



Fundacja Edukacji Europejskiej

**ZOSTAŃ PRZEDSIĘBIORCĄ! – KAMPANIA
PROMOCYJNO-INFORMACYJNA DLA
STUDENTÓW DOLNOŚLĄSKICH UCZELNI**

Publikacja informacyjna dla studentów

część 3

Wałbrzych, luty 2009

Opracowanie: Sylwia Petryna
Artur Kotliński
Joanna Naliwajko
Przemysław Żyła

**Projekt, skład
i przygotowanie
do druku:** Bartosz Szczepiński

Druk: Bimart s.c.



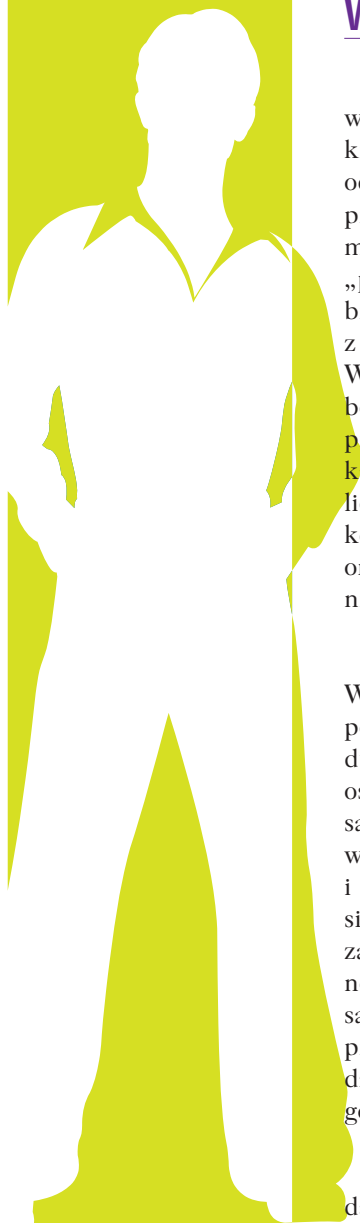
Fundacja Edukacji Europejskiej

ul. 1-go Maja 112, 58-305 Wałbrzych
tel. /fax (074) 849-21-33 (34)
sekretariat@fee.hm.pl, www.fee.hm.pl

Spis treści

Spis treści

Wstęp.....	4
I. Ja i rynek pracy.....	7
II. Rynek i konkurencja – czyli dlaczego od tego powinieneś zacząć?.....	9
2.1. Model konkurencji M.E. Portera.....	11
2.1.1. Z życia wzięte.....	12
2.2. Jak wybrać branżę?.....	13
2.3. Jak znaleźć klientów?.....	16
2.3.1. Rzeczywiste potrzeby klienta.....	18
2.4. Sprzedaż - esencja biznesu.....	19
2.4.1 Z życia wzięte.....	20
2.5. Marketing mix – tylko trochę teoretyzowania.....	21
2.6. Naucz się pracować na platformach.....	22
III. Ale gdzie ta kasa?.....	25
3.1. Zanim otworzysz firmę.....	25
3.2. Masz już firmę?.....	27
IV. No to „za” czy „przeciw”?.....	32
4.1. Powody przemawiające za posiadaniem firmy.....	32
4.2. Argumenty przeciw posiadaniu firmy.....	33
Co w trawie piszczy?.....	36
I. Dział różne.....	36
II. Dział marketing.....	38
III. Dział księgowość i prawo.....	41
IV. Dział źródła finansowania.....	47
V. Dział psychologia.....	51
Nasz wywiad.....	54
Wiedza jest towarem.....	54
Nasz felieton.....	59



Wstęp

Kartezjusz, stwierdzając „Cogito, ergo sum”... doszedł do wniosku, że myślenie jest jedyną niepodważalną prawdą o ludzkim istnieniu. Myślę, więc jestem - towarzyszy nam w praktyce od dzieciennych lat. Jednym z zadań niniejszych publikacji jest próba pokazania, jak można i powinno się rozwiązywać problemy związane z własną działalnością gospodarczą. Używam słowa „problem” z pewną logiczną dla mnie przekorą. Uważam, że brak problemów oznacza brak potrzeby ich rozwiązywania. To z kolei rozleniwia umysł i pozbawia nas kreatywnego myślenia. Właściwie wspólnie ze współautorami tego miniprzewodnika (są bowiem 4 części publikacji) mogliśmy zamieścić spis literatury przedmiotu, odesłać Was do księgarni lub bibliotek, gdzie setkami można znaleźć pozycje typu: jak prosto i łatwo zostać milionerem, zbudować potęgę gospodarczą własnej firmy, pokonać konkurencję, rozwinąć swoje wrodzone talenty. W większości są one niestety niewiele warte, a nawet nic nie warte i szkoda na nie przysłowiowej złotówki.

W naszych zamierzeniach materiał ten powinien dostarczyć Wam wiedzy kompletnej dla podjęcia decyzji – czy warto i czy podejmiecie decyzję o własnej działalności, a jeśli będziecie na duże TAK – to jak można to zrobić. Ale tu pierwsze poważne ostrzeżenie – nie każdy musi, powinien lub może prowadzić samodzielną działalność gospodarczą. Na konsultacjach rozmawiać będziemy też o pułapkach, przeszkodach, przeciwnościach i gotowości do porażki. To tak, jak z małym pieskiem. Wydaje się śliczną maskotką. Macha nawet na powitanie ogonem. Ale za tydzień, miesiąc przychodzi twarda rzeczywistość: codzienne spacerowanie bez względu na pogodę, pogryzione buty własne lub sąsiadki, zdemolowana biblioteka. I tak do końca życia. Warto przed podjęciem decyzji zobaczyć również drugą stronę własnej działalności. Przetrenować w kontrolowany sposób ewentualną gorycz przegranej.

Motywy podejmowania samodzielnej działalności gospodarczej w naszym regionie jest najczęściej „branie spraw we własne ręce”. Dramatyczna wręcz sytuacja młodych ludzi poszukujących od miesięcy jakiegokolwiek pracy popycha ich często do „ostatniej deski ratunku” – rejestracji własnego podmiotu.

Wstęp

tu gospodarczego. Nie zniechęcając się przykładami innych rówieśników są często gotowi do poświęceń i gotowi przyjąć ryzyko niepowodzenia. Dla części uczestników własna działalność gospodarcza jest etapem na drodze nabywania kwalifikacji do kierowania większymi strukturami w przyszłości, dla nielicznych jest potrzebą samorealizacji, pasją, celem samym w sobie.

Bez względu jednak na motywy warto poświęcić czas na zdobywanie umiejętności działania. Przedsiębiorczością można wykazywać się w różnych sytuacjach, pracując w rozmaitych instytucjach. Nawet rodzina działa jak małe przedsiębiorstwo i też pozwala wykazać się przedsiębiorczością. Przedsiębiorczością można też wykazywać się pracując w jednostce budżetowej, urzędzie, firmie, która jest własnością innej osoby lub grupy osób. Jednak dla większości ludzi przedsiębiorczość wiąże się nieodłącznie z prowadzeniem własnej firmy. Wiele osób nie wyobraża sobie pracy „u kogoś”, ale też trzeba zastrzec, że nie wszyscy mają predyspozycje do tego, by stać się przedsiębiorcami.

Henry Ford – legenda amerykańskiej przedsiębiorczości, majstrując w przydomowym garażu zamienił bezkonnny pojazd traktowany jako zabawkę w legendarny samochód, a potem sprawił, że stał się on kultowym przedmiotem współczesnej cywilizacji. Marzenie o własnej firmie było częścią „snu o Ameryce”. W ustroju kapitalistycznym nie rząd, ale jednostki – indywidualnie lub grupowo gromadzą oszczędności i inwestują je w środki produkcji.

A co w Polsce?

Postać biznesmena, który stworzył własną firmę od podstaw i teraz utrzymuje z niej całą rodzinę, to podstawowy wzorzec kariery dla młodych ludzi. W Polsce bez względu na sytuację, w jakiej się znajdują, taki obraz odpowiada 40 procentom bezrobotnych młodych mężczyzn i 45 procentom pracujących i nieuczących się. W porównaniu z innymi krajami, gdzie te proporcje sięgają ok. 80-90 proc., to nie jest dużo, ale więcej niż praca w innym charakterze. Młodym ludziom brakuje pomysłów, na czym miałyby polegać ich własna działalność. Założenie własnej firmy traktują raczej jako mglisty cel, a nie realne rozwiązanie. Ewentualne działania w tym kierunku odkładają na bliżej nie-



Wstęp



sprecyzowaną przyszłość. Młodzi nie tylko nie mają pomysłu na własną firmę, ale boją się też ryzyka i odpowiedzialności. Wskazują na skomplikowane formalności w rozliczeniach i powołują się na brak pieniędzy. Ogółem 32 procent (mężczyzn i kobiet) chciałoby pracować na swoim - tak przynajmniej wykazały badania SMG/KRC ogłoszone w raporcie „Młodzi i praca” w 2001 roku.

Zachęcam do dalszej lektury...

Sylwia Petryna

Ja i rynek pracy

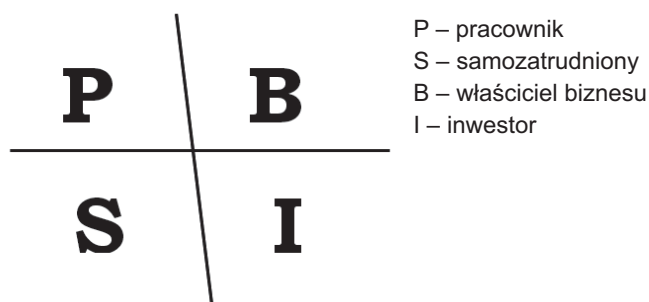
Sylwia Petryna

I. Ja i rynek pracy

W chwili obecnej większość z Was zadaje sobie pytanie: Co dalej? Co będę robić po ukończeniu studiów? Co mi oferuje rynek pracy?

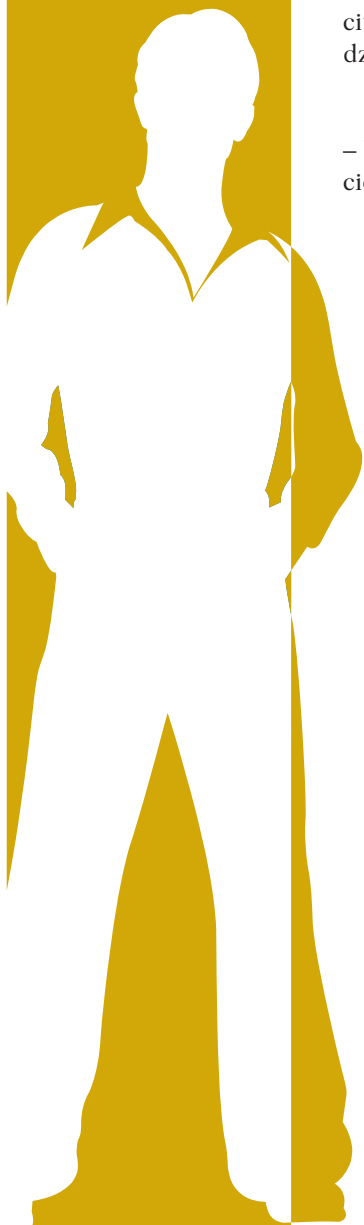
Ja zawsze poszukiwałam inspiracji w ludziach sukcesu. Również, będąc przede wszystkim praktykiem, trenerem i doradcą biznesowym swoją wiedzę opierałam na wartościach naukowych... oraz na doświadczeniach, zwłaszcza innych osób. Idąc tym tropem przeanalizowałam wiele wariantów sukcesu osobistego i zawodowego (należy to rozdzielać) i mimo faktu, iż jestem wielką „fanką” posiadania własnego biznesu uważam, że nie jest on dla wszystkich.

Każdy z Was w przyszłości zadecyduje o swoim życiu zawodowym – i życzę Wam, aby ten wybór był świadomym wyborem, nie alternatywą dla robienia „niczego”. Warto powołać się w tym miejscu na autora książki „Kwadrant przepływu pieniędzy” R. T. Kiyosaki (wg mnie literatura tego pana to najprostsze książki o biznesie i ekonomii). Zaprezentował on model kreowania pieniędzy w rozróżnieniu na 4 pozycje zawodowe:



Wspomniana książka, która jest na rynku już około 10 lat pokazuje w prosty sposób trendy obecne w naszej gospodarce. Zadajcie sobie pytanie: jak wiele znacie osób, którzy pracują na etacie u jednego pracodawcy dłużej niż 5 lat? Za czasów Waszych i pewnie moich rodziców (jestem w końcu młoda) posiadanie pracy na etacie było szczytem marzeń. Mało kto mówił o własnej firmie. W chwili obecnej dość częstą alternatywą dla młodych ludzi jest: brak pracy lub „świadczenie usług” w opar-

Ja i rynek pracy



ciu o umowy cywilno-prawne (um. o dzieło, zlecenie) lub własną działalność (S).

Dlatego drogi studencie poważnie potraktuj ten przewodnik – być może własna działalność będzie Twoją szansą na osiągnięcie sukcesu zawodowego, lub też jedyną formą zarobkowania...

Sylwia Petryna

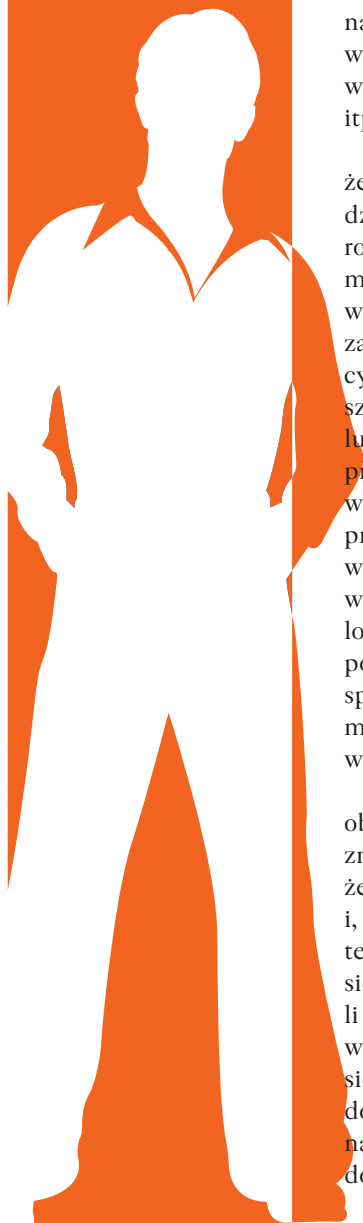
II. Rynek i konkurencja – czyli dlaczego od tego powinieneś zacząć?

Co by było, gdyby wszyscy, a przynajmniej większość ludzi, zapragnęła prowadzić własne firmy? Nic by nie było. Wcale nie nastąpiłaby destrukcja rynku. Każdy ma te same potrzeby podstawowe i najróżniejsze pozostałe. Nawet, jeśli na jednej ulicy będzie dziesięć sklepów sprzedających pieczywo, to wszystkie one będą miały klientów, bo inni przedsiębiorcy muszą się przecież zaopatrywać w pieczywo. Niektórym klientom jest to obojętne, w której piekarni dokonają zakupu. Inni natomiast przyzwyczajają się do miejsca i nawet z drugiego końca miasta przyjadą właśnie do tego sklepu. Ale biada tej piekarni, która by naruszyła jakieś podstawowe normy, na przykład higieny sprzedaży (robactwo na półkach z pieczywem) czy też obsługi klienta (“Gdzie z tymi łapami po pieczywie! Nie podoba się?! To wynocha ze sklepu!”) Bądź pewny, że taki sklep będą omijać nie tylko ci klienci, którzy doznali krzywdy, ale także ostrzeżeni ich krewni i znajomi.

Dobrze, że jest jeszcze pozostałe dziewięć sklepów na tej ulicy. Aż strach pomyśleć, co by to było, gdyby istniała tylko ta jedna piekarnia. Konkurencja, patrząc oczami klienta, nie jest taka zła. A jak to wygląda od Twojej strony? Nie mówmy o przestrzeganiu higieny sprzedaży, czy też o grzecznym obsłudze klientów. Są to cechy, które muszą być wyuczone i głęboko zakorzenione. Powinny być stosowane bez względu na miejsce wykonywanej pracy. Ale zastanów się, czy konkurencja nie zmusza nas do myślenia o potencjalnym kliencie? Dużo prawdy tkwi w stwierdzeniu, że to jest nasz prawdziwy szef. To on przecież dostarcza nam pieniądze, umożliwia mniejsze lub większe inwestycje, to on także finansuje nasz urlop. A gdzie dokona zakupów nasz szef, gdy wszystkie dziesięć sklepów będzie wzorcowo schludnych, a personel nie będzie na niego krzyczał? Idę o zakład, że pójdzie tam, gdzie towar jest lepiej wyeksponowany, a personel zawsze ma dla niego miłe słowo i uśmiech. I nie cena będzie tu decydującym czynnikiem. Istnienie w dużym zagęszczeniu punktów handlowych o podobnym profilu działania spotkać można niemal na każdym kroku. Na przykład



Rynek i konkurencja



na targowisku miejskim, w miejscowościach atrakcyjnych pod względem turystycznym, w małych miasteczkach rzucająca się w oczy spora ilość sklepów spożywczych, czy też ogródki piwne itp. na starówkach wielu miast polskich.

Co powoduje powstawanie tych firm? Najczęściej bywa tak, że ich właściciele lubią to, co robią, są wyuczeni w swoim zawodzie, a dzięki wieloletniemu doświadczeniu znają się na tym, co robią. Jednak równowaga jakiejś branży w lokalnym środowisku może być niekiedy zachwiana przez napływ znacznej ilości nowych przedsiębiorców. Często są to osoby przypadkowe, ale nie zawsze. Najczęściej dzieje się tak, jeśli jakaś branża jest atrakcyjna dzięki niskim nakładom, jakie trzeba ponieść i nienajgorszemu zyskowi. Czasem powoduje to obronę dotychczasowych ludzi z branży, która może przybrać nawet formę protestu. Na przykład, co jakiś czas burzą się kierowcy taksówek osobowych, że władze miejskie rejestrują zbyt dużą ilość nowych firm przewozowych, co obniża znacznie dotychczasowy zysk. Albo właściciele niewielkich firm handlowych protestują przeciwko wydawaniu zgody na budowę dużych supermarketów. Czasem logiczne wywody przedstawione władzom miejskim na piśmie powodują poprawę sytuacji, jednak dobrze jest wykorzystać sposób myślenia Michała Drzymały, którego wóz cyrkowy zamieniony na dom mieszkalny stał się symbolem konstruktywnej walki z przepisami, biurokracją i wszelkimi przeszkodami.

Ta sytuacja pokazuje, że warunki gospodarcze ulegają przeobrażeniom. Jeżeli Twoje przyzwyczajenia wezmą górę i nie zmienisz swojego myślenia gospodarczego, to może się okazać, że oto pewnego dnia znajdziesz się w trochę innym świecie i, co gorsza, nawet tego nie zauważysz. Zamiast oburzenia, protestów, żądania powrotu do poprzedniej sytuacji, obroną może się okazać zupełnie coś innego. To właśnie Twój szef, czyli klient, decyduje o kształcie i formie handlu i usług. Należy więc pilnie śledzić jego przyzwyczajenia i oczekiwania. Na nic się zda walka z supermarketami, skoro klienci wolą tam właśnie dokonywać zakupów. Twoja inwencja powinna być skierowana na takie działania, które spowodują, że klienci przyjdą właśnie do Ciebie.

Na przykład wyobraźmy sobie lokal handlowy lub gastronomiczny w miejscowości, która nosi miano polskiej stolicy żeglarstwa śródlądowego. Jesteś właścicielem takiego lokalu. Przy-

Rynek i konkurencja

plywają żeglarze. Przez cały dzień przyplływają, ale najczęściej przyplwają ich po zachodzie słońca. Jest to logiczne - nie po to płacą, nieraz niemałe pieniądze, za jachty, żeby stać w portach. Jednak przed zmrokiem dopływają wszędzie, gdzie można się zabawić - jedni do brzegu „na dziko”, bo chcą zrobić ognisko, inni zaś do portów, w których są tawerny z piwem i muzyką. Jako właściciel takiej tawerny nie zdajesz sobie sprawy z oczekiwań Twoich potencjalnych klientów. Ty masz stare przyzwyczajenia - sklep był zawsze otwarty od godziny dziesiątej do osiemnastej, a bar piwny od godziny dwunastej do dwudziestej drugiej i tak pozostanie. No więc zamykasz interes właśnie wtedy, kiedy żeglarze wychodzą ze swoich łódek i szukają, gdzie by się tu zabawić. Od lat sytuacja w tym mieście się nie zmienia i tylko przez szacunek dla jego uroku nie wymienię go z nazwy...

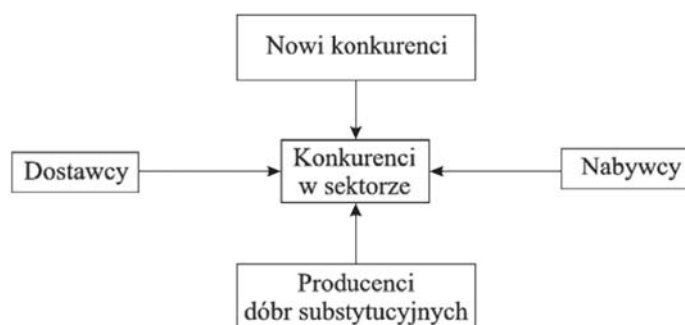
Na szczęście w tym samym regionie kraju spotyka się i takie miejsca, gdzie klient naprawdę czuje się szefem, i nie chodzi tu o to, że płaci, więc wymaga. Nieraz wcale dużo nie zostawia w kasie, ale myślący przedsiębiorca wie, że ten klient może tu wrócić, oraz że może zachęcić innych do przyjścia. Kwestia konkurencyjności robi więcej dobrego niż złego. Działa ożywczo na rynek i eliminuje złe przyzwyczajenia. Na jedne branże konkurencja działa stymulująco, na inne nie ma bezpośredniego wpływu. Generalnie jednak pozwala na przeobrażenia rynku, dążąc do doskonałości. Skoro z konkurencją - jako zagadnieniem - nie można walczyć, to należy ją polubić. Ale jak konkurować może nowo powstała firma, na przykład z uznanym już na rynku producentem pasty do zębów? Żeby nie była to walka z wiatrakami, należy dobrze wybrać miejsce na rynku i tu ugruntować swoją pozycję.

2.1. Model konkurencji M.E. Portera

Podstawą analizy otoczenia konkurencyjnego jest model 5 sił napędowych konkurencji wewnątrz sektora M.E. Portera. Jej autorzy twierdzą, że w konkurencyjnej gospodarce rynkowej, to warunki konkurencji najsilniej determinują szanse rozwojowe przedsiębiorstw. Porter wymienia pięć standardowych podmiotów i związane z nimi siły konkurencji:



Rynek i konkurencja



1. Siła oddziaływania dostawców i możliwości wywierania przez nich presji na przedsiębiorstwa sektora.
2. Siła oddziaływania nabywców i możliwości wywierania przez nich presji na przedsiębiorstwa sektora.
3. Natężenie walki konkurencyjnej wewnątrz sektora.
4. Groźba pojawienia się nowych produktów.
5. Groźba pojawienia się substytutów.

2.1.1. Z życia wzięte...

Chciałabym, aby ta publikacja nie była kolejnym podręcznikiem nt. zakładania własnej firmy – dlatego przedstawiam tutaj aspekty dość istotne, z mojego doświadczenia, a związane z kilkuletnim doradztwem, jakie prowadzę dla firm oraz przyszłych przedsiębiorców.

Kilka lat temu zgłosiło się do mnie młode małżeństwo – chcieli zrealizować swoje wielkie marzenie, związane z prowadzeniem restauracji. Żona trafiła na szkolenie z przedsiębiorczości prowadzone przeze mnie, mąż – na szkolenie prowadzone przez mojego kolegę. Dostali sporą dawkę wiedzy, ale nie mieli jeszcze rozeznania rynkowego. Przyszli po poradę – w jaki sposób sprawdzić czy branża, w której chcą działać przyniesie im zyski? Jak ustalić cenę na produkty? Co sprzedawać?

Nie jestem osobą, która wyręcza wszystkich, raczej należę do osób, które dają wędzkę a nie ryby... ale oni zadawali właściwe pytania – a to już dobry początek.

I tak zaczęła się przygoda z „badaniem konkurencji” – nie

Rynek i konkurencja

muszę mówić, że było to dość przyjemne – a polegała na obserwowaniu kto, kiedy, gdzie i za ile jada, pije...

Pod uwagę wzięliśmy najbliższe restauracje o standardzie podobnym do zakładanej. Z uwagi na położenie – centrum miasta większego od Wałbrzycha – w analizie uwzględniliśmy również lokale o wyższym standardzie. Badaniu podlegało:

- opinia klienta
- położenie restauracji
- wystrój i obsługa
- możliwość zaparkowania auta
- menu (cena, urozmaicenie, rodzaje potraw)
- godziny otwarcia
- natężenie ruchu

oraz „natężenie zakupów w określonych godzinach”.

Dwa ostatnie czynniki były dość czasochłonne do zbadania, ponieważ polegały przede wszystkim na przesiadywaniu w restauracji (najlepiej w okolicach kasy) i przeliczaniu: co, kto i za ile kupuje.

Zastosowano trzy metody: **ankieta, wywiad i obserwacja.**

Może wyda się Wam to śmieszne – ale ta analiza konkurencji była jedną z lepszych, jakie widziałam. Z pewnością była zrobiona rzetelnie. Dzięki temu firma w swoim menu zaproponowała potrawy, których nie było w pozostałych lokalach, poprawiła estetykę podawania oraz szybkość obsługi klienta, jak również dopasowała godziny otwarcia do rzeczywistego popytu na rynku.

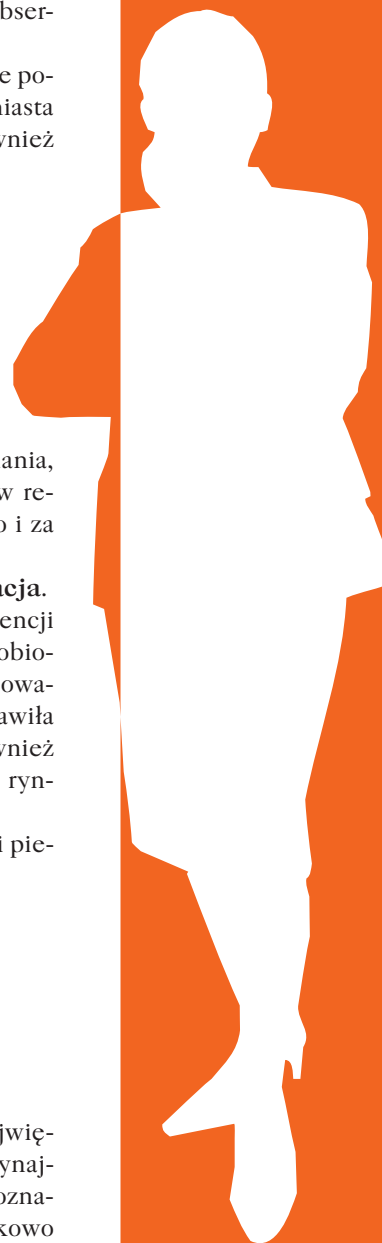
Restauracja istnieje do dnia dzisiejszego... jak pozyskali pieniądze na otwarcie – może trochę później...

2.2. Jak wybrać branżę?

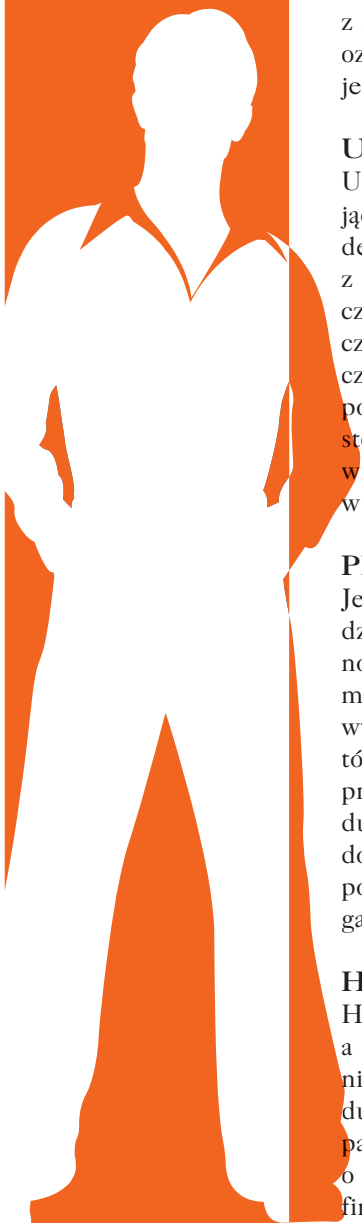
Są cztery główne sektory działalności firm:

DETALICZNY

Detal jest sektorem, z którym mamy zwykle najczęściej do czynienia. Każdy z nas codziennie, przynajmniej raz, styka się ze sprzedażą detaliczną. Zapoznanie się z mechanizmami ich działania jest stosunkowo proste. Większość transakcji detalicznych zawieranych jest z użyciem gotówki lub karty kredytowej. Wymagania związane



Rynek i konkurencja



z zabezpieczeniem niespłaconych należności nie są wielkie, co oznacza, że również kapitał potrzebny do założenia takiej firmy jest niewielki.

USŁUGOWY

Usługi są najszybciej rozwijającym się sektorem każdej gospodarki. Jedną z podstawowych przyczyn takiego stanu rzeczy jest niski koszt rozpoczęcia działalności (nie są

potrzebne nakłady na magazynowanie, a koszt wyposażenia jest stosunkowo niewielki). Dodatkowo, jeżeli zdecydujesz się powiększyć grono drobnych przedsiębiorców świadczących usługi w domu, odpadną Ci wysokie koszty lokalowe.



PRODUKCYJNY

Jeżeli myślisz o założeniu przedsiębiorstwa produkcyjnego, będziesz potrzebował większego kapitału, aby rozpocząć działalność; firmy tego sektora wprost pożerają pieniądze. Gospodarka magazynowa, efektywne zarządzanie należnościami, kosztowne wyposażenie, fabryczka, pracownicy – to tylko część z elementów, z którymi musi się liczyć przyszły przedsiębiorca sektora produkcyjnego. Mimo bardzo dużych kosztów, to właśnie produkcja ma największy potencjał rozwoju. Jeśli wszystko zostało dobrze przemyślane, zrealizowane dość szybko i udało się nie popaść w kontakty z nieuczciwymi kontrahentami, to wzrost bogactwa właściciela jest widoczny.

HURTOWY

Hurtownie pełnią rolę pośrednika między producentami a detalistami lub bezpośrednio klientami. Działalność hurtownika polega na kupowaniu dużych ilości produktów od producentów po niższych cenach, rozdzielaniu ich na mniejsze partie, a następnie odsprzedawanie po cenach powiększonych o marżę detalistom lub klientom. Podobnie jak w przypadku firm produkcyjnych, założenie hurtowni wymaga znacznych nakładów finansowych na magazyn, zabezpieczenie niespłaconych należności, zatrudnienie pracowników.

Rynek i konkurencja

Ćwiczenie – Test siedmiu pytań

Odpowiedzi na poniższe pytania pozwolą Ci przeanalizować Twój pomysł na firmę.

Pytanie 1: Czy wybrany rodzaj firmy odpowiada Twojej osobowości?

.....
.....
.....

Pytanie 2: Czy jest to firma lub produkt, z którym wiąże się Twoje doświadczenie zawodowe?

.....
.....
.....

Pytanie 3: Czy jest to firma, na którą możesz sobie pozwolić?

.....
.....
.....

Pytanie 4: Czy zdajesz sobie sprawę z ryzyka towarzyszącego prowadzeniu własnej działalności gospodarczej?

.....
.....
.....

Pytanie 5: Czy wierzysz w branżę, z którą planujesz związać swoje losy?

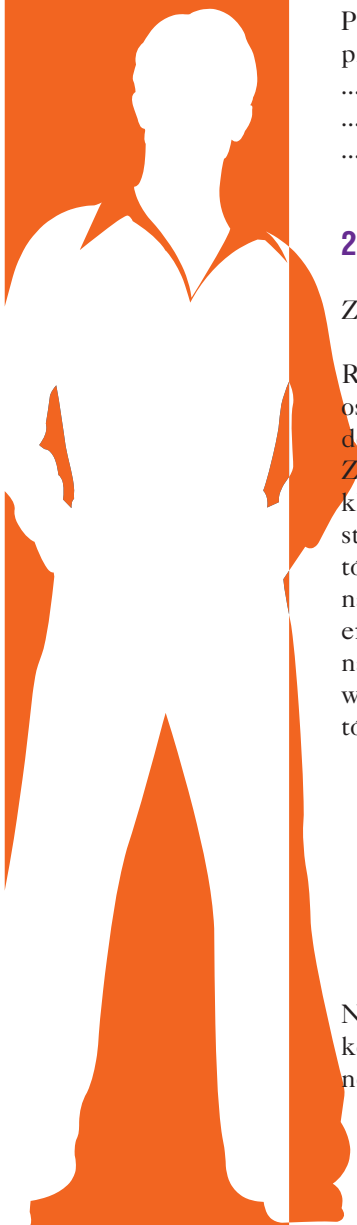
.....
.....
.....

Pytanie 6: Czy wybrana przez Ciebie branża nie jest zbyt obłożona lub zdominowana przez dobrze znane marki?

.....
.....
.....



Rynek i konkurencja



Pytanie 7: Czy masz do zaoferowania coś, co sprawi, że Twój produkt lub usługa będą konkurencyjne?

.....
.....
.....

2.3. Jak znaleźć klientów?

Zdecydowałeś się? Chcesz działać? No to szukaj klientów :)

Rynki docelowe dużych firm składają się z ogromnej liczby osób. Znalezienie skutecznego i efektywnego sposobu dotarcia do klientów ze swoim produktem (usługą) to trudny problem. Z drugiej strony mała firma jest na ogół tak blisko rynku, że zwykle jest jej o wiele łatwiej zidentyfikować swoich klientów. Podstawowy krok to zdefiniowanie konsumenta Twoich produktów/usług. Bo tylko dbając o klienta będziesz w stanie zarobić na życie, jeżeli nie będziesz tego robił – wiele ryzykujesz. Aby efektywnie postępować z konsumentami, musisz podzielić ich na segmenty, a tak naprawdę odpowiedzieć na poniższe pytania w celu stworzenia dopasowania oferty do oczekiwań konsumentów:

1. Kto tworzy rynek?
2. Co kupuje się na tym rynku?
3. Dlaczego kupuje się na tym rynku?
4. Kto kupuje?
5. W jaki sposób dokonuje się zakupu?
6. Kiedy kupuje się na tym rynku?
7. Gdzie się kupuje na tym rynku?

Na zachowania konsumentów na rynku wpływa szereg czynników. Dzieli się je na cztery grupy: czynniki kulturowe, społeczne, osobiste i psychologiczne.

Rynek i konkurencja

CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA ZACHOWANIA KONSUMENTA – MODEL			
KULTUROWE	SPOŁECZNE	OSOBISTE	PSYCHOLOGICZNE
Kultura Subkultura	Grupy odniesienia Liderzy opinii Rodzina Role społeczne i status społeczny	Wiek Płeć Miejsce zamieszkania Wykształcenie Sytuacja ekonomiczna Styl życia Osobowość	Potrzeby Percepcja Proces uczenia się Przekonania, postawy

Przykład:

Kto kupi kino domowe za 3000 zł? Jak scharakteryzowałbyś takiego klienta?

Przeanalizujemy poszczególne czynniki			
KULTUROWE	SPOŁECZNE	OSOBISTE	PSYCHOLOGICZNE
Europejczyk (z całą świadomością przynależności Polski do UE), doświadczenia międzynarodowe (np. kontakty prywatne i zawodowe)	Kawaler lub rodzina 2+1, najczęściej środowisko zawodowe – średni lub wyższy szczebel kierownictwa	Wiek: powyżej 35 lat Płeć: mężczyzna Miejsce zamieszkania: miasto (raczej powyżej 25 tys. mieszkańców) Wykształcenie: min. średnie Sytuacja ekonomiczna: bardzo dobra, zarobki w okolicach 3500-5000 zł Styl życia: aktywny, lubi dobre kino Osobowość: najtrudniej scharakteryzować ten aspekt	Potrzeba prestiżu: „stać mnie na to, co najlepsze”, przekonanie do dobrej marki – mam LCD lub plazmę Panasonic, to kino domowe takiej firmy będę skłonny kupić.

Mając tak opisanego klienta konstruujemy ofertę, i tworzymy cały przekaz marketingowy.



2.3.1. Rzeczywiste potrzeby klienta

Znasz historię o Titanicu? Z pewnością...

Statek rozbił się, ponieważ za późno spostrzegł górę lodową, bo to, co było na powierzchni, było tylko wierzchołkiem góry lodowej – ważne jest to, co pod powierzchnią.

Ta historia świetnie obrazuje ważną zasadę biznesu:

NIE PROPONUJ (OFERTY) ZANIM NIE ROZPOZNASZ (RZECZYWISTYCH POTRZEB KLIENTA)!!!

Teoria góry lodowej



1. R.p. -
rozpoznanie potrzeb klienta

2. P.o. -
prezentacja oferty handlowej

WAŻNA ZASADA:

**NIE PROPONUJ zanim
NIE ROZPOZNASZ**

Jeżeli klient kupiłby od Ciebie narzędzia niskiej jakości, prawdopodobnie później oskarżyłby Cię o sprzedawanie buble, chociaż niska cena powinna go ostrzec. Pierwszą lekcją, którą powinieneś sobie przyswoić jest to, że cena sama w sobie nie jest aż tak ważna, jak się ludziom wydaje (stereotypy). To, co jest ważne, to cena za dany poziom jakości. Innymi słowy – powinieneś się starać, aby Twoja oferta w porównaniu do oferty konkurencji, zawierała dodatkowe wartości i aby wszystkie ekstra wydatki były niższe, niż zapłacą za nie klienci.

Aby Twoja oferta miała dodatkową wartość, musisz wiedzieć, czego naprawdę potrzebują klienci. Przyjrzyj się każdemu elementowi oferty konkurencji oraz swojej, którą chcesz przedstawić klientowi. Czy konkurenci dostarczają własne produkty raz w miesiącu? Jeżeli będziesz je dostarczał raz w tygodniu lub

Rynek i konkurencja

raz na dwa tygodnie, to klienci będą mogli utrzymywać niższe zapasy. Może mógłbyś dostarczać pilne dostawy „na specjalne życzenie klienta”? Konkurencja dostarcza raz w tygodniu? Może Ty mógłbyś dwa razy albo raz w miesiącu, a za to w większych ilościach i w rezultacie po niższych cenach. Większość klientów zakłada, że usługa, z której korzystają, jest jedyną dostępną. Aby odkryć, czego naprawdę potrzebują, musisz więc zadać im więcej szczegółowych pytań.

Po drugie, ważne jest, aby rozmawiać z właściwymi osobami. Mistrz produkcji nie może być obwiniany za to, że woli te towary, do których się przyzwyczył, a częstotliwość dostaw nie ma dla niego znaczenia. Menadżer zakładu, który musi balansować pomiędzy posiadaniem wystarczających, a nie za dużych zapasów, złapie to od razu. Dlatego spójrz na swoją ofertę z punktu widzenia klienta i pozwól mu efektywnie działać, zapłaci Ci za to. Za to rzadko zapłaci Ci za oferowanie czegoś tej samej klasy (lub gorszej) niż konkurenci – ich też musisz dobrze poznać.

2.4. Sprzedaż - esencja biznesu

Można bez przesady powiedzieć: „W firmie nie dzieje się nic, do momentu pierwszej sprzedaży”.

Jak stać się firmą zorientowaną na sprzedaż?

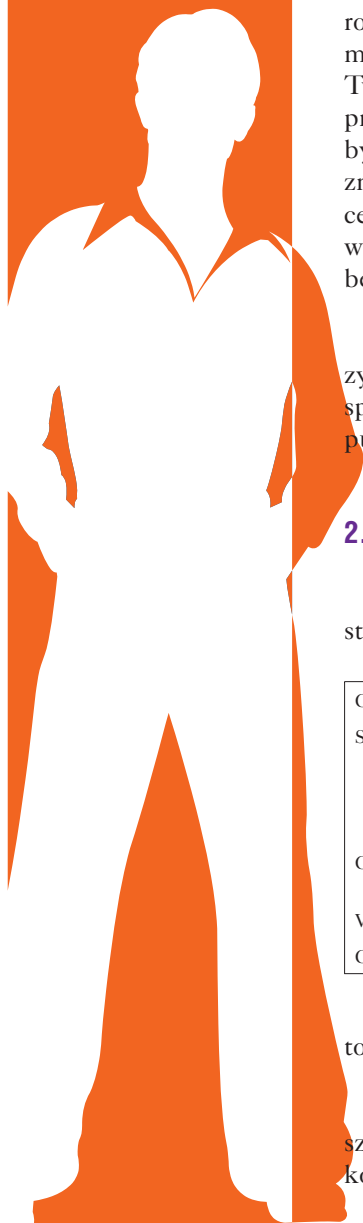
Należy przede wszystkim zrozumieć i wdrożyć trzy podstawowe zasady:

- » Firma zorientowana na sprzedaż sprzedaje rozwiązania, a nie produkty.
- » Firma zorientowana na sprzedaż sprzedaje zalety, a nie tylko cechy produktów.
- » Firma zorientowana na sprzedaż buduje więź z klientami; ich rola nie ogranicza się do sprzedawania produktów lub usług.

Celem współcześnie działających firm zorientowanych na sprzedaż jest budowanie więzi z klientem. Więź ta opiera się nie tylko na sprzedawaniu towarów (lub świadczeniu usług), lecz również, czy raczej przede wszystkim, na rozwiązywaniu problemów klienta. Wszyscy pracownicy takiej firmy powinni



Rynek i konkurencja



rozumieć wartość więzi z klientem i robić wszystko, co w ich mocy, aby te więzi podtrzymać. Nieważne, czy chodzi o Ciebie, Twoich pracowników, czy też wynajętych akwizytorów – każdy pracownik Twojej firmy, od sprzątaczkę do kierowcy tira, musi być świadomy znaczenia zasady, jaką jest budowanie przyjaznych stosunków z klientem. Współczesne dobrze prosperujące przedsiębiorstwa nauczyły się jednej ważnej rzeczy: możesz wycenić produkt lub usługę, lecz dobre stosunki z klientami są bezcenne.

Oczywiście każdy, kto oferuje produkty na rynku oczekuje zysków, chce zarobić. Ty również. Należy pamiętać również, że sprzedawanie to gra tocząca się pomiędzy sprzedającymi, a kupującymi. Każdy ma swoje cele i chce osiągnąć własne korzyści.

2.4.1 Z życia wzięte...

Planujesz otworzyć własny sklep? Planujesz swój towar dostarczać do sklepu? Jak sklepy kalkulują swoją cenę sprzedaży?

Cena, którą płaci sklep	10 zł	
Sklep dodaje	5 zł	To jest „narzut” 50%, „marża” lub „marża brutto” w wysokości 33 i 1/3 procenta od ceny sprzedaży pomniejszonej o VAT. To jest również „marża”, „marża brutto”, „zysk brutto” lub „narzut” w wys. 5 zł.
Cena w sklepie bez VAT	15 zł	Zwykle wyszczególniana, bo wartość VAT Nie jest dochodem sklepu.
VAT w wysokości 22%	3,30 zł	
Cena końcowa	18,30 zł	Cena na metce

Pamiętaj, że na niektóre towary jest 7% VAT – wówczas wartość VAT-u będzie inna.

Oczywiście akceptowalna przez klienta cena jest najważniejszym elementem ustalania ceny końcowej, zwłaszcza przy dużej konkurencji.

Rynek i konkurencja

2.5. Marketing mix – tylko trochę teoretyzowania

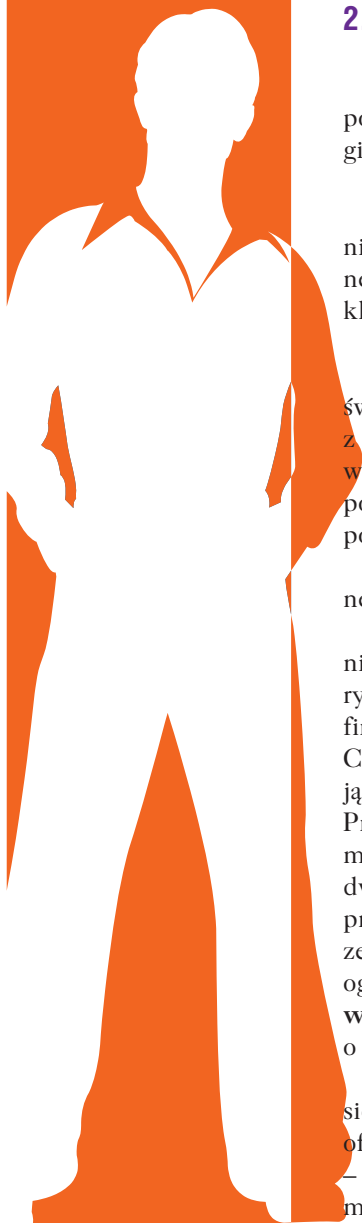
Warto właśnie w tym momencie przytoczyć zasady marketing mixu w rozróżnieniu na 4P sprzedającego i odpowiadające im 4C klienta. Dlaczego – sami zobaczcie.

4P SPRZEDAWCY	4C klienta
Produkt lub usługa Asortyment, marka, opakowanie, jakość, serwis, gwarancja itp.	Wartość produktu dla klienta Na ile produkt zaspokaja potrzeby i pragnienia klienta.
Cena Systemy rabatów, warunki kredytowania, terminy płatności, itp.	Koszt Koszt ponoszony przez nabywcę a użyteczność produktu.
Dystrybucja Kanały dystrybucji produktu i ich zasięg, odpowiednie zapasy itp.	Wygoda nabycia Na ile produkt jest dostępny – odpowiednie miejsce i czas, odpowiedni wybór.
Promocja Promocja sprzedaży, reklama, public relations, marketing bezpośredni itp.	Komunikacja Dostarczenie informacji o wyrobach lub usługach odpowiadające ich faktycznym cechom.

Jak widać, powyższa tabela określa sposoby postępowania dwóch uczestników procesu sprzedaży. Z punktu widzenia sprzedawcy oferta, aby została odebrana przez klienta, musi w sobie zawierać 4P, jednakże tylko i wyłącznie uwzględniając 4C transakcja zostanie zawarta.

Aby oferta Twojej przyszłej firmy miała wielu nabywców musisz się o nich jak najwięcej dowiedzieć. Tylko wtedy będziesz mógł właściwie zastosować narzędzia marketing mixu.





2.6. Naucz się pracować na platformach...

Nie wiem, w jakich podręcznikach spotkasz prezentowany poniżej system pracy – ale jest to podstawa planowania strategicznego w kontekście zdobywania i utrzymania klienta.

Każda firma działa w otoczeniu. Jest to RYNEK. Niekoniecznie pojęcie to oznacza jedno miejsce i jedno skupisko. Generalnie dotyczy obszaru, na którym funkcjonować mogą Twoi klienci.

Przeanalizujmy hipotetyczną sytuację...

Andrzej W., mieszkający w Świdnicy, chce otworzyć firmę świadczącą usługi informatyczne, w szczególności związane z instalacją i naprawą sprzętu, serwisowaniem sieci intranetowych itp. Aby zaistnieć na rynku, musi poinformować o tym potencjalnych klientów. Kogo poinformuje? Firmy z zachodniopomorskiego?

Z jakich nośników reklamy skorzysta? Z reklamy telewizyjnej?

Oczywiście, że nie – i jedno i drugie z pewnością okaże się nieopłacalne. Powiedzmy, że Andrzej zrobił już segmentację rynku – wie, że może pewne usługi świadczyć wyłącznie dla firm z najbliższej okolicy (np. byłe województwo wałbrzyskie). Co wg Was będzie najtańszym nośnikiem reklamy informującym o firmie Andrzeja i usługach przez niego oferowanych? Prawdopodobnie lokalna (lokalne) gazety najczęściej czytane, może jakaś gazeta dolnośląska, może Internet? Andrzej wybiera dwie lokalne gazety i tam umieszcza swoje ogłoszenia. Ile osób przeczyta to ogłoszenie? Pamiętajcie, że osoby czytające te gazety to pracownicy różnych firm z wybranego obszaru. Strzelam: ogłoszenie zobaczy 200 osób. To właśnie jest **platforma rynkowa**. Być może ktoś do niego zadzwoni, być może ktoś zapyta się o ofertę.

Dodatkowo z Internetu Andrzej wyszukuje średnie przedsiębiorstwa z obszaru zainteresowań. Wszystkim wysyła swoją ofertę drogą mailową lub listownie – niech będzie to 100 firm – tak tworzy **platformę potencjalną** (jeszcze nie klienci, ale może??). Możliwe, że dodatkowo będzie musiał odbyć kilkadziesiąt rozmów handlowych. Ze 100 potencjalnych klientów usługę (mniejsza o to jaką) kupi 25 osób/firm. To jest właśnie **platforma kupująca**. Pewnie zastanawiasz się, co oznaczają te

Rynek i konkurencja

cegielki? To najważniejszy element budowania stabilności firmy – stali klienci. Nie jest prawdą, że zadowolony klient zawsze kupi u tego samego dostawcy, najczęściej, lecz nie zawsze, tak się dzieje... Stały klient to ktoś, kto ponawia zakup lub zamawia coraz to nowsze usługi/produkty u tego samego dostawcy. Zasada PARETO (dość istotna) mówi, że 20% klientów przynosi firmie 80% zysków. Dlatego tak ważne jest budowanie stabilizacji firmy w oparciu o stałych klientów. Niech zatem z 25 klientów 5 stanie się stałymi klientami. Czy Andrzej powinien zaniechać dalszych działań w zakresie szukania zleceń?

NIE – jeżeli zależy mu na dobrym wyniku finansowym, TAK – jeżeli lubi ryzyko utraty klientów.

To kolejna zasada, którą powinieneś sobie przyswoić, jeżeli chcesz zostać przedsiębiorcą:

Tylko utrzymywanie aktywności na stałym poziomie da Ci wyniki na odpowiednim poziomie.

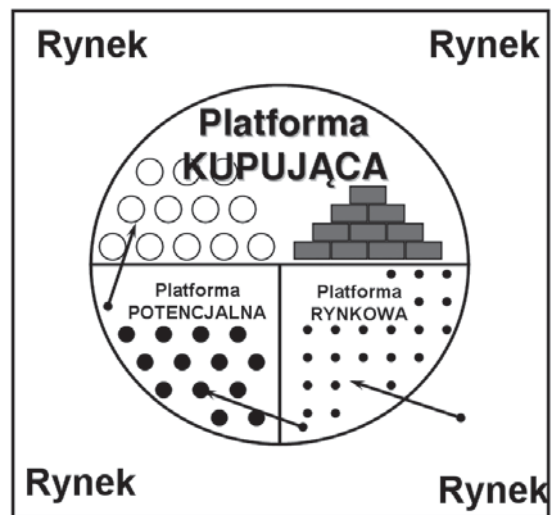
Co to w praktyce oznacza? Co wpływa na wyniki?
W skrócie trzy zmienne: **Ilość, Kierunek i Jakość działań.**

To tutaj powinieneś upatrywać swoją porażkę lub sukces. Bowiem jeżeli wyniki Cię nie satysfakcjonują może za mało czasu poświęcasz firmie? Może wybrałeś zły kierunek działań, zły segment klientów, powinieneś świadczyć inne usługi? Może jakość Twoich działań jest niska, Twoje usługi są świadczone byle jak, trzeba po Tobie poprawiać?

W okresie przemian (lata 90-te) dużo firm upadło, ponieważ nie potrafiło zmienić swojego postępowania, zmienić podejścia i przeanalizować tych trzech czynników. Jeżeli w Twoim otoczeniu są takie osoby – zadaj im pytanie: Dlaczego im się nie udało?

Możliwe, że szczerze Ci odpowiedzą, nawet jeżeli będą narzekać na ustrój, brak stabilności, również wyciągniesz wnioski. Jednego, czego możesz być pewien to ZMIAN, jakie z pewnością nastąpią – w końcu żyjemy w bardzo dynamicznych czasach...

Rynek i konkurencja



Instrumenty wpływu na wyniki:

$$W = I + K + J$$

I – Ilość działań

K – Kierunek działań

J – Jakość działań

Ale gdzie ta kasa?

Sylwia Petryna
Współpraca: Joanna Naliwajko

III. Ale gdzie ta kasa?

Wiele osób stojących przed dylematem: zakładać / nie zakładać własną działalność, zastanawia się skąd wziąć pieniądze.

W chwili obecnej macie sporo możliwości. Po wejściu Polski do UE otworzyły się dla Was drzwi skarbcza :) - oczywiście w przerośni. Poniżej opisuję kilka możliwości, jakie przed Wami stoją.

Dodatkowo w każdej publikacji w rubryce „Co w trawie piszczy?” podaję najbardziej aktualne informacje nt. konkursów i możliwości pozyskiwania funduszy europejskich.

3.1. Zanim otworzysz firmę

Masz kilka możliwości:

- 1. Dotacja dla osób bezrobotnych z Powiatowych Urzędów Pracy (PUP) w wysokości około 18.000 zł** (piszę około, bo w różnych PUP ta kwota może się różnić).

Na podstawie ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz.U.04.99.1001) osoby bezrobotne mogą występować o bezzwrotne dotacje na rozpoczęcie działalności gospodarczej w wysokości nie większej niż 5-krotność przeciętnego wynagrodzenia.

Przyznanie bezrobotnemu dotacji jest dokonywane na podstawie umowy cywilnoprawnej (poprzedzonej wnioskiem), zawartej przez Powiatowy Urząd Pracy z bezrobotnym.

Co musisz zrobić?

- » Zarejestrować się w PUP, zgodnie z miejscem zamieszkania.
- » Wypełnić wniosek i wraz z Biznes Planem złożyć we właściwym PUP.
- » Znaleźć żyrantów – ponieważ oni stanowią zabezpieczenie pełnej kwoty dotacji.



Ale gdzie ta kasa?



Dodatkowe informacje:

Powiatowe Urzędy Pracy właściwe dla Twojego miejsca zamieszkania.

- 2. Działanie 6.2. Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia skierowane jest do osób fizycznych zamierzających rozpocząć prowadzenie działalności gospodarczej (z wyłączeniem osób, które posiadały zarejestrowaną działalność gospodarczą w okresie 1 roku przed złożeniem wniosku o uzyskanie wsparcia w ramach projektu).**

Głównym celem Działania jest promocja oraz wspieranie inicjatyw i rozwiązań zmierzających do tworzenia nowych miejsc pracy oraz budowy postaw kreatywnych, służących rozwojowi przedsiębiorczości i samozatrudnienia poprzez:

- » doradztwo (indywidualne i grupowe) oraz szkolenia umożliwiające uzyskanie wiedzy i umiejętności potrzebnych do założenia i prowadzenia działalności gospodarczej,
- » przyznanie środków finansowych na rozwój przedsiębiorczości (w tym w formie spółdzielni lub spółdzielni socjalnej – o ile wszyscy udziałowcy są osobami, które rozpoczęły prowadzenie działalności w wyniku uczestnictwa w projekcie realizowanym w ramach przedmiotowego Działania), do wysokości stanowiącej równowartość 40 tys. zł (lub 20 tys. na osobę w przypadku spółdzielni lub spółdzielni socjalnej),
- » wsparcie pomostowe w okresie od 6 z możliwością przedłużenia w uzasadnionych przypadkach do 12 miesięcy od dnia rozpoczęcia działalności gospodarczej,
- » obejmujące finansowe wsparcie pomostowe wypłacane miesięcznie w kwocie nie większej, niż równowartość minimalnego wynagrodzenia obowiązującego na dzień wypłacenia dotacji,
- » wsparcie pomostowe w formie doradztwa oraz pomocy w efektywnym wykorzystaniu dotacji (wyłącznie dla osób, które rozpoczęły działalność w ramach danego projektu).

Osoby chcące rozpocząć działalność gospodarczą po przy-

Ale gdzie ta kasa?

łączeniu do projektu zostaną objęte w/w formami wsparcia.

Więcej informacji na stronie internetowej Dolnośląskiego Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Wałbrzychu www.pokl.dwup.pl.

3. Preferencyjne pożyczki – np. z Funduszu Regionu Wałbrzyskiego

FRW udziela niskoprocentowanych pożyczek dla młodych osób otwierających własną działalność gospodarczą. Program ten realizowany jest przy współpracy z Bankiem Gospodarstwa Krajowego, który przekazuje Funduszowi środki na ten cel. Środki zapewnia budżet państwa, poprzez program Ministerstwa Gospodarki “Pierwsza Praca”.

O pożyczkę może się ubiegać:

- » osoba do 25 roku życia lub do 27 roku życia, jeśli ukończyła studia wyższe, zarejestrowana jako bezrobotna;
- » grupa osób spełniających powyższe warunki, zakładających wspólną działalność gospodarczą.

Przeznaczenie pożyczki:

Pożyczka przeznaczona jest na finansowanie kosztów związanych z założeniem własnej firmy, a w szczególności na:

- » zakup wyposażenia technicznego niezbędnego do prowadzenia rozpoczynanego przedsięwzięcia, tj. maszyn, urządzeń, środków transportu i wszelkiego rodzaju wyposażenia,
- » zakup ziemi, nieruchomości gospodarczych, materiałów i wyrobów związanych z budową, rozbudową lub adaptacją obiektów,
- » zakup surowców, materiałów, towarów.

Więcej informacji na stronie:

www.frw.pl/index.php?d=biznes

3.2. Masz już firmę?

Dla Ciebie są poniższe możliwości. W wymienionych funduszach bacznie zwracajcie uwagę na koszty kwalifikowalne



Ale gdzie ta kasa?



– czyli koszty, które w ramach danego działania kwalifikują się do wsparcia. Tylko na takie koszty dostaniecie dofinansowanie.

1. Regionalny Program Operacyjny na lata 2007-2013 dla Województwa Dolnośląskiego (RPO)

Celem głównym programu dolnośląskiego jest podniesienie poziomu życia mieszkańców Dolnego Śląska oraz poprawa konkurencyjności regionu przy respektowaniu zasad zrównoważonego rozwoju.

Priorytety RPO:

1. Przedsiębiorstwa i innowacyjność
2. Społeczeństwo informacyjne
3. Transport
4. Środowisko i bezpieczeństwo ekologiczne
5. Energetyka
6. Turystyka i Kultura
7. Edukacja
8. Zdrowie
9. Miasta
10. Pomoc techniczna

Priorytety RPO wzajemnie się uzupełniają, dzięki czemu umożliwiają zrównoważony rozwój regionu. W RPO przewidziane jest wsparcie dla przedsiębiorców chcących podnieść swoją konkurencyjność na rynku oraz instytucji otoczenia biznesu (Priorytet 1 opisywany również w rubryce: Co w trawie piszczy?).

Kwota przewidziana na wsparcie Dolnego Śląska w ramach RPO w latach 2007-2013 to: 1 213 144 879 EUR.

Więcej informacji znajdziecie na stronach:

www.mrr.gov.pl, www.fundusze.dolnyslask.pl,
www.rpo.dolnyslask.pl, www.dip.dolnyslask.pl

2. Ogólnopolskie programy realizowane przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości

Na lata 2007-2013 PARP realizuje programy:

- » Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka (PO IG)

Ale gdzie ta kasa?

- » Program Operacyjny Kapitał Ludzki (PO KL)
- » Program Operacyjny Rozwój Polski Wschodniej (PO RPW)

O PO IG wspominaliśmy w poprzedniej publikacji omawiając Działanie 8.1. dla początkujących firm w branży e-biznesu.

Więcej informacji można znaleźć na stronie:
www.parp.gov.pl

3. Fundusze pożyczkowe i poręczeniowe

Dolnośląski Fundusz Gospodarczy (fundusz poręczeniowy)

Fundusz powstał na mocy porozumienia podpisanego przez Marszałka Województwa Dolnośląskiego, Prezydenta Wrocławia i Prezesa Banku Gospodarstwa Krajowego w Warszawie w celu likwidowania barier w dostępie do kapitału zewnętrznego poprzez oferowanie instytucjom dostarczającym kredytów, pożyczek lub dotacji, poręczeń zabezpieczających ich spłatę przez przedsiębiorcę.

Dolnośląski Fundusz Gospodarczy
ul. Wita Stwosza 3, Wrocław
tel. 071 343 79 64, 071 79 57 999
e-mail: biuro@dfg.pl, www.dfg.pl

Subregionalny Fundusz Pożyczkowy Dolny Śląsk Z Funduszu mogą skorzystać przedsiębiorcy:

1. przedsiębiorcy zatrudniający do 50 pracowników,
2. mający swoją siedzibę i prowadzący podstawową działalność na terenie województwa dolnośląskiego,
3. działający co najmniej 3 miesiące,
4. posiadający wyraźnie określony cel, na który zostanie wykorzystana pożyczka,
5. mający dobrą strategię działania, lecz niewystarczające środki na sfinansowanie swojego działania i rozwoju,
6. działający we wszystkich branżach, z wyjątkiem przemysłu rolniczego, zbrojeniowego i działalności określanej jako szkodliwa dla środowiska, a także



Ale gdzie ta kasa?



przedsiębiorcy prowadzący działalność powszechnie uznawaną za nieetyczną.

Punkt Obsługi Funduszu
Dolnośląska Izba Gospodarcza
ul. Świdnicka 39, Wrocław
tel. 071 372 44 91
e-mail: zolnierczyk@dig.wroc.pl, www.dig.wroc.pl

Fundusz Regionu Wałbrzyskiego

Pożyczki udzielane przez Fundusz Regionu Wałbrzyskiego ze środków pochodzących z Unii Europejskiej są przeznaczone dla przedsiębiorców, którzy:

1. zatrudniają mniej niż 50 osób,
2. roczny obrót nie przekracza 10 mln EUR/ całkowity bilans roczny nie przekracza 10 mln EUR,
3. prowadzą działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową lub rozpoczynający działalność gospodarczą,

Punkt konsultacyjny Funduszu Pożyczkowego
przy Dolnośląskiej Izbie Rzemieślniczej
Dział Promocji i Współpracy z Zagranicą
Plac Solny 13
50 – 061 Wrocław
tel. 071 344 86 91 w. 26
e-mail: fundusz@izbarzemieslnicza.com.pl
<http://www.izbarzemieslnicza.com.pl/>

Fundusz MIKRO

Celem Funduszu jest wspieranie rozwoju mikroprzedsiębiorczości poprzez udostępnianie kapitału w formie pożyczek właścicielom małych firm. Przedsiębiorcy – klienci Funduszu Mikro obsługiwani są przez doradców klienta w 38 oddziałach znajdujących się na terenie całego kraju. Fundusz oferuje stały dostęp do kapitału na prostych warunkach, bez zbędnie rozbudowanych formalności.

Ale gdzie ta kasa?

Fundusz Mikro na Dolnym Śląsku:

WROCLAW

ul. Traugutta 104
50-420 Wrocław
tel.: (71) 342 96 88
fax: (71) 342 97 32

JELEŃ GÓRA

ul. Bankowa 13/1
58-500 Jelenia Góra
tel.: (75) 752 61 09
fax: (75) 753 30 75

LEGNICA

Pl. Słowiański 1
59-220 Legnica
tel.: (76) 862 33 50
fax: (76) 862 33 51

WAŁBRZYCH

ul. A. Schmidta 1 lok. 2
58-300 Wałbrzych
tel.: (74) 849 00 13
fax: (74) 849 08 44



No to „za” czy „przeciw”?

Sylwia Petryna

IV. No to „za” czy „przeciw”?

Ostatnia część tej publikacji to zebranie argumentów za i przeciw prowadzeniu własnej działalności. Jeżeli chcesz, możesz dopisać swoje...

4.1. Powody przemawiające za posiadaniem firmy

Poniżej przedstawiamy kilka powodów, dla których ludzie decydują się posiadać firmę:

Satysfakcja z tworzenia: czy kiedykolwiek doświadczyłeś uczucia dumy z wytworzenia krzesła, przygotowania pysznego posiłku czy zreperowania odkurzacza? Czy czułeś satysfakcję zapewniając pomoc doradcą klientom borykającym się z problemami finansowymi? Właściciel firmy może czuć się twórcą każdego dnia, nie wspominając o satysfakcji płynącej z możliwości rozwiązywania problemów różnych ludzi.

Zmiana sposobu postrzegania rzeczywistości: nigdy więcej narzekania na ciekący kran czy wiecznie zepsute radio - nigdy ich nie naprawiałeś, bo jakoś tak wyszło. Kiedy rozpoczniesz działalność gospodarczą, Twoje podejście do otaczającej Cię rzeczywistości ulegnie zmianie. Od tej pory rzeczy będą takimi, jakimi chcesz żeby były, a nie takimi, jakie są.

Lepsza kondycja finansowa: pomyśl o takich postaciach jak Bill Gates, Steve Jobs czy Ted Turner. Nie dziwisz się chyba, że Ci niegdyś posiadacze małych firm są obecnie jednymi z najbogatszych ludzi Świata?

Samowystarczalność: wielu z nas doświadczyło, że praca na czyjś rachunek nie jest zbyt dochodowa. Niektórzy już wyciągnęli z tej lekcji odpowiednie wnioski i nauczyli się, że chcąc zapewnić lepsze życie sobie i swojej rodzinie powinni wyjść naprzeciw nadarzającym się okazjom. Wybór jest oczywisty, gdy alternatywą założenia własnej firmy może być - jeśli sprawy przybiorą naprawdę zły obrót - powiększenie grona bezrobotnych.

No to „za” czy „przeciw”?

Elastyczność: być może wolałbyś pracować popołudniami, bo Twoja żona/mąż też pracuje po południu, a może chciałbyś spędzać więcej czasu z dziećmi w ciągu dnia. Być może wolisz brać częstsze krótkie urlopy, zamiast rzadszych tygodniowych. Będąc właścicielem małej firmy, pomimo swobodnego dysponowania czasem, powinieneś umiejętnie planować rozkład zajęć. W końcu jesteś sam swoim szefem i Ty decydujesz, w jaki sposób podzieliś czas pomiędzy siebie, rodzinę i klientów.

Dodatkowe korzyści: przekonasz się, że właściciele małych firm mogą cieszyć się dodatkowymi korzyściami, których nie znają pracownicy etatowi. Mają na przykład prawo do stosowania ulg inwestycyjnych, czyli do dokonywania odliczeń wydatków poniesionych na cele inwestycyjne. Niestety, z ulg nie możesz korzystać, jeśli rozliczasz się z podatku kartą podatkową lub opłacasz podatek ryczałtem od przychodów ewidencjonowanych. Ponadto masz możliwość korzystania z odpisów amortyzacyjnych środków trwałych.

4.2. Argumenty przeciw posiadaniu firmy

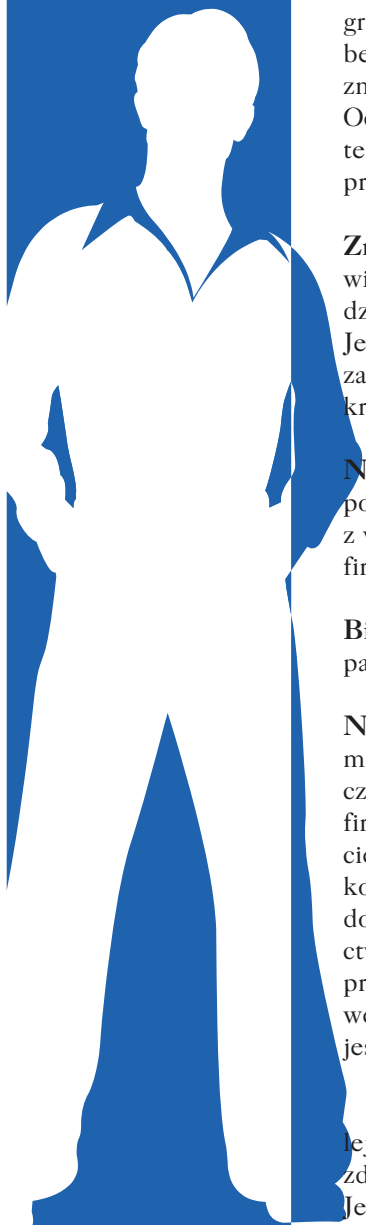
W świetle przytoczonych zalet posiadania firmy, ktoś chciałby pozostać na łasce i niełasce swego szefa? Dlaczego każdy nie miałby się zająć prawdziwym biznesem? Pozwólcie, że przedstawię argumenty przeciw:

Odpowiedzialność: właściciel małej firmy uzależnia od powodzenia przedsięwzięcia nie tylko los własnej rodziny, ale również partnerów, pracowników i ich rodziny, klientów a niejednokrotnie dostawców, z którymi współpracuje. Kochamy nasz mały biznes, lecz nawet najwięksi entuzjaści wspominają z nostalgią stare dobre czasy, gdy odbijali kartę zegarową po zakończonym dniu pracy i wracali spokojnie do swych rodzin i domów. Jeśli jesteś typem osoby, która bierze na siebie zbyt wielką odpowiedzialność lub często pracuje po godzinach, może się okazać, że prowadzenie własnej firmy wpędzi Cię w pracoholizm.

Konkurencja: to konkurencja jest czynnikiem, dzięki któremu zdecydowałeś się na prowadzenie własnej firmy. Jednak ta sama konkurencja powraca, czyhając na Twoje potknięcia i za-



No to „za” czy „przeciw”?



grażając Twojej pozycji na rynku. Wkrótce przekonasz się, że bezlitośni konkurenci deptają Ci nieustannie po piętach chcąc znieść klientów niższymi cenami lub pełniejszą ofertą usług. Oczywiście konkurencja napędza świat kapitalizmu, lecz musisz też pamiętać o tym, że tam gdzie jest konkurencja, tam są też przegrani i wygrani.

Zmiany: Produkty i usługi pojawiają się i znikają. Nic nie trwa wiecznie, a tempo zmian jest dzisiaj znacznie szybsze niż kilkadziesiąt lat temu - i nic nie zapowiada, aby miało się zmniejszyć. Jeśli nie lubisz zmian i zamieszania, jakie wywołują, będziesz zapewne lepiej się czuł na pewnej posiadzie w wielkiej zbiurokratyzowanej firmie.

Nieprzewidziane zdarzenia: kryzysy ekonomiczne, kradzież, pożar, klęski żywiołowe, choroby, zaraza - lista jest długa. Każde z wymienionych zdarzeń może przyczynić się do klęski Twojej firmy. Ale akurat to może przydarzyć się każdemu.

Biurokracja: podatki, reforma ubezpieczeniowa, urzędnicy państwowi, cła, Urząd Skarbowy, ZUS, uff... dużo tego.

Nieudane przedsięwzięcia: Jakby tego wszystkiego było mało, właściciel małej firmy musi być przygotowany, by stawić czoła najczarniejszemu z możliwych scenariuszy: bankructwu firmy. W przypadku bankructwa jedyne, co może zrobić właściciel to stać i przyglądać się, jak wierzyciele zabierają mu wszystko, co dotąd posiadał, od biurka prezesa, przez fax, po rośliny doniczkowe, które kiedyś upiększały biuro. Porównując bankructwo właściciela małej firmy z utratą pracy w jednym z wielkich przedsiębiorstw, gdzie pracownik dodatkowo otrzymuje odprawę, nikt nie ma wątpliwości, że prowadzenie własnej firmy nie jest zajęciem dla każdego.

Powyższe dwie listy zostały zestawione w przypadkowej kolejności. Nie znajdziesz uniwersalnej metody, która pozwoli Ci zdecydować, czy warto założyć nową lub kupić istniejącą firmę. Jedyne, czego możesz się spodziewać, to kryteria oceny pomocne w podjęciu takiej decyzji.

No to „za” czy „przeciw”?

Twoje za:

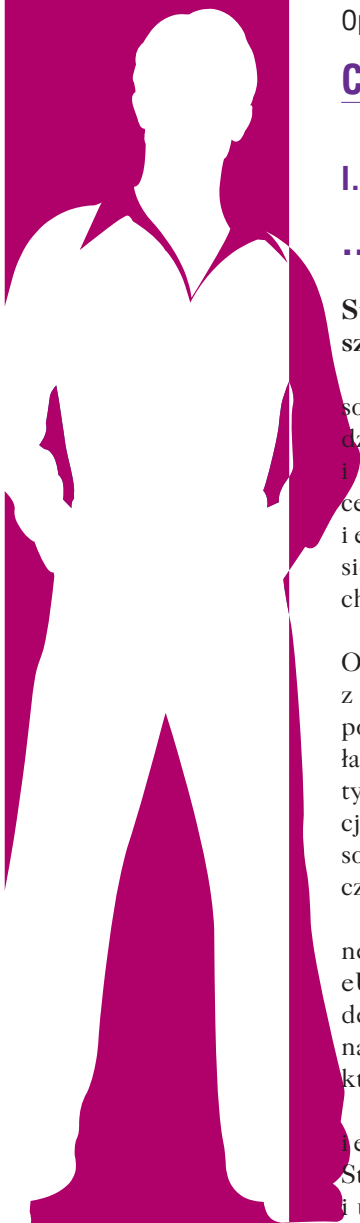
Twoje przeciw:

LITERATURA:

1. Michael Moris „Jak założyć własną firmę?”, 2005 rok.
2. Robert T. Kiyosaki i Charon L. Lechter „Kwadrant przepływu pieniędzy”, 2001 rok.
3. S.Petryna, R.Krawczyk: skrypty z przedsiębiorczości „Własna firma”, 2004-2005 rok.



Co w trawie piszczy?



Opracowanie: Sylwia Petryna

Co w trawie piszczy?

I. Dział różne

...INFORMACJA TO PODSTAWA

Startuje www.web.gov.pl – nowa strona internetowa dla szukających dotacji na pomysł usług w sieci

Przykłady przedsięwzięć, które się powiodły dzięki dofinansowaniu ze środków UE, wskazówki, jak napisać biznes plan, dziesięć kroków do samodzielnego złożenia wniosku o dotację i sześć najczęstszych błędów przy jego składaniu oraz wiele cennych rad, jak rozwijać i promować swój pomysł na e-usługi i elektroniczne działania B2B – te wszystkie informacje znajdują się na nowej stronie internetowej www.web.gov.pl, którą uruchomiła Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP).

Tak jak pisaliśmy w ostatniej publikacji w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (PO IG) przedsiębiorcy z mikro, małych i średnich firm mogą ubiegać się o dotacje na pomysły związane z e-usługami i produktami cyfrowymi (Działania 8.1. PO IG) oraz z wdrożeniami elektronicznych rozwiązań typu B2B (Działania 8.2. PO IG). Budżet, jaki mają do dyspozycji do 2013 roku wynosi ponad 846 mln euro. Wnioski o dofinansowanie składa się do Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości poprzez Regionalne Instytucje Finansujące.

Na stronie głównej www.web.gov.pl umieszczono dwa główne elementy dla szukających informacji: sekcję o dotacjach na eUsługi i sekcję o dotacjach na B2B. Użytkownicy znajdą tam definicje, formalne kryteria, które pozwalają skorzystać z dofinansowania oraz szczegóły, jakie warunki musi spełniać projekt, który chce się finansować z funduszy UE.

Na stronie internetowej znajdują się też zakładki: Artykuły i e-booki, gdzie użytkownicy mogą szukać opracowań i inspiracji. Strona – obecnie w wersji testowej - będzie stale aktualizowana i uzupełniana o przydatne dla przedsiębiorców informacje, tak aby stanowiła podstawowe i użyteczne źródło dla wszystkich, którzy chcą zrealizować swój pomysł na internetowy biznes w oparciu o dotacje z Programu Operacyjnego Innowacyjna Go-

Co w trawie piszczy?

spodarka. Portal będzie się rozwijał razem ze wzrostem liczby użytkowników, w odpowiedzi na ich potrzeby. Uruchomione zostanie także forum, służące wymianie doświadczeń i porad.

(Źródło: www.parp.gov.pl)

Firmy rodzinne - wzajemne zaufanie i wspólnota celów

Wzajemne zaufanie i głębokie poczucie wspólnoty celów to paliwo napędzające rodzinne biznesy. Czasem jednak sprawdza się porzekadło, że z rodziną najlepiej wychodzi się na zdjęciu. Jak uniknąć pułapek i umiejętnie pielęgnować familijną firmę?

W Unii Europejskiej 25% przedsiębiorstw stanowią firmy rodzinne (tzw. FR), zatrudniające ponad połowę pracowników przedsiębiorstw prywatnych. Firmy o tym charakterze są powszechnie utożsamiane z mikro-, małymi i średnimi przedsiębiorstwami (MSP), mimo że niektóre z nich rozrastają się do dużych rozmiarów. Stanowią aż 20% z 500 firm na liście magazynu „Fortune”. Również w Polsce mamy pozytywne przykłady biznesów rodzinnych, które zyskały silną pozycję na rynku (Nowy Styl, Blikle, Dekor Glass).

PARP dostrzegła potrzebę wypracowania i popularyzowania metod wspierania zrównoważonego rozwoju FR, czyli takiego, który z jednej strony prowadziłby do wdrażania nowoczesnych metod zarządzania, a drugiej chroniłby te firmy przed utratą rodzinnego charakteru. PARP realizuje w tym celu projekt pilotażowy „Firmy rodzinne”.

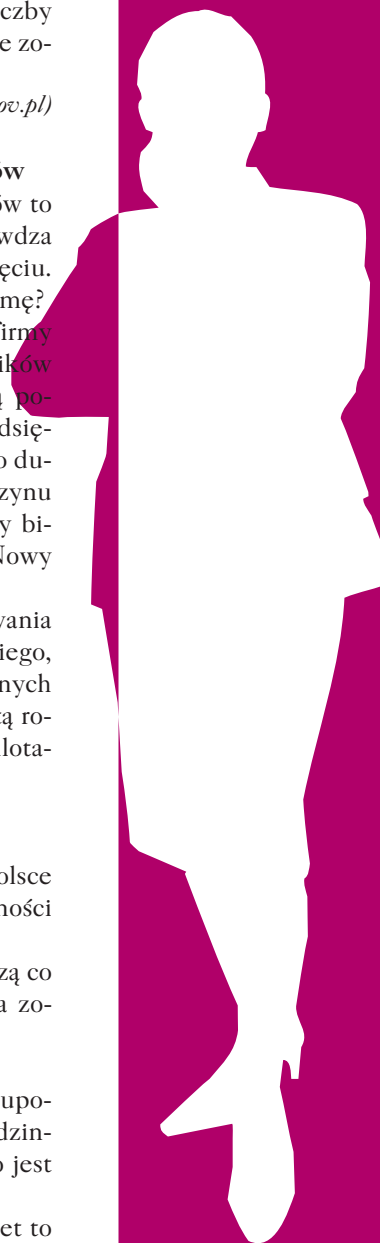
Projekt będzie się składał z dwóch głównych etapów:

1. Dotyczy zbadania skali biznesu rodzinnego w Polsce i jego struktury oraz zdefiniowania barier w działalności FR.
2. Objęcie kompleksową usługą szkoleniowo-doradczą co najmniej 50 firm rodzinnych, którym dostarczona zostanie wiedza na temat sprawnego zarządzania.

Pilotaż tego projektu będzie polegał na wypracowaniu i upowszechnianiu najefektywniejszych metod wsparcia firm rodzinnych. Jednakże uruchomienie komponentu szkoleniowego jest uzależnione od wyników badania.

Projekt będzie realizowany do końca 2011 r. Jego budżet to prawie 5,3 mln zł.

(Źródło: PARP)





II. Dział marketing

Widżety - nowe narzędzie marketingowe

Widżety wkrótce staną się głównym kanałem komunikacji marketingowej online – dowodzi najnowszy raport Universal McCann TrendMarker.

Co to jest widżet?

Widżet to nic innego jak fragment kodu, który użytkownik może w prosty sposób dodać do własnej strony internetowej, przeglądarki, pulpitu, bloga czy sieci społecznościowej. Zwykle przybiera formę graficzną i pracuje jako mini aplikacja. Widżety mają wiele nazw: plug-in, aplikacje i internetowe gadżety. Niektóre z widżetów umożliwiają wyświetlanie informacji, które dostarcza inny dostawca z zewnętrznego serwera lub strony internetowej. Widżety dodaje się zwykle poprzez jedno kliknięcie. Bardzo rzadko operacja taka wymaga wklejania kodu. Widżety mogą być dystrybuowane także poprzez tzw. marketing wirusowy.

Najpopularniejszymi widżetami są Facebook Applications, Windows Vista Gadgets oraz Google Gadgets. Wszystkie z wymienionych realizują te same cele: mogą być w prosty sposób instalowane na innych stronach internetowych i dystrybuują treści w całej sieci bez względu na platformę.

Idea...

...widżetów była znana od samego początku istnienia stron internetowych. Jednak dopiero dzisiaj zaczynają odgrywać istotną rolę. Wynika to ze zmiany koncepcji Internetu jako zbioru oddzielnych serwisów. Obecnie globalna sieć rozwija się w kierunku jednego wielkiego serwisu, którego zawartość jest rozproszona pomiędzy różnymi platformami.

Według Universal McCann dynamicznie rośnie komercyjne znaczenie widżetów. Producenci filmów umożliwiają internautom umieszczanie swoich produkcji na ich stronach, zespoły sportowe tworzą obrandowane widżety, które po instalacji wyświetlają najnowsze informacje dostarczane centralnie. Możliwość centralnego zarządzania treścią wyświetlaną w widżetach można wykorzystać jako świetną formę reklamy.

Co w trawie piszczy?

Dlaczego widżety są tak ważne?

Universal McCann zaobserwował pięć trendów istotnych dla rozwoju widżetów:

1. Dostępność na wszystkich platformach

Sieci społeczne, personalizowane strony startowe i wyszukiwarki stają się platformami dla zewnętrznego kontentu. Są rozwiązaniem dla użytkowników, którzy chcą we własny sposób zorganizować sobie wygląd serwisu, z którego korzystają. Oznacza to, że użyteczność stron internetowych będzie wzrastać dzięki możliwości zebrania w jednym miejscu danych i aplikacji z wielu serwisów – bez względu na to, na jakiej platformie zostały stworzone (patrz darmowe strony na wp, onet, itp.).

2. Sieć naczyń połączonych

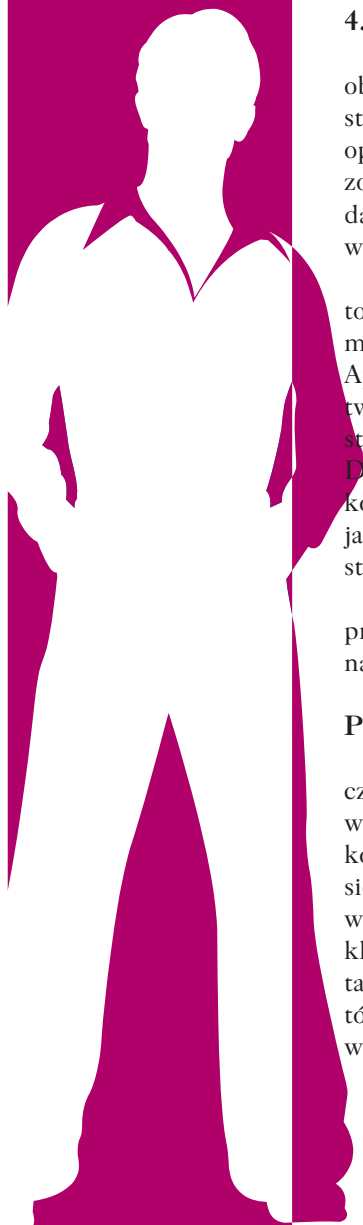
Do historii odeszły czasy, gdy każda strona internetowa stanowiła odrębny byt w sieci, a jej zawartość była w 100 procentach unikalna. Dzięki zjawisku web 2.0 i mediów społecznych wszystko ze sobą jest połączone. Serwisy internetowe posiadają funkcję dzielenia swojej zawartości między sobą i publikację na każdej platformie. Dzieje się tak poprzez RSSy (Really Simple Syndication, jest to rodzina formatów sieciowych, opartych na języku XML służących do publikacji często zmieniających się treści, takich jak wpisy blogów, wiadomości), pocztę elektroniczną czy właśnie widżety. Widżety są doskonałym sposobem na dystrybucję komunikatów i przekazów w całej sieci internet. Jednocześnie pozwalają zachować pełną kontrolę nad wyświetlaną treścią dzięki centralnemu dostarczaniu nowego kontentu.

3. Otwarty kod

Platformy webowe coraz częściej udostępniają swój kod. Umożliwia to swobodne tworzenie przez użytkowników nowych funkcji rozwijających serwis. Dzięki temu każdy może stworzyć swojego widżeta, który będzie mógł być użyty przez wszystkich użytkowników internetu. Wkrótce widżety będą miały ujednolicony kod. Najpopularniejszymi serwisami, które udostępniły swój kod umożliwiając użytkownikom tworzenie nowych aplikacji i widżetów są Google Open Social, Facebook czy Bebo. Dzięki ujednoliconemu kodowi nowe aplikacje i widżety są bez problemu wyświetlane na każdym komputerze.



Co w trawie piszczy?



4. Internet jest wszędzie

We wszystkich obszarach związanych z komputerami jest obecny internet. Oznacza to, że widżety staną się wkrótce dostępne wszędzie – włączając w to systemy operacyjne, pakiety oprogramowania takie jak Excel czy PowerPoint. Windows Vista został wyposażony w wiele funkcji, które polegają na pobieraniu danych i informacji z Internetu - na przykład widżety umożliwiające personalizowanie pulpitu.

W tym samym czasie aplikacje bazujące na stronach internetowych zaczynają rywalizować z aplikacjami, które użytkownik musi zainstalować na komputerze z płyty. Na przykład Google Apps oferuje arkusz kalkulacyjny, edytor tekstów, program do tworzenia prezentacji. Są to programy dostępne wyłącznie przez stronę internetową i nie wymagają instalacji na komputerze. Dzięki temu możemy pracować na dokumentach na każdym komputerze gdziekolwiek się znajdziemy – bez względu na to jaki system operacyjny jest w nim zainstalowany. Wystarczy dostęp do internetu.

W przyszłości całe oprogramowanie będzie dostępne poprzez przeglądarkę internetową i dostępne w każdym miejscu na Ziemi.

Podsumowanie

Opisane powyżej trendy powodują, że widżety stają się kluczowym kanałem komunikacji dla marketerów i marek umożliwiając dystrybucję ich komunikatów i kontentu. Udostępnienie konsumentom widżetów marki zintegrowanych z ich pulpitemi, sieciami społecznym, blogami czy stronami startowymi, stanowi niezwykle ważny element budowy dobrych relacji pomiędzy klientem a marką. Istotną cechą widżetów jest to, że są bardzo tanie w produkcji, ich dystrybucja nie wymaga wysokich kosztów, a grupy docelowe nie mają problemów z ich instalacją – bez względu na to z jakiej platformy systemowej korzystają.

(Źródło: Iwona Bodziony | Interaktywnie.com)

Co w trawie piszczy?

III. Dział księgowość i prawo

12 dni na kontrolę podatkową u mikroprzedsiębiorców

Od 31 marca 2009 r., zgodnie z nowelą ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, fiskus będzie miał 12 dni na kontrolę podatkową u mikroprzedsiębiorców.

Urzednicy uważają, że 12 dniowy termin na przeprowadzenie kontroli, jest niemożliwy do dotrzymania, szczególnie w sytuacji gdy kontrola wymagać będzie przeprowadzenia dodatkowych czynności. Eksperti są innego zdania. Uważają oni, że zmiana czasu przeprowadzenia kontroli jest jak najbardziej potrzebna, bo zmotywuje urzedników do zwiększenia efektywności działania.

Eksperti tłumaczą, że limit 12 dni obowiązuje ogółem w stosunku do wszystkich, poza nielicznymi wyjątkami, kontroli w roku. Termin może być wydłużony do dwukrotności limitu, jeżeli ujawnione w toku dotychczasowych czynności zaniżenie zobowiązania podatkowego sięgnie 10 proc. od zadeklarowanego lub podatnik nie złożył deklaracji. Jeżeli organ nie zdąży dokonać ustaleń podczas kontroli, to przeniesie część swoich działań na postępowanie podatkowe. W jego toku będzie występował do podatnika o przedstawienie brakujących danych, dokumentów i wyjaśnień.

Szczególnie na zmianach powinny zyskać mali przedsiębiorcy, którzy w przeciwieństwie do dużych podatników często musieli ograniczać bieżącą działalność, aby osobiście zadośćuczynić obowiązkom związanym z kontrolą.

(Źródło: Tf.pl)

Kodeks spółek handlowych – rewolucyjne ułatwienia wchodzi w życie

Nie 50 tys. lecz tylko 5 tys. zł wynosi minimalny kapitał zakładowy w spółkach z ograniczoną odpowiedzialnością, a w spółkach akcyjnych nie pół miliona, lecz tylko 100 tys. zł. To najważniejsze zmiany zawarte w nowelizacji Kodeksu spółek handlowych. Przepisy wypracowane pod przewodnictwem wiceministra gospodarki Adama Szejnfelda w ramach „Pakietu na rzecz rozwoju przedsiębiorczości”, weszły w życie 8 stycznia br.

Obowiązujące do tej pory zapisy Kodeksu spółek handlowych stanowiły poważną barierę rozwoju i funkcjonowania firm



Co w trawie piszczy?



w Polsce. Nakładały na nie m.in. kosztowne, często zbędne sankcje i obowiązki administracyjne, takie jak obowiązek przekształcania spółek cywilnych w spółki jawne. Było to wymagane w przypadku, gdy przychody netto spółki cywilnej w każdym z dwóch ostatnich lat osiągnęły wartość, która zobowiązuje firmę do prowadzenia ksiąg rachunkowych. Wchodząca w życie nowelizacja kodeksu znosi ten uciążliwy obowiązek.

Ponadto dotychczasowe przepisy Kodeksu utrudniały powstawanie nowych spółek poprzez narzucanie wysokich wymagań względem posiadanego przez założycieli kapitału początkowego. Zaproponowane przez wiceministra Szejnfelda zmiany przewidują radykalne obniżenie wysokości minimalnego kapitału zakładowego w spółkach z ograniczoną odpowiedzialnością z 50 do 5 tys. zł, a w spółkach akcyjnych z 500 do 100 tys. zł.

Nowelizacja kodeksu eliminuje także inne utrudnienia w prowadzeniu działalności gospodarczej. Wśród rozwiązań wypracowanych przez Ministerstwo Gospodarki są m.in.:

- » Zmniejszenie odpowiedzialności wspólników spółek osobowych do wartości nabywanej firmy, za zobowiązania wnoszonego aportem przedsiębiorstwa jednoosobowego. Dodatkowo przy rozliczeniach będzie obowiązywał stan finansowy spółki w chwili wniesienia, a ceny z dnia zaspokojenia wierzyciela.
- » Ograniczenie wymogów formalnych dla jednoosobowych spółek kapitałowych. Dzięki nowelizacji wspólnicy lub akcjonariusze nie będą już musieli notarialnie poświadczać podpisu składanego na oświadczeniach woli.
- » Precyzyjne określenie dnia wypłaty dywidendy w spółkach kapitałowych.
- » Skrócenie okresu zwrotu dopłat z tytułu straty wykazanej w sprawozdaniu finansowym spółki. Będą one mogły zostać zwrócone wspólnikom już po miesiącu od daty publikacji ogłoszenia o zamiarze zwrotu dopłat (do tej pory okres ten wynosił 3 miesiące).
- » Znaczne ograniczenie obowiązków spółek akcyjnych dot. podawania do publicznej wiadomości uchwał i sprawozdań. Uchylono m.in. obowiązek ogłaszania w Monitorze Sądowym i Gospodarczym uchwał WZA obradujących w trybie art. 405, tj. bez formalnego zwołania.
- » Obniżenie kary nakładanej na członków zarządów spółek handlowych za złożenie niekompletnego zamówienia han-

Co w trawie piszczy?

dłowego lub innych informacji, o których mowa w art. 127 § 5, z 10 do 5 tys. zł.

Prezydent RP podpisał też kolejną bardzo ważną ustawę z „Pakietu na rzecz przedsiębiorczości” – ustawę o Partnerstwie Publiczno-Prywatnym.

Ustawa o zmianie ustawy Kodeks spółek handlowych to jedna z 20 propozycji legislacyjnych Ministerstwa Gospodarki autorstwa Adama Szejnfelda zawartych w „Pakiecie na rzecz rozwoju przedsiębiorczości”. Obejmuje on takie sztandarowe projekty, jak dwa etapy nowelizacji ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, nowa ustawa o partnerstwie publiczno-privatnym i nowelizacja prawa dewizowego.

(www.mg.gov.pl)

Obowiązek zatrudnienia pracownika odpowiedzialnego za ochronę przeciwpożarową

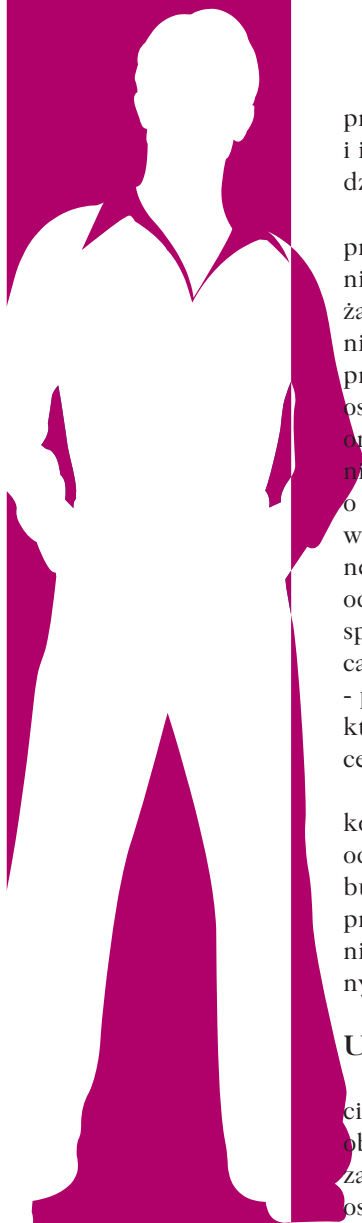
18 stycznia br. wchodzi w życie nowelizacja Kodeksu pracy w zakresie obowiązków pracodawcy dotyczących bhp, wprowadzająca m.in. wymóg wyznaczenia pracowników do wykonywania czynności związanych z ochroną przeciwpożarową i ewakuacją pracowników, zgodnie z przepisami o ochronie przeciwpożarowej. To ważne przepisy, zmierzające na pewno do zwiększenia bezpieczeństwa wykonywania pracy. Niestety, ustawodawca, nakładając ten obowiązek, nie zróżnicował pracodawców - każdy z nich, bez względu na poziom zatrudnienia, będzie musiał zatrudnić pracownika, który posiada kwalifikacje wymagane przez przepisy o ochronie przeciwpożarowej.

Dodany nowelizacją art. 209a Ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks pracy (t.j. Dz.U. nr 24, poz. 141, z późn. zm.; dalej k.p.) wskazuje w § 1, że pracodawca jest zobowiązany:

- 1) zapewnić środki niezbędne do udzielania pierwszej pomocy w nagłych wypadkach, gaszenia pożaru i ewakuacji pracowników,
- 2) wyznaczyć pracowników do:
 - a) udzielania pierwszej pomocy,
 - b) wykonywania czynności w zakresie ochrony przeciwpożarowej i ewakuacji pracowników, zgodnie z przepisami o ochronie przeciwpożarowej,
- 3) zapewnić łączność ze służbami zewnętrznymi wyspecjalizowanymi w szczególności w zakresie udzielania pierwszej



Co w trawie piszczy?



pomocy w nagłych wypadkach, ratownictwa medycznego oraz ochrony przeciwpożarowej.

Działania te powinny być dostosowane do rodzaju i zakresu prowadzonej działalności, liczby zatrudnionych pracowników i innych osób przebywających na terenie zakładu pracy oraz rodzaju i poziomu występujących zagrożeń.

Przepisy nie rozróżniają w tym zakresie wielkości zakładów pracy. Każdy pracodawca musi zatem m.in. wyznaczyć pracownika do wykonywania czynności w zakresie ochrony przeciwpożarowej i ewakuacji pracowników, według przepisów o ochronie przeciwpożarowej. Przypomnijmy, że zgodnie z art. 3 k.p. pracodawcą jest jednostka organizacyjna, choćby nie posiadała osobowości prawnej, a także osoba fizyczna, jeżeli zatrudniają one pracowników. Pracodawcą jest więc podmiot, który zatrudnia chociażby jedną osobę na podstawie stosunku pracy (umowy o pracę, powołania, wyboru, mianowania lub spółdzielczej umowy o pracę). Nawet najmniejszy pracodawca - zatrudniający jednego pracownika - musi wyznaczyć pracownika, który będzie odpowiedzialny za tę problematykę. Nie może to być specjalista spoza zakładu pracy, zleceniobiorca, firma zewnętrzna zajmująca się tego typu działalnością itp., gdyż przepis jasno wskazuje - pracodawca wyznacza pracownika (pracowników), czyli osoby, które pozostają z nim w stosunku pracy, a nie np. stosunku zlecenia.

Liczba wyznaczonych (w powyższym zakresie) pracowników, ich szkolenie oraz wyposażenie powinny być uzależnione od rodzaju i poziomu występujących zagrożeń. Ten zapis także budzi wątpliwości praktyczne - pracodawcy będą mieli znaczne problemy z jego interpretacją, oceną, czy występujące zagrożenia powinny skutkować akurat taką, a nie inną liczbą wyznaczonych w tym zakresie pracowników.

Uprawnienia

Zgodnie z art. 3 Ustawy z 24 sierpnia 1991 r. o ochronie przeciwpożarowej (t.j. Dz.U z 2002 r. nr 147, poz. 1229, z późn. zm.) obowiązek zabezpieczenia budynku, obiektu lub terenu przed zagrożeniem pożarowym lub innymi zagrożeniami spoczywa na osobach fizycznych, osobach prawnych, organizacjach lub instytucjach korzystających ze środowiska, budynku, obiektu lub terenu. Właściciel, zarządca lub użytkownik budynku, obiektu lub terenu, a także podmioty, o których mowa wyżej, ponoszą

Co w trawie piszczy?

odpowiedzialność za naruszenie przepisów przeciwpożarowych.

Osoby wykonujące czynności z zakresu ochrony przeciwpożarowej, polegające na zapobieganiu powstawania i rozprzestrzeniania się pożaru, niezatrudnione w jednostkach ochrony przeciwpożarowej, wykonujące czynności wyłącznie w zakresie wynikającym z art. 4 ust. 1 ustawy o ochronie przeciwpożarowej powinny posiadać co najmniej wykształcenie średnie i ukończone szkolenie inspektorów ochrony przeciwpożarowej lub mieć tytuł zawodowy technika pożarnictwa lub uzyskać uznanie kwalifikacji do wykonywania zawodu technika pożarnictwa w toku postępowania o uznanie nabytych w państwach członkowskich Unii Europejskiej, w państwach członkowskich Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA) - stronach umowy o Europejskim Obszarze Gospodarczym lub w Konfederacji Szwajcarskiej kwalifikacji do wykonywania zawodu regulowanego - technika pożarnictwa.

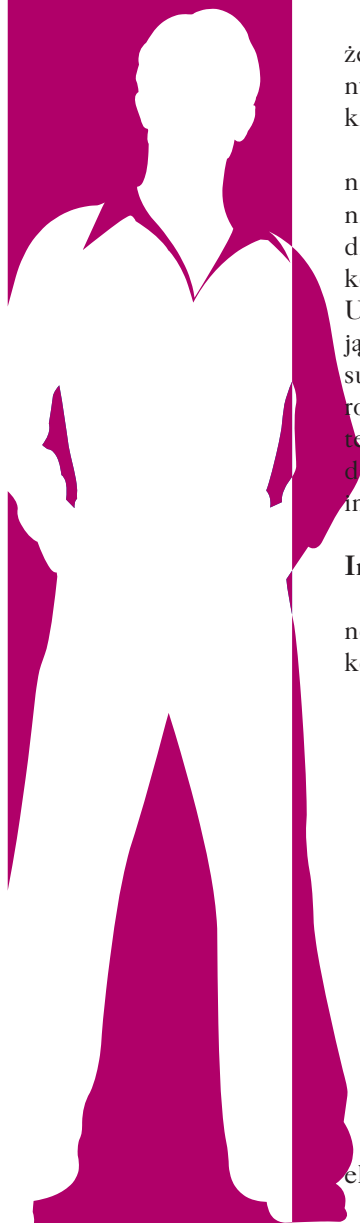
Według wspomnianego wyżej art. 4 ustawy o ochronie przeciwpożarowej właściciel budynku, obiektu budowlanego lub terenu, zapewniając ich ochronę przeciwpożarową, jest obowiązany:

- 1) przestrzegać przeciwpożarowych wymagań techniczno-budowlanych, instalacyjnych i technologicznych,
- 2) wyposażyć budynek, obiekt budowlany lub teren w wymagane urządzenia przeciwpożarowe i gaśnice,
- 3) zapewnić konserwację oraz naprawy urządzeń przeciwpożarowych i gaśnic w sposób gwarantujący ich sprawne i niezawodne funkcjonowanie,
- 4) zapewnić osobom przebywającym w budynku, obiekcie budowlanym lub na terenie, bezpieczeństwo i możliwość ewakuacji,
- 5) przygotować budynek, obiekt budowlany lub teren do prowadzenia akcji ratowniczej,
- 6) zapoznać pracowników z przepisami przeciwpożarowymi,
- 7) ustalić sposoby postępowania na wypadek powstania pożaru, klęski żywiołowej lub innego miejscowego zagrożenia.

Szkolenia przeprowadza Szkoła Główna Służby Pożarniczej, pozostałe szkoły Państwowej Straży Pożarnej lub ośrodki szkolenia w komendach wojewódzkich PSP. Obecnie szkolenie jednej osoby kosztuje ponad tysiąc złotych.



Co w trawie piszczy?



Komentując wprowadzony obowiązek, wskazuje się często, że na rynku może po prostu zabraknąć specjalistów - potencjalnych pracowników - posiadających wymagane uprawnienia z zakresu ochrony przeciwpożarowej.

Zwróćmy także przy tym uwagę na § 8 Rozporządzenia Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 25 października 2005 r. w sprawie wymagań kwalifikacyjnych oraz szkoleń dla strażaków jednostek ochrony przeciwpożarowej i osób wykonujących czynności z zakresu ochrony przeciwpożarowej (Dz. U. nr 215, poz. 1823), zgodnie z którym dokumenty stwierdzające ukończenie szkolenia dla wykonujących czynności z zakresu ochrony przeciwpożarowej, wydane przed wejściem w życie rozporządzenia, zachowują ważność do 23 czerwca 2010 r. Zatem każda osoba, która zdobyła te dokumenty przed 15 listopada 2005 r. (wejście w życie rozporządzenia), utraci uprawnienia inspektora ochrony przeciwpożarowej.

Informacja dla pracowników

Duży nacisk w nowelizacji położono na kwestie informacyjne. Pracodawca został zobowiązany do przekazywania pracownikom informacji o:

- 1) zagrożeniach dla zdrowia i życia występujących w zakładzie pracy, na poszczególnych stanowiskach pracy i przy wykonywanych pracach, w tym o zasadach postępowania w przypadku awarii i innych sytuacji zagrażających zdrowiu i życiu pracowników,
- 2) działaniach ochronnych i zapobiegawczych podjętych w celu wyeliminowania lub ograniczenia tych zagrożeń,
- 3) pracownikach wyznaczonych do:
 - udzielania pierwszej pomocy,
 - wykonywania czynności w zakresie ochrony przeciwpożarowej i ewakuacji pracowników.

Informacja o tych pracownikach obejmować musi:

- imię i nazwisko danej osoby,
- miejsce wykonywania pracy,
- numer telefonu służbowego lub innego środka komunikacji elektronicznej.

Dosyć istotne jest to, że wszystkie powyższe informacje pracodawca zobowiązany został przekazywać także innym pracodawcom, których pracownicy wykonują pracę na jego terenie.

(Źródło: Marek Rotkiewicz, www.firmainfo.pl)

IV. Dział źródła finansowania

Zaliczki z dotacji UE na inwestycje

Jarosław Pawłowski, wiceminister rozwoju regionalnego poinformował, że nawet 20 proc. unijnej dotacji przedsiębiorcy będą mogli otrzymać w formie zaliczki. Resort rozwoju regionalnego przygotował zmianę prawa, która ma wprowadzić zaliczki dla firm.

Ministerstwo Rozwoju Regionalnego skierowało do konsultacji międzyresortowych nowelizację rozporządzenia w sprawie wydatków związanych z realizacją programów operacyjnych. Nowelizacja ta wprowadzi możliwość korzystania przez przedsiębiorców z zaliczek przy unijnych dotacjach.

Ewa Fedor, ekspert ds. funduszy unijnych Polskiej Konfederacji Pracodawców Polskich tłumaczy, że dzięki zaliczkom firmy będą mogły realizować projekty współfinansowane ze środków unijnych, nie mając dostępu do kredytów bankowych. Jest to bardzo ważne, ponieważ firmom coraz trudniej dostać kredyt, a tymczasem cały system pomocy unijnej opiera się na refundacjach. Przedsiębiorca najpierw musi wyłożyć swoje lub pożyczone w banku pieniądze, a dopiero po zakończeniu etapu inwestycji może starać się o zwrot poniesionych kosztów w postaci unijnej dotacji. Przepisy, które teraz obowiązują oraz praktyka ich stosowania uniemożliwiały korzystanie przez firmy z zaliczek.

Wiceminister rozwoju regionalnego tłumaczy, że oprócz noweli resort przygotowuje także instrukcję przyznawania zaliczek. Ma ona upowszechnić stosowanie tej formy wypłaty dotacji. Większość urzędów pomimo, że ma prawne możliwości, to nie sięga po zaliczki (wyjątkiem jest program Kapitał Ludzki, gdzie są one stosowane).

Wysokość zaliczki będzie zależała od harmonogramu realizacji inwestycji. Jeżeli przedsiębiorca wykaże, że szybko wyda otrzymane pieniądze, to otrzyma wyższą zaliczkę.

MRR chce również podnieść próg po przekroczeniu którego sięgająca po zaliczkę firma będzie musiała przedstawić inne zabezpieczenie niż weksel in blanco. Obecnie jest to 1 mln zł. W projekcie noweli zwiększono tę kwotę do 4 mln zł.

Kiedy o zaliczki będą mogli starać się przedsiębiorcy?

Zależy to od tego, jak długo potrwają prace nad rozporządzeniem. Możliwe, że wejdzie ono w życie w lutym. Dużo zależy od



Co w trawie piszczy?



stanowiska Ministerstwa Finansów, które nie jest przekonane co do tej formy wypłaty unijnych dotacji. Ministerstwo Finansów uważa, że niesie ona ze sobą duże ryzyko.

(Źródło: Gazeta Prawna)

Regionalny Program Operacyjny dla Województwa Dolnośląskiego

Według Ramowego Planu Realizacji RPO dla Województwa Dolnośląskiego 05.2009 r. rusza konkurs na dotacje inwestycyjne w ramach schematu 1.1 A2

I. Rodzaj projektów podlegających dofinansowaniu

W ramach Schematu 1.1 A2 przewidziano dofinansowanie realizacji projektów mających na celu wspieranie MŚP w zakresie innowacyjności produktowej i procesowej. Ze środków działania wspierane będą nowe inwestycje, które obejmują:

- » Inwestycję w środki trwałe lub wartości niematerialne i prawne, związane z:
 - » utworzeniem nowego przedsiębiorstwa lub,
 - » rozbudową istniejącego przedsiębiorstwa lub,
 - » dywersyfikacją produkcji przedsiębiorstwa, poprzez wprowadzenie nowych odatkowych produktów lub,
 - » zasadniczą zmianą dotyczącą procesu produkcyjnego w istniejącym przedsiębiorstwie;
- » Nabycie środków trwałych bezpośrednio związanych z przedsiębiorstwem, które zostało zamknięte lub zostałoby zamknięte, gdyby zakup nie nastąpił, przy czym środki nabywane są przez inwestora niezależnego od zbywcy.

Wspierane będą projekty, które spełnią przesłanki innowacyjności produktowej i procesowej na poziomie przedsiębiorstwa (z wyłączeniem projektów z zakresu turystyki), zgodnie z definicją innowacyjności zawartą w „Szczegółowym Opisie Priorytetów Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Dolnośląskiego na lata 2007-2013 (uszczegółowienie RPO WD)”.

Dofinansowanie ze środków Działania nie może być udzielone projektom kwalifikującym się do wsparcia w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013, Programu

Co w trawie piszczy?

Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka na lata 2007-2013 oraz ze środków innych działań i priorytetów RPO WD 2007-2013.

II. Rodzaj podmiotów, które mogą ubiegać się o dofinansowanie

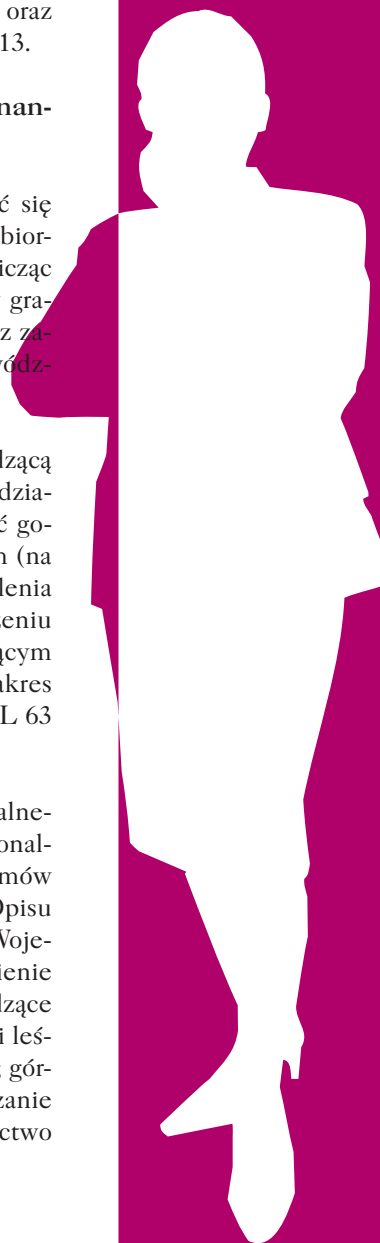
O wsparcie w ramach Schematu 1.1 A2 mogą ubiegać się MŚP, tj. małe i średnie przedsiębiorstwa oraz mikroprzedsiębiorstwa prowadzące działalność gospodarczą powyżej 2 lat (licząc od daty rejestracji), prowadzące działalność gospodarczą w granicach administracyjnych województwa dolnośląskiego oraz zamierzające realizować projekt/inwestycję na terenie województwa dolnośląskiego.

Za przedsiębiorstwo uznaje się osobę fizyczną prowadzącą działalność gospodarczą (na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej) lub podmiot prowadzący działalność gospodarczą zarejestrowany w Krajowym Rejestrze Sądowym (na podstawie wpisu do rejestru przedsiębiorców). Do określenia statusu MŚP należy stosować zapisy zawarte w rozporządzeniu Komisji (WE) nr 364/2004 z dnia 25 lutego 2004 r. zmieniającym rozporządzenie (WE) nr 70/2001 i rozszerzającym jego zakres w celu włączenia pomocy dla badań i rozwoju (Dz. U. WE L 63 z 28.02.2004 r.).

Zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 11 października 2007 r. w sprawie udzielania regionalnej pomocy inwestycyjnej w ramach regionalnych programów operacyjnych oraz zgodnie z zapisami „Szczegółowego Opisu Priorytetów Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Dolnośląskiego na lata 2007-2013 (uszczegółowienie RPO WD)” ze wsparcia wykluczone są podmioty prowadzące działalność gospodarczą w sektorach: rolnictwo, łowiectwo i leśnictwo; rybołówstwo i akwakultura; hutnictwo żelaza i stali; górnictwo i kopalnictwo surowców energetycznych; wytwarzanie i dystrybucja energii elektrycznej, gazu i ciepła; budownictwo okrętowe; włókna syntetyczne; administracja publiczna.

Wsparcie nie może być również udzielone na:

- » działalność związaną z wywozem do krajów trzecich lub państw członkowskich UE;



Co w trawie piszczy?



- » działalność gospodarczą związaną z produkcją pierwotną produktów rolnych wymienionych w załączniku I do Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską;
- » działalność gospodarczą związaną z wytwarzaniem i obrotem produktami mającymi imitować lub zastępować mleko i przetwory mleczne.

III. Minimalna i maksymalna wartość projektu

- » Minimalna wartość wydatków kwalifikowalnych wynosi 100 tys. PLN,
- » Maksymalna wartość wydatków kwalifikowalnych wynosi 8 mln PLN.

IV. Poziom dofinansowania projektów

Maksymalny poziom dofinansowania wydatków kwalifikowalnych projektu wynosi:

- » Dla wydatków związanych z częścią inwestycyjną:
 - » do 60% wydatków kwalifikowalnych - dla małych i mikro przedsiębiorstw,
 - » do 50% wydatków kwalifikowalnych - dla średnich przedsiębiorstw,
 - » do 40% wydatków kwalifikowalnych - dla MŚP prowadzących działalność gospodarczą w sektorze transportu;
- » Dla wydatków związanych z przygotowaniem nowej inwestycji oraz usług doradczych z nią związanych: do 50% wydatków kwalifikowalnych;
- » Dla wydatków związanych z wykorzystaniem mechanizmu cross-financing (dofinansowanie niezbędnych do prawidłowego wdrożenia projektu inwestycyjnego szkoleń specjalistycznych dla pracowników MŚP):

Co w trawie piszczy?

- do 35% wydatków kwalifikowalnych - dla średnich przedsiębiorstw	+ 10%	w sytuacji, gdy szkolenie jest przeznaczone dla pracowników znajdujących się w szczególnie niekorzystnej sytuacji lub niepełnosprawnych
- do 45% wydatków kwalifikowalnych - dla mikro i małych przedsiębiorstw		

Wysokość udziału cross-finansingu nie może przekroczyć 10% wydatków kwalifikowanych projektu.

Więcej informacji na stronie: www.dip.dolnyslask.pl

V. Dział psychologia

Sprzedaż to podstawa działania każdego biznesu. Kto nie sprzedaje - nie wytwarza usług, produktów i nie osiąga zysków. Myli się ten, kto uważa, że we własnym biznesie nie będzie sprzedawał... że jego biznes polega na... produkcji.

Rynek to naczynia powiązane: są oferenci (sprzedający) i konsumenci (kupujący). Kolejny krok w poznaniu siły nabywczej własnego produktu (usługi) to poznanie zachowań konsumentów...

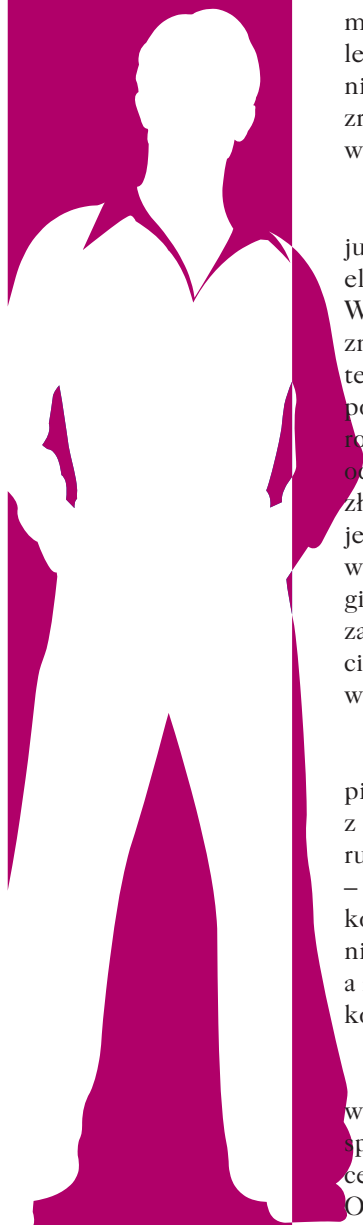
Psychologia sprzedaży - Nieracjonalny konsument

Czasami konsumenci zachowują się racjonalnie w kategoriach ekonomicznych, czasami działają według swojej „wewnętrznej” racjonalności.

Wbrew opinii klasycznej ekonomii nie istnieje idealny „racjonalny konsument”. Zazwyczaj, w zależności od nastroju, pogody, plam na Słońcu, cech osobniczych i tysiąca innych czynników, zachowujemy się w sposób, który spodobałby się ekonomistom lub taki, który przyprawiłby ich o ból głowy. Co gorsze, racjonalność w rozumieniu ekonomii różni się od tego, co sami uważamy za racjonalne. W dodatku, ekonomia nie zajmuje się pojedynczym konsumentem, ale pewnym statystycznym, „uśrednionym” konsumentem - wypadkową decyzji tysięcy lub



Co w trawie piszczy?



milionów indywidualnych konsumentów. Dodajmy do tego stale zmieniające się otoczenie, w którym aż roi się od samowzmacniającego lub samowygaszającego pętli, a łatwo nam będzie zrozumieć dlaczego ekonomia nadal boryka się z pytaniem, czy w ogóle jest nauką.

Problem z racjonalnym konsumentem ilustruje klasyczny już test zakupowy. Powiedzmy, że masz do kupienia czajnik elektryczny. W Twoim lokalnym sklepie kosztuje on 50 złotych. W gazecie reklamowej elektronicznego hipermarketu, który znajduje się na drugim końcu miasta znajdujesz informację, iż ten sam czajnik kosztuje jedynie 25 złotych. Czy jesteś gotów pojechać po niego (założmy dodatkowo, iż koszt podróży jest zerowy, jedyne co tracisz to Twój czas)? Większość respondentów odpowiada, że tak. Zamieńmy teraz czajnik na telewizor za 5000 złotych. W hipermarkecie jest on tańszy o 25 złotych. Czy nadal jesteś gotowy po niego pojechać? Dla większości respondentów, w takiej sytuacji potencjalny zysk nie jest wart wyprawy na drugi kraniec miasta. Co się stało? W obu przypadkach mieliśmy do zarobienia taką samą kwotę – 25 złotych. Racjonalny – w ujęciu ekonomistów – konsument powinien pofatygować się po nie w obu przypadkach.

Próba uzyskania korzyści w wysokości 25 złotych przy zakupie za 5 tysięcy, jest nawet trudna do zrozumienia. Większość z nas błyskawicznie znajduje wiele uzasadnień swojego wyboru. Każde z tych tłumaczeń wzbudza wątpliwości ekonomistów – 25 złotych to w każdym wypadku 25 złotych! Postępowanie konsumentów nie jest w tym przypadku racjonalne ekonomicznie, lecz wynika z wbudowanych w naszą strukturę psychiczną, a zapewne także biologiczną, zasad sprawiedliwości i relatywnej korzyści.

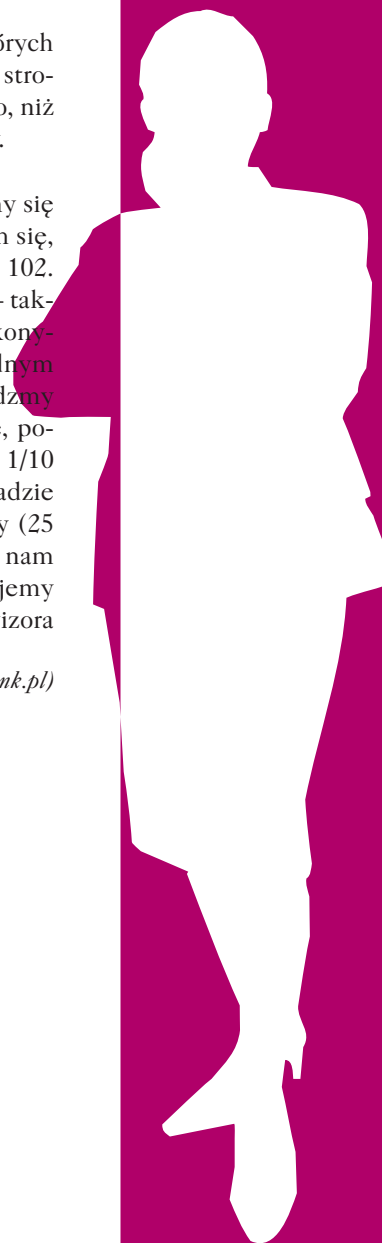
Zasadę sprawiedliwości ilustruje kolejny eksperyment, w którym jeden z uczestników ma zaproponować drugiemu sposób podziału stu dolarów. Jeżeli obie strony uzgodnią i zaakceptują zasady tego podziału, pieniądze staną się ich własnością. Oczywiście, pierwszemu uczestnikowi zależy na tym, aby oddać jak najmniej, a drugiemu aby uzyskać jak najwięcej. Naczelną regułą jest jednak to, iż odrzucenie oferty powoduje stratę u obu stron transakcji. W teorii zatem, każda oferta powinna zostać

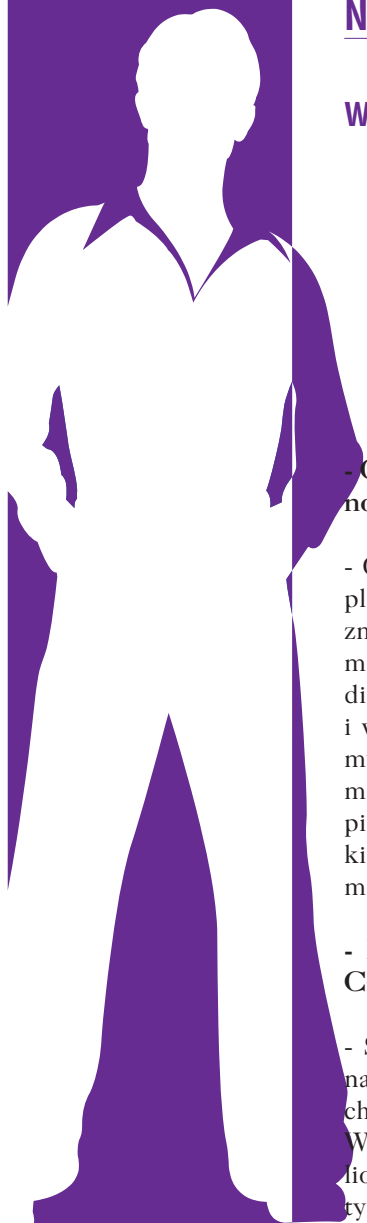
Co w trawie piszczy?

przyjęta. W praktyce jednak większość transakcji, w których pierwszy uczestnik oferuje mniej niż 20 dolarów drugiej stronie, jest odrzucanych. Drugi uczestnik woli stracić wszystko, niż zgodzić się na transakcję, w której czułby się wykorzystany.

Obserwacje pokazują także, iż w życiu zwykle kierujemy się raczej relatywnymi niż absolutnymi różnicami. Wydaje nam się, iż różnica pomiędzy 1 a 2 jest większa niż pomiędzy 101 a 102. Relatywne postrzeganie wartości wpływa – jak się wydaje – także na nasze postrzeganie czasu. Z wiekiem zaczynamy przekonywać się, iż nasz subiektywny czas płynie coraz szybciej. Jednym z wytłumaczeń tego zjawiska jest fakt, iż pomiędzy, powiedzmy 7 a 14 rokiem, długość naszego zwiększyła się dwukrotnie, pomiędzy 14 a 21 już tylko o 1/3. W wieku 10 lat jeden rok to 1/10 naszego życia. W wieku 40 lat, to już tylko 1/40. W przykładzie z naszym czajnikiem 100% „dodatkowy” zysk sprzedawcy (25 złotych doliczone do 25 złotych wartości czajnika) wydaje nam się niesprawiedliwe, podczas, gdy ze spokojem akceptujemy 0,5% „dodatkowy” zysk sprzedawcy w przypadku telewizora kosztującego 5000 złotych.

(Źródło: www.ithink.pl)





Nasz wywiad

Wiedza jest towarem

Wyobraźmy sobie dom, który jest w stanie rozpoznawać swoich właścicieli. W odpowiednim momencie włączyć ogrzewanie, podgrzać wodę. Zmieniać natężenie oświetlenia w zależności od potrzeb mieszkańców, sterować dopływem świeżego powietrza, a także strzec ich przed wszelkimi zagrożeniami. Marzenie? Dla Michała Kowalczyka, stało się to codziennością. Jego firma Nexwell zajmuje się tworzeniem „inteligentnych budynków”

- Czy w Polsce jest zapotrzebowanie na nowoczesne technologie?

- Oczywiście! W tej materii nie mam absolutnie żadnych wątpliwości. Nawet nie zdajemy sobie z tego sprawy, jak bardzo zmienił się świat, który nas otacza. Ktoś, kto na co dzień nie ma z tym do czynienia nie jest w stanie zarejestrować tego, jak diametralnie zmieniły się materiały, techniki projektowania i wykonywania maszyn, urządzeń, czy towarów, które kupujemy w sklepach. Zwłaszcza w budownictwie gdzie technologie, materiały, surowce wykorzystywane obecnie, nijak się mają do piasku i cementu, będących podstawowym budulcem zaledwie kilkanaście lat temu. A w świecie elektroniki, która zawsze była moja pasją, przeskok jest kolosalny.

- Nowe, czy raczej nowoczesne musi oznaczać drogie. Czy stać na to Polaków?

- System, który zaprojektowaliśmy i z sukcesem sprzedajemy naszym rodakom kosztuje zaledwie 20-25 tysięcy złotych. Rachunek jest prosty, jeśli ktoś chce wybudować dom w okolicach Wrocławia musi się liczyć z wydatkiem 800 tysięcy, a nawet miliona złotych. Inteligentne systemy, które proponujemy tego typu inwestorom kosztują zaledwie 2,5 proc. wartości takiego budynku. To nie dużo. W zamian za to system chroni przed pożarem, czy włamywaczami. Przede wszystkim zapewnia komfort jego mieszkańcom, bowiem dopasowuje wszystkie media

Nasz wywiad

do ich potrzeb. Jednak najważniejsze jest w nim to, że pozwala oszczędzać energię elektryczną. Reguluje gospodarkę cieplną, a to oznacza również mniejsze zużycie gazu, czy oleju opałowego. W konsekwencji obniża koszty eksploatacji. Właśnie dlatego nowoczesne technologie opłacają się.

- Skąd pomysł na własną firmę?

- Firmę stworzyłem zaledwie miesiąc po obronie pracy magisterskiej, w 2006 roku. Sam pomysł powstał jeszcze na trzecim roku



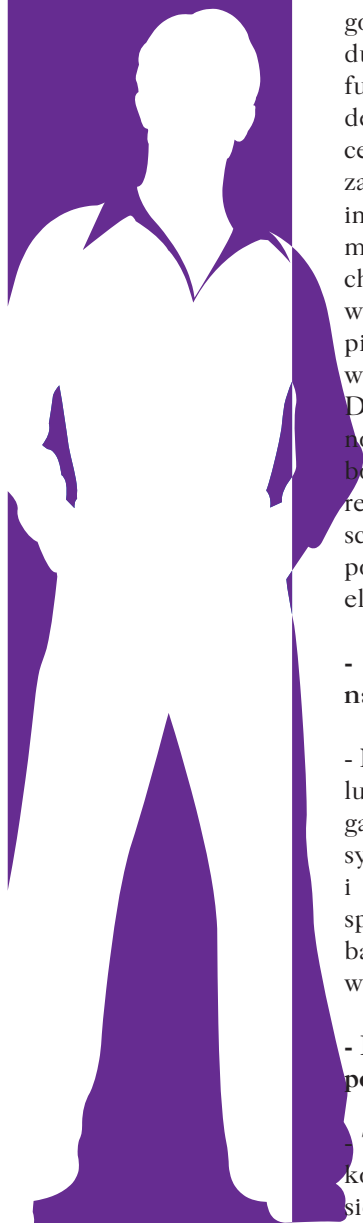
Michał Kowalczyk

studiów, na wydziale Elektroniki, Mikrosystemów i Fotoniki Politechniki Wrocławskiej. Zawsze interesowały mnie systemy zabezpieczeń i inteligentne budynki, czyli elektroniczne i informatyczne rozwiązania pozwalające zwiększyć komfort i bezpieczeństwo mieszkańców. To właśnie stało się pomysłem na pracę magisterską, a w konsekwencji również pomysłem na biznes. Na trzecim roku studiów nie udało się, ale miesiąc po obronie pracy magisterskiej marzenie udało się zrealizować.

- Czy początki były trudne?

- Widzi pan, żeby prowadzić w Polsce jakąkolwiek działalność

Nasz wywiad



gospodarczą trzeba się wykazać naprawdę potężnym hartem ducha, niezwykłą cierpliwością i wytrwałością. Mamy dostęp do funduszy unijnych, funduszy z Urzędu Pracy i wielu innych źródeł, jednak biurokracja, ślimaczące się w nieskończoność procedury powodują, że wielokrotnie bywa tak, że przedsiębiorca załamuje się i rezygnuje z możliwości zdobycia pieniędzy na inwestycje. Od początku moja firma była dla mnie spełnieniem marzeń, życiową pasją. To pomagało przetrwać najtrudniejsze chwile, bo nie ukrywam, że było kilka chwil załamania. Mimo wszystko udało się skorzystać z możliwości stwarzanych przez pieniądze z Unii Europejskiej, ale przypominało to przysłowiową drogę przez mękę.

Dzięki możliwościom stworzonym przez Wrocławski Park Technologiczny udało się także znaleźć siedzibę dla firmy w miejscu bogatym w najnowsze technologie informatyczne, sale konferencyjne a nawet laboratoria. Dla nas to było doskonałe miejsce, bowiem nasz system od początku do końca, od projektu, poprzez jego wdrożenie, a nawet wytrawianie płytek układów elektronicznych jest wykonywany przez naszych pracowników.

- Mówił Pan o biurokracji, czy urzędnicy przeszkadzają naszym biznesmenom?

- Nie to dokładnie miałem na myśli, bowiem pomijając złą wolę ludzi, na przeszkodzie stoją procedury, których muszą przestrzegać. Problem stanowią często niejasne oraz niespójne przepisy prawne, w których muszą się znaleźć zarówno urzędnicy, jak i potencjalni beneficjenci unijnych programów. Wielokrotne sprawdzanie wszystkiego powoduje, że proces trwa naprawdę bardzo długo i jeśli ktoś nie posiada wystarczającej dozy cierpliwości w sobie, na pomoc nie ma szans.

- Podobno pierwszy milion złotych trzeba ukraść, a potem pójdzie już łatwiej. Dużo w tym prawdy?

- To oczywiście metaforyczne stwierdzenie. Choć może nie do końca, bowiem mam na myśli kradzież wiedzy. Im więcej jej się zbierze, im więcej jej się wchłonie, tym łatwiej prowadzić działalność gospodarczą. Bez względu na wszystko należy dążyć do własnego rozwoju, do zdobywania nowych doświadczeń, co w konsekwencji prowadzi do zwiększenia własnych możliwości,

Nasz wywiad

a co za tym idzie także szans na skuteczne funkcjonowanie na rynku.

- Zdecydował się Pan na prowadzenie działalności w jednej z najtrudniejszych dziedzin gospodarki. Nowe technologie zawsze były ryzykownym przedsięwzięciem.

- To prawda. Oczywiście mogłem kupić technologię, czy też same urządzenia za granicą. Importować je do Polski i sprzedawać z jakimś zyskiem. Zdecydowanie łatwiejszym i pewnie większym. Jednak po pierwsze spełniałem własne marzenia, po drugie daję szansę na to, by systemy inteligentne zaprojektować dla konkretnego odbiorcy. Właściciela konkretnego domu, z jego potrzebami, czy przyzwyczajeniami. W przypadku importowanych urządzeń taka możliwość byłaby mało prawdopodobna. W przypadku jakichkolwiek usterek, czy niezadowolonia klienta ze źle działającego modułu możliwość wsparcia technicznego jest w praktyce długotrwała. My jesteśmy na miejscu. Na miejscu także projektujemy i budujemy opracowane przez Nas urządzenia.

- Powiedział Pan, że dla Pana najważniejsza jest wiedza. Dlaczego?

- Projektując inteligentne systemy elektroniczne dla budynków trzeba się znać na wielu dziedzinach wiedzy. Trzeba być elektronikiem przede wszystkim, ale także informatykiem, elektrykiem, a także znać się na budownictwie. Taką wiedzę chłonąć muszę bez przerwy. Technologie, jakimi posługują się firmy budowlane zmieniają się bardzo szybko, a wiedza o tym pozwala łatwiej dopasować się do nowych możliwości, jakie one dają. Także nam, projektantom elektroniki.

- Czy jest coś, co mógłby Pan doradzić młodym ludziom, którzy studiując myślą już o stworzeniu własnej firmy?

- Wiem, że wielu czytelników pewnie się oburzy, być może uzna to za truizm, jednak dla mnie to rzecz najważniejsza. Zdobywanie wiedzy, w każdej formie i w każdej postaci. Kiedy patrzymy na budynek, w każdej chwili jesteśmy w stanie wyobrazić sobie jak on został zbudowany. Możemy sobie wyobrazić cegły, zbro-



Nasz wywiad



jenia, jego konstrukcję w środku. W przypadku elektroniki już tak łatwo nie jest. Mnie właśnie to fascynowało najbardziej. Jak działają urządzenia i elektroniczne podzespoły w środku. Dzięki temu łatwiej dziś jest mi projektować, tworzyć konkretne rozwiązania dysponując zdobytą wiedzą. Im więcej jej zdobędziemy, im więcej jej wchłonimy tym więcej towaru mamy do zaoferowania później, kiedy stworzymy własne przedsiębiorstwo. Wiedza stała się takim samym towarem jak chleb, czy przysłowiowe gwoździe. To także bardzo realnie przekłada się na zyski. Wyobraźmy sobie, że tej wiedzy nie posiadam i projektując jakieś urządzenie popełniłem błąd. Kiedy powstanie prototyp, który nie działa, bądź funkcjonuje wadliwie straty mogą sięgnąć nawet kilku milionów złotych i wiele godzin spędzonych na projektowaniu. Możliwość właściwego wykorzystania zdobytych doświadczeń może w zamian przynieść krociowe zyski. Dlatego właśnie jestem zdania, że uczelnie są miejsce gdzie bezkarnie można wiedzę „kraść”, zdobywać ją za darmo. Im więcej jej wchłonimy, tym łatwiej będzie nam w przyszłości.

Rozmawiał Przemysław Żyła

Nasz felieton

Artur Kotliński

LEŃ SIĘ... PO PRACY

Masz wyrzuty sumienia, że nic nie robisz? Usiądź w kątku i poczekaj, aż Ci przejdą - będziesz miał prawdziwe wakacje od lat.

W zeszłym tygodniu wróciłem z urlopu. Długi nie był - zaledwie tydzień, ale muszę przyznać, że dał mi dużo wytchnienia. Zrelaksowałem się głównie dlatego, że nie zrobiłem na urlopie żadnej z tych rzeczy, które wcześniej chciałem na nim zrobić...

I to jest dobra nauczka, dla każdego spracowanego człowieka - po pracy trzeba bowiem leniuchować, bo z jakiego powodu mamy w czasie wolnym się męczyć?

Przed wyjazdem zawsze snujemy plany. Co z tego, że to tylko tydzień! Tuż przed wyjazdem wydaje się on o wiele dłuższy niż wtedy, gdy już go rozpoczniemy. Na tydzień urlopu można więc bardzo dużo rzeczy zaplanować. Kilka rodzajów sportu, wycieczki, co kto lubi.

Przy bliższej analizie taki plan urlopu zaczyna niebezpiecznie przypominać zwykły dzień pracy - terminarz rozpisany jest z dokładnością do jednej godziny, tylko w miejsce spotkań pojawiają się kolejne sporty, które zamierzamy uprawiać.

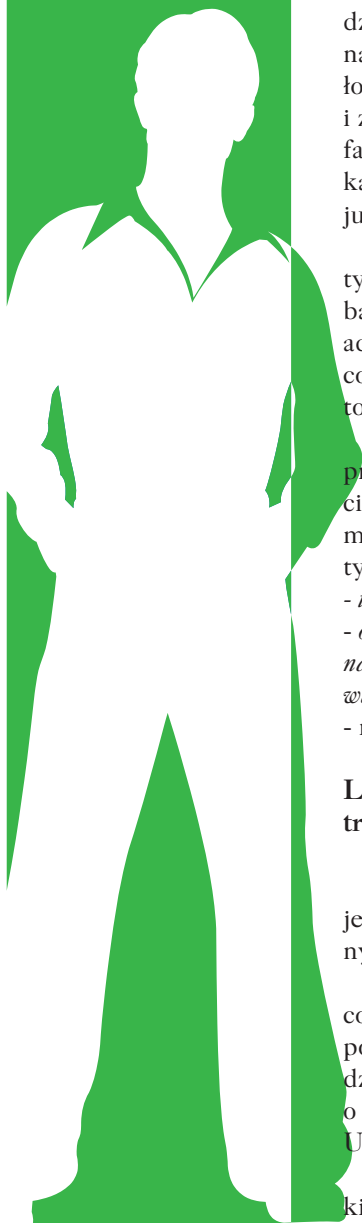
Często samo patrzeć na napięte przedwakacyjne plany może spowodować powstanie wrzodów na żołądku. A co dopiero realizacja tych planów.

Pojechałem więc na urlop i... nie zrealizowałem żadnej z tych rzeczy, które wcześniej zaplanowałem. Nic. Po prostu leniuchowałem - taplałem się w wodzie i czytałem książki. Nawet nie obejrzałem ani jednego filmu na DVD, które wziąłem ze sobą z nadzieją, że odrobię zaległości.

Drugiego dnia lenistwa zaczęły się pojawiać wyrzuty sumienia. *Miałeś takie plany, tyle chciałeś zrobić, a czas tylko przecieka ci się między palcami* - odzywało się to moje bardziej zdyscyplinowane „ja”, które zwykle gna mnie do roboty.

Na szczęście gdy już wstawałem, żeby zacząć aktywniej spędzić





dzać urlop wpadł mi w rękę numer „Wprost” z wielkim tytułem na okładce: Leń się. Przeczytałem i z czystym sumieniem odłożyłem swoje przedwyjazdowe plany na aktywny wypoczynek i zacząłem się dalej lenić. Muszę przyznać, że największą satysfakcję dało mi przekonanie, że nie muszę realizować przedwakacyjnych planów, że naprawdę mam kilka dni świętego spokoju...

Zauważyłem, że żaden aktywny odpoczynek nie dał mi nigdy tyle odprężenia, co tydzień nicnierobienia. Do aktywności trzeba się przecież mobilizować, co powoduje przymusowy zastrzyk adrenaliny. A po co to komu na urlopie. Czy nie wystarczy, że na co dzień trzeba gonić na wysokich obrotach, żeby jeszcze robić to na urlopie?

Gdy czytałem we „Wprost” ten artykuł o leniuchowaniu przypomniał mi się mój znajomy serwisant, który kilka lat temu cieszył się jak dziecko, bo właśnie wyjeżdżał na pierwszy, jak mnie zapewniał, prawdziwy urlop od lat. I to nie na jakiś egzotyczny wyjazd, ale do Piasków. *Będziemy się opalać i nic nie robić - tylko grill i browary* - mówił przed wyjazdem z rozanieloną miną - *od lat nie miałem prawdziwego urlopu. Co prawda co roku jeździmy na narty, ale co to za wypoczynek. Nie wyspisz się. Trzeba rano wstawać, cały dzień być na stoku. Teraz przez tydzień nic nie będę robił* - mówił rozmarzony.

Lenistwo na urlopie naprawdę daje odpoczynek - tylko trzeba pozbyć się wyrzutów sumienia, że nic się nie robi.

A sumienie gryzie, że nie uprawiasz żadnego sportu, że nie jeździsz na wycieczki, że nic nie zwiedzasz, że tracisz swój cenny urlop, żadnych sportów ekstremalnych, żadnej wyprawy...

Na wyrzuty sumienia najlepsze jest przekonanie, że robisz coś, na co naprawdę masz ochotę, a nie to, co uważasz, że robić powinieneś. Jeżeli naprawdę masz ochotę na aktywny urlop - działaj, jeżeli tak naprawdę z ręką na sercu powiesz, że marzysz o tym by położyć się na leżaku i poczytać książkę - leniuchuj. Urlop ma sens tylko wtedy, gdy nic nie robimy na siłę.

Zresztą nie tylko urlop, ale także każdy odpoczynek po ciężkim dniu pracy.

Po pracy, gdy znajdziemy już chwilę na odpoczynek, powinniśmy robić tylko to, na co mamy ochotę, a nie to, co uważamy, że powinniśmy robić.

Nasz felieton

Dlaczego więc zapracowani ludzie masowo gonią po pracy do siłowni, gdy naukowcy uważają, że do utrzymania dobrej kondycji wystarczy spacer? Dlaczego ci zapracowani ludzie po wyczerpującym dniu gonią grać w piłkę albo na basen, na tenisa, na rower?

Wszyscy czują, że właśnie na taki odpoczynek mają ochotę? Czy może uważają, że powinni biegać, że leniuchować po prostu nie wypada, że sport to zdrowie, a po męczącym, ale przesiedzianym (głównie przy biurku, w samochodzie czy też na spotkaniach) dniu należy się organizmowi równie intensywny wieczór tyle, że już w pozycji wyprostowanej.

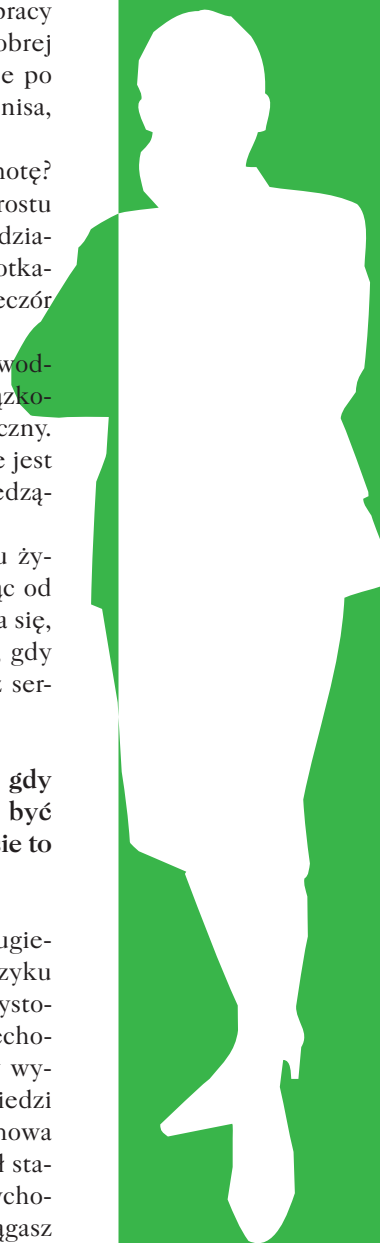
To akurat nie jest do końca prawda. Nikt nigdy nie udowodnił, że dla osób prowadzących siedzący tryb życia obowiązkowym rodzajem odpoczynku powinien być tylko ruch fizyczny. Często jest nawet odwrotnie - intensywny ruch fizyczny nie jest wskazany dla osób, które dużo czasu spędzają w pozycji siedzącej.

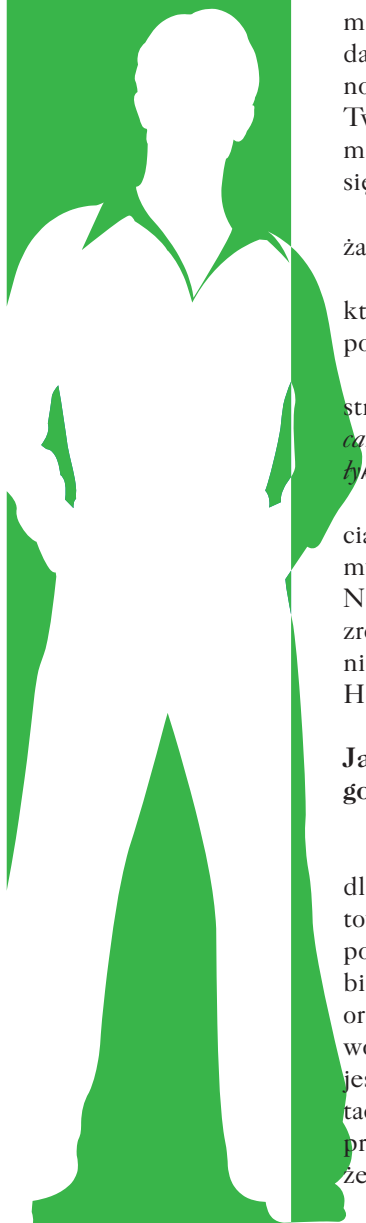
Ten ruch fizyczny po długim okresie siedzącego trybu życia może być nawet niebezpieczny dla zdrowia. Poczynając od kłopotów z kręgosłupem - który zupełnie inaczej odkształca się, gdy siedzimy (zwykle źle) przy biurku, a zupełnie inaczej, gdy wykonujemy jakiś ruch fizyczny - kończąc na kłopotach z sercem.

W sytuacji, gdy po ciężkiej pracy roznosi Cię energia, gdy masz ochotę coś ze sobą zrobić - lenistwo powinno być wręcz przymusowe, bo świetne samopoczucie po stresie to znak, że czas zrobić przerwę.

Nie powinieneś cieszyć się zbyt, gdy w trakcie długiego wykonywania trudnej, stresującej pracy dostajesz zastrzyku energii. To wcale nie świadczy o tym, że Twój organizm przystosował się do pracy w ciągłym napięciu i pośpiechu, ale przechodzisz właśnie drugą fazę długotrwałego stresu. Naukowcy wyróżniają 3 fazy zachowań organizmu człowieka¹ w odpowiedzi na przedłużające się napięcie. Pierwsza faza to reakcja alarmowa - organizm mobilizuje się fizycznie i psychicznie abyś mógł stawić czoło pojawiającemu się problemowi. W fazę drugą wchodzi, gdy napięcie, w którym żyjesz nie mija. Wtedy osiągasz chwilowe stadium odporności na stres, które charakteryzuje się

¹ P. Lombardo, Psychologia, s. 425





maksymalną mobilizacją organizmu. Mimo, że pracujesz najwydajniej jest to najwyższy czas, aby zwolnić tempo. Gdy go zignorujesz, organizm wchodzi w trzecią fazę - wyczerpanie. Cała Twoja energia została wyczerpana w fazie II i Twój organizm nie ma już żadnych rezerw. W skrajnych przypadkach faza ta kończy się śmiercią.

A jeżeli chodzi o trochę lenistwa, to chyba nikt nie znalazł żadnych przeciwwskazań...

Prawdę mówiąc często trudno mi wyobrazić sobie, że jeżeli ktoś naprawdę ma ciężki dzień w pracy to ma jeszcze chęć gonić potem na rower, tenisa czy basen...

Kiedyś, w okresie świąteczno-noworocznym, żalił mi się instruktor piłkarski: *Teraz mam taki zasuw, że po dniu na sali wracam do domu, włączam telewizor, nalewam sobie piwo, wypijam dwa łyki i natychmiast zasypiam...*

I to naprawdę nie jest złe poleniuchować po pracy, kiedy ciało i umysł potrzebują wyłączenia. Odpoczynek nie jest pomysłem lenia, gdyż jest komplementarny w stosunku do pracy. Nasz organizm jest tak skonstruowany, że po wysiłku musimy zregenerować siły. Czyż więc jest lepszy sposób na zregenerowanie sił niż lenistwo. Gdy nie masz czasu na odpoczynek - mawiał Henry Ford - pozostaje Ci jedynie umrzeć.

Jak więc naprawdę dobrze odpocząć po ciężkim dniu, tygodniach czy miesiącach pracy?

Nigdy nie odpoczniesz, jeśli nie uda Ci się znaleźć miejsca dla czterech najważniejszych sfer życia: rodziny, pracy, życia towarzyskiego i swoich własnych potrzeb. Nie musisz wcale poświęcać każdej z nich tyle samo czasu. Jakie proporcje dobierzesz, zależy od Ciebie. Dla jednych ważniejsza jest rodzina oraz hobby, zaś w pracy odsiadują swoje 8 godzin, inni natomiast wolą pracować nawet po 10-12 godzin dziennie, a i tak znajdują jeszcze czas na pozostałe trzy elementy. Musisz jednak pamiętać, by wszystkie cztery były obecne w Twoim życiu. W innym przypadku będziesz się czuł zawsze sfrustrowany i przekonany, że coś ważnego Cię ominęło.

W ostatnich latach nadmiar pracy stał się naszym chlebem powszednim. Wielu z nas musi zostawać po godzinach, by na czas zdążyć z terminowymi zadaniami. Czasami trzeba poświęcić weekend lub zarwać noc... Zapominamy, że człowiek wypo-

Nasz felieton

częty pracuje wydajniej. Prawdopodobnie tępą piłą uda Ci się przeciąć pień drzewa, ale zajmie Ci to mnóstwo czasu i stracisz siły. Natomiast, gdy na chwilę przerwiesz pracę i naostrzysz ją, czas ten wielokrotnie Ci się zwróci - nie dość, że szybciej i bez wysiłku przetniesz ten konkretny pień, ale i praca z następnymi zajmie Ci mniej czasu.

Praca umysłowa - szczególnie połączona z odpowiedzialnością - męczy tak jak duży wysiłek fizyczny. Cała tajemnica zachowania dobrej formy przy wykonywaniu takiej pracy polega na tym, żeby poszczególne etapy efektywnego wysiłku przeplatały się z etapami równie efektywnego wypoczynku - według zasady „wkładaj tyle samo serca w odpoczynek ile wkładasz go w pracę”.

Naucz się więc wypoczywać.

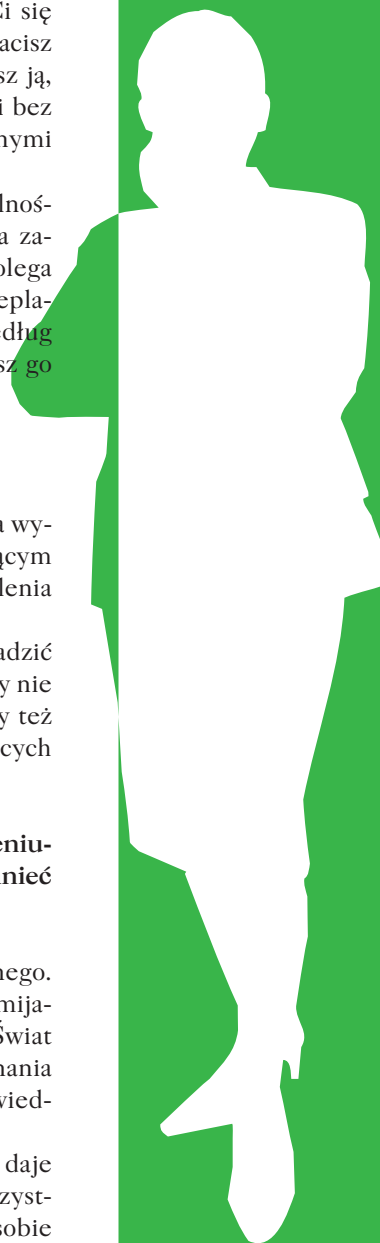
Organizuj pracę tak, żeby godziny (dni) przeznaczone na wypoczynek nie były zakłócanie natrętnymi myślami o czekającym Cię wysiłku i kłopotach, a były zasilane uczuciem zadowolenia z siebie.

Ale tę dewizę zdecydowanie łatwiej napisać, niż wprowadzić w życie. Odpoczywać w taki sposób, żeby nie myśleć o pracy nie jest łatwo. Niewielu ludzi, którzy odpowiadają za firmę czy też dział potrafi wyjść z biura i natychmiast zapomnieć o wiążących się z pracą problemach.

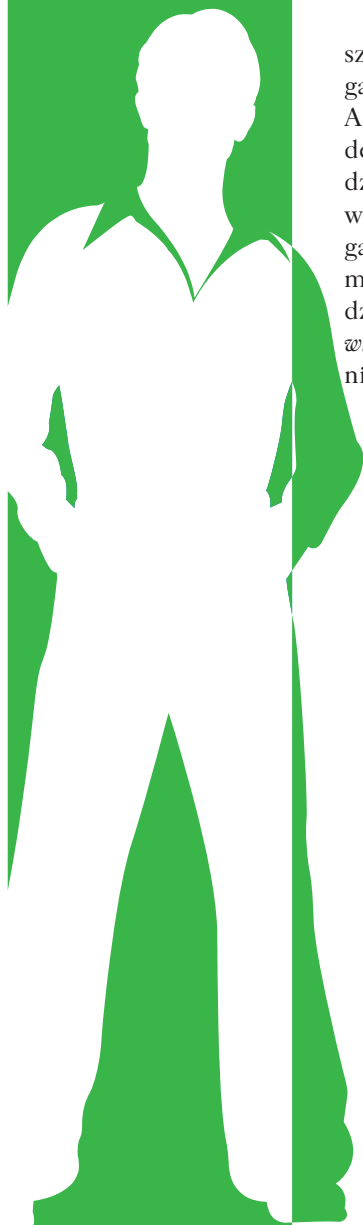
Być może dlatego niechętnie decydujemy się na leniuchowanie, że podczas leniuchowania trudniej zapomnieć o problemach, które mamy w pracy.

Być może właśnie w tym tkwi potrzeba wysiłku fizycznego. Goniąc na rowerze z górki, uważając, żeby nie wpaść na mijające drzewa zapominamy o stresie, o pracy, o problemach. Świat wydaje się wówczas dużo prostszy - ogranicza się do wykonania właściwego skrętu, balansu ciałem, zahamowania w odpowiednim momencie...

A podczas leniuchowania stres pracowy powraca. Nie daje spokoju. Każe przerwać lenistwo i zmusza do myślenia o wszystkim tym, co zostało w firmie. Jednak z tym też można sobie poradzić. Zanim wyjedziesz na urlop wyrzuć z siebie wszystkie stresy.



Nasz felieton



Najlepiej wygadaj się. Dlatego właśnie, choć samolot dużo szybciej zabierze nas na wakacje, ja polecam wszystkim długą jazdę samochodem. Jako terapię. Nie samotną oczywiście. A jak współtowarzysz podróży też skorzysta z jazdy samochodem, by wyrzucić z siebie swoje problemy i frustracje? To będziecie mówić razem. Przecież nikt nie mówi, że nie możecie wyrzucać waszych problemów w tym samym momencie. Druga osoba nie jest potrzebna do dawania rad, ale tylko po to, by można było do kogoś mówić. A co przeszkadza, że ona nie bardzo Ciebie słucha, rzucając od czasu do czasu zdawkowe: *No, no właśnie*, czekając, żeby przerwać Twój potok słów, własnym? Nic nie przeszkadza, gdy Ty postępujesz tak samo...