



KSIĘGOWOŚĆ
DORADZTWO UNIJNE
ANALIZA FINANSOWA

www.cdef.pl

realizuje projekt Dofinansowany z Funduszy Europejskich

ZOSTAŃ PRZEDSIĘBIORCĄ

- dotacje na start 2



Fundusze Europejskie
Program Regionalny



Rzeczpospolita
Polska



Zdrowe życie, czysty zysk

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



Przedsiębiorca

Przedsiębiorca, czyli człowiek tworzący przedsiębiorstwo bądź obejmujący nad nim kontrolę musi wprowadzać do niego postęp techniczny oraz nowe wyroby, zdobywać nowe rynki zbytu, a także podejmować decyzje organizacyjne, które dotyczą połączeń produktów.

Warunkiem stania się przedsiębiorcą jest umiejętność pozyskania niezbędnych do uruchomienia danego przedsięwzięcia zasobów pieniężnych.

Osoba prowadząca działalność gospodarczą prowadzi ją na własny rachunek i na własne ryzyko.

BIZNES PLAN

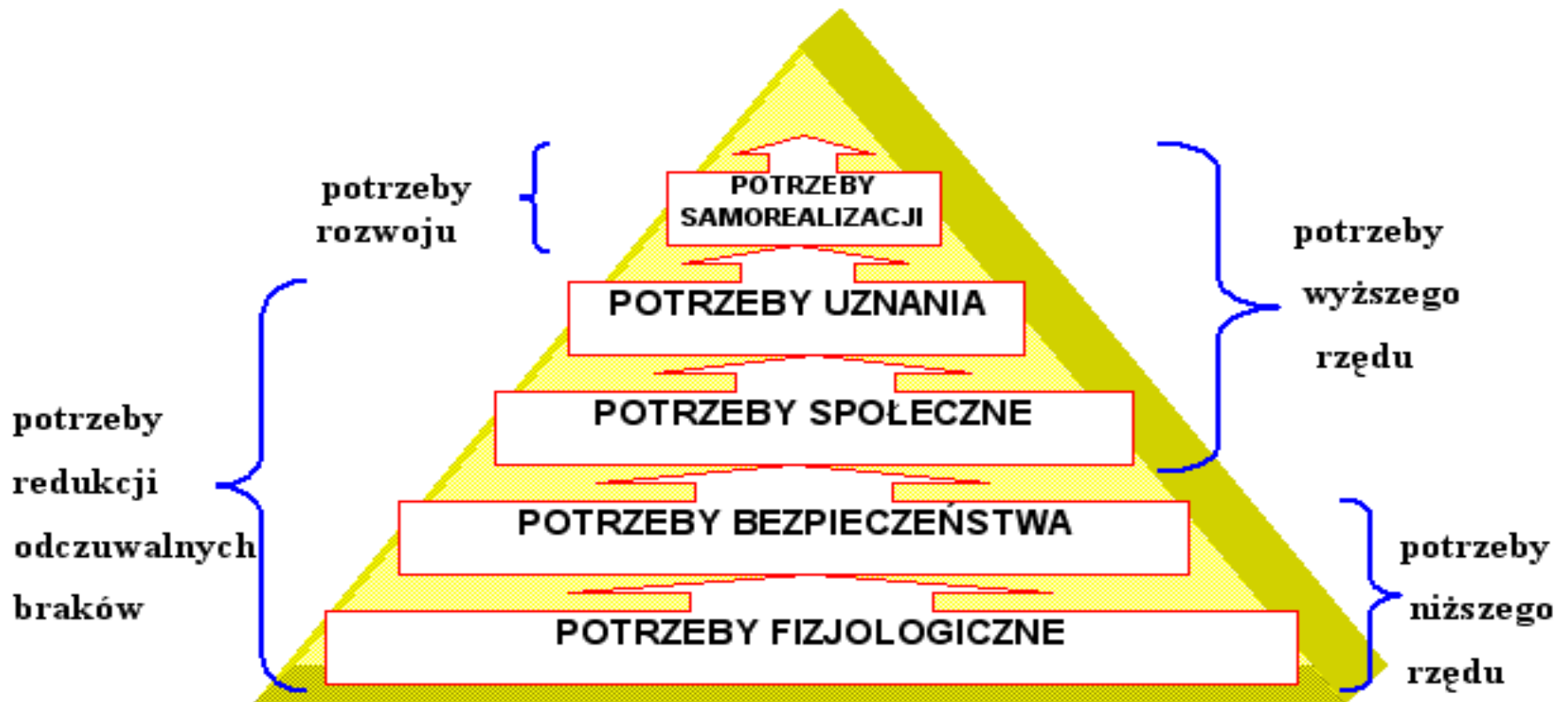
Korzyści wynikające z planowania działań

- możliwość **popętnienia błędów tylko na papierze**,
- uzyskanie informacji na temat **wielkości kapitału, niezbędnego** do uruchomienia działalności i dalszego jej prowadzenia ;
- **wszechstronna ocena szans i zagrożeń** dla powodzenia przedsięwzięcia;
- **wyznaczanie ścieżki**, którą powinien kroczyć przedsiębiorca.

Kilka definicji na początek

- **Marketing** – proces polegający na dostarczaniu towarów i usług, zmierzających do zaspokojenia pragnień i życzeń nabywców
- **Rynek** – zbiór nabywców i sprzedawców, którzy handlują określonym produktem lub klasą produktów.
- **Segmenty rynku** – grupa klientów wyróżniona na podstawie analizy różnic demograficznych, psychograficznych i behawioralnych między nabywcami.
- **Wartość** – subiektywna ocena poziomu zaspokojenia potrzeb konsumenta.
 - triada wartości klienta: **jakość, obsługa, cena**
 - **wartość = korzyści / koszty** = (korzyści funkcjonalne + korzyści emocjonalne) / (pieniądze + czas + energia + straty psychiczne)

Potrzeba



Pragnienie – jest to społecznie określony sposób zaspokojenia potrzeby.

Popyt – pragnienie posiadania określonych produktów poparte możliwością i gotowością ich kupienia (siła nabywcza).

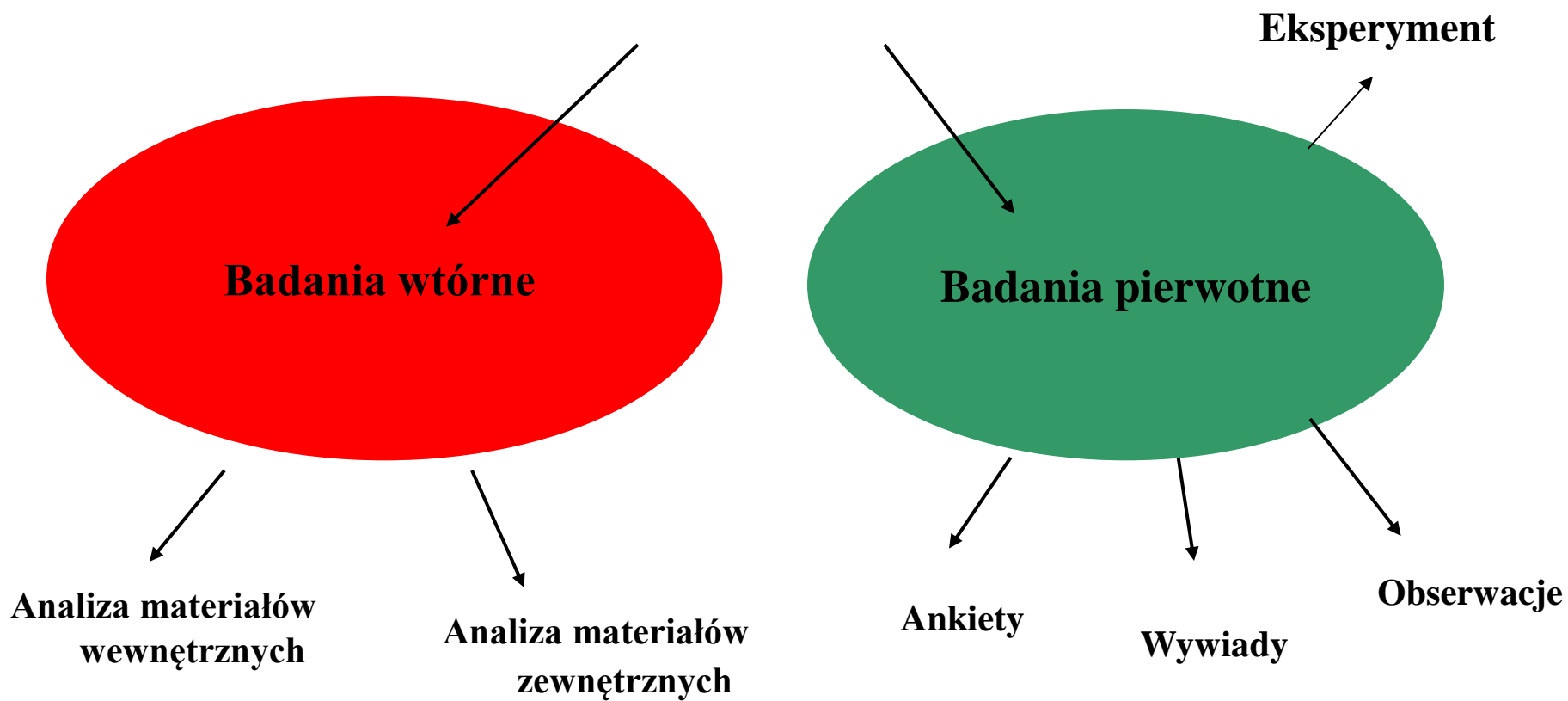
Marketing wewnętrzny (marketing personalny, kadrowy) skierowany do „wewnętrznego klienta” firmy.

Marketing zewnętrzny, skierowany do „zewnętrznego klienta” firmy. Stanowi mieszankę marketingową składającą się z **czterech „P”**, a mianowicie:

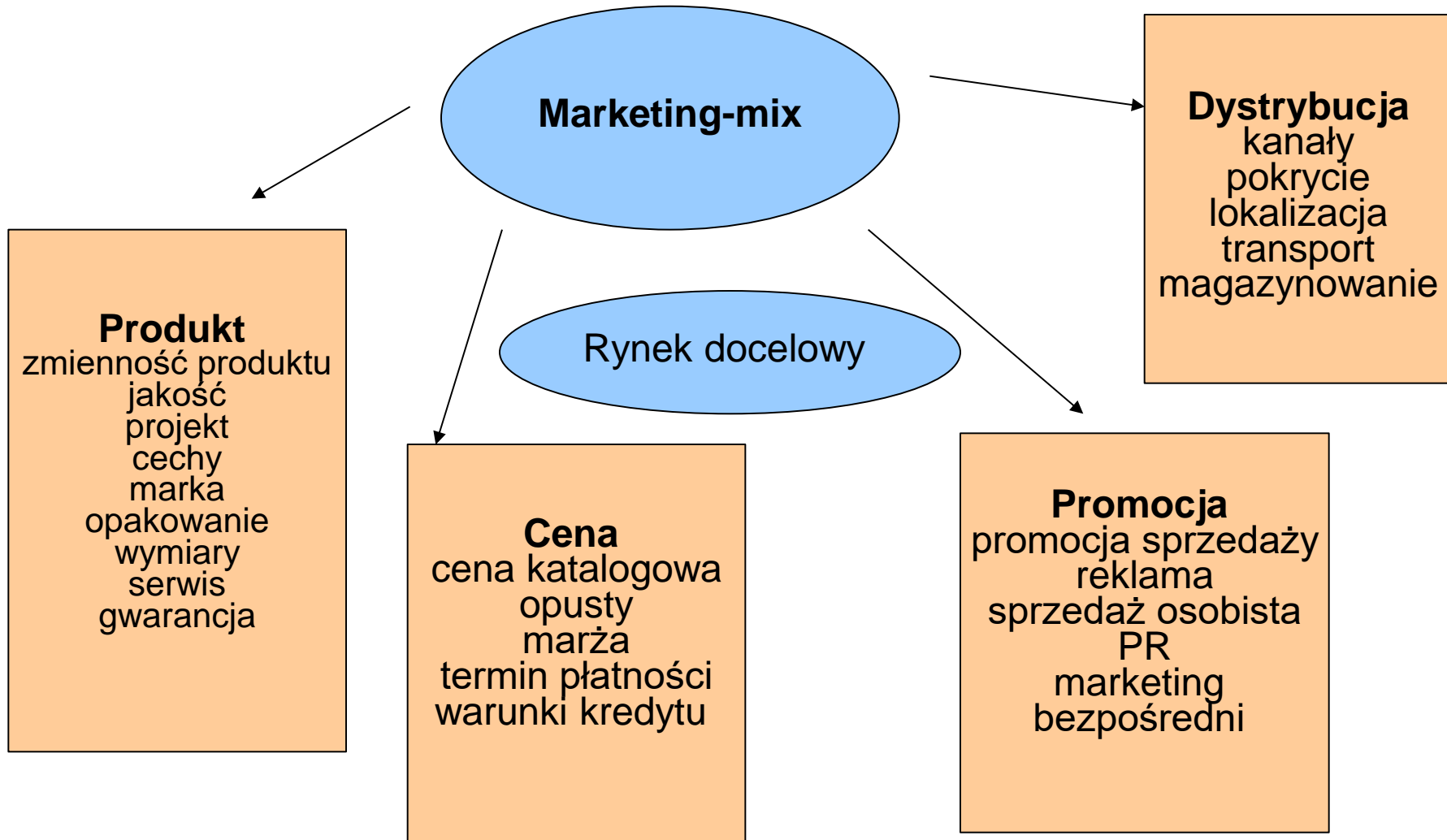
- **produktu** (*product*),
- **ceny** (*price*),
- **dystrybucji** (*place*),
- **promocji** (*promotion*).

Marketing relacji – tworzenie, utrzymywanie i wzbogacanie relacji z klientem.

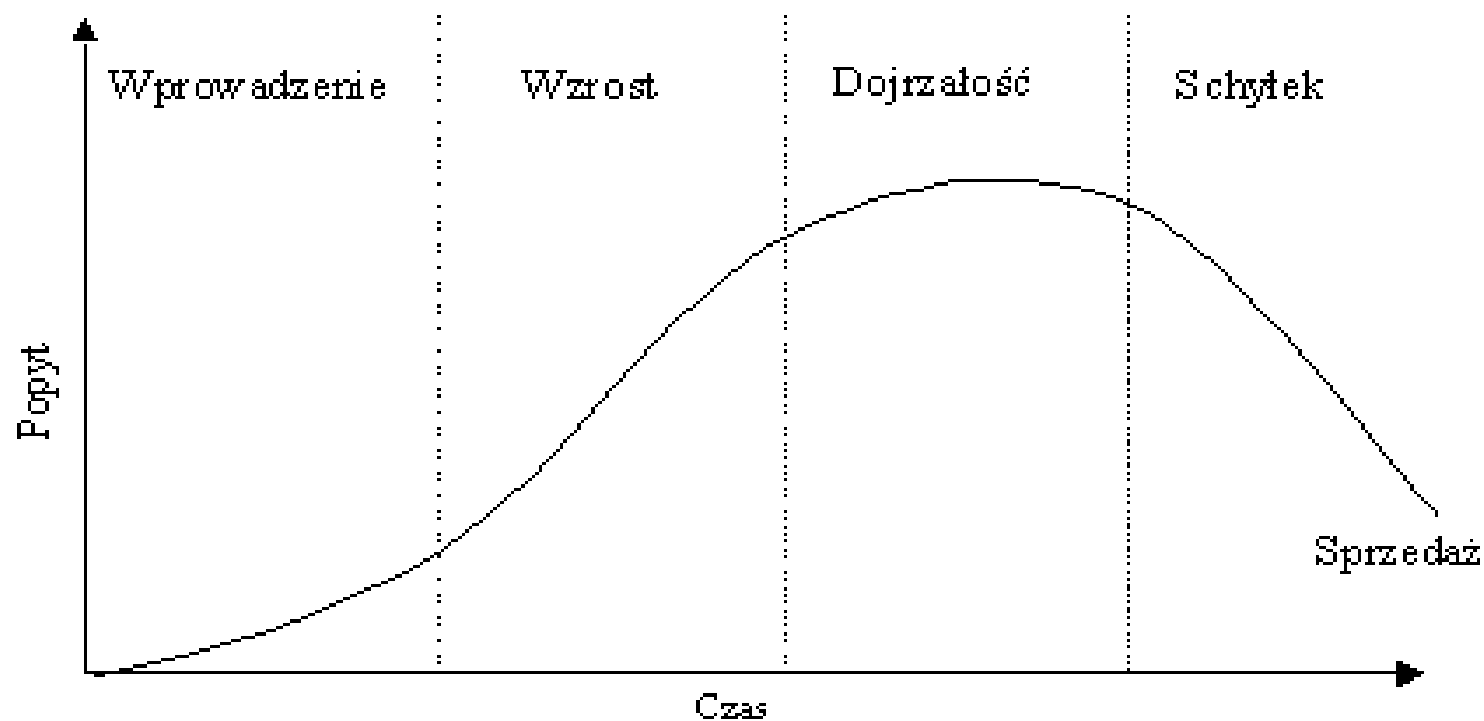
Metody badawcze



Elementy marketingu-mix



Produkt - cykl życia produktu



Segmentacja rynku

- **Segment rynkowy** – składa się z grupy klientów, którzy mają taki sam zestaw pragnień (a więc nie młodzi nabywcy samochodów o średnich dochodach – to sektor).
- Segmenty rynku powinny być :
 - **mierzalne** (można zmierzyć ich wielkość, siłę nabywczą, określić ich cechy)
 - **znacznych rozmiarów** (na tyle duże, że warto je obsługiwać)
 - **dostępne** – można do nich dotrzeć i je obsłużyć
 - **zróżnicowane** - odmiennie reagują na różne elementy kompozycji marketingowej
 - **realne** – można skonstruować programy ich przyciągania i obsługiwanie.

Kryteria segmentacji rynku konsumentów

1. Cechy społeczno-ekonomiczne

dochód, zawód, wykształcenie, kryteria geograficzne,
miejsce zamieszkania

2. Cechy demograficzne

wiek, płeć, wielkość rodziny, faza cyklu życia rodziny,
status rodziny, narodowość

3. Cechy psychograficzne

Styl życia, aktywność, zainteresowania, poglądy, opinie

4. Kryteria behawioralne

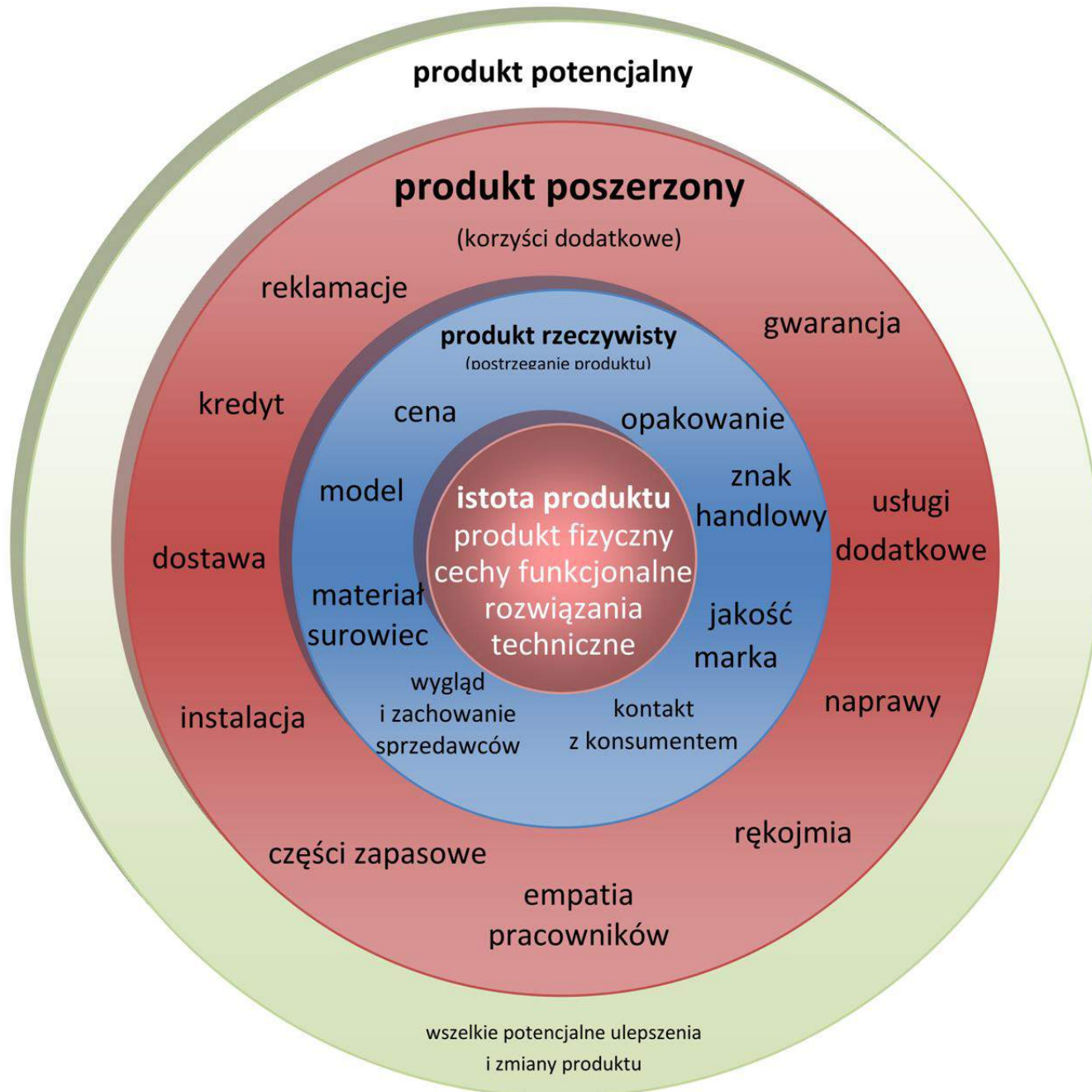
częstotliwość użycia, lojalność wobec marki produktów,
warunki zakupu, poszukiwane korzyści

Segmentacja podsumowanie

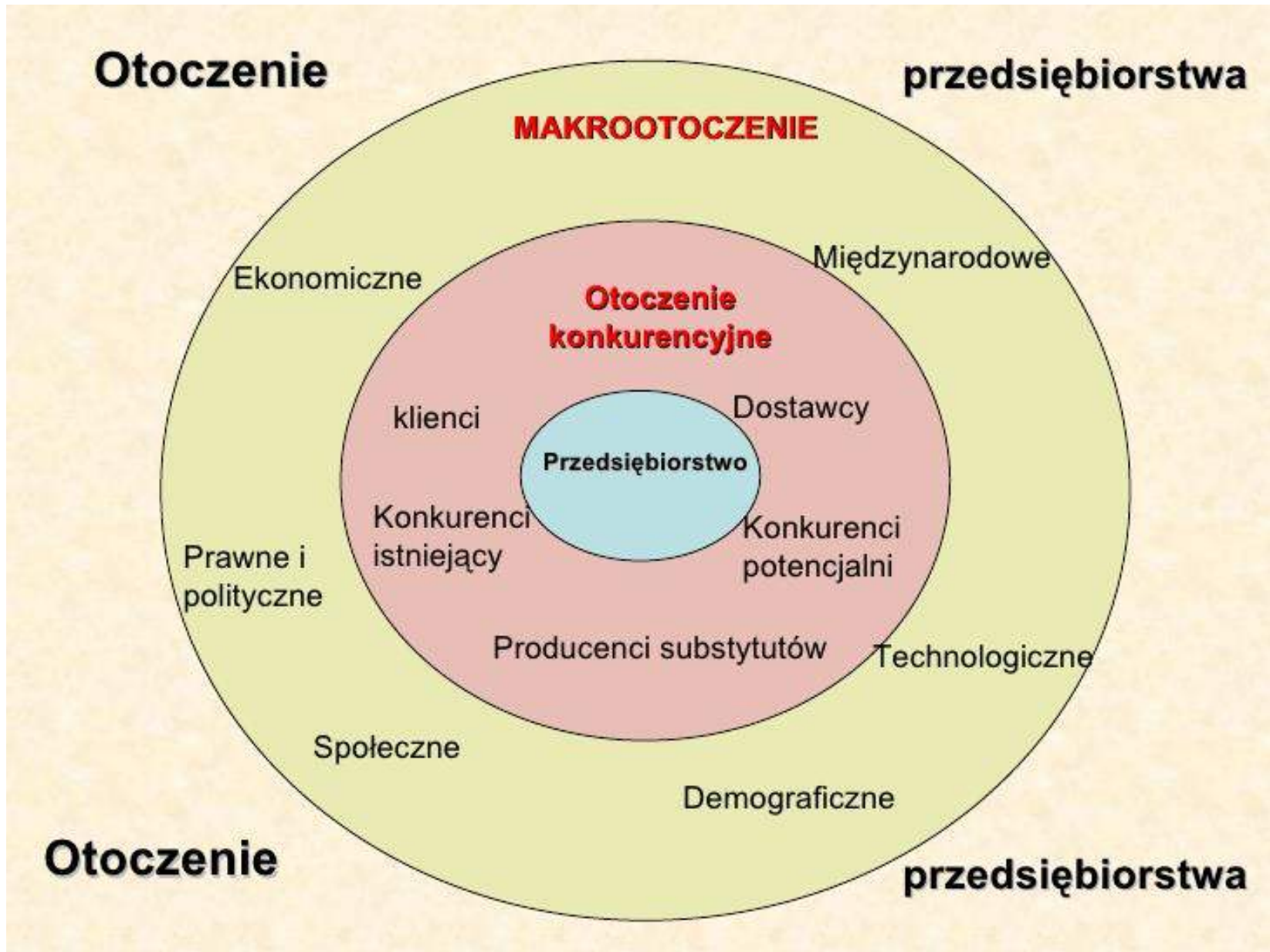
Prawidłowo przeprowadzana segmentacja rynku, umożliwia osiągnięcie wielu korzyści, m.in.:

- szybkie zauważanie zmian na rynku,
- ułatwia badanie rynku,
- efektywniejsze lokowanie środków przeznaczonych na marketing przez ich koncentrację na węższym rynku,
- zwiększenie sprzedaży przez dostosowanie produktów do potrzeb nabywców.

Produkt



Otoczenie przedsiębiorstwa

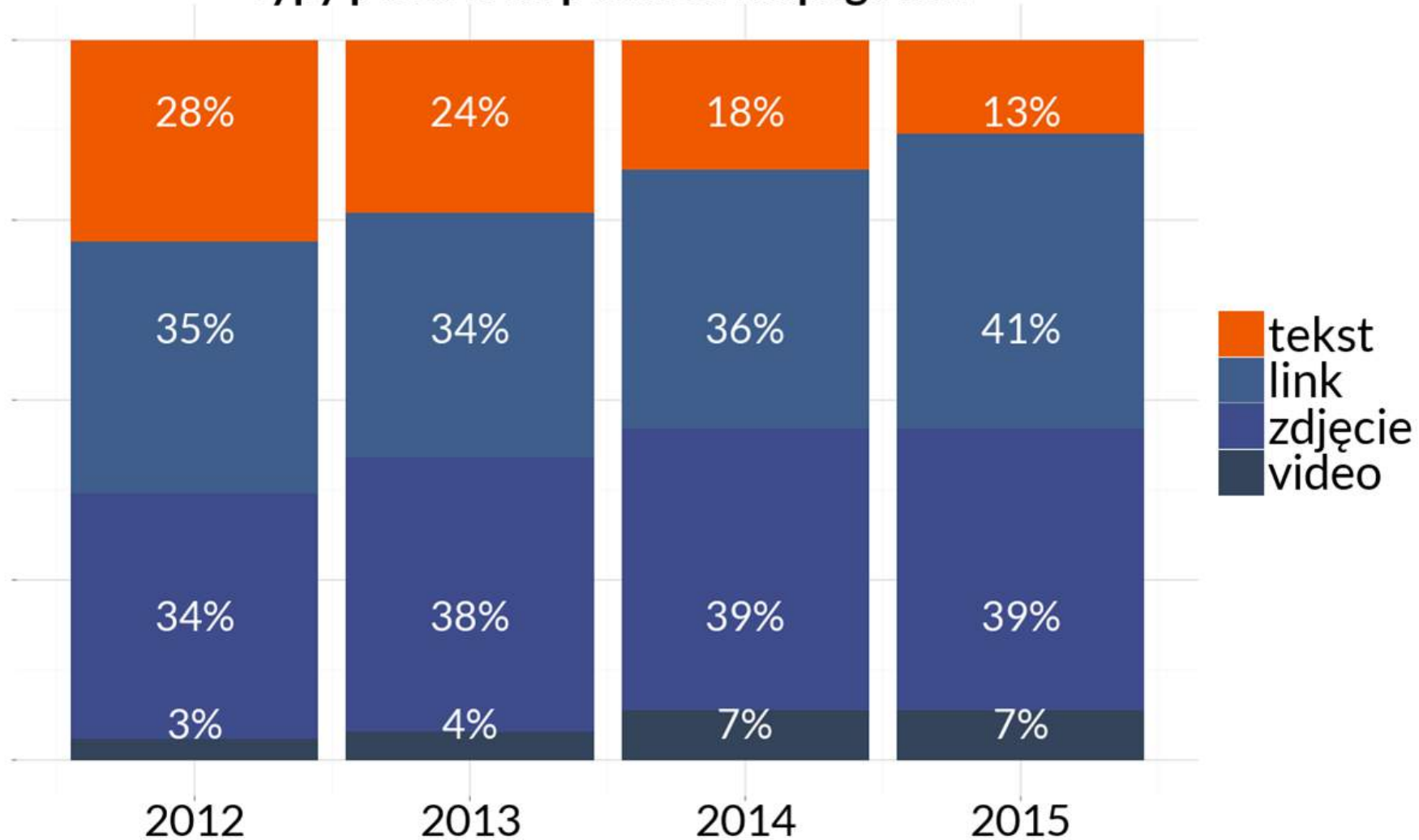


Użytkownicy Social Media w Polsce:

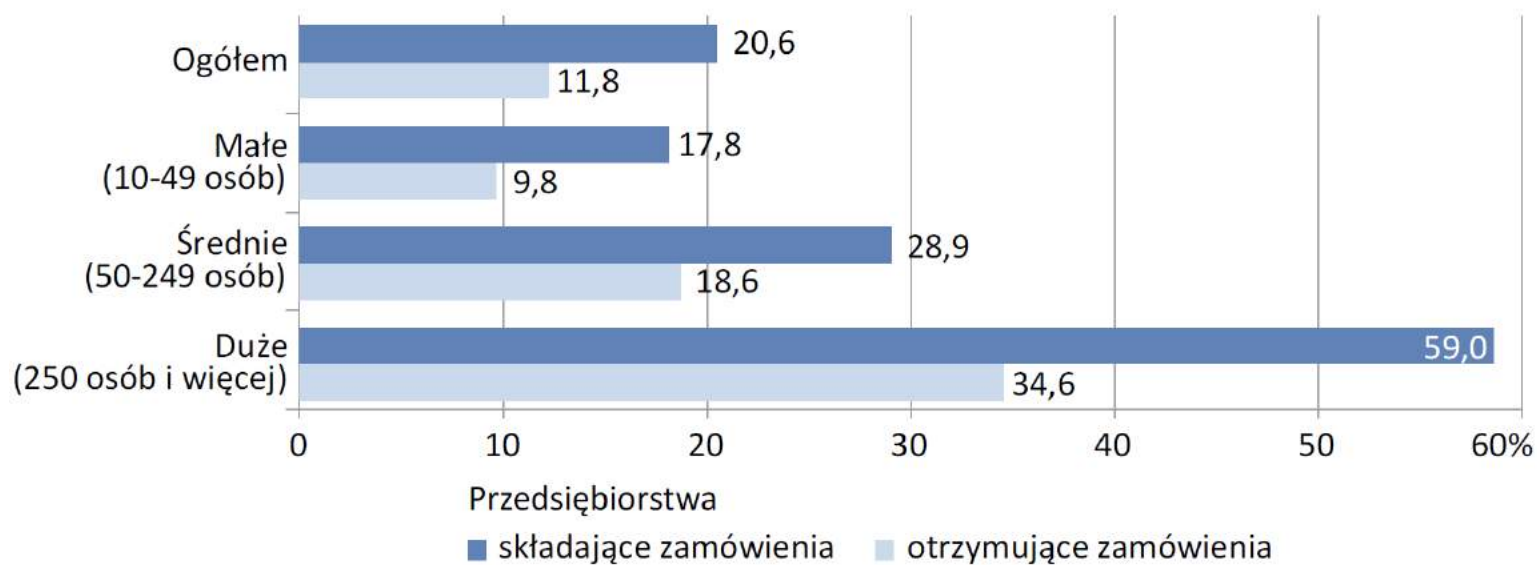


Źródła: Gemius, NapoleonCat, Facebook

Typy postów na polskich fanpage'ach



Przedsiębiorstwa składające i otrzymujące zamówienia poprzez sieci komputerowe w 2014 r. według klas wielkości



Analiza SWOT

	POMOCNE w osiągnięciu celów	SZKODLIWE w osiągnięciu celów
WEWNĘTRZNE (cechy jednostki)	STRENGTHS (mocne strony)	WEAKNESSES (słabe strony)
ZEWNĘTRZNE (cechy otoczenia)	OPPORTUNITIES (możliwości)	THREATS (zagrożenia)

- **Silne strony:**

- znana, wyrobiona marka
- dobra organizacja sprzedaży
- certyfikaty potwierdzające jakość
- stabilna sytuacja finansowa
- pozycja monopolisty w jednym z segmentów
- wykwalifikowany personel

- **Słabe strony:**

- nieefektywna organizacja produkcji
- braki kadrowe
- niska jakość produktów
- brak/zbyt mała sieć serwisowa
- nierzetelni dostawcy
- korzystanie z przestarzałych technologii

- **Szanse:**

- możliwość otworzenia nowych punktów sprzedaży
- otwarcie nowego rynku zagranicznego
- pojawienie się nowych rozwiązań technologicznych zmniejszających koszty produkcji

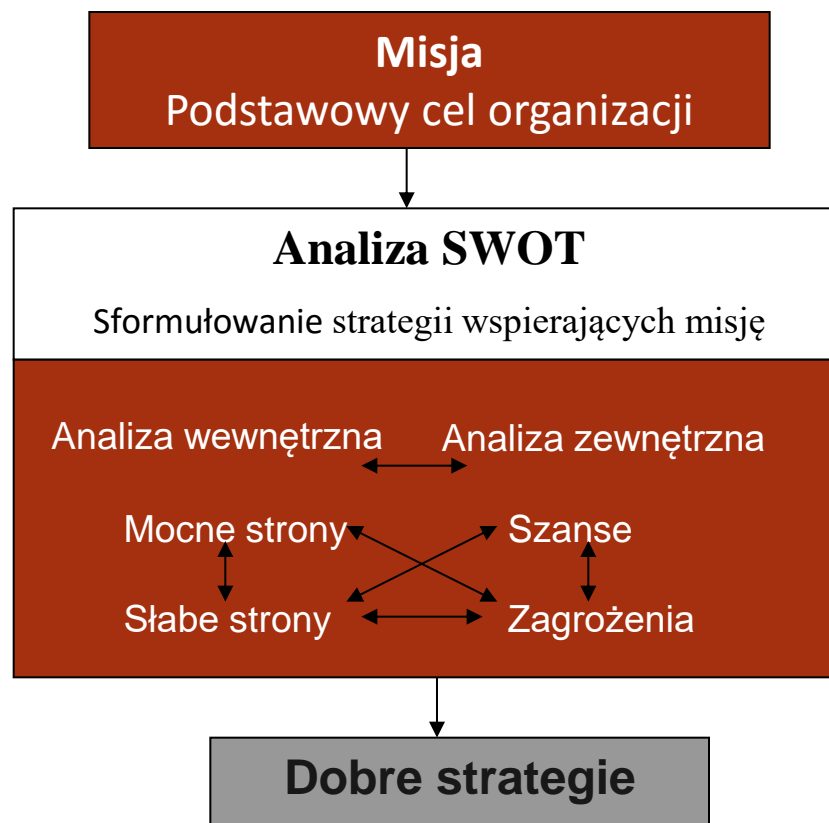
- **Zagrożenia:**

- utrata kluczowego klienta na rzecz konkurencji
- niekorzystna zmiana kursu walut
- pojawienie się nowej konkurencji na rynkach zbytu przedsiębiorstwa
- pojawienie się atrakcyjnych ofert pracy dla naszych pracowników na rynkach zagranicznych

Analiza SWOT

Strengths **W**eaknesses **O**pportunities **T**hreats

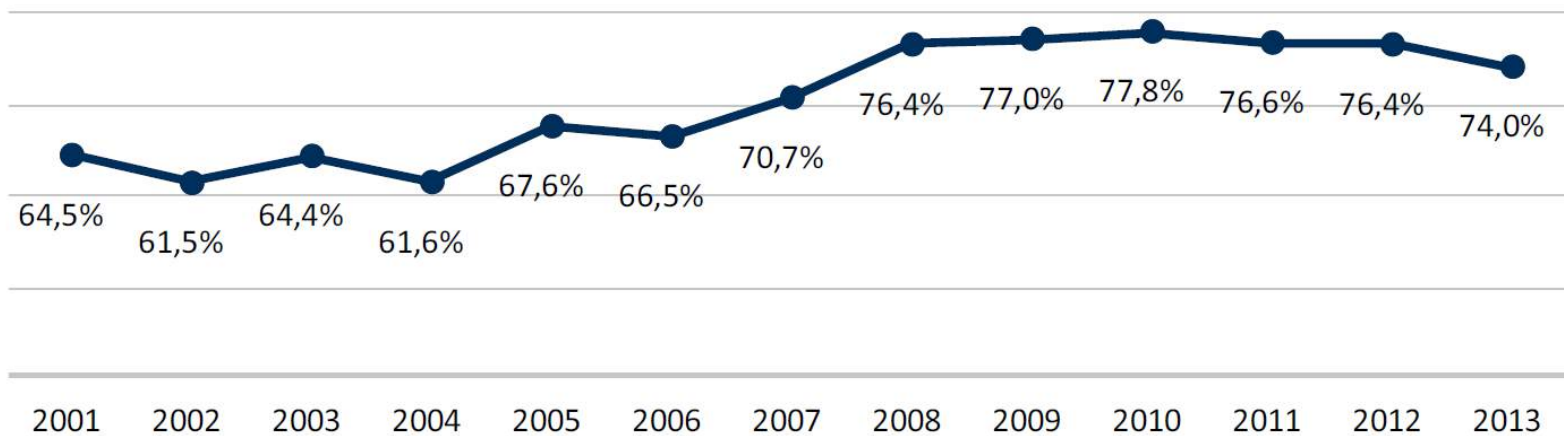
Mocne Słabe-strony Szanse Zagrożenia



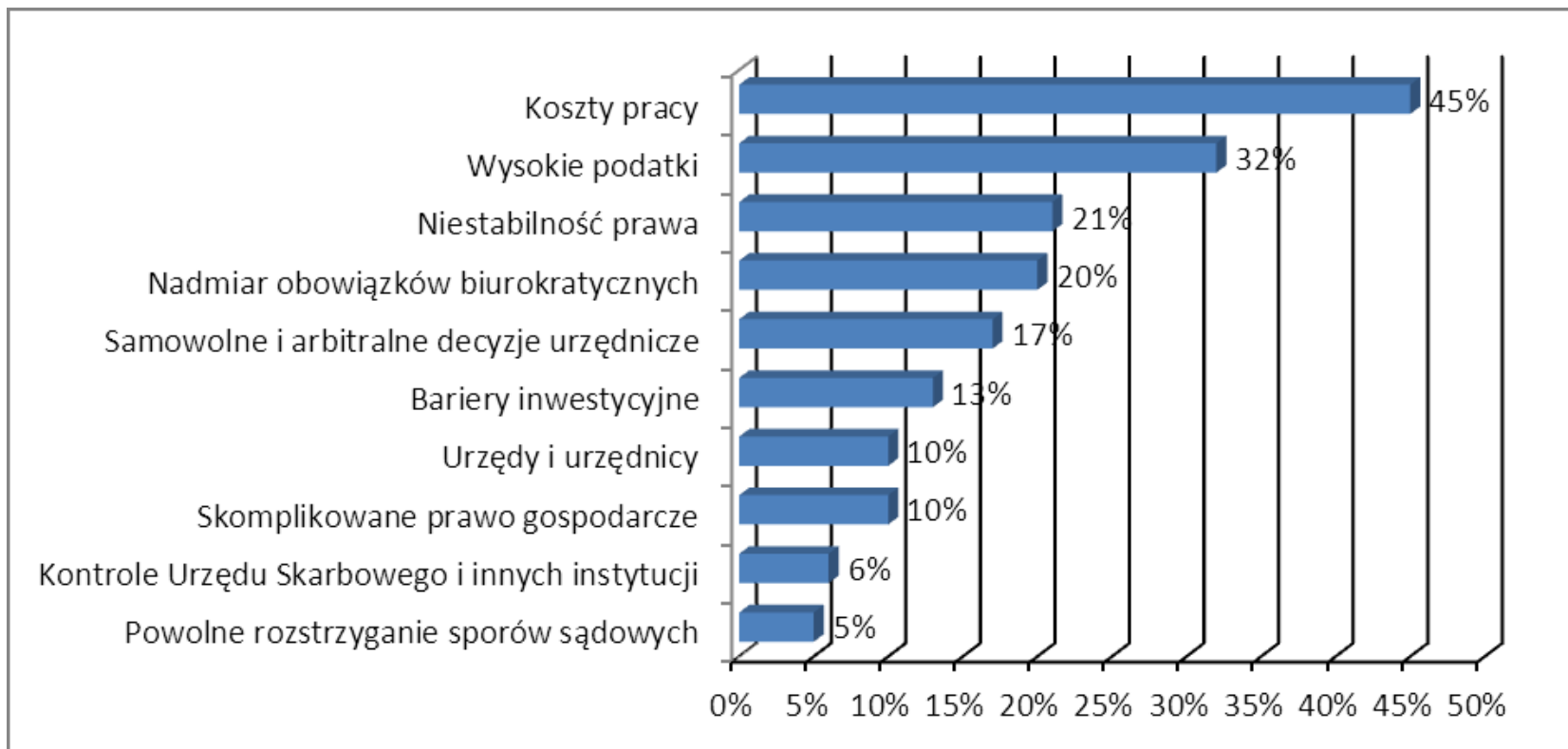
Kategoria przedsiębiorstwa	Liczba osób zatrudnionych: roczne jednostki robocze (RJR)	Roczny obrót	Całkowity bilans roczny
Średnie	< 250	≤ 50 mln euro (1996 – 40 mln euro)	≤ 43 mln euro (1996 – 27 mln euro)
Małe	< 50	≤ 10 mln euro (1996 – 7 mln euro)	≤ 10 mln euro (1996 – 5 mln euro)
Mikro	< 10	≤ 2 mln euro (wcześniej niedefiniowane)	≤ 2 mln euro (wcześniej niedefiniowane)

MSP

Współczynnik przeżywalności 1 roku



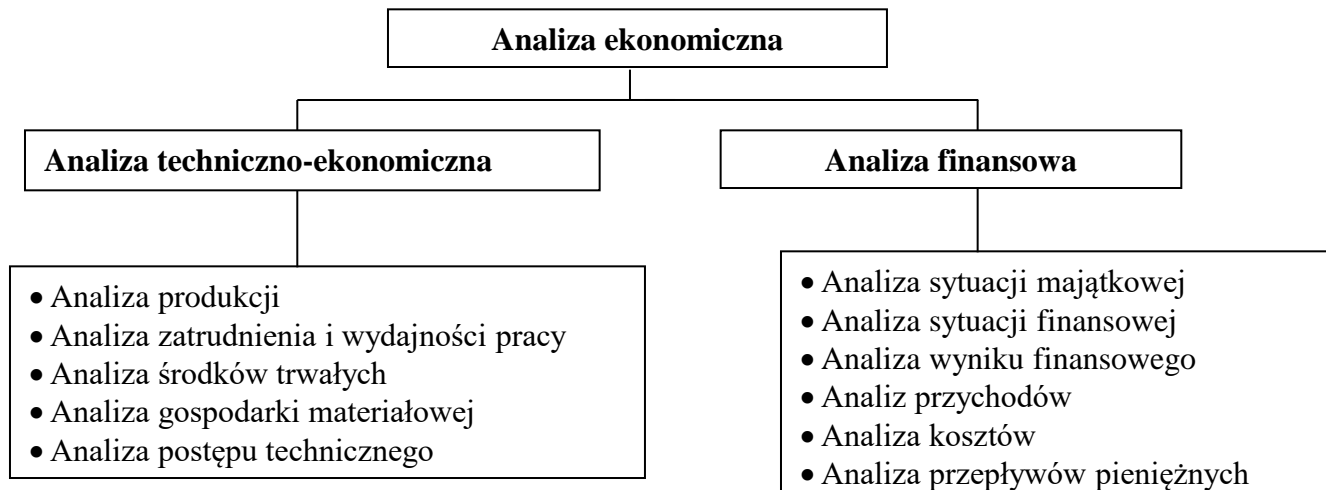
Bariery rozwoju MSP



Barierzy rozwoju wewnętrzne

Jako podstawowe wewnętrzne bariery funkcjonowania można wskazać:

- brak kwalifikacji i kompetencji menedżerskich,
- brak strategii,
- brak odpowiednich pracowników,
- słaby system informacyjny,
- niedostateczny kapitał.



Koszty Stałe

koszty które nie zależą od wielkości produkcji:

- Płace pośrednie (administracja, marketing)
- Koszty okołosobowe
- Część stała opłat za media
- Wynajem
- Inne usługi (np. telefon, leasing)

Koszty Zmienne

koszty zmieniające się wraz ze zmianą wielkości produkcji

- Materiały produkcyjne
- Narzędzia
- Robocizna bezpośrednia
- Energia
- Inne media (gaz, woda, paliwo)
- Koszty okołosobowe (dla robocizny bezpośredniej)

Majątek firmy

Aktywa wg kryterium rodzajowego:

- **rzeczowe** (materialne) - posiadają postać fizyczną np. budynki, komputery, samochody.
- **finansowe** - to środki pieniężne, należności i papiery wartościowe.
- **niematerialne** - to zasoby majątkowe niezaliczone do poprzednich grup rodzajowych. Nazywane są wartościami niematerialnymi i prawnymi

Proste Oceny Opłacalności Projektu na przykładzie

Inwestycja	Nakłady	Dochód roczny					Wartość rezydualna	Suma
	0	1	2	3	4	5		
Projekt A	-15 000	1 000	2 000	3 000	4 000	5 000	2 000	17 000
Projekt B	-20 000	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	10 000	30 000
Projekt C	-20 000	8 000	8 000	8 000	1 000	1 000	1 000	27 000

Okres Zwrotu Nakładów Inwestycyjnych

Inwestycja	Nakłady	Suma dochodu (5 lat)	Średni dochód roczny	Okres zwrotu
Projekt A	-15 000	17 000	3 400	4,4
Projekt B	-20 000	30 000	6 000	3,3
Projekt C	-20 000	27 000	5 400	3,7

$$n = \frac{I_0}{CF}$$

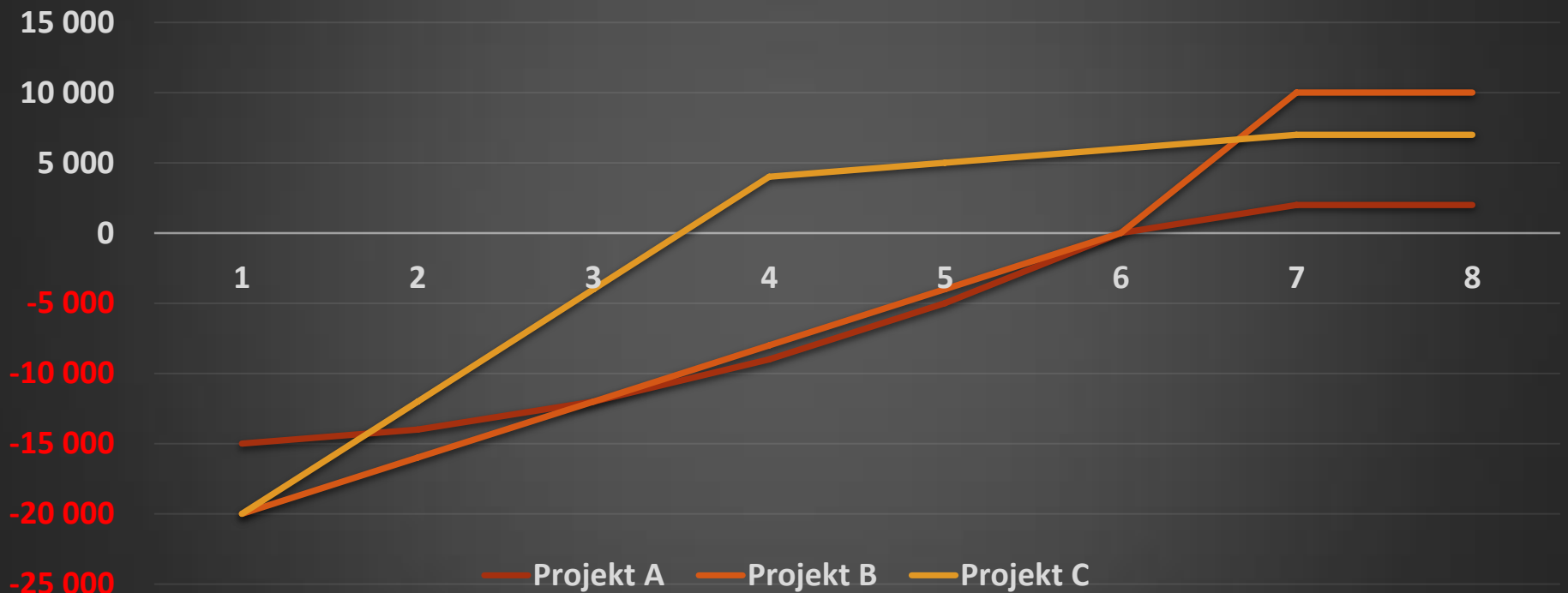
I₀ – początkowe wydatki Inwestycyjne

CF - planowana średnioroczna nadwyżka pieniężna będąca wynikiem danego przedsięwzięcia

Wyniki na poszczególnych projektach narastająco

Inwestycja	Nakłady	Dochód roczny - skumulowany					Wartość rezydualna	Wartość gotówki
	0	1	2	3	4	5		
Projekt A	-15 000	-14 000	-12 000	-9 000	-5 000	0	2 000	2 000
Projekt B	-20 000	-16 000	-12 000	-8 000	-4 000	0	10 000	10 000
Projekt C	-20 000	-12 000	-4 000	4 000	5 000	6 000	1 000	7 000

Skumulowane saldo projektu



Metoda dyskontowa

ROK	2016	2017	2018	2019	2020	2021
PROJEKT A	0	1	2	3	4	5
Przychody		2 000	4 000	4 000	7 000	7 000
Wartość Rezydualna						2 000
Nakł. inwestycyjne	-15 000					
Koszty Operacyjne + Finansowe		-1 000	-2 000	-1 000	-3 000	-2 000
Efekt Projektu Netto	-15 000	1 000	2 000	3 000	4 000	7 000
stopa dyskontowa	3,0%					
wsp dyskontowy	1,000	0,971	0,943	0,915	0,888	0,863
Zdisk efekt netto	-15 000	971	1 885	2 745	3 554	6 038
NPV w zł	194					
IRR	3,4%					
lata zwrotu	29,8					

Metoda dyskontowa

ROK	2016	2017	2018	2019	2020	2021
PROJEKT B	0	1	2	3	4	5
Przychody		8 000	8 000	8 000	8 000	8 000
Wartość Rezydualna						10 000
Nakł. inwestycyjne	-20 000					
Koszty Operacyjne + Finansowe		-4 000	-4 000	-4 000	-4 000	-4 000
Efekt Projektu Netto	-20 000	4 000	4 000	4 000	4 000	14 000
stopa dyskontowa	3,0%					
wsp dyskontowy	1,000	0,971	0,943	0,915	0,888	0,863
Zdisk efekt netto	-20 000	3 883	3 770	3 661	3 554	12 077
NPV w zł	6 945					
IRR	12,2%					
lata zwrotu	8,2					

Metoda dyskontowa

ROK	2016	2017	2018	2019	2020	2021
PROJEKT C	0	1	2	3	4	5
Przychody		10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Wartość Rezydualna						1000
Nakł. inwestycyjne	-20 000					
Koszty Operacyjne + Finansowe		-2 000	-2 000	-2 000	-9 000	-9 000
Efekt Projektu Netto	-20 000	8 000	8 000	8 000	1 000	2 000
stopa dyskontowa	3,0%					
wsp dyskontowy	1,000	0,971	0,943	0,915	0,888	0,863
Zdisk efekt netto	-20 000	7 767	7 541	7 321	888	1 725
NPV w zł	5 243					
IRR	14,5%					
lata zwrotu	6,9					

Podsumowanie

Inwestycja	Nakłady	Suma dochodu	Średni dochód roczny	Metody Proste		Metody Zdyskontowane		
				Okres zwrotu lata	Stopa zwrotu	NPV	IRR	Okres zwrotu lata
Projekt A	-15 000	17 000	3 400	4,4	22,7%	194	3,4%	29,8
Projekt B	-20 000	30 000	6 000	3,3	30,0%	6 945	12,2%	8,2
Projekt C	-20 000	27 000	5 400	3,7	27,0%	5 242,6	14,5%	6,9

Czas w ocenie inwestycji

Co wolałbyś otrzymać ?

- 90 zł już dzisiaj

-100 zł za rok

?

Działalność gospodarcza wiąże się z obowiązkiem prowadzenia ewidencji zdarzeń gospodarczych.

Porozmawiajmy o założeniu firmy i podatkach

Formularze i instrukcje

- Przed wypełnieniem wniosku
- Zasady wpisu do CEIDG
- Podpis pod formularzem
- Przygotuj wniosek online

PRZED WYPEŁNIENIEM WNIOSKU, WNIOSEK O ZAWIESZENIE DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ, WŁASNA DZIAŁALNOŚĆ, WŁASNA FIRMA



Od dnia 1 lipca 2011 r. obowiązują nowe przepisy ustawy o swobodzie działalności gospodarczej oraz nowy formularz CEIDG-1 wniosku do rejestracji działalności gospodarczej osób fizycznych, w miejsce dotychczasowego formularza EDG-1. Wniosek ten stanowi jednocześnie zgłoszenie do ZUS/KRUS, GUS oraz naczelnika urzędu skarbowego.

Aby zarejestrować działalność gospodarczą jako osoba fizyczna możesz wybrać jeden z trybów postępowania:

- Zalogowanie* się do CEIDG, wypełnienie wniosku on-line i złożenie (podpisanie) go elektronicznie.
- Bez logowania się do CEIDG, przygotowanie wniosku on-line i podpisanie go w dowolnej gminie (zapamiętaj nr wniosku).
- Pobranie i złożenie wniosku papierowego w gminie. Gmina przekształca go na wniosek elektroniczny.
- Przesłanie wniosku listem poleconym do wybranej gminy. Podpis musi być notarialnie potwierdzony.
- [Dane teleadresowe urzędów dostępne są na stronie www.biznes.gov.pl](http://www.biznes.gov.pl)

*** Przy pierwszym logowaniu należy założyć konto i aktywować je po otrzymaniu potwierdzenia mailowego**

📘 [\[zobacz schemat\]](#) [\[asystent wyboru\]](#)

➡ [Przejdź do rejestracji konta w celu zalogowania i złożenia wniosku](#)

➡ [Przejdź do przygotowania wniosku on-line bez logowania](#)

Podstawą do złożenia wniosku w CEIDG jest identyfikacja tożsamości osoby której wniosek dotyczy oraz podpisanie wniosku. W przypadku wniosku o zmianę, zawieszenie lub wznowienie niezbędny jest nr NIP.

Rejestracja firmy - krok po kroku

- Pomysł i wybór formy prawnej
- Rejestracja firmy w CEIDG-1
- Rejestracja firmy w Urzędzie Statystycznym
- Rejestracja firmy w Urzędzie Skarbowym dla celów VAT
- Rejestracja firmy w Urzędzie Skarbowym dla celów podatku dochodowego
- Rejestracja firmy w ZUS
- Zgłoszenie do Państwowej Inspekcji Pracy i Sanepidu
- Rejestracja firmy a założenie rachunku bankowego
- Rejestracja firmy a pieczętka firmowa
- Rejestracja firmy a logo i strona internetowa

Rejestracja firmy w CEIDG-1

CEIDG-1 jest wnioskiem o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej.

Rejestracja firmy dokonywana jest na wniosek przyszłego przedsiębiorcy. Może on podjąć działalność już w dniu złożenia wniosku o wpis. Dowodem wpisu do CEIDG-1 jest wydruk tego wniosku, a numerem identyfikacyjnym przedsiębiorcy w CEIDG-1 jest NIP.

Złożenie wniosku CEIDG-1 jest jednocześnie:

- wpisem lub zmianą wpisu do krajowego rejestru urzędowego podmiotów gospodarki narodowej (nadanie numeru REGON),
- zgłoszeniem płatnika składek ubezpieczeń społecznych w ZUS,
- zgłoszeniem identyfikacyjnym lub aktualizacyjnym osoby prowadzącej działalność gospodarczą do Urzędu Skarbowego.

Do wniosku można również dołączyć zgłoszenie rejestracyjne do podatku VAT.

JEDNOOSOBOWA DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA

- to najpopularniejsza forma prawna prowadzenia własnej firmy
- założyciel firmy jest jej jedynym właścicielem, osobiście prowadzi działalność oraz reprezentuje ją na zewnątrz
- to najprostsza i najtańsza forma prowadzenia działalności - jej rejestracja jest całkowicie darmowa, wystarczy jedna wizyta w urzędzie gminy lub urzędzie miasta - firmę można również założyć przez Internet
- jednoosobowa działalność gospodarcza rejestrowana jest w Centralnej Ewidencji Działalności Gospodarczej
- forma ta nie wymaga zgromadzenia kapitału początkowego – nie istnieją żadne wymagania kapitałowe które trzeba posiadać, aby móc zarejestrować własną firmę (takie wymogą są np. w przypadku zakładania spółki z o.o.)

JEDNOOSOBOWA DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA

ZALETY

- niskie koszty administracyjne związane z założeniem działalności gospodarczej
- brak określonego prawem minimalnego kapitału zakładowego na etapie jej rejestrowania
- szybkość i prostota w założeniu firmy i jej ewentualnej likwidacji
- możliwość wyboru spośród wszystkich form opodatkowania (podatek liniowy, progresywny, ryczałt od przychodów ewidencjonowanych, karta podatkowa)
- uproszczona forma ewidencji księgowej
- cały zysk generowany przez firmę przypada właścicielowi, który dysponuje pełną swobodą podejmowania decyzji co do jego dalszego przeznaczenia

JEDNOOSOBOWA DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA

WADY

- **za wszystkie zobowiązania firmy przedsiębiorca odpowiada całym swoim majątkiem, bez żadnych ograniczeń**
- ograniczone zasoby majątkowe i rzeczowe (samodzielne prowadzenie firmy może ograniczać kapitał, który miałoby się do dyspozycji, gdyby założyło się z kimś spółkę)
- **istnienie i rozwój firmy oparte jest na jednej osobie**
- brak możliwości przekazania przedsiębiorstwa osobie trzeciej przy chęci wycofania się z działalności gospodarczej