu, umiesz dostosować się do grupy. Obowiązki wypełniasz zgodnie z poleceniami. Lubisz wiedzieć, co konkretnego wynika z Twoich działań. Poszukujesz rozwiązań pewnych, sprawdzonych i już wcześniej wykorzystanych. Sprawdzisz się jako przedsiębiorca niedużego przedsiębiorstwa, kierownik grupy ludzi uporządkowanych.

25–30 PUNKTÓW – PRZEDSIĘBIORCY Z SILNYMI TENDENCJAMI DO PROWADZENIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI

Lubisz podejmować ryzyko, lubisz niepewne sytuacje i dreszczyk emocji, gdy oczekujesz na rezultat swojej decyzji. Masz umiejętność oddawania spraw własnemu biegowi wydarzeń, gdy jest to konieczne. Meczą Cię uporządkowanie i rutyna. Przełamywanie barier i łamanie zasad sprawia Ci przyjemność. Skupiasz się na tym, co w danej chwili Cię interesuje. Nie masz zwyczaju kontrolowania innych osób, wolisz pobudzać ich do myślenia i działania. Sprawdzisz się jako prawdziwy przedsiębiorca lub kreatywny kierownik aktywnego zespołu ludzi.

31–36 PUNKTÓW – PRZEDSIĘBIORCY NEUROTYCZNI

Twoja chęć podejmowania ryzyka jest bardzo duża. Masz wyjątkową skłonność do ryzyka i chęć ciągłego wygrywania. Przeżywasz, gdy coś Ci się nie powiedzie. Nie umiesz przegrywać. Współpraca z Tobą może być fascynująca, ale równocześnie bardzo uciążliwa. Lubisz działać spontanicznie i silnie emocjonalnie. Nie chcesz robić planów ani zastanawiać się, co może stać się, gdy podejmiesz niewłaściwą decyzję. Współpraca z innymi jest możliwa tylko wtedy, gdy poddadzą się Twojej woli. Kontrola działań innych ludzi Cię nudzi. Sprawdzisz się na niezależnym i samodzielnym stanowisku.

ROZWIĄZANIE KRZYŻÓWKI

PIONOWO

1. KOSZTY
2. MARKETING MIX
3. ANALIZA SWOT
4. KAPITAŁ
5. BIZNES PLAN
6. BANK
7. STRATA
8. SPÓŁKA

POZIOMO

1. REKLAMA
2. KLIENT
3. REGON
4. ZYSK
5. KREDYT
6. MISJA
7. NIP
8. POMYSŁ
9. STRATEGIA
10. PODATEK

Hasło
WŁASNY BIZNES

Rozwiązanie krzyżówki ze strony 78–79.

NOTATKI

ABC przedsiębiorczości na obszarach wiejskich

Zacznę od stwierdzenia, że jest to publikacja bardzo potrzebna. Najważniejszym problemem rozwoju obszarów wiejskich w Polsce jest niedostateczny dostęp ludności tam mieszkającej do miejsc pracy i dochodu. Zmniejszające się znaczenie rolnictwa w życiu wsi, co jest zjawiskiem powszechnym we wszystkich krajach europejskich, wymusza tworzenie miejsc pracy poza rolnictwem, o ile wieś ma pozostać żywotnym ekonomicznie i społecznie organizmem. Także dla większości osób utrzymujących się dotychczas z rolnictwa szansą poprawy swojej sytuacji materialnej jest rozwój przedsiębiorczości wiejskiej. Zjawisko to nazywa się dywersyfikacją ekonomiczną gospodarstwa i dywersyfikacją ekonomiczną wsi. W jednym i drugim przypadku warunkiem tej dywersyfikacji jest przedsiębiorczość. Przedsiębiorczość jest przede wszystkim postawą człowieka wobec swego otoczenia. Jest to postawa aktywna, angażująca umiejętności, talenty, możliwości, a także pasje człowieka. Dzięki tej postawie człowiek może żyć lepiej, mieć wyższe dochody, lepiej wykorzystywać możliwości swego otoczenia, a także realizować swoje ambicje. Przedsiębiorczość jest warunkiem rozwoju – jednostek i całych społeczeństw. Zachęcajmy więc do przedsiębiorczości, uczmy jak ją realizować i stwarzajmy dla niej jak najlepsze warunki!

Omawiana publikacja może bardzo dobrze służyć upowszechnianiu przedsiębiorczości na wsi. Jest ona napisana prostym, zrozumiałym, ale i precyzyjnym językiem. Mówi o potrzebie, warunkach i możliwościach rozpoczęcia i utrzymania działalności gospodarczej na wsi. Podkreśla kluczowe dla przedsiębiorczości znaczenie silnej motywacji i wiary we własne siły. Wyjaśnia wiele pojęć związanych ze współczesnymi formami przedsiębiorczości i warunkami instytucjonalnymi, w tym prawnymi, w jakich ona przebiega.

Praca ABC przedsiębiorczości na obszarach wiejskich ma przede wszystkim charakter poradnika, koncentruje się więc na sprawach praktycznych. Dostarcza wielu przykładów, prostych ćwiczeń, a także źródeł użytecznej informacji. Co ważne również – mobilizuje i zachęca do przedsiębiorczości. Mam nadzieję, że trafi ona „pod strzechy" w całym kraju!

Prof. dr hab. Jerzy Wilkin

ISBN 978-83-924319-6-1