



www.pl2022.pollub.pl
e-mail: pl2022@pollub.pl



Zintegrowany
Program
Rozwoju
Politechniki
Lubelskiej

Biuro Projektu:
ul. Nadbystrzycka 38H
20-618 Lublin

PODSTAWY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Workbook

Autor: Arkadiusz Gola

Lublin, 2021 rok

PROGRAM WIEDZA EDUKACJA ROZWÓJ



Fundusze
Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój



Rzeczpospolita
Polska

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny





www.pl2022.pollub.pl
e-mail: pl2022@pollub.pl



Zintegrowany
Program
Rozwoju
Politechniki
Lubelskiej

Biuro Projektu:
ul. Nadbystrzycka 38H
20 - 618 Lublin

1. Wprowadzenie

Przedsiębiorczość określana jest jako całokształt działań związanych z uruchomieniem nowego przedsięwzięcia, zaś funkcją przedsiębiorczości jest przekształcanie pomysłu bądź projektu w konkretny wyrób lub usługę, które zaspakajając określone potrzeby zdolne są generować zysk. Określając kogoś osobą przedsiębiorczą, mamy na myśli właściciela przedsiębiorstwa, który doszedł do dużego majątku zaczynając od zakładania działalności gospodarczej z niewielkim kapitałem. Jednakże bycie przedsiębiorczym nie ogranicza się tylko do prowadzenia działalności gospodarczej. Osoby przedsiębiorcze mają cechy umożliwiające im odnalezienie się niemalże w każdej sytuacji życiowej, w szczególności w rzeczywistości gospodarczej, zatem myśli się o nich jako o filarach, na których opiera się gospodarka rynkowa. Dzięki takim cechom osoba przedsiębiorcza nie boi się trudności, potrafi podejmować niekiedy trudne decyzje oraz wykorzystywać szanse i wyciągać wnioski ze swoich sukcesów, lecz także i z porażek. Ponadto dobrze układa swoje relacje z ludźmi, potrafi panować nad emocjami oraz zawsze postępuje zgodnie z ogólnie przyjętymi zasadami moralnymi. Człowiek przedsiębiorczy świadomy jest konieczności stałego poszerzania swojej wiedzy oraz rozwijania swoich zdolności. Szczególnie istotne są umiejętności związane z analizą zjawisk występujących w otoczeniu, komunikowaniem się z innymi osobami, praca zespołową oraz zdolności organizatorskie i przywódcze. Za **przedsiębiorcę** należy uznać tego, kto tworzy coś nowego, odmiennego, zmieniającego lub przekształcającego wartości, wprowadzającego innowację, zawsze poszukującego zmiany, reagującego na nie i wykorzystującego je jako okazje.

Wprowadzona 2 lipca 2004 roku Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej definiowała **działalność gospodarczą** jako działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopaliny ze złóż, a także działalność zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły. Obecny system prawny dotyczący przedsiębiorstw uległ zmianie. W 2019 roku została wprowadzona *Konstytucja Biznesu*, składająca się z pakietu 5 ustaw, mianowicie:

- prawa przedsiębiorców;
- Przepisów wprowadzających ustawę – Prawo przedsiębiorców oraz inne ustawy dotyczące działalności gospodarczej;
- Ustawy o Rzeczniku Małych i Średnich Przedsiębiorców;
- Ustawy o Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej oraz Punkcie Informacji dla Przedsiębiorcy;
- Ustawy o zasadach uczestnictwa przedsiębiorców zagranicznych i innych osób zagranicznych w obrocie gospodarczym na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

Konstytucja biznesu umożliwiła scalenie prawa oraz wprowadzenie zasad ogólnych, czyli dyrektyw oddziałujących na całość relacji pomiędzy administracją a przedsiębiorcami. Aby podjąć się prowadzenia własnej działalności gospodarczej, najpierw należy odpowiedzieć sobie na kilka kluczowych pytań - dlaczego chcę założyć własną firmę? Jakie są wady i zalety prowadzenia własnej firmy? Czy posiadam cechy potrzebne do prowadzenia własnej działalności? Jakie ryzyko będę ponosił w związku z prowadzeniem własnej firmy?

PROGRAM WIEDZA EDUKACJA ROZWÓJ



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



2. Rozpoczęcie działalności gospodarczej

2.1. Podstawowe pojęcia ekonomiczne

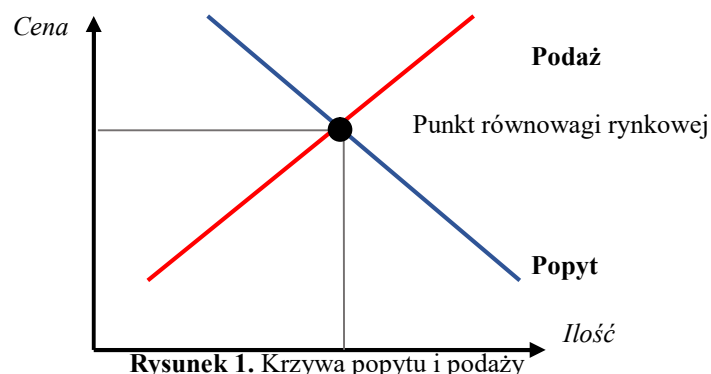
Jakość prowadzenia działalności gospodarczej nie zależy jedynie od naszej wiedzy i umiejętności, związana jest ona również z kondycją całej gospodarki, nie tylko krajowej, ale także światowej. Na kształtowanie się pozycji przedsiębiorstwa na rynku znaczący wpływ mają kryteria ekonomiczne takie jak:

- **Popyt** – jest zależnością pomiędzy ceną dobra a jego ilością, którą skłonni są kupić nabywcy. *Miarą popytu* jest wielkość popytu, czyli ilość towarów i usług, jaką w określonym czasie i po uzgodnionych cenach mogą i chcą kupić nabywcy, natomiast *wielkość popytu* jest odwrotnie proporcjonalna do ceny, co oznacza, że wraz ze wzrostem ceny spada ilość zakupionych towarów i usług. Zależność ta określana jest jako *prawo popytu*.

Jednakże od prawa popytu istnieją wyjątki:

- ✓ *Paradoks Giffena* – w przypadku, gdy rosną ceny wszystkich dóbr i nie towarzyszy im wzrost zarobków, można zaobserwować wzrost popytu na najtańsze produkty, gdyż – tylko na takie stać konsumentów;
- ✓ *Paradoks Veblena* – teoria mówiąca o tym, że pewne grupy produktów sprzedają się dobrze właśnie ze względu na wysoką cenę, gdyż ich zakup pozwala wyróżnić się ich nabywcom (tzw. efekt snoba);
- ✓ *Popyt spekulacyjny* – charakteryzuje się tym, że w przypadku wzrostu cen określonych produktów, wzrasta popyt na te dobra, ponieważ ludzie kupują je w celu późniejszej odsprzedaży i osiągnięcia zysku.
- **Podaż** – jest zależnością pomiędzy ceną dobra a jego ilością, oferowaną na rynku przez producentów. *Miarą podaży* jest wielkość podaży czyli ilość towarów lub usług oferowanych do sprzedaży, po określonej cenie w określonym miejscu i czasie. *Wielkość podaży* jest wprost proporcjonalna do ceny, co oznacza, że wraz ze wzrostem ceny wzrasta też ilość produktów dostarczanych na rynek. Prawidłowość ta określana jest jako *prawo podaży*.

Graficznym obrazem obu tych zależności jest krzywa popytu i podaży, przedstawiona na rysunku 1.





Zintegrowany
Program
Rozwoju
Politechniki
Lubelskiej

Biuro Projektu:
ul. Nadbystrzycka 38H
20-618 Lublin

- **Punkt równowagi rynkowej** – punkt, w którym wielkość popytu jest równa wielkości podaży.
- **Cena** – ilość pieniędzy, jaką kupujący płaci sprzedającemu za towar lub usługę – pieniężny wyraz wartości towaru lub usługi.

2.2. Pomysł na działalność gospodarczą

Założenie oraz prowadzenie własnego przedsiębiorstwa daje szansę na samorealizację i niezależność. Potencjalny przedsiębiorca musi wykonać wiele czynności, które wymagają poznania przepisów prawa dotyczących rejestracji własnej firmy. Poza znajomością przepisów przede wszystkim trzeba mieć pomysł na biznes oraz znaleźć źródła jego finansowania.

Planując założenie działalności gospodarczej należy zwrócić uwagę na to, aby:

- nie podejmować własnej działalności gospodarczej jedynie po to, aby stać się panem własnego czasu lub po to, by mieć go więcej;
- nie zakładać, że własny biznes szybko pozwoli nam osiągać wysokie dochody;
- ocenić branżę i rozemnać się czy istnieje zapotrzebowanie na tego rodzaju działalność;
- nie obawiać się konkurencji, gdyż to właśnie ona jest elementem gospodarki rynkowej i stanowi niezbędny impuls do rozwoju gospodarczego.

Zanim procedura rejestracyjna działalności zostanie podjęta, należy przeanalizować czynniki determinujące jej powodzenie. Ocena szans i zagrożeń pozwoli na eliminację popełnienia błędu oraz uniknięcie niepotrzebnych wydatków. W zdobyciu tej oceny pomocne będą rozmowy ze swoimi współpracownikami, rodziną czy przyjaciółmi, a także z innymi przedsiębiorcami. W przypadku, gdy nasz pomysł uzyska pozytywne oceny we wstępnych badaniach, następnie należy opracować biznesplan działalności.

2.3. Lokalizacja oraz obszar działania przedsiębiorstwa

Decydując się na założenie i prowadzenie własnej działalności gospodarczej należy określić miejsce jej wykonywania. W przypadku prowadzenia działalności usługowej proces planowania będzie odmienny niż w przypadku prowadzenia działalności typowo produkcyjnej. Mając na uwadze działalność usługową oczywistym jest, że wybór obiektu dotyczy przede wszystkim dobrej lokalizacji dla klienta. Chcąc prowadzić działalność produkcyjną będziemy potrzebowali pomieszczeń sporych rozmiarów, w których nasza działalność będzie wykonywana. Jednakże niezależnie od tego jaka działalność będzie prowadzona przez przedsiębiorcę, koniecznym jest zapewnienie takiego lokalu, którego użytkowanie jest zgodne z przepisami sanitarnymi, BHP, przeciwpożarowymi, a także branżowymi.

PROGRAM WIEDZA EDUKACJA ROZWÓJ



Rzeczpospolita
Polska

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny





Zintegrowany
Program
Rozwoju
Politechniki
Lubelskiej

Biuro Projektu:
ul. Nadbystrzycka 38H
20-618 Lublin

3. Formy prawne prowadzonej działalności gospodarczej

3.1. Wybór formy prawnej działalności gospodarczej

W zależności od branży oraz rodzaju działalności, ilości wspólników czy możliwości finansowych na starcie, można zdecydować się na jednoosobową działalność, spółkę cywilną lub też jedną ze spółek osobowych lub kapitałowych. Wszystkie te spółki mają konkretne wady i zalety – a poznanie ich zapewni nowemu przedsiębiorcy wybór lepiej dopasowany do jego potrzeb i możliwości. Właściwy wybór formy prawnej prowadzonej działalności gospodarczej jest niezmiernie ważny dla każdego przedsiębiorcy, dlatego dokonując takiego wyboru należy wziąć pod uwagę:

- koszty rozpoczęcia i prowadzenia działalności gospodarczej;
- czas potrzebny do uruchomienia firmy;
- ryzyko mogące wystąpić podczas działalności przedsiębiorstwa;
- sposób zaangażowania osoby tworzącej firmę w zakres jej funkcjonowania;
- skalę planowanego przedsięwzięcia.

3.2. Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej

Przed podjęciem decyzji dotyczącej formy organizacyjno-prawnej działalności gospodarczej, przedsiębiorca powinien zastanowić się, jaki rodzaj działalności chce prowadzić oraz czy chce to robić sam, czy też ze wspólnikiem. Forma działalności przedsiębiorstwa ustanawiana jest w momencie jego zakładania.

Poszukując najkorzystniejszej formy organizacyjno-prawnej działalności gospodarczej, przedsiębiorca powinien rozważyć odmienności, jakimi charakteryzują się poszczególne konstrukcje. Należy zwrócić uwagę na kwestie odpowiedzialności – mogą ponosić ją wspólnicy, wspólnicy subsydiarnie ze spółką, jak i sama spółka. Istotne znaczenie, zwłaszcza dla nowych przedsiębiorców mogą mieć również koszty, jakie wiążą się z utworzeniem danej spółki, czy prowadzeniem jej księgowości. W polskim porządku prawnym wyróżniamy spółki handlowe, których tworzenie i funkcjonowanie uregulowane jest w Kodeksie spółek handlowych, a także spółkę cywilną, która może zostać utworzona na podstawie przepisów Kodeksu cywilnego. Spółki handlowe dzielimy dodatkowo na osobowe oraz kapitałowe.

Jednoosobowa działalność gospodarcza i spółka cywilna to formy działalności najlepsze na start. Ich założenie nie jest trudne ani kosztowne, a prowadzenie także nie powinno być problematyczne, nawet dla osób z niewielką wiedzą o prowadzeniu własnego biznesu. Jednoosobowa działalność gospodarcza oraz spółka cywilna takiej osobowości nie posiadają. W tym przypadku podmiotem praw i obowiązków jest właściciel lub właściciele firmy. Taka sytuacja niesie za sobą zarówno korzyści, jak i ryzyko – a to, który z aspektów będzie większy, zależy od potrzeb i wielkości przedsiębiorstwa.

PROGRAM WIEDZA EDUKACJA ROZWÓJ



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny





Rysunek 2. Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej

3.2.1. Jednoosobowa działalność gospodarcza

Taka forma działalności stanowi jedną z najpopularniejszych w Polsce. Założyć może ją każdy, kto ukończył 18 lat. Indywidualny przedsiębiorca prowadzi swoją działalność gospodarczą we własnym imieniu oraz na własny rachunek. Nazwą firmy będzie imię i nazwisko osoby fizycznej – właściciela, choć możliwe jest także włączenie do nazwy firmy innych oznaczeń. Przy utworzeniu tego podmiotu nie jest wymagane sporządzenie umowy czy aktu założycielskiego. Właściciel podmiotu ponosi pełną odpowiedzialność za funkcjonowanie działalności, za wszelkie zobowiązania odpowiada on całym swoim majątkiem.

Jednoosobowa działalność oznacza, że firma posiada tylko jednego właściciela. Nie jest to natomiast ograniczenie, jeśli chodzi o możliwość zatrudniania pracowników. Taka forma działalności to rozwiązanie przeznaczone dla małego przedsiębiorstwa z jednym właścicielem. Doskonale sprawdzi się w przypadku osób aktywnych i nastawionych na cel oraz takich, które mają własne zdanie i nie lubią się podporządkowywać. W takiej firmie właściciel sam sobie jest panem, ustala godziny pracy, urlopy, ale też kierunki rozwoju i wszelkie zmiany w funkcjonowaniu działalności.

Tabela 1. Zalety i wady jednoosobowej działalności gospodarczej

<i>Zalety jednoosobowej działalności gospodarczej</i>	<i>Wady jednoosobowej działalności gospodarczej</i>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ nie posiada osobowości prawnej; ✓ łatwa do utworzenia i prowadzenia; ✓ nie ma wymogu sporządzenia umowy ani aktu założycielskiego; ✓ prosta w zarządzaniu; ✓ możliwość uproszczonych form księgowych; ✓ prosty sposób likwidacji; ✓ brak wymagań kapitałowych przy utworzeniu; ✓ niskie koszty rejestracji; ✓ bodźce motywacyjne wynikające z pracy „na swoim”; ✓ wyłączność w dysponowaniu zyskami. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ przedsiębiorca odpowiada całym swoim majątkiem za zobowiązania; ✓ ograniczoność środków finansowych; ✓ uzależnienie rozwoju firmy tylko od jednej osoby; ✓ brak możliwości pozyskania kapitału przez przyjęcie wspólnika; ✓ właściciel firmy jest obciążony czasem pracy; ✓ niewielkie korzyści socjalne.

3.2.2. Spółka cywilna

Spółka cywilna to jedyna spółka, która nie posiada osobowości ani zdolności prawnej i która funkcjonuje w oparciu o przepisy zawarte w Kodeksie cywilnym. Jej wspólnikami mogą być pełnoletnie osoby fizyczne lub prawne. Łatwa w rejestracji i w prowadzeniu, opiera się na umowie pomiędzy wspólnikami, którzy deklarują dążenie do jednego, określonego celu gospodarczego. Spółka cywilna to dobre rozwiązanie dla niewielkich biznesów, także rodzinnych. Podobnie jak jednoosobowa działalność gospodarcza, nie jest odpowiednia dla budowania dużych przedsiębiorstw, ponieważ jej wspólnicy odpowiadają całym swoim majątkiem, co może powodować ogromne ryzyko. Z tego samego powodu warto także skupić się na znalezieniu takich wspólników, do których ma się zaufanie – każdy członek posiada tu bowiem takie same prawa, wobec czego nieporozumienia mogą negatywnie odbić się na funkcjonowaniu przedsiębiorstwa. Nazwa firmy musi zawierać imiona i nazwiska wszystkich wspólników oraz może zawierać elementy dodatkowe.

Spółka ta musi być zawarta przez minimum dwóch przedsiębiorców w formie pisemnej umowy, która powinna określać:

- cel gospodarczy spółki;
- podmioty będące wspólnikami;
- wkłady wspólników i ich wartość.

Zakładając spółkę cywilną sporządzenie aktu notarialnego nie jest wymagane, chyba że przedmiotem wkładu jest nieruchomości. Istotny jest fakt, iż spółka cywilna nie jest osobą prawną i nie posiada zdolności prawnej, w związku z czym nie może stać się przedmiotem praw i obowiązków. Nie jest ona także przedsiębiorcą, zaś jej wspólnicy solidarnie odpowiadają za jej zobowiązania nie ponosząc odpowiedzialności za zobowiązania osobiste wspólnika. Warto również wskazać, że wspólnicy spółki mogą powołać jej zarząd z dyrektorem na czele. W skład zarządu mogą wchodzić niektórzy wspólnicy oraz osoby nie będące wspólnikami spółki.

Tabela 2. Zalety i wady spółki cywilnej

<i>Zalety spółki cywilnej</i>	<i>Wady spółki cywilnej</i>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ nie posiada osobowości prawnej; ✓ łatwa do utworzenia i prowadzenia; ✓ swoboda w kształtowaniu treści umowy oraz uchwał; ✓ możliwość wniesienia do spółki aportu rzeczowego; ✓ możliwość uproszczonych form księgowych; ✓ prosty sposób likwidacji; ✓ brak wymagań kapitałowych przy tworzeniu; ✓ niskie koszty rejestracji. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ konieczność odrębnej rejestracji każdego wspólnika; ✓ odpowiedzialność za zobowiązania całym swoim majątkiem; ✓ konieczność ujawnienia w nazwie wszystkich wspólników; ✓ do przyjęcia nowego wspólnika wymagana jest zgoda wszystkich wspólników.

3.2.3. Spółki prawa handlowego

3.2.3.1. Spółka jawna

Spółka jawna jest najprostszą formą działalności wśród spółek handlowych. Uregulowana jest ona przepisami Kodeksu spółek handlowych. Ten rodzaj spółki jest dobrym rozwiązaniem dla niewielkich i średnich firm – w przypadku większego przedsiębiorstwa ryzyko może być bowiem zbyt duże. Jest to związane z faktem, że choć spółka jawna posiada i dysponuje własnym majątkiem, na który składają się wkłady wspólników, to nie jest to jedyne źródło odzyskania należności przez ewentualnego wierzyciela. Owszem, w sytuacji zadłużenia lub bankructwa długi są spłacane z majątku firmowego, jednak w przypadku jego wyczerpania wierzyciel może pobrać dalszą część zobowiązań z prywatnych zasobów wspólników. Firma spółki jawnej powinna zawierać nazwiska lub nazwy wspólników, bądź nazwisko, nazwę firmy jednego ze wspólników. W nazwie tej należy uwzględnić oznaczenie „spółka jawna” lub skrót „sp.j.”. Umowa spółki powinna być zawarta na piśmie pomiędzy co najmniej dwiema osobami fizycznymi lub prawnymi.

Spółka jawna powstaje w momencie wpisu do rejestru, nie jest ona jednak osobą prawną. Jej zgłoszenie do Sądu Rejestrowego powinno zawierać:

- firmę, siedzibę oraz adres spółki;
- przedmiot jej działalności;
- imiona i nazwiska lub nazwy wspólników oraz adresy (także korespondencyjne);
- imiona i nazwiska osób mających uprawnienia do reprezentowania spółki oraz sposób ich reprezentacji.

Wkłady wnoszone do spółki są w formie pieniężnej oraz niepieniężnej. W przypadku gdy wkładem do spółki jest nieruchomości wówczas przeniesienie praw własności może nastąpić jedynie w formie aktu notarialnego. Wspólnicy solidarnie odpowiadają za zobowiązania spółki całym swoim majątkiem.

3.2.3.2. Spółka partnerska

Tym, co wyróżnia spółkę partnerską na tle innych spółek osobowych, jest określona grupa osób



Zintegrowany
Program
Rozwoju
Politechniki
Lubelskiej

Biuro Projektu:
ul. Nadbystrzycka 38H
20 - 618 Lublin

mogących korzystać z takiej formy przy prowadzeniu działalności. W przepisach Kodeksu spółek handlowych przewidziano bowiem, że spółkę partnerską mogą założyć wyłącznie osoby fizyczne wykonujące wolne zawody. Spółka partnerska nie może zostać założona – w przeciwieństwie do innych spółek – dla osiągnięcia wybranego celu gospodarczego. Jedynym celem tej formy działalności może być wykonywanie wolnych zawodów.

W art. 88 kodeksu spółek handlowych wyszczególnione zostały zawody, których przedstawiciele mogą stać się partnerami w spółce – są to mianowicie adwokat, aptekarz, architekt, inżynier budownictwa, biegły rewident, broker ubezpieczeniowy, doradca podatkowy, makler papierów wartościowych, doradca inwestycyjny, księgowy, lekarz, lekarz dentysta, lekarz weterynarii, notariusz, pielęgniarka, położna, radca prawny, rzecznik patentowy, rzeczoznawca majątkowy i tłumacz przysięgły. Firma spółki partnerskiej powinna zawierać nazwisko co najmniej jednego partnera, dodatkowe oznaczenie „i partner” lub „partnerzy” lub „spółka partnerska” („sp.p.”), a także określenie wolnego zawodu, który jest w spółce wykonywany.

Umowa spółki partnerskiej powinna być zawarta w formie aktu notarialnego, zawierającego informacje takie jak:

- określenie wolnego zawodu wykonywanego przez partnerów;
- przedmiot działalności spółki;
- imiona i nazwiska partnerów;
- jeśli spółkę reprezentują tylko niektórzy partnerzy, imiona i nazwiska tych partnerów;
- firmę i nazwę spółki;
- czas trwania spółki, jeśli został oznaczony;
- określenie wkładów wnoszonych przez każdego partnera i ich wartość.

Do zgłoszenia spółki partnerskiej do Sądu Rejestrowego poza podstawowymi danymi należy dołączyć nazwiska i imiona prokurentów bądź osób powołanych w skład zarządu, a także dokumenty potwierdzające uprawnienia każdego partnera do wykonywania wolnego zawodu. Poszczególni partnerzy nie ponoszą odpowiedzialności za zobowiązania spółki powstałe w związku z wykonywaniem przez pozostałych partnerów wolnego zawodu w spółce.

3.2.3.3. Spółka komandytowa

Spółka komandytowa należy do spółek osobowych. Aby ją założyć, potrzebne są co najmniej dwie osoby fizyczne lub prawne. Wśród wspólników przynajmniej jeden musi zostać komandytariuszem, natomiast drugi – komplementariuszem. Spółka komandytowa to doskonałe rozwiązanie dla przedsiębiorców, którzy mają dobry pomysł, ale nie mają odpowiedniego kapitału. Jeśli wybiorą oni taką formę prowadzenia działalności, staną się komplementariuszami. Komplementariusz w spółce prowadzi jej sprawy oraz reprezentuje ją wobec osób trzecich. Jednocześnie jest odpowiedzialny za zobowiązania całym swoim majątkiem, także prywatnym.

Nazwa spółki komandytowej powinna zawierać nazwisko jednego lub kilku komplementariuszy oraz dodatkowe oznaczenie „spółka komandytowa” („sp.k.”). Umowa spółki komandytowej powinna być

PROGRAM WIEDZA EDUKACJA ROZWÓJ



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



sporządzona w formie aktu notarialnego, w którym poza podstawowymi informacjami powinien znaleźć się oznaczony kwotowo zakres odpowiedzialności każdego komandytariusza wobec wierzycieli (suma komandytowa). Komandytariusz odpowiada za zobowiązania spółki wobec jej wierzycieli tylko do wysokości sumy komandytowej. W przepisach nie ustalono minimalnej czy maksymalnej kwoty takiej sumy, musi ona jednak zostać ustalona, a następnie wprowadzona do umowy firmy. Jednocześnie komandytariusz zajmuje stanowisko pasywne – nie prowadzi spraw firmy i – co do zasady – nie reprezentuje jej. Może się natomiast zdarzyć, że taki wspólnik będzie reprezentował spółkę jako pełnomocnik lub prokurent.

3.2.3.4. Spółka komandytowo-akcyjna

Jest to dość specyficzna forma działalności. Łączy ona w sobie cechy spółki osobowej – odnosząc się najbardziej do zasad rządzących spółką komandytową – oraz spółki kapitałowej – będąc podobną do spółki akcyjnej. Taką formę działalności mogą wybrać wspólnicy – zarówno osoby fizyczne, jak i prawne – z których co najmniej jeden będzie komplementariuszem, a co najmniej jeden – akcjonariuszem. Tak jak w przypadku spółki komandytowej, komplementariusz stanowi tu stronę czynną, odpowiedzialną za spółkę całym swoim majątkiem, zarządzającą oraz odpowiedzialną za firmę. Natomiast akcjonariusz to inwestor, udostępniający swój kapitał i otrzymujący w zamian akcje spółki. Nazwa spółki komandytowej powinna zawierać nazwisko jednego lub kilku komplementariuszy oraz dodatkowe oznaczenie „spółka komandytowa” („S.K.A.”), natomiast nie może zawierać nazwiska lub nazwy firmy akcjonariusza.

Akcjonariusz może reprezentować spółkę jako pełnomocnik, nie odpowiada on za zobowiązania spółki.

3.2.3.5. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, podobnie jak spółka akcyjna zaliczana jest do spółek kapitałowych. Stanowi jedną z najpopularniejszych form prowadzenia firmy. Założycielami takiej spółki mogą być osoby fizyczne lub prawne. Istnieje także możliwość prowadzenia jednoosobowej spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, co pozwala znacząco zmniejszyć ryzyko związane z prowadzeniem działalności indywidualnie. Jedynym wyjątkiem jest tu zakaz założenia jednoosobowej spółki z o.o. przez wyłącznie inną taką spółkę. Aby rozpocząć działalność w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, wspólnicy muszą posiadać kapitał zakładowy w kwocie min. 5000 zł, natomiast minimalny udział/wkład wspólnika wynosi 50 zł. Pierwszym krokiem jest tutaj ustalenie umowy, która powinna mieć formę aktu notarialnego. Informacje, które muszą się w takim dokumencie znaleźć, to – zgodnie z art. 157 kodeksu – firma i siedziba spółki, przedmiot działalności, wysokość kapitału zakładowego, informacja czy wspólnik może posiadać więcej niż jeden udział, liczbę i wartość udziałów poszczególnych wspólników oraz czas trwania spółki (o ile został wyznaczony).

W tej formie spółki powoływane są organy zarządzające, do których zaliczamy zarząd, radę nadzorczą lub komisję rewizyjną, a także walne zgromadzenie wspólników.



Zintegrowany
Program
Rozwoju
Politechniki
Lubelskiej

Biuro Projektu:
ul. Nadbystrzycka 38H
20 - 618 Lublin

3.2.3.6. Spółka akcyjna

Spółka akcyjna jest stanowi w pełni rozwiniętą spółkę kapitałową. Jest najbardziej zaawansowaną formą prowadzenia działalności gospodarczej. Wymagania, jakie trzeba spełnić przy jej zakładaniu oraz prowadzeniu powodują, że jest ona wybierana raczej przez średnie i duże przedsiębiorstwa. Założycielami i wspólnikami spółki akcyjnej może być jedna lub więcej osób fizycznych lub prawnych. Ograniczenia występują tu tylko w przypadku jednoosobowej spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, która nie może być wyłącznym założycielem spółki akcyjnej. W spółce akcyjnej występują trzy rodzaje organów – rada nadzorcza, zarząd oraz walne zgromadzenie akcjonariuszy. Wszystkie z nich należy powołać obowiązkowo, ponieważ w tym rodzaju działalności wszystkie aktywności mogą zostać podjęte tylko przy ich wykorzystaniu. Minimalny kapitał potrzebny do utworzenia spółki akcyjnej wynosi 500 000 zł.

4. Procedura zakładania działalności gospodarczej

Gdy przedsiębiorcy zdecydują się na wybór formy prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej, należy zająć się związonymi z jej rejestracją formalnościami. Proces założenia i uruchomienia działalności gospodarczej składa się z dwóch etapów – procesu przygotowawczego oraz procesu rejestracyjnego. Etap pierwszy obejmuje wszelkie działania podjęte przez przedsiębiorcę w celu zaplanowania potencjalnej działalności – pomysł na działalność, analiza rynkowa oraz wybór potencjalnego miejsca wykonywania działalności. Na etap drugi składa się proces rejestracyjny firmy, który jest różny w zależności od przyjętej formy prawnej firmy.

4.1. Spółki prawa handlowego

W przypadku rejestracji spółki prawa handlowego inaczej niż dla jednoosobowej działalności gospodarczej czy spółki cywilnej – należy zgłosić nowo powstałą firmę do Krajowego Rejestru Sądowego. Rejestracja spółki osobowej lub kapitałowej odbywa się w wybranym wydziale sądu rejestracyjnego, odpowiedniego dla okręgu, w którym będzie funkcjonowała spółka. Należy w tym przypadku skorzystać z właściwego formularza, który powinien zostać złożony osobiście w sądzie, bądź też przesłany drogą pocztową lub przy wykorzystaniu portalu internetowego Ministerstwa Sprawiedliwości. Aby założyć spółkę handlową konieczne jest sporządzenie umowy potwierdzonej przez notariusza. Jedynie w przypadku spółki cywilnej oraz jawnej umowa notarialna nie jest wymagana. W przypadku każdej ze spółek prawa handlowego wymaganymi dokumentami, które są dołączane do wpisu do KRS są – **umowa (statut) spółki** a także **dowód wniesienia opłaty sądowej** za dokonanie wpisu do KRS i dowód wniesienia opłaty za ogłoszenie w Monitorze Sądowym i Gospodarczym. Krajowy Rejestr Sądowy jest informatyczną bazą danych, która składa się z trzech osobnych rejestrów:

- rejestru przedsiębiorców;
- rejestru stowarzyszeń, innych organizacji społecznych i zawodowych, fundacji oraz publicznych

PROGRAM WIEDZA EDUKACJA ROZWÓJ



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny





Zintegrowany
Program
Rozwoju
Politechniki
Lubelskiej

Biuro Projektu:
ul. Nadbystrzycka 38H
20 - 618 Lublin

- zakładów opieki zdrowotnej;
- rejestru dłużników niewypłacalnych.

Kolejnym etapem zakładania działalności gospodarczej jest nadanie numeru **REGON** oraz numeru **NIP**. Numer **REGON** uzyskiwany jest po złożeniu stosownych dokumentów w Urzędzie Statystycznym. Numer Identyfikacji Podatkowej (**NIP**). Każdy przedsiębiorca prowadzący działalność gospodarczą posiada indywidualnie swój **NIP**, który jednocześnie jest **NIP-em** firmy. Jednocześnie przedsiębiorca musi dokonać wyboru jednej z czterech form opodatkowania oraz poinformować o tym na piśmie właściwy Urząd Skarbowy. Zaliczamy do nich kartę podatkową, ryczałt, zasady ogólne oraz podatek liniowy. Koszty, które zostaną poniesione z tytułu rejestracji działalności gospodarczej w Urzędzie Skarbowym to opłata skarbową 5 zł od wniosku, 50 gr za każdy dołączony do wniosku dokument oraz 152 zł opłaty skarbowej w urzędzie gminy tytułem rejestracji VAT.

Przedsiębiorca prowadzący działalność gospodarczą podlega obowiązkowo ubezpieczeniom społecznym i ubezpieczeniu zdrowotnemu. To znaczy, że musi się on zgłosić do ubezpieczeń w **Zakładzie Ubezpieczeń Społecznych** oraz opłacać składki. W formularzu oprócz swoich danych oraz adresów przedsiębiorca wskazuje rodzaje ubezpieczeń społecznych, do których się zgłasza, czyli:

- ✓ *ubezpieczenie emerytalne* – jest obowiązkowe. Ubezpieczamy się od starości. To z tego ubezpieczenia otrzymamy w przyszłości emeryturę.
- ✓ *ubezpieczenie rentowe* – jest obowiązkowe. Ubezpieczamy się od ryzyka utraty zdolności do pracy. Z tego ubezpieczenia **ZUS** wypłaca renty z tytułu niezdolności do pracy.
- ✓ *ubezpieczenie wypadkowe* – jest obowiązkowe. Zabezpiecza przedsiębiorcę na okoliczność wypadku przy pracy lub choroby zawodowej. Z tego ubezpieczenia **ZUS** wypłaca zasiłki i odszkodowania za uszczerbek na zdrowiu.
- ✓ *ubezpieczenie chorobowe* – jest dobrowolne. Umożliwia otrzymanie zasiłku chorobowego, kiedy lekarz wystawi przedsiębiorcy zwolnienie lekarskie. Z ubezpieczenia chorobowego jest również wypłacany zasiłek macierzyński.

Przedsiębiorca zgłaszając do ubezpieczeń siebie, swoich pracowników i zleceniobiorców, ma obowiązek zgłoszenia do ubezpieczenia zdrowotnego również członków swojej rodziny oraz członków rodzin pracowników i zleceniobiorców niepodlegających ubezpieczeniu zdrowotnemu z innego tytułu. Zgłoszenie pracownika powinno nastąpić w ciągu 7 dni od daty jego zatrudnienia.

Wyrobienie pieczętki firmy jest kolejnym krokiem do jej rejestracji. Potrzebna ona będzie przy wypełnianiu faktur, umów, pism urzędowych, a także przy zakładaniu konta bankowego. Pieczętka firmy powinna zawierać imię i nazwisko przedsiębiorcy, nazwę i adres firmy, numer **REGON** oraz **NIP**.

Wszelkie płatności na rzecz Zakładu Ubezpieczeń Społecznych bądź Urzędu Skarbowego dokonywane są za pośrednictwem przelewów bankowych, dlatego do sprawnego funkcjonowania firmy wymagane jest założenie konta bankowego. Przedsiębiorca, ze względu na podatek dochodowy zobowiązany jest poinformować o założeniu rachunku bankowego właściwy Urząd Skarbowy.

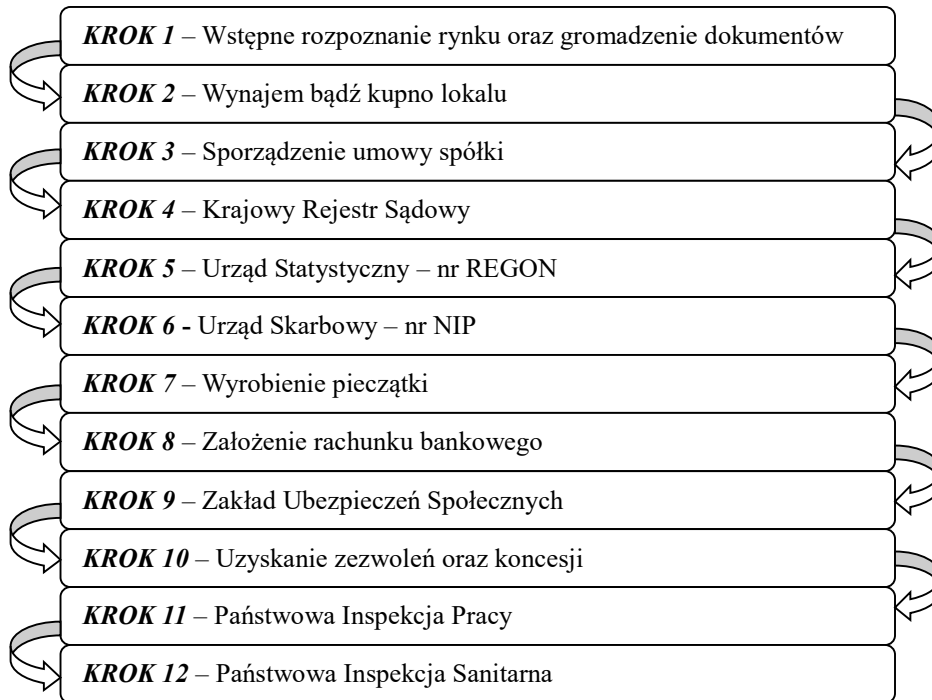
Każdy pracodawca rozpoczynający działalność gospodarczą zobowiązany jest w terminie 30 dni od dnia rozpoczęcia działalności zawiadomić na piśmie właściwego państwowego inspektora pracy (**PIP**) oraz inspektora sanitarnego (**SANEPID**) o miejscu, rodzaju i zakresie prowadzonej działalności.

PROGRAM WIEDZA EDUKACJA ROZWÓJ



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny





Rysunek 3. Etapy zakładania działalności gospodarczej w formie spółki handlowej

4.2. Jednoosobowa działalność gospodarcza i spółka cywilna

Rejestracja firmy prowadzonej przez osoby fizyczne lub spółki cywilne należy do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG), jest ona wolna od opłat. Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej jest systemem umożliwiającym ewidencjonowanie działalności gospodarczej drogą elektroniczną oraz udostępniającym informacje o przedsiębiorcach. Spis ten prowadzony jest od 1 lipca 2011 r. w systemie teleinformatycznym przez ministra właściwego do spraw gospodarki na podstawie przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej.

Rejestracja jednoosobowej działalności gospodarczej zgodnie z zasadą “jednego okienka” polega na wypełnieniu i złożeniu wniosku CEIDG-1:

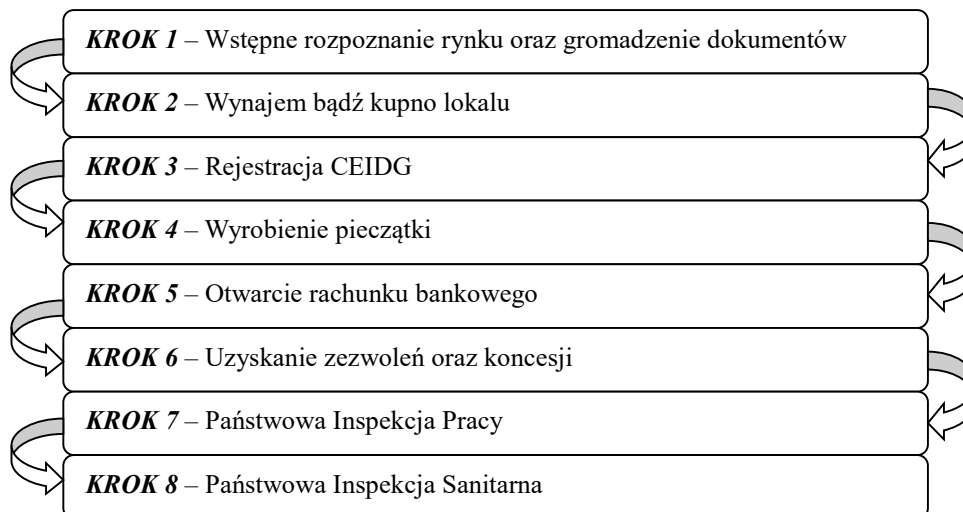
- ✓ po zarejestrowaniu się na stronie www.ceidg.gov.pl wniosek może zostać wypełniony, elektroniczny podpis – rejestracja bez wychodzenia z domu;
- ✓ wypełnienie wniosku online na stronie www.ceidg.gov.pl - bez logowania się. W ciągu 7 dni od wypełnienia wniosku należy zgłosić się do dowolnego urzędu gminy w Polsce z dokumentem potwierdzającym tożsamość;
- ✓ można wydrukować wniosek z Internetu lub pobrać z urzędu gminy papierowy formularz, wypełnić

i złożyć do dowolnego urzędu gminy. Tam wniosek papierowy zostanie przekształcony w elektroniczny i firma zostanie zarejestrowana;

- ✓ papierowy formularz można wypełnić i przesłać listem poleconym do dowolnie wybranego urzędu gminy w Polsce, jednakże w tym przypadku podpis pod wnioskiem musi być potwierdzony notarialnie;
- ✓ od 2017 roku można zarejestrować firmę w CEIDG telefonicznie (801 055 088). Po połączeniu z konsultantem należy podać wszystkie niezbędne dane do wypełnienia formularza. Po zakończeniu rozmowy otrzymasz SMS z numerem wniosku. Następnie należy udać się do dowolnego urzędu gminy, w którym urzędnik odszuka Twój wniosek i przedłoży go do podpisu. Po sporządzeniu umowy każdy ze wspólników musi wypełnić formularz CEIDG-1 oraz załącznik „CEIDG-SC Udział w spółkach cywilnych”, a następnie zarejestrować w takim samym trybie jak osoby fizyczne jednoosobową działalność gospodarczą;
- ✓ spółka cywilna nie jest uznawana za przedsiębiorcę i nie podlega wpisowi ani do CEIDG ani do KRS, dlatego mogą ją zarejestrować tylko osoby fizyczne będące jej wspólnikami.

Dodatkowo wspólnicy powinni załatwić jeszcze następujące sprawy:

- ✓ w urzędzie statystycznym uzyskać numer REGON, do krajowego rejestru urzędowego podmiotów gospodarki narodowej;
- ✓ w urzędzie skarbowym uzyskać dla spółki numer NIP;
- ✓ oświadczenie o wyborze formy opodatkowania podatkiem dochodowym od osób fizycznych (wszyscy wspólnicy podejmują decyzję razem);
- ✓ zgłoszenie albo zmianę zgłoszenia płatnika składek do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych.



Rysunek 4. Etapy zakładania działalności gospodarczej w formie jednoosobowej działalności gospodarczej lub spółki cywilnej



Zintegrowany
Program
Rozwoju
Politechniki
Lubelskiej

Biuro Projektu:
ul. Nadbystrzycka 38H
20 - 618 Lublin

Przedsiębiorca może zawiesić wykonywanie działalności gospodarczej na okres od 30 dni do 24 miesięcy. Jeżeli nie wznowi działalności przed upływem okresu 24 miesięcy, wpis zostanie wykreślony z urzędu. Może jednak wznowić działalność przed upływem 30 dni od jej zawieszenia (28 lub 29 w lutym). Z punktu widzenia formalno-prawnego w takim przypadku nie nastąpią skutki prawne (podatkowe, ubezpieczeniowe) wynikające z faktu zawieszenia. Zarówno data rozpoczęcia, zawieszenia jak i wznowienia działalności gospodarczej nie może być wcześniejsza niż dzień złożenia wniosku.

5. Biznesplan

Planowanie jest jedną z najbardziej istotnych funkcji zarządzania, zatem powinno być podstawowym narzędziem aktywnego sterowania procesami zachodzącymi w przedsiębiorstwie. Aby zwiększyć szansę na pomyślne funkcjonowanie działalności gospodarczej należy starannie przygotować plan działalności, tzw. *biznesplan*. Biznesplan jest dokumentem, w którym precyzyjnie zawarte są cele, do których dąży przedsiębiorstwo, strategia oraz taktyka jego działania, a także ramy czasowe, w jakich te cele powinny być osiągnięte. Pojęcie biznesplanu jest różnie interpretowane, zaś ten termin zawsze obejmuje przedstawienie kompleksowego planu działalności przedsiębiorstwa. Jego zakres może odnosić się do wszystkich aspektów działalności organizacji.

5.1. Cel sporządzenia biznesplanu

Ideą sporządzenia biznesplanu jest przygotowanie do otworzenia i prowadzenia firmy. Jego utworzenie powinno dać przedsiębiorcy podstawę do podejmowania kolejnych decyzji biznesowych. Biznesplan to *mapa potrzeb firmy*, zwłaszcza w początkowym okresie działalności, oraz kierunkowskaz dla młodego przedsiębiorcy – określenie celów i działań do podjęcia pomaga trzymać się raz obranej drogi.

Celem każdego sporządzenia biznesplanu jest:

- określenie nowego przedsięwzięcia;
- ograniczenie ryzyka związanego z uruchomieniem działalności;
- możliwość ponownego przemyślenia wszystkich planów i decyzji związanych z przyszłą firmą – jeśli podczas tworzenia biznesplanu uznamy niektóre z nich za błędne, mamy możliwość ich korekty;
- możliwość szacunkowego sprawdzenia opłacalności uruchamianej firmy;
- oszacowanie kosztów początkowych;
- wypracowanie efektywnej strategii marketingowej;
- pozyskanie kredytu lub funduszy inwestycyjnych;
- poszerzenie zakresu działalności bądź oferty produktu;
- możliwość przekonania innych do zaangażowania się w finansowanie owej działalności.

PROGRAM WIEDZA EDUKACJA ROZWÓJ



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



5.2. Adresaci biznesplanu

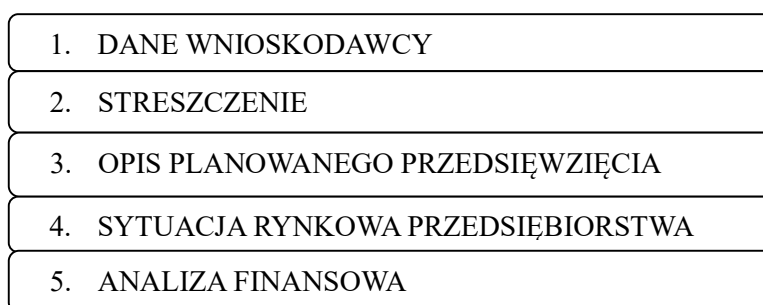
Przed rozpoczęciem pisania biznesplanu należy precyzyjnie ustalić do kogo będzie on skierowany. Biznesplan może być sporządzony dla wewnętrznych oraz zewnętrznych odbiorców. Inaczej będzie wyglądał biznesplan dla banku udzielającego kredytu, inaczej dla inwestora, inaczej biznesplan będący częścią wniosku o dotację z UE, a jeszcze inaczej biznesplan służący jako narzędzie planistyczno-informacyjne wewnątrz przedsiębiorstwa, skierowany do managerów. Pisząc biznesplan należy wyeksponować te informacje, które są istotne dla konkretnego odbiorcy. Wewnętrznym odbiorcą biznesplanu może być kadra kierownicza, menedżer projektów, pracownicy, natomiast odbiorcą zewnętrznym może być na przykład instytucja finansowa – bank, fundusze inwestycyjne lub potencjalny inwestor. Niektóre z tych instytucji udostępniają informację o tym co składany u nich biznesplan powinien zawierać, a czasem nawet mają gotowe formularze, które należy wypełnić. Podsumowując odbiorcami biznesplanu są osoby lub organizacje, od których chcemy uzyskać środki finansowe na uruchomienie działalności.

Opracowując biznesplan dla użytkowników zewnętrznych należy pamiętać o tym, aby wziąć pod uwagę następujące kwestie:

- wyeksponowanie silnych stron przedsiębiorstwa;
- wskazanie na szanse wynikające z bliższego oraz dalszego otoczenia;
- przedstawienie możliwości zaradczych w stosunku do słabych stron przedsiębiorstwa;
- zaprezentowanie aktualnej, rzeczywistej sytuacji przedsiębiorstwa, jego perspektyw i zamierzeń, a także trudności mogących nastąpić podczas jego funkcjonowania;
- wyróżnienie metod monitorowania oraz oceny stopnia osiągnięcia zamierzonych celów;
- wskazanie, że kadra kierująca przedsiębiorstwem jest świadoma szans i zagrożeń związanych z działalnością oraz potrafi osiągnąć wyznaczone cele.

5.3. Struktura biznesplanu

Nie ma jednego, uniwersalnego wzoru biznesplanu, ze ściśle określoną strukturą, który mógłby być przedstawiony w każdej dowolnej instytucji. Jego układ i treść należy dostosować do wymagań każdej z instytucji, w której będzie przedstawiany.



Rysunek 5. Typowa struktura biznesplanu



Zintegrowany
Program
Rozwoju
Politechniki
Lubelskiej

Biuro Projektu:
ul. Nadbystrzycka 38H
20-618 Lublin

1. Dane wnioskodawcy:

- informacje podstawowe – imię, nazwisko, PESEL, stan cywilny, liczba dzieci na utrzymaniu, informacje o współmałżonku;
- informacje kontaktowe;
- informacje dodatkowe takie jak: wykształcenie, posiadane kwalifikacje, przebieg kariery zawodowej, doświadczenie w prowadzeniu działalności, informacje o ewentualnym zadłużeniu, posiadanie statusu bezrobotnego;
- motywy podjęcia działalności.

2. Streszczenie biznes planu zawiera:

- cel jaki chcemy osiągnąć prowadząc działalność;
- kwota dofinansowania jaką chcemy otrzymać;
- nazwy innych instytucji, w których ubiegamy się o dofinansowanie tego samego projektu;
- inne najbardziej istotne informacje.

3. Opis planowanego przedsięwzięcia:

- szczegółowa charakterystyka opisu planowanej działalności;
- planowany terytorialny zasięg działalności – np. lokalny, regionalny, ogólnopolski, globalny;
- bariery rozpoczęcia działalności – trudności w wejściu przedsiębiorstwa na rynek;
- zasoby rzeczowe potrzebne do uruchomienia działalności;
- majątek osoby podejmującej działalność – wkład własny, własne środki finansowe oraz majątek zawarty na podstawie umów użyczenia, najmu, dzierżawy, leasingu;
- środki finansowe potrzebne do uruchomienia działalności i źródła ich pozyskania;
- działania podjęte na rzecz uruchomienia działalności gospodarczej;
- forma organizacyjno-prawna działalności oraz uzasadnienie jej wyboru;
- forma opodatkowania dochodów z działalności gospodarczej oraz uzasadnienie jej wyboru;
- nazwa przedsiębiorstwa i adres prowadzenia działalności;
- data rozpoczęcia działalności;
- opis lokalu, w którym będzie prowadzona działalność gospodarcza;
- informacje o pracownikach przedsiębiorstwa – ilu jest potrzebnych, wymagania, które muszą spełniać, opis przebiegu rekrutacji, system wynagrodzenia i motywacji pracowników;
- informacje o zarządzaniu przedsiębiorstwem.

4. Sytuacja rynkowa przedsiębiorstwa

- rynek odbiorców – charakterystyka potencjalnych klientów;
- opis konkurencji;
- rynek – charakterystyka dostawców;
- analiza SWOT;
- plan działań marketingowych;
- polityka cenowa.

PROGRAM WIEDZA EDUKACJA ROZWÓJ



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



S – STRENGTHS <ul style="list-style-type: none">✓ dobra lokalizacja,✓ doświadczony zespół,✓ pierwszeństwo na rynku.	W – WEAKNESSES <ul style="list-style-type: none">✓ małe zaplecze kapitałowe,✓ wysokie koszty utrzymania,✓ firma nie jest znana na rynku.
O – OPPORTUNITES <ul style="list-style-type: none">✓ dobra strategia reklamowa,✓ daleko idące plany rozwojowe,✓ możliwość poszerzenia asortymentu/usług.	T – THREATS <ul style="list-style-type: none">✓ szybki rozwój konkurencji,✓ zmiana potrzeb nabywców,✓ wysokie koszty zatrudnienia pracowników.

Rysunek 6. Struktura analizy SWOT

5. Analiza finansowa zawiera:

- majątek i źródła jego finansowania;
- przychody, koszty, zyski;
- przepływy pieniężne;
- analiza wskaźnikowa.

6. Obowiązki pracodawcy i pracownika

6.1. Umowa o pracę

Umowa o pracę regulowana jest przepisami zawartymi w ustawie z dnia 26.06.1974r. **kodeks pracy**. Jest ona obustronną czynnością prawną. W wyniku zawarcia umowy o pracę pracownik zobowiązuje się do wykonywania określonego w umowie na rzecz pracodawcy pod jego kierownictwem, w miejscu i czasie, który został przez niego wyznaczony. W zamian pracodawca zobowiązany jest do wypłacania wynagrodzenia pracownikowi za wykonanie powierzonej mu pracy. Umowa ta powinna być zawarta na piśmie, a w niej powinny zostać zawarte informacje dotyczące rodzaju zawartej umowy, miejsca pracy, miejsca jej wykonywania, terminu jej rozpoczęcia oraz wynagrodzenia.

Kodeks pracy przewiduje poniższe rodzaje umów o pracę:

- umowa na czas nieokreślony;
- umowa na czas określony;
- umowa na czas wykonywania określonej pracy;
- umowa na czas próbny;
- umowa na zastępstwo.

Najbardziej korzystną formą zatrudnienia dla pracownika jest **umowa na czas nieokreślony**. Powinna ona zostać sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach i precyzyjnie określać strony umowy,

rodzaj umowy, miejsce wykonywania, wysokość wynagrodzenia, datę rozpoczęcia pracy, datę jej zawarcia oraz wymiar czasu pracy. W przypadku wypowiedzenia umowy przez pracodawcę musi on podać przyczynę uzasadniającą powód jej rozwiązania.

Czas trwania **umowy na czas określony** zostaje ustalony w drodze negocjacji przez strony umowy. W przypadku gdy strony umowy dwukrotnie zawarły umowę na czas określony, wówczas w ciągu 30 dni od rozwiązania drugiej, zawarcie trzeciej umowy wiąże się z zawarciem jej na czas nieokreślony. Rozwiązanie umowy na czas określony następuje z dniem upływu terminu, na jaki została ona zawarta. Wypowiedzenie tego rodzaju umowy może nastąpić gdy została ona zawarta na dłużej niż 6 miesięcy lub w przypadku gdy pracodawca jest w stanie likwidacji lub upadłości.

Umowa na czas wykonywania określonej pracy zawierana jest w przypadku wykonywania prac sezonowych i dorywczych w celu wykonania przez pracowników określonego zdania. Umowa ta jest rozwiązywana z dniem ukończenia pracy, która w treści umowy została zawarta. Może być rozwiązana na mocy porozumienia stron z winy pracownika, bez jego winy lub z winy pracodawcy.

Umowa na okres próbny zawierana jest przed każdym rodzajem z umów o pracę na czas nie przekraczający 3 miesięcy. Może być ona zawarta z tym samym pracownikiem tylko jeden raz. Podpisywana jest w przypadku, w którym pracodawca chce najpierw sprawdzić umiejętności zatrudnianego pracownika bądź, jak często bywa zmniejszyć koszty z tytułu jego zatrudnienia. Rozwiązanie tego typu umowy może nastąpić za wypowiedzeniem, natomiast czas wypowiedzenia zależy od trwania tej umowy i wynosi odpowiednio:

- 3 dni robocze, jeśli okres próbny nie przekracza 2 tygodni;
- 1 tydzień jeśli okres próbny jest dłuższy niż 2 tygodnie;
- 2 tygodnie, jeśli czas próbny wynosi 3 miesiące.

6.2. Umowy cywilnoprawne

Umowy cywilnoprawne w odróżnieniu od stosunku pracy jest brak elementu podporządkowania. Kodeks pracy precyzyjnie określa, że praca w ramach stosunku pracy musi być wykonywana pod kierownictwem przełożonego w określonym przez niego miejscu i czasie oraz w określony sposób. Zgodnie z kodeksem pracy pracownik zobowiązany jest do starannego wykonywania pracy i nie może jej powierzyć osobie trzeciej. Ponadto pracodawca ponosi ryzyko i zapewnia pracownikowi jej odpłatny i ciągły charakter. Natomiast w przypadku gdy pracownik może świadczyć pracę w warunkach daleko posuniętej samodzielności wykonywanych czynności, wówczas może być zawarta umowa cywilnoprawna.

Umowa zlecenie jest jedną z bardzo popularnych form zatrudnienia. Charakteryzuje się ona większą elastycznością, brakiem konieczności opłacania składek na ubezpieczenie chorobowe, czy możliwością wykonywania obowiązków poza siedzibą zleceniodawcy.

Umowa na zlecenie jest umową cywilnoprawną. Oznacza to, że przy jej zawieraniu, wykonywaniu, rozwiązywaniu czy rozstrzyganiu wszelkich sporów zastosowanie mają przepisy Kodeksu cywilnego, a nie Kodeksu pracy. Przez umowę zlecenie należy rozumieć zobowiązanie jednej osoby (zleceniobiorcy) do

wykonania określonej czynności prawnej (np. pracy) dla innego podmiotu (zleceniodawcy), na warunkach określonych w umowie. Tak samo jak w przypadku umowy o pracę, umowa zlecenie jest umową starannego działania. Oznacza to, że przy tej formie zatrudnienia ważny jest fakt wykonywania określonej pracy, a nie jej efekt. Inaczej jest np. w przypadku umowy o dzieło, gdzie istotny będzie jej efekt, a nie fakt wykonywania. Zawarcie umowy zlecenia będzie więc uzasadnione w na przykład poniższych pracach:

- roznoszenie ulotek lub telemarketing;
- usługi ochroniarskie;
- catering, sprząatanie;
- opieka nad dzieckiem, osobą starszą, czy niepełnosprawną;
- outsourcingowe usługi prawne, księgowe, IT.

Od wynagrodzenia brutto wynikającego z umowy zlecenia pobierane są składki na ubezpieczenie społeczne i rentowe (nie są pobierane, jeżeli zleceniobiorca posiada status studenta) oraz składka na ubezpieczenie zdrowotne. Dodatkowo zleceniobiorca może na własne życzenie obciążyć swoje wynagrodzenie składką na ubezpieczenie chorobowe. W trakcie wykonywania zlecenia zleceniobiorca jest zobowiązany do stałego kontaktowania się ze zleceniodawcą. Po zakończeniu zlecenia zleceniobiorca zobowiązany jest wydać zleceniodawcy wszystkie elementy, które były związane z wykonaniem pracy.

Umowa o dzieło zawierana jest pomiędzy zlecającym dzieło i przyjmującym zamówienie. Przyjmujący zlecenie zobowiązuje się do wykonania oznaczonego dzieła, natomiast zlecający do zapłaty określonego w umowie wynagrodzenia. Przedmiotem umowy o dzieło muszą być czynności dające konkretny, namacalny rezultat – zarówno materialne, np. wykonanie stołu czy krzeseł, jak i niematerialne, np. zaprojektowanie strony internetowej. Tak więc przedmiotem umowy o dzieło może być wytworzenie przedmiotów bądź ich przerobienie, a także naprawa przedmiotów już istniejących. Sporządzenie tego typu umowy polega na wyjaśnieniu na czym polega dzieło, które ma zostać wykonane. Osoba wykonująca dzieło ponosi pełną odpowiedzialność za wynik pracy, czyli ewentualne wady wykonanego dzieła, których usunięcia może żądać zleceniodawca. Dużym plusem tego typu umowy jest dowolność sposobu jego wykonania. Wykonawca może wykonać dzieło w dowolnym miejscu i czasie i co ważne, nie musi wykonywać go osobiście. Wszystko to jednak zależy od zapisów zawartych w umowie, które mogą narzucać pewne ograniczenia czy metody jego wykonania. Umowy o dzieło nie może wypowiedzieć żadna ze stron, natomiast można od niej odstąpić. Zarówno zlecający, jak i wykonawca mają prawo odstąpić od umowy o dzieło, z tym że wykonawcy takie prawo przysługuje w bardzo ograniczonym zakresie.

6.3. Obowiązki pracodawcy i pracownika

Prawo pracy ma chronić zarówno pracownika jak i pracodawcę. Dlatego określa nie tylko prawa pracownicze, ale również prawa i obowiązki pracodawcy. Obowiązki pracodawcy, tak jak prawa pracownicze, służą przede wszystkim zapewnieniu pracownikom bezpiecznych i dobrych warunków pracy.

Do obowiązków **pracodawcy** należy:

- zaznajamianie pracowników podejmujących pracę z zakresem ich obowiązków, sposobem wykonywania ich pracy na wyznaczonych stanowiskach oraz ich podstawowymi uprawnieniami;

- organizowanie pracy w sposób zapewniający zmniejszenie uciążliwości pracy, zwłaszcza monotonnej;
- przeciwdziałanie dyskryminacji w zatrudnieniu;
- dążenie do zapewnienia bezpiecznych i higienicznych warunków pracy;
- terminowe wypłacanie wynagrodzenia;
- ułatwianie pracownikom podnoszenia kwalifikacji zawodowych;
- zaspokajanie w miarę posiadanych środków socjalnych potrzeb pracowników;
- stosowanie obiektywnych i sprawiedliwych kryteriów oceny pracowników oraz wyników ich pracy;
- prowadzenie akt osobowych pracowników;
- przeciwdziałanie mobbingowi;
- w związku z rozwiązaniem lub wygaśnięciem stosunku pracy pracodawca zobowiązany jest niezwłocznie wydać pracownikowi świadectwo pracy (w ciągu 7 dni).

W przypadku, w którym szef nie jest zainteresowany prawami pracowniczymi, może on sobie pozwalać na nadużycia wobec pracownika. Dlatego każdy pracownik powinien dokładnie znać swoje prawa, w przeciwnym wypadku może nawet nie zdawać sobie sprawy z tego, że są one łamane. Warto wiedzieć więc, co w takiej sytuacji przysługuje pracownikowi i jak radzić sobie, kiedy pracodawca przekracza swoje uprawnienia. Poza prawami, które przysługują pracownikowi, Kodeks pracy określa również obowiązki pracownika. Za ich łamanie grozi odpowiedzialność porządkowa (kary i nagany), materialna (grzywny) oraz karna. W określonych przypadkach naruszenia obowiązków pracowniczych m.in. za porzucenie pracy może grozić nawet zwolnienie dyscyplinarne.

Do obowiązków **pracownika** należy więc:

- wykonywanie swojej pracy starannie i sumiennie, stosowanie się do poleceń przełożonych, które dotyczą pracy;
- przestrzeganie czasu pracy;
- przestrzeganie regulaminu i porządku pracy;
- przestrzeganie przepisów BHP oraz przepisów p.poż.;
- dbałość o dobro zakładu pracy oraz o jego mienie;
- zachowywanie w tajemnicy informacji, których ujawnienie mogłoby narazić pracodawcę na szkodę;
- przestrzeganie w zakładzie pracy zasad współżycia społecznego.

6.4. Czas pracy i urlopy

Sposób rozliczania czasu pracy zależy od wielu czynników i ma wpływ na wynagrodzenia pracowników. Prawo pracy przewiduje, że czas pracy nie może przekraczać 8 godzin na dobę i przeciętnie **40 godzin** w przeciętnie pięciodniowym tygodniu pracy. Wymiar czasu pracy może być krótszy, np. 1/2 etatu. Na podstawie tych norm pracodawca ustala liczbę godzin i dni do przepracowania w przyjętym okresie rozliczeniowym, czyli **wymiar czasu pracy pracownika**. Wymiar czasu pracy pracownika oblicza się mnożąc 40 godzin przez liczbę tygodni przypadających w okresie rozliczeniowym, a następnie dodając do



Zintegrowany
Program
Rozwoju
Politechniki
Lubelskiej

Biurowo Projektu:
ul. Nadbystrzycka 38H
20-618 Lublin

otrzymanej liczby godzin iloczyn 8 godzin i liczby dni pozostałych do końca okresu rozliczeniowego, przypadających od poniedziałku do piątku.

PRZYKŁAD: Wymiar czasu pracy do przepracowania we wrześniu 2020 roku:
176 godzin (40 godzin × 4 tygodnie) + (8 godzin × 2 dni).

Za pracę w **godzinach nadliczbowych** pracownikowi zawsze przysługuje normalne wynagrodzenie za każdą z przepracowanych godzin. Przez normalne wynagrodzenie rozumie się takie wynagrodzenie, które pracownik otrzymuje stale i systematycznie. Ponadto praca w godzinach nadliczbowych musi być rekompensowana dodatkiem do wynagrodzenia bądź czasem wolnym. Wynagrodzenie to przedstawione jest w poniższy sposób:

- ✓ 100 % wynagrodzenia – godziny nocne, niedziele i święta niebędące dla pracownika godzinami pracy, dzień wolny od pracy;
- ✓ 50 % wynagrodzenia – za pracę w godzinach nadliczbowych przypadających w każdym innym dniu;
- ✓ jeśli pracodawca chce uniknąć wypłacania dodatkowego wynagrodzenia, może udzielić pracownikowi czasu wolnego w zamian za przepracowane nadgodziny, w stosunku 1:1,5 – tj. każda przepracowana godzina daje pracownikowi 1,5 godziny wolnego;
- ✓ jeśli pracownik sam chce odebrać nadgodziny, będzie je odbierał w stosunku 1:1;
- ✓ pora nocna (21.00 – 7.00 rano) – 20 % stawki godzinowej wynikającej z wynagrodzenia minimalnego.

Do stażu pracy wlicza się ukończenie:

- ✓ zasadniczej lub innej równorzędnej szkoły zawodowej – czas trwania nauki nie dłużej niż 3 lata;
- ✓ średniej szkoły zawodowej – program nauczania nie dłużej niż 5 lat;
- ✓ średniej szkoły zawodowej dla absolwentów zasadniczych (równorzędnych) szkół zawodowych – 5 lat;
- ✓ średniej szkoły ogólnokształcącej – 4 lata;
- ✓ szkoły policealnej – 6 lat;
- ✓ szkoły wyższej – 8 lat.

Każdy pracownik posiada również możliwość wykorzystania **urlopu na żądanie** w wymiarze 4 dni w ciągu jednego roku a także **urlopu bezpłatnego** stosowanego często z powodu okresowych wyjazdów pracowników za granicę lub tymczasowego wykonywania pracy u innego pracodawcy. Stosowany jest on jedynie na pisemny wniosek pracownika.

Pracodawca ma obowiązek prowadzić *ewidencję czasu pracy* pracownika. Służy ona prawidłowemu ustaleniu wynagrodzenia i innych świadczeń związanych z pracą i powinna zostać udostępniona pracownikowi na jego żądanie.

PROGRAM WIEDZA EDUKACJA ROZWÓJ



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



6.5. Pracownik w roli rodzica

Zgodnie z kodeksem pracy pracodawca nie może wypowiedzieć ani rozwiązać umowy o pracę w okresie ciąży, a także w okresie urlopu macierzyńskiego, chyba, że zachodzą przyczyny uzasadniające rozwiązanie umowy bez wypowiedzenia z jej winy i reprezentująca pracownicę zakładowa organizacja związkowa (jeśli taka działa u pracodawcy) wyraziła zgodę na rozwiązanie umowy. Pracodawca nie może także zatrudniać kobiet w ciąży w godzinach nadliczbowych ani w porze nocnej. Pracownica karmiąca dziecko piersią ma prawo do dwóch półgodzinnych przerw w pracy wliczanych do czasu pracy. Dodatkowo wszyscy rodzice opiekujący się dzieckiem do 4 roku życia muszą wyrazić zgodę na pracę w godzinach nadliczbowych, w porze nocnej oraz delegowanie poza stałe miejsce pracy. Długość urlopu macierzyńskiego uzależniona jest od liczby urodzonych dzieci i wynosi od 20 dni (w przypadku urodzenia 1 dziecka) do 37 tygodni (w przypadku urodzenia pięciorga lub więcej dzieci przy jednym porodzie). Po wykorzystaniu urlopu macierzyńskiego istnieje możliwość wykorzystania *dotatkowego urlopu macierzyńskiego*, który wynosi od 6 do 8 tygodni. *Urlop rodzicielski* natomiast niezależnie od liczby dzieci urodzonych przy jednym porodzie może wynosić do 26 tygodni, natomiast już po 14 tygodniu urlopu macierzyńskiego może go kontynuować ojciec dziecka. Ojciec wychowujący dziecko ma prawo do urlopu ojcowskiego w wymiarze 2 tygodni, który powinien być wykorzystany do ukończenia przez dziecka 12 miesięcy życia.

7. Finanse firmy

Możliwości rozwoju działalności inwestycyjnej podmiotów gospodarczych zależne są od warunków, w jakich funkcjonuje przedsiębiorstwo, a także od strategii jaką obiera za podstawę swojego funkcjonowania. W każdym przypadku przedsiębiorstwo powinno dbać o wysoki poziom wyposażenia technologicznego oraz wdrażanie innowacji. Potrzeby finansowe konieczne do uruchomienia własnej działalności:

- ✓ lokal, w którym będzie prowadzona działalność gospodarcza;
- ✓ załatwienie formalności niezbędnych do uruchomienia działalności gospodarczej;
- ✓ wyposażenie lokalu w urządzenia i maszyny, meble itp.;
- ✓ ubezpieczenie lokalu;
- ✓ zatrudnienie pracowników;
- ✓ zakup potrzebnych surowców, towarów lub usług;
- ✓ promocja firmy;
- ✓ zapłacenie rachunków za wodę, prąd, gaz, Internet, telefon;
- ✓ zapłacenie podatków i składek na ubezpieczenie społeczne;
- ✓ opłacenie rachunków za usługi specjalistów, którzy będą pomagali w prowadzeniu działalności gospodarczej (np. księgowi).

Nierzadko realizację celów, do których zamierza dążyć przedsiębiorstwo blokuje brak środków własnych na ich finansowanie. Kapitałem mogącym służyć finansowaniu majątku przedsiębiorstwa może być kapitał



Zintegrowany
Program
Rozwoju
Politechniki
Lubelskiej

Biuro Projektu:
ul. Nadbystrzycka 38H
20-618 Lublin

własny bądź obcy. **Kapitał własny** powinien stanowić główne źródło finansowania przedsiębiorstwa. W zależności od jego formy prawnej może być to fundusz założycielski i fundusz przedsiębiorstwa, kapitał akcyjny, zapasowy, fundusze rezerwowe (w spółce z o.o.), fundusz udziałowy lub fundusz zasobowy (w spółdzielni). **Kapitał obcy** natomiast może przybrać różne formy, w zależności od skłonności do ryzyka oraz oczekiwanej stopy zwrotu. Do kapitału obcego zalicza się przede wszystkim kredyt, leasing czy pożyczka.

Kredyt jest kategorią ekonomiczną, która powoduje powstawanie stosunków finansowych pomiędzy bankiem a kredytobiorcą, którym może być osoba fizyczna lub osoba prawna. Stosunek ten wyrażony jest poprzez przekazanie przez bank określonej w umowie kwoty pieniężnej do dyspozycji kredytobiorcy. Bank staje się więc wierzycielem, natomiast kredytobiorca – dłużnikiem. Przy ubieganiu się o kredyt w banku należy liczyć się z koniecznością złożenia wniosku, który jest informacją zawierającą dokładną charakterystykę przedsiębiorstwa, a także ekonomiczne uzasadnienie rodzaju oraz kwoty kredytu.

Leasing jest formą odpłatnego udostępniania dóbr służących do prowadzenia działalności gospodarczej. Leasingodawca w zamian za udostępnienie maszyny lub urządzenia pobiera opłatę leasingową w postaci rat leasingowych, które najczęściej są płacone co miesiąc przez kilka lat. Po wygaśnięciu umowy leasingobiorca może nabyć przedmiot leasingu na zasadzie pierwokupu.

Celem wspierania rozwoju przedsiębiorczości wiele jednostek samorządu terytorialnego, organy administracji rządowej, przedsiębiorstwa, organizacje krajowe czy międzynarodowe, a także osoby fizyczne tworzą różnego rodzaju stowarzyszenia, fundacje czy spółki (np. agencja, fundusz, izba, towarzystwo, stowarzyszenie czy fundacja). Mogą być one finansowane dzięki **funduszom pożyczkowym lub poręczeniowym**.

- ✓ *Venture capital* – średnio- i długoterminowe inwestycje w przedsiębiorstwa niepubliczne znajdujące się we wczesnych fazach rozwoju, realizowane przez wyspecjalizowane podmioty (fundusze *venture capital*). Inwestycje tego typu są obciążone **wysokim ryzykiem** niepowodzenia i zwykle połączone ze wsparciem menedżerskim dotyczącym optymalizacji procesów biznesowych czy podniesienia jakości zarządzania. Okres zaangażowania funduszu *venture capital* w dane przedsiębiorstwo jest określony i na ogół wynosi od 3 do 7 lat.
- ✓ *Aniołowie biznesu* – są osobami fizycznymi, które postanowiły przeznaczyć część posiadanych przez siebie oszczędności na finansowanie powstających przedsiębiorstw – w zamian za udziały lub akcje spółki kapitałowej (m.in. Amazon.com, Apple, Google)

Franczyza jest systemem ścisłej współpracy pomiędzy francyzodawcą a francyzobiorcą. Francyzodawca to zazwyczaj duża firma, posiadająca już ustabilizowaną pozycję na rynku i znaną markę. Podpisanie umowy franczyzy daje przedsiębiorcy (francyzobiorcy) możliwość korzystania z nazwy i znaku firmowego francyzodawcy oraz jego doświadczeń. W zamian francyzobiorca musi uiszczać opłatę (stałą lub zależną od obrotów). Jest to rozwiązanie korzystne dla osób, które chcą zminimalizować ryzyko wiążące się z zakładaniem działalności gospodarczej, a także posiadają lokal a nie mają środków finansowych na jego urządzenie.

PROGRAM WIEDZA EDUKACJA ROZWÓJ



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



8. Wizerunek firmy i marketing

Budowanie wizerunku firmy jest procesem, który wymaga stałego i konsekwentnego działania, zarówno ze strony właściciela, jak i pracowników. Wizerunek firmy jest sposobem w jaki dane przedsiębiorstwo jest postrzegane całe jego otoczenie, tj. klientów, kontrahentów, pracowników, konkurencję, media, itd. To, czy wizerunek jest pozytywny, czy negatywny w dużym stopniu przedkłada się na sukces bądź klęskę firmy. W czasach tak silnej konkurencji rynkowej, to właśnie wizerunek firmy jest elementem, który często decyduje o zdobyciu zaufania rynku. Elementy, które mają wpływ na wizerunek firmy:

- ✓ nazwa przedsiębiorstwa;
- ✓ logo firmy wraz całą identyfikacją wizualną;
- ✓ rodzaj, w jaki przedsiębiorstwo komunikuje się z otoczeniem;
- ✓ kultura organizacji.

Marketing określanymi jest jako wszelkie działania podejmowane przez przedsiębiorstwo (lub inną organizację), które z jednej strony służą jak najlepszemu zaspokojeniu potrzeb jego obecnych i przyszłych klientów, z drugiej strony pozwalają na realizację przyjętych celów działalności. Każdy przedsiębiorca planuje zająć określoną pozycję na danym rynku i w tym celu przyjmuje pewną koncepcję działania. Koncepcja ta jest określana jako strategia marketingowa. Jej ujęcie jest jednak bardzo szerokie. Precyzując zakres tego pojęcia można powiedzieć, iż strategia marketingowa jest sposobem zachowywania się firmy na określonym rynku, będącym wynikiem wybrania celów, zastosowania zasad i reguł nadających kierunek działań marketingowych oraz konkretnych instrumentów marketingowych z obszaru: produktu, ceny, dystrybucji i promocji.

Strategia marketingowa polega więc na podejmowaniu szeregu decyzji co do wyboru rynku docelowego, sposobu postępowania przedsiębiorcy i instrumentów marketingowych, które zostaną zastosowane. Aby móc skutecznie ją formułować należy znać odpowiedzi na poniższe pytania:

- ✓ Jakie są potrzeby klientów?
- ✓ Jakie produkty zaspakajają potrzeby klientów?
- ✓ Po jakiej cenie produkty powinny być sprzedawane?
- ✓ W jaki sposób dostarczyć klientom produkty?
- ✓ W jaki sposób przedsiębiorstwo powinno informować swoich nabywców o oferowanych produktach lub usługach?

Skuteczna strategia marketingowa pozwala osiągnąć założone cele i skutecznie zwiększyć sprzedaż. Składa się ona na tzw. **marketingu mix**, który jest połączeniem wielu elementów, poprzez które firma może oddziaływać na otoczenie rynkowe. W marketingu mix wyróżnia się kilka koncepcji, w których kładzie się nacisk na różne czynniki. Najpopularniejszą jest zasada 4P, która obejmuje:

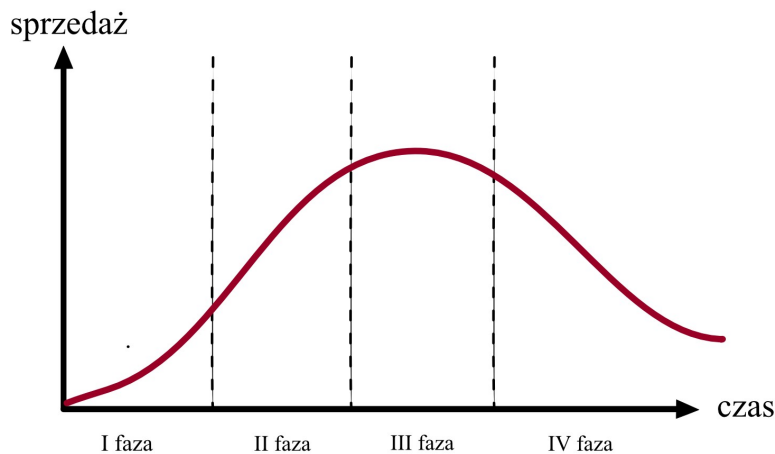
- ✓ **Product** – produkt;
- ✓ **Price** – cena;
- ✓ **Place** – dystrybucja;
- ✓ **Promotion** – promocja.

• PRODUKT

Cechy produktu:

- ✓ *Jakość* – wysoka jakość produktów oferowanych przez przedsiębiorstwo powoduje zadowolenie nabywców z dokonanego zakupu, a produkty złej jakości powodują niezadowolenie lub nie znajdują nabywców.
- ✓ *Marka* - czyli znak firmowy. Obecnie na rynku funkcjonuje coraz więcej marek. Odrębność ich posiadania wyróżnia produkt z grupy innych produktów i może powodować, że klienci go zapamiętają, co wpływa na ich decyzje o zakupie.
- ✓ *Opakowanie* – zabezpiecza towar przed uszkodzeniem w czasie przechowywania i transportu, jest reklamą produktu oraz ułatwia jego użytkowanie. Coraz częstszy wpływ na decyzje konsumentów o wyborze produktu jest wpływ opakowania na środowisko naturalne.

Cykl życia produktu został przedstawiony na poniższym rysunku.



Rysunek 7. Cykl życia produktu

- ✓ *I faza – Wprowadzenie produktu na rynek:* najważniejszą rolą działań marketingowych jest poinformowanie potencjalnych klientów o istnieniu produktu. Etap charakteryzujący się niewielką sprzedażą i często zerowym zyskiem.
- ✓ *II faza – Wzrost:* charakteryzuje się tym, że sprzedaż i zyski rosną w wyniku coraz większej akceptacji produktu przez konsumentów. Nadal ważne jest informowanie klientów i przekonywanie co do produktu, istotne jest wskazanie przewagi konkurencyjnej.



Zintegrowany
Program
Rozwoju
Politechniki
Lubelskiej

Biurowo Projektu:
ul. Nadbystrzycka 38H
20-618 Lublin

- ✓ *III faza – Dojrzałość, czyli nasycenie:* spowolnienie sprzedaży, co związane jest z nasyceniem rynku. Klienci doskonale znają produkt. Na tym etapie rolą reklamy jest utwierdzenie klientów, że wybrali produkt najlepszy.
- ✓ *IV faza – Spadek:* na tym etapie następuje wyraźny spadek sprzedaży. Powodem tego mogą być pojawiające się liczne substytuty.

• CENA

Jest jednym z najważniejszych elementów wykorzystywanych przez przedsiębiorstwa przy podejmowaniu decyzji marketingowych. Czynniki istotne w procesie ustalania cen przez przedsiębiorstwo:

- oczekiwania nabywców;
- istniejący na rynku popyt na dany produkt/usługę;
- koszty, jakie ponosi przedsiębiorstwo w związku z wytwarzaniem produktu;
- ceny podobnych produktów zaspokajających tę samą potrzebę;
- oryginalność produktu i jego niepowtarzalność;
- wymogi formalno-prawne związane z tworzeniem cen.

Rabaty, które mogą być udzielane potencjalnemu nabywcy:

- ✓ *Rabat ilościowy* – obniżanie ceny w związku z zakupem określonej przez sprzedawcę ilości produktu.
- ✓ *Rabat sezonowy* – obniżanie ceny dla nabywców, którzy dokonują zakupu w określonym przez sprzedawcę czasie.
- ✓ *Rabat funkcjonalny* – stosowany wobec pośredników handlowych (hurtowników, sprzedawców detalicznych) w zamian za wykonywanie przez nich określonych czynności np. związanych z promocją czy dystrybucją produktu.
- ✓ *Rabat związany z charakterystyką konsumenta* – może być udzielany ze względu na pewne cechy nabywcy, np. wiek, wykształcenie, zawód, przynależność do określonej organizacji.

• DYSTRYBUCJA

Zanim produkt trafi do nabywcy przechodzi przez złożoną sieć powiązanych ze sobą ogniw łańcuch dystrybucji. Ogniwa te tworzą kanały dystrybucji. Kanały dystrybucji możemy podzielić na:

- ✓ *Bezpośrednie* – zaletą kosztów bezpośrednich kanałów jest szybkość realizacji zamówienia. Sprzedający reagują szybciej na potrzeby klientów i na związane z tym zmiany popytu. Ponadto koszty dystrybucji są niższe. Cała marża zostaje w kieszeni producenta, nie musi się nią dzielić z pośrednikiem. Kupujący natomiast może liczyć na szybki przepływ informacji. Ma też całkowitą kontrolę nad dokonywanym zakupem.

PROGRAM WIEDZA EDUKACJA ROZWÓJ



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny





Zintegrowany
Program
Rozwoju
Politechniki
Lubelskiej

Biuro Projektu:
ul. Nadbystrzycka 38H
20-618 Lublin

- ✓ *Pośrednie* – zaletą kosztów pośrednich jest możliwość powiększenia zasięgu sprzedaży. Poprzez dystrybucję pośrednią można dotrzeć do szerokiego grona klientów, którzy posiadają różne preferencje.

• PROMOCJA

Działania promocyjne przedsiębiorcy pomocne są w informowaniu potencjalnych klientów o produkcie oraz przekonuje ich do jego zakupu. Do działań promocyjnych przedsiębiorstwa można wykorzystać wiele różnych narzędzi. Do komunikowania się z klientami przedsiębiorstwa wykorzystują:

- ✓ reklamę;
- ✓ promocję sprzedaży;
- ✓ sprzedaż osobistą;
- ✓ public relations;
- ✓ sponsoring.

Nośnikami **reklamy** mogą być źródła takie jak Internet, ulotki, prasa, telewizja, radio, reklama zewnętrzna, czy reklama osobista. Cechy charakterystyczne promocji poprzez reklamę:

- przyciągnięcie uwagi i wywołanie zainteresowania odbiorców;
- łatwość zrozumienia przekazu przez odbiorców;
- skłonienie adresata do określonego działania.

Czynniki decydujące o wyborze określonego nośnika reklamy:

- Koszty związane z jego wykorzystaniem;
- Możliwość dotarcia do adresatów reklamy;
- Częstotliwość przekazywania reklamy;
- Szybkość jej przekazu;
- Zakres informacji, jakie mają być przekazane;
- Trwałość reklamy polegającej na możliwości wielokrotnego kontaktu adresata z reklamą.

Sprzedaż osobista polega na prowadzeniu bezpośredniej rozmowy sprzedażowej między sprzedawcą a kupującym, w czasie której sprzedawca informuje kupującego o zaletach oferowanego produktu i korzyściach jakie można odnieść w wyniku jego nabycia. Sprzedaż osobista obejmuje sprzedaż w sklepach i innych punktach sprzedaży, sprzedaż prowadzoną przez przedstawicieli handlowych lub akwizytorów, a także sprzedaż telefoniczną.

9. Wykaz proponowanych zagadnień do dyskusji

1. Analiza otoczenia rynkowego na przykładzie wybranego przedsiębiorstwa.
2. Pojęcie przedsiębiorcy i jego znaczenie w obowiązującym prawie.

PROGRAM WIEDZA EDUKACJA ROZWÓJ



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



3. Członkostwo w spółce osobowej i kapitałowej – charakterystyka obowiązków członkowskich.
4. Znaczenie komunikacji międzyludzkiej w relacji pracownik-pracodawca.
5. Umowa czasowa oraz na czas nieokreślony – korzyści dla pracodawcy i pracownika.
6. Rola marketingu w dążeniu do efektywnego zarządzania przedsiębiorstwem.
7. Reklama i jej oddziaływanie na konsumenta.

10. Ćwiczenia kontrolne

1. Przygotuj biznesplan wybranej przez siebie działalności gospodarczej.
2. Zbuduj analizę SWOT przykładowego przedsiębiorstwa.

Podsumowanie zajęć

Przedsiębiorca jest podmiotem, który korzystając z konstytucyjnych gwarancji na własne ryzyko finansowe bierze udział w życiu gospodarczym i bierze za to pełną odpowiedzialność prawną. Stanowi on centralną kategorię w publicznym prawie gospodarczym. Żaden podmiot nie może zostać uznany za przedsiębiorcę, jeśli nie prowadzi działalności gospodarczej. Przedsiębiorczość zaś jest cechą, dzięki której możemy osiągnąć i zrealizować wyznaczone przez nas cele związane z osiągnięciem zysku. Znajomość i wdrożenie tych cech pomoże przyszłemu przedsiębiorcy w krótkim tempie odnieść założony przez niego sukces gospodarczy. Uczestnictwo w zajęciach z przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” umożliwi osiągnięcie następujących efektów kształcenia:

1. w zakresie wiedzy:
 - zdobycie elementarnej wiedzy w zakresie zarządzania i prowadzenia działalności gospodarczej,
 - nabycie podstawowej wiedzy niezbędnej do rozumienia pozatechnicznych uwarunkowań działalności inżynierskiej;
 - zdobycie wiedzy dotyczącej prawnych, etycznych i organizacyjnych uwarunkowań wykonywania działalności zawodowej oraz podstawowych zasad bezpieczeństwa i higieny pracy obowiązujących w przedsiębiorstwie,
2. w zakresie umiejętności:
 - nabycie umiejętności w pozyskiwaniu informacji dotyczących założenia działalności gospodarczej,
 - nabycie umiejętności przeprowadzenia analizy otoczenia rynkowego,
 - nabycie umiejętności pozyskiwania narzędzi finansowych do rozwoju działalności gospodarczej,
3. w zakresie kompetencji społecznych:
 - nabycie lub pogłębienie umiejętności myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy,
 - nabycie umiejętności stawiania sobie realnych celów i sposobów ich osiągnięcia podczas zarządzania działalnością gospodarczą.



Zintegrowany
Program
Rozwoju
Politechniki
Lubelskiej

Biuro Projektu:
ul. Nadbystrzycka 38H
20-618 Lublin

Literatura:

- [1] Mućko P., Sokół A., Jak założyć i prowadzić własną firmę: praktyczny poradnik z przykładami, Wyd. CeDeWu, Warszawa 2020.
- [2] Tracy B., Przedsiębiorczość: jak założyć i rozwijać własną firmę, Wyd. Helion, Gliwice 2021.
- [3] Musiałkiewicz J., Zarys przedsiębiorczości, Wyd. Ekonomik, Warszawa 2015.
- [4] Targalski J., Przedsiębiorczość i zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem, Wyd. Difin, Warszawa 2014.
- [5] Prawo handlowe, A. Kidyba, C.H. Beck, Warszawa 2016.
- [6] <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/>
- [7] <https://potencjalprzedsiębiorczosci.pl/2020/04/15/przedsiębiorczosc/>
- [8] <https://www.pip.gov.pl/pl/>
- [9] <https://www.bssolutions.pl/marketing/marketing-4p-definicja-i-przyklady-marketing-mix>

PROGRAM WIEDZA EDUKACJA ROZWÓJ



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny

