



**POLSKO-UKRAIŃSKA RADA
WYMIANY MŁODZIEŻY**



**MINISTERSTWO
EDUKACJI
I NAUKI**

Projekt został sfinansowany ze środków
Polsko-Ukraińskiej Rady
Wymiany Młodzieży z dotacji MEiN

PORADNIK POCZĄTKUJĄCEGO PRZEDSIĘBIORCY
Praktyczne wskazówki przy zakładaniu własnego biznesu.
Opracowany przez uczestników projektu „Biznes od kuchni” –
warsztaty przedsiębiorczości gastronomicznej.



I. POMYSŁ NA BIZNES - JAK ZAŁOŻYĆ FIRMĘ

Po pierwsze pomysł! Od tego się wszystko zaczyna, ale na osiągnięcie sukcesu składa się wiele czynników. Warto znaleźć niezagospodarowaną niszę na rynku, jednak nie jest to niezbędne. Mogą to być usługi popularne, dobrze znane - przedstawione w ciekawy, innowacyjny sposób.

Przed startem trzeba sobie odpowiedzieć m.in. na takie pytania: na jakim obszarze firma będzie działać, do kogo kierowana jest oferta, jakimi siłami chce ją realizować, jaki budżet jest do zagospodarowania.

Przed rozpoczęciem działalności warto wejść "w skórę" klienta i przemyśleć, czego sami oczekiwalibyśmy od usługodawcy. Przy tej analizie można skorzystać z uwag rodziny, znajomych, innych potencjalnych klientów.

Biznesplan – w głowie i na papierze

Na potrzeby takiej oceny warto stworzyć biznesplan, który będzie stanowił ramowy plan działania. Trzeba w nim opisać cel, który firma ma uzyskać i jak chce do niego zmierzać. Dzięki temu dokumentowi można przewidzieć i zminimalizować wpływ negatywnych czynników na start, oraz później w trakcie rozwoju firmy. Biznesplan powinien zawierać:

- analizę firmy i jej produktów,
- analizę rynku,
- opis strategii marketingowej,
- opis dostępnych źródeł finansowania,
- plan finansowy i prognozy,
- analizę efektywności inwestycji.

Analiza SWOT - mocne i słabe strony przedsięwzięcia.

Dla oceny szans powodzenia planowanej działalności warto przeprowadzić analizę SWOT. Podstawą analizy SWOT są czynniki wewnętrzne, czyli silne i słabe strony firmy (Strengths i Weaknesses) oraz zewnętrzne – szanse (Opportunities) i zagrożenia (Threats). Przy tworzeniu analizy należy być oszczędnym w komplementy, lepiej dokonać krytycznej, chłodnej oceny na początku, aniżeli później mierzyć się z problemami.

Bardzo ważną zasadą jest okresowe przeprowadzanie analizy rynku, ponieważ zakres usług i oczekiwania klientów się nieustannie zmieniają.

II. ZDOBYĆ FINANSOWANIE



Pieniądze "na początek" i na rozwój

Nawet najprostszy plan wymaga nakładu finansowego, szczególnie gdy firma się rozwija i przybywa jej zamówień. Rynek finansowy ma sporo propozycji dla przedsiębiorców szukających funduszy na rozwój firmy. Nie są to jedynie banki.

Dofinansowanie z urzędu pracy

Dotacje z powiatowych urzędów pracy (PUP) na założenie własnej działalności są przeznaczone dla zarejestrowanych bezrobotnych. Dofinansowanie może być przyznane, jeśli osoba spełni określone warunki:

- w ciągu 12 miesięcy przed dniem złożenia wniosku o dotację nie prowadziła działalności gospodarczej ani nie jest wpisana do CEIDG,
- przez minimum 12 miesięcy będzie prowadziła własną firmę utworzoną ze wsparciem z PUP,
- nie korzystała wcześniej z pomocy finansowej państwa na rozpoczęcie działalności gospodarczej,
- w ciągu 12 miesięcy przed złożeniem wniosku nie odmówiła bez uzasadnionej przyczyny propozycji odpowiedniego zatrudnienia, stażu, szkolenia i innych możliwości zarobkowania ani ich nie przerwała z własnej woli.

Jeśli wniosek zostanie zaakceptowany, bezrobotny otrzyma jednorazową, bezzwrotną dotację w wysokości maksymalnie sześciokrotności przeciętnego wynagrodzenia.

Dotacje z Unii Europejskiej

Program Operacyjny Kapitał Ludzki (Działanie 6.2. Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości oraz samozatrudnienia) to także wsparcie finansowe. Może ono sięgnąć 40 tys. zł. Pieniądze przeznaczone są na start i rozwój oraz wsparcie pomostowe, które jest udzielane przez 6 – 12 miesięcy od dnia rozpoczęcia działalności gospodarczej. Program ten przewiduje również dotację bezzwrotną oraz mikropożyczki (do 50 tys. zł). W pierwszej kolejności wsparcie przysługuje osobom znajdującym się w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy, czyli m.in. bezrobotnym którzy nie pracowali przez 12 miesięcy w ciągu dwóch lat przed staraniami o dofinansowanie, młodym ludziom w wieku do 25 lat, niepełnosprawnym, osobom powyżej 45. roku życia, mieszkańcom gmin wiejskich i miejsko-wiejskich oraz małych miast.

Pieniądze z banku

Na start można również wziąć kredyt w banku. W ostatnich latach banki mają coraz więcej propozycji dla początkujących przedsiębiorców. Osoba zdecydowana na ego rodzaju rozwiązanie powinna przeanalizować różne oferty różnych banków i wybrać najkorzystniejszą opcję .

III. Właściwa forma prowadzonej działalności



Założenie firmy pod względem proceduralnym to w zasadzie nic innego jak formalności. Mogą być mniej lub bardziej zajmujące i kosztowne, co zależy przede wszystkim od tego, w jakiej formie ma być prowadzona działalność, w pojedynkę czy z kimś, z małym czy dużym kapitałem.

Firmę można prowadzić na różne sposoby:

- na własne nazwisko
- w spółce

Wachlarz możliwości jest dość szeroki. Przedsiębiorcą może być każdy – osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną. Za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej.

Przedsiębiorca wykonujący działalność gospodarczą we własnym imieniu jest "kowalem własnego losu", do niego należą obowiązki, ale także wszystkie zyski. Osoba taka działa elastycznie, może zastosować indywidualny tryb pracy. Jednoosobowa firma należy wyłącznie do niego, tylko on rozporządza jej majątkiem, który może też przekazać innej osobie, np. w testamencie. Jednocześnie jest osobiście odpowiedzialny za zobowiązania wobec odbiorców swoich towarów i usług oraz kontrahentów, a także za terminowe i prawidłowe opłacanie wymaganych zobowiązań (podatków, Zus-ów).

Działalność gospodarcza – jest to zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zarobkowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.

Wspólny interes w spółce cywilnej

Spółka cywilna jest w zasadzie umową co najmniej dwóch przedsiębiorców. Nie ma takiego podmiotu jak spółka cywilna. Podmiotowość prawną ma ona tylko dla potrzeb rozliczeń podatkowych.

Działanie w spółkach osobowych

W spółce partnerskiej mogą działać osoby uprawnione do wykonywania następujących zawodów: adwokata, aptekarza, architekta, inżyniera budownictwa, biegłego rewidenta, brokera ubezpieczeniowego, doradcy podatkowego, maklera papierów wartościowych, doradcy inwestycyjnego, księgowego, lekarza, lekarza dentyści, lekarza weterynarii, notariusza, pielęgniarki, położnej, radcy prawnego, rzecznika patentowego, rzeczoznawcy majątkowego i tłumacza przysięgłego. Ten katalog zawodów KSH wymienia wprost, jako listę uprawnionych do działania w spółce partnerskiej. Prawo dopuszcza jednak prowadzenie interesów w takiej formie prawnej przez osoby, które mogą wykonywać wolny zawód na podstawie innej ustawy, np. psycholog wykonujący prywatną praktykę.

Spółki kapitałowe

Spółki kapitałowe mogą mieć nazwy dobrane dowolnie, nie musi być w nich nazwisk, nawet założycieli

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, dopuszczalne w obrocie skróty: „spółka z o.o.” lub „sp. z o.o.”. Jest to często wykorzystywana forma. Polecana głównie wtedy, gdy działalność ma większe rozmiary, wiąże się z nią więcej zobowiązań. Jest też bezpieczna dla finansów osobistych. Jej wspólnicy ponoszą odpowiedzialność w ograniczonym zakresie.

Spółka akcyjna, dopuszczalny w obrocie skrót: „S.A.”. Jej forma opiera się na obiegu akcji będących w posiadaniu akcjonariuszy, którzy odpowiadają za zobowiązania spółki jedynie do wysokości wniesionych wkładów. Zysk z reguły dzielony jest proporcjonalnie do posiadanych akcji. Jest to najbardziej skomplikowana forma działalności. I

Rejestracja działalności

Jednoosobową działalność wpisuje się do < Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG). Trzeba wiedzieć, że przedsiębiorca uzyska tam tylko jeden wpis, choćby miał zamiar prowadzić więcej niż jeden rodzaj działalności, nawet bardzo się od siebie różniących. Wpis jest bowiem przypisany do osoby, a nie do działalności. Wniosek o wpis można złożyć osobiście – w urzędzie miasta lub gminy, korespondencyjnie (wtedy z poświadczeniem notariusza) lub drogą elektroniczną – bezpośrednio na stronie CEIDG (funkcjonuje także pod nazwą: firma.gov.pl).

Zgłoszenie do ZUS, GUS i US

Wniosek do CEIDG jest jednocześnie zgłoszeniem do ZUS (lub KRUS) dla potrzeb rozliczania składek na ubezpieczenia społeczne i zdrowotne, urzędu statystycznego dla uzyskania REGON oraz urzędu skarbowego dla zgłoszenia o nadanie numeru identyfikacji podatkowej (NIP) lub jego aktualizację.

Formalności krok po kroku

Przed przystąpieniem do rejestracji należy przygotować swoje dane, nazwę dla firmy, adres działalności, datę jej rozpoczęcia, sposób i miejsce opodatkowania oraz kod klasyfikacji odpowiadający rodzajowi tej działalności (według Polskiej Klasyfikacji Działalności).

- Na stronie firma.gov.pl zgodnie z tam znajdującą się instrukcją można wypełnić formularz wpisu

do CEIDG, będący jednocześnie zgłoszeniem do urzędów statystycznego i skarbowego oraz zgłoszeniem płatnika składek do ZUS. Najłatwiej podpisać formularz, korzystając z tzw. profilu zaufanego.

- Wizyta w urzędzie skarbowym (US). Jest konieczna w przypadku zakładania spółki cywilnej. Co prawda nie jest ona wpisywana z osobna do ewidencji, ale musi otrzymać swój NIP. Do tego celu służy druk NIP-2 oraz NIP D. Poza tym w US należy zarejestrować się jako podatnik VAT – na formularzu VAT-R. W CEIDG, czyli on line, może to zrobić przedsiębiorca, który dysponuje podpisem elektronicznym weryfikowanym za pomocą kwalifikowanego certyfikatu.

- W ciągu 7 dni od daty rozpoczęcia działalności przedsiębiorca musi zgłosić się do ubezpieczeń jako ubezpieczony. Wcześniejsze złożenie wniosku CEIDG-1 jest zgłoszeniem do ubezpieczeń płatnika. Jeśli wykonywana działalność jest jedynym źródłem dochodów, trzeba wypełnić druk ZUS ZUA, gdy ktoś np. ma umowę o pracę, wypełnia ZUS ZZA (dla potrzeb ubezpieczenia zdrowotnego).

- Niektóre rodzaje działalności (np. handel alkoholem, biuro detektywistyczne, kantor) wymagają uzyskania koncesji czy zezwoleń. Trzeba się o nie starać przed założeniem firmy, jeśli ktoś chce rozpocząć swoją biznesową karierę od tego rodzaju działalności.

- Warto wyrobić pieczętkę – z nazwą firmy (wraz z nazwiskiem przedsiębiorcy), danymi adresowymi i kontaktowymi, oraz z REGON i NIP.

- W banku zakłada się konto firmowe. Potrzebny jest wpis do ewidencji działalności (może to być wydruk z systemu CEIDG), warto też mieć już pieczętkę. W przypadku spółki cywilnej niezbędna jest jej umowa. O numerze konta należy poinformować urząd skarbowy i ZUS, przez aktualizację danych w systemie CEIDG.

IV. POZYSKAĆ KLIENTÓW



Pozyskiwanie klienta to proces. Możemy uznać, że zyskaliśmy klienta w chwili, w której dana osoba po raz pierwszy finalizuje czynność uznawaną przez firmę za główny cel jej działalności.

W przypadku e-commerce to moment, w którym konsument dokonuje płatności za produkty. Niektóre firmy mogą rozszerzyć definicję pozyskania klienta o brak zwrotów w określonym terminie.

Podstawowe metody pozyskiwania klientów:

- Sprawna, terminowa komunikacja
- Utrzymanie pozytywnego nastawienia
- Docenianie klienta jako osoby fizycznej
- Dzielenie się wiedzą
- Otwartość na uwagi i opinie

V. JAK NAWIĄZYWAĆ RELACJE ?



Skuteczna komunikacja to podstawa relacji z ludźmi zarówno na polu osobistym, jak i zawodowym. Sposób w jaki rozmawiamy z rodziną, przyjaciółmi czy klientami w pracy wpływa bezpośrednio na nasze zadowolenie z życia. Komunikacji należy się „uczyć” i dążyć do

doskonalenia obszarów, w których nie czujemy się najlepiej. Jak poprawić komunikację z ludźmi? Na pozytywny klimat w firmie składa się co najmniej kilka elementów:

- **Uczciwość**

Oszustwo prowadzi do utraty zaufania. Trudno czuć się komfortowo w towarzystwie osoby, która nas zawiodła. Aby cieszyć się przyjemną atmosferą, warto postępować uczciwie, nie kłamić i otwarcie rozwiązywać konflikty.

- **Lojalność**

Istotnym aspektem jest również gotowość wspierania współpracowników w trudnych sytuacjach. Dbanie wyłącznie o te kontakty, które przynoszą nam doraźne korzyści, to przykład braku lojalności. Trudno w ten sposób budować relacje pełne szacunku i zaufania.

- **Wzajemna pomoc**

Praca zespołowa umożliwia osiągnięcie celów, które trudno zrealizować w pojedynkę. Warto też pomagać bezinteresownie.

- **Tolerancja dla błędów**

Każdemu zdarza się popełnić błąd, dlatego warto okazywać wyrozumiałość osobom, z którymi współpracujemy. Tolerancja ma pewne granice – pobłażliwość i maskowanie notorycznych pomyłek kolegi z pracy, wynikających np. z niedbalstwa, nie działa na jego korzyść.

- **Uwzględnianie różnic temperamentów, upodobań itd.**

Filarem dobrych relacji jest również respektowanie tego, że ludzie różnią się pod względem predyspozycji, umiejętności czy charakteru. Kluczowe znaczenie ma odkrycie i zrozumienie różnic wynikających z temperamentu

- **Odpowiednia forma komunikacji**

Zauważenie różnic, jakie występują między nami a osobami, z którymi współdziałamy, umożliwia wypracowanie efektywnego sposobu komunikacji. Dzięki temu udaje się unikać nieporozumień, które utrudniają i opóźniają pracę

- **Respektowanie granic**

Spoufalanie się z przełożonym, wścibstwo i brak taktu wywierają negatywny wpływ na relacje. Należy uznawać granice wynikające z charakteru znajomości.

- **Savoir vivre**

Kultura osobista to jeden z filarów, na których opierają się kontakty zawodowe. O tym, że jesteśmy dobrze wychowani, świadczą np.: punktualność, słownictwo, umiejętność zachowania się w różnych sytuacjach czy sposób, w jaki się ubieramy.

- **Miłe gesty**

W budowaniu relacji pomagają także drobne, miłe przejawy życzliwości, takie jak uśmiech czy np. przyniesienie gorącej herbaty przeziębionemu koledze.

- **Żarty w pracy**

Skutecznym narzędziem utrzymywania pozytywnej, lekkiej atmosfery jest poczucie humoru. Dobierając żarty, warto uwzględniać poziom wrażliwości osób, którym zamierzamy je opowiedzieć.

VI. BUDOWAĆ WIZERUNEK



Jednym z najważniejszych narzędzi wykorzystywanych do budowania wizerunku firmy jest **marketing**. W tej kwestii ważnymi elementami jest dobór kanałów promowania marki oraz sposób prowadzenia kampanii i działań reklamowych.

Odpowiednio wypracowany i utrzymywany wizerunek pozwala na:

- prowadzenie polityki rozszerzania sprzedaży, a co za tym idzie osiąganie wysokich zysków;
- sprawniejsze wprowadzanie na rynek nowych produktów;
- wypracowanie większej stabilności finansowej i zmniejszenie podatności na ryzyko związane z kryzysami;
- zatrudnianie wartościowych i wykwalifikowanych pracowników;
- budowanie zaufania konsumentów i partnerów;
- zyskanie przewagi nad konkurencją.

VII. SPRZEDAWAĆ

Skuteczność sprzedaży zależy od wielu czynników, przede wszystkim od umiejętności sprzedawcy, nastawienia konsumenta oraz konkurencji. Istnieje kilka żelaznych zasad sprzedaży:

- 1. Zasada autorytetu.** Sztuka skutecznej sprzedaży opiera się na następującej zasadzie, sprzedawca uchodzi za specjalistę w swojej branży, doskonale orientuje się w całym rynku i ma szczegółową wiedzę na temat produktu i branży.
- 2. Zasada zaufania społecznego.** Jakie słowa najbardziej przemawiają do klienta? Z pewnością są to recenzje zadowolonych poprzednich klientów. To, że ktoś kupił i był zadowolony przemawia do nas najbardziej niż np. pokaz możliwości produktu.
- 3. Zasada wzajemności.** To zasada stara jak świat, która również na co dzień występuje w naszym życiu. Jeśli przedsiębiorca podaruje klientowi firmowy gadżet, próbkę lub kartę stałego klienta, wywoła w nim potrzebę "odwdzięczenia się" poprzez wybór danej firmy do zaspokojenia swoich potrzeb.
- 4. Zasada kontrastu cen.** To jedna z najskuteczniejszych strategii. Sprzedawca przedstawia klientowi najpierw droższe produkty, dopiero na samym końcu wymienia te, które mają zdecydowanie lepszy stosunek ceny do jakości. Klient decydując się na ich zakup ma wrażenie, że skorzystał z doskonałej oferty.

Sztuka skutecznej sprzedaży składa się z elementów komunikacji, negocjacji i wykorzystywania narzędzi psychologicznych. To jednak przede wszystkim predyspozycje, cechy osobowościowe i doświadczenie sprzedawcy sprawia, że osiąga on lepsze wyniki w pracy niż inni. Z pewnością jednak warto rozwijać swoje umiejętności oraz stale się szkolić i ćwiczyć, by móc odnosić wymierne korzyści z pracy zawodowej.

Projekt realizowany w dniach 25.09 – 04.10.2022r w Ośrodku Edukacyjno-Szkoleniowym „Czardworek” w Przysietnicy k/Brzozowa. Organizatorem warsztatów jest Tarnobrzeskie Stowarzyszenie Inicjatyw Artystycznych FRAM w partnerstwie z Konstantinowską Wyższą Szkołą Zawodową z Konstantynówki w Ukrainie. Projekt jest realizowany i finansowany w ramach programu Polsko-Ukraińskiej Rady Wymiany Młodzieży. Organem zarządzającym programem jest Narodowa Instytucja - Fundacja

Rozwoju Systemu Edukacji

