



Dożyznianie przedsiębiorców



**Czy przedsiębiorcy muszą
odpowiadać za nieudolne Państwo?**

Archiwum Gazety MSP pobierz bezpłatne wydania



październik 2020



wrzesień 2020



sierpień 2020



lipiec 2020



czerwiec 2020



maj 2020



kwiecień 2020



marzec 2020



luty 2020



styczeń 2020



grudzień 2019



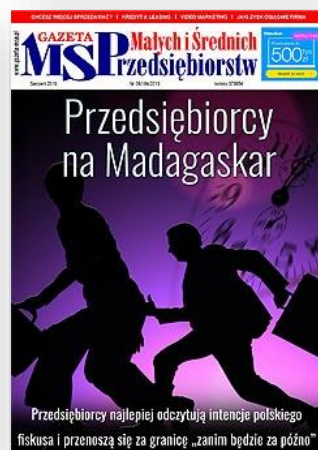
listopad 2019



październik 2019



wrzesień 2019



sierpień 2019



lipiec 2019

Nowych podatków miało nie być. Miało

Stare przysłowie przedsiębiorców brzmi, że jeżeli rząd mówi, że wprowadzi nowe podatki, to je wprowadzi. Jeżeli mówi, że nie wprowadzi nowych albo obniży te istniejące – to tylko mówi.

Z realizacją tego przysłowia mieliśmy do czynienia również ostatnio. Minister finansów obiecywał, że w nowym 2021 roku nie będzie nowych danin. I co? Okazało się oczywiście, tylko mówił. Nowych podatków miało nie być. Miało.

Po raz kolejny przedsiębiorcy przekonali się o tym, co warte są słowa tymczasowo administrujących naszym krajem.

Podatki istniały i będą istnieć. Nie ma w tym nic dziwnego ani zaskakującego. Jednak niepokojące w naszym kraju jest to, w jaki sposób wprowadzane są nowe obciążenia. Okazuje się, że dla dobra obywateli. Nowe podatki przemycane są np. w związku z promocją prozdrowotnych wyborów konsumentów albo walki z suszą. Czy ktokolwiek, poza elektoratem partii rządzącej uwierzy, że podatek cukrowy zasili fundusz walki z cukrzycą, czy otyłością a podatek od deszczu będzie wydatkowany na działania proekologiczne. Chyba nikt.

Takie argumentowanie nowych obciążeń podatkowych to z jednej strony wyraz wyjątkowej hipokryzji i bezczelności rządzących a z drugiej uwłaczanie inteligencji myślącej jeszcze części społeczeństwa.

Najbardziej zatrważające jest wmawianie, że nowe obciążenia wprowadzane są dla dobra obywateli. To ja zadam pytanie – których?

Zapraszam do lektury
Tomasz Peplak

GAZETA **MSP** **Małych i Średnich**
Przedsiębiorstw

Wydawnictwo
TOP MULTIMEDIA LTD

Wydawca
Tomasz Peplak
redakcja@gazeta-msp.pl

Redaktor naczelny
Tomasz Peplak
peplak@gazeta-msp.pl

Współpraca redakcyjna
Magdalena Trusińska
magdalena.trusinska@gazeta-msp.pl

Adres do korespondencji

ul. Stanisława Chudoby 77C
03-287 Warszawa
www.gazeta-msp.pl
redakcja@gazeta-msp.pl
+48 667 622 630

Pobierz wydania archiwalne



październik 2020



wrzesień 2020



sierpień 2020



lipiec 2020



czerwiec 2020



maj 2020

Gazeta MSP dostępna jest również w sieciach dystrybutorów prasy elektronicznej

kiosk.PL

nexto.PL

publio

gazety.PL

WeKiosk

Autorzy przekazując do redakcji tekst, przenoszą na wydawcę prawo do publikacji (prawa autorskie i wydawnicze).
Redakcja zastrzega sobie prawo do skracania i adjustowania nadesłanych tekstów.
Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść materiałów reklamowych.
Reprodukcja lub przedruk wyłącznie za pisemną zgodą wydawcy gazety.

SPIS TREŚCI

MSP



Znasz swojego wroga? Opowieść o polaryzacji społecznej i manipulacji, która przełoży się na nowy porządek	6
Firmy rodzinne. Jaka jest rola nowego pokolenia	8
Konto dla każdej firmy	12
Dlaczego Estonia przestała być popularna wśród polskich przedsiębiorców	14
Otwórz firmę w Czechach, twój pracownik już tam jest	18
Przedsiębiorco zabezpiecz firmę na wypadek swojej śmierci	20

FINANSE



Kapitał własny to często za mało, by wypłynąć na szerokie wody	28
Ubezpieczenia przedsiębiorstw od ataków cybernetycznych	30

NOWOCZESNE TECHNOLOGIE



Komu powierzyć wysyłanie komercyjnych e-maili? Idealny ESP	32
Praktyczne doświadczenie chmurowe musi mieć uzasadnienie biznesowe	36

REKLAMA I MARKETING



Personal branding: marka osobista to często najmocniejszy element marki firmy	38
Jak dobrze zaprezentować siebie i firmę przed kamerą	42

ZARZĄDZANIE



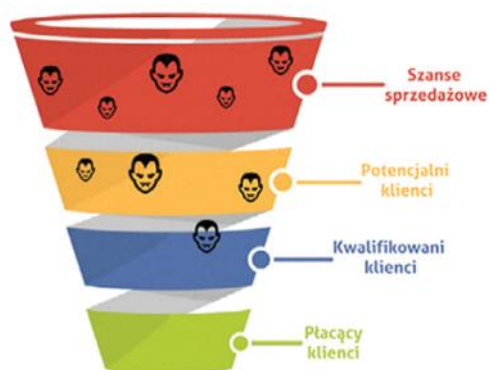
Strategia życia Patricka Mouratoglu	46
Właściciel i menedżer pod szczególną ochroną	50

AKADEMIA MSP



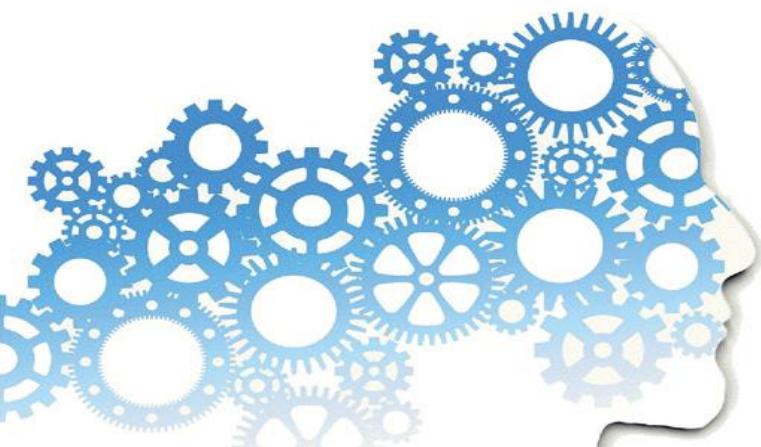
Skuteczna komunikacja w biznesie	52
Wady i zalety spółek	54

SPRZEDAŻ



Chcesz więcej sprzedawać? Q4 zawiń rękawy i sprzedawaj ze swoimi handlowcami	56
Prezentacja oferty handlowej w czasach pandemii	59

REKRUTACJA I PRACA



Nowe przydługie życie	64
Praca i biznes po kryzysie – które zawody przetrwają?	68

PRAWO



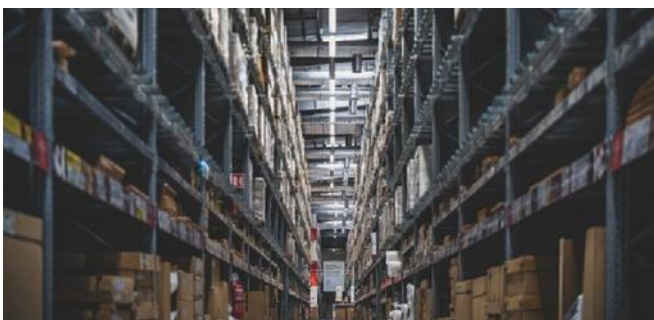
Prawo daje skuteczne narzędzia do negocjacji z wierzycielami	72
Od 1 stycznia 2021 roku nowe Prawo Zamówień Publicznych	74
Upadać czy walczyć	76
Jak zabezpieczyć interesy inwestora w umowie o roboty budowlane z konsorcjum	80

PODATKI



Instrumentalny charakter wszczęcia postępowania karnego skarbowego	84
Wycena przedsiębiorstw we wczesnej fazie rozwoju	86

TRANSPORT I MOTORYZACJA



Połowa przedsiębiorców z sektora MŚP rewiduje budżety flotowe	90
VAS, czyli usługi wartości dodanej w logistyce	92

Znasz swojego wroga? Opowieść o polaryzacji społecznej i manipulacji, która przełoży się na nowy porządek



ANNA STACHNIUK

Pokój nie jest naturalnym stanem dla człowieka. Tak jesteśmy skonstruowani, że pierwotne instynkty zawsze biorą górę. Zawsze uważałam, że współczesny świat kręci się wokół seksu i pieniędzy lub ich braku, co powoduje jeszcze większe frustracje i jeszcze bardziej zaborcze lub agresywne zachowania.

W tej krótkiej i lekkiej formie opowiem, jak prości jesteśmy i przez to, że kierujemy się prostymi instynktami tak trudno nam nad sobą panować. Cechą osób doświadczonych i analizujących rzeczywistość jest wyciąganie wniosków i wykorzystywanie prostych bodźców do sterowania najbliższymi, pracownikami lub państwem.

Wróg twojego wroga

„Jeśli jesteś pewien co do wroga, a wciąż masz wątpliwości co do sojusznika, spraw niech sojusznik zabije wroga. Nie marnuj własnych sił. Bacz na bilans zysków i strat. Jeśli wiesz, kto jest twym wrogiem, a na horyzoncie pojawi się



ktoś trzeci, kto rośnie w siłę, wykorzystaj go do zniszczenia wroga” (Sun Tzu, Sztuka Wojny).

Te słowa bardzo zwięźle opisują sytuację w naszym kraju. Wbrew pozorom, sama sytuacja związana z pandemią jest korzystna do forsowania rozwiązań, które są kontrowersyjne, ale zawsze można zarzucić, podobnie jak na Białorusi, że opór i gniew wyrażany w publiczny sposób to przyczynia się do rozwoju zachorowań.

Kto będzie temu winny – obywatele, którzy niczego nie szanują, zdrowia nie szanują! Życia nie szanują! Czy można za to winić opieszłych polityków – nie oni robili co mogli – nikt nie kazał strajkować rolnikom, gastronomii, rozwścieczonym kobietom, a i oczywiście środowiskom LGBT.

Przed wszystkim kontrowersyjnie

Ostatnie miesiące to batalia przez wszystkie kontrowersyjne zagadnienia społeczne, która nie jest prowadzona w rzetelny sposób. Ani media nie donoszą o niej w prawidłowy sposób, ani politycy spraw nie przeprowadzają pokojowo, czy w myśl zasad dobrej negocjacji. Wszystko pod osłoną nocy, w trybach pilnych, siłą. Nie ma już dyskusji, konsultacji, jest przymus.

Po tym, jak zniszczono niezawisłe sądy, pod pretekstem walki z korupcją, która oczywiście była i nie da się z tym też dyskutować; po tym, jak upolityczniono prokuraturę... Po tym, jak związano religię z państwem w związek partnerski, odrzucono na margines ludzi innych niż „normalni” i stwierdzono, że Polska dla Polaków, uruchomiono tematy społeczne, które wywołują gniew, oburzenie wulgaryzmy, pokazują, że opór stawiają ludzie niestabilni emocjonalnie, nastawieni niszczyliśko do bezpiecznego Państwa.

Polaryzacja nastrojów

Za Nałkowską powiem „ludzie ludziom zgotowali ten los”. Radykalizacja poglądów, dzielenie społeczeństwa na my i oni, przez pryzmat świętokradztwa, czasem nie wiadomo gdzie większego, wywoływanie kontrowersji w imię obrony praw człowieka, łamiąc je jednocześnie – w takich czasach przyszło nam żyć. W tym rozdaniu niektórzy są wprawnymi graczami, dobierają wrogów i sojuszników tak, by nie stracić swej pozycji, w myśl zasady, że nie oni będą toczyć walkę, inni zrobią to za nich.

Gdy już nas zmorzą społeczne nastroje, zniechęcimy się bardziej niż za czasów PZPR, przestaniemy się uśmiechać do siebie na ulicy, albo w ogóle wychodzić do ludzi, ze względu na kolejne ograniczenia, doprowadzimy kraj do

ruiny gospodarczej, bo dla celów politycznych wykorzystaliśmy wirusa i pandemię, wtedy pocujemy co to życie. Bo podobno jak człowieka boli, to czuje, że żyje! Więc odechniemy pełną pierśią i pocujemy, co to życie w nowej lepszej Polsce, nie wiem już której RP.

Przecież dialog społeczny, zasady fair play i z drugiej strony powściągnięcie emocji nie są w naszym stylu. Trzeba krzyczyć, rwać włosy z głowy, ubolewać, winić, obrzucać się obelgami i wymagać.

Ironia losu

Żyjemy w kraju, który sam się podzielił na dwa obozy, których celem jest się nawzajem zwalczać. Niczego w ten sposób nie zbudujemy, tylko zniszczymy. Taka ironia losu: kiedyś Solidarność dokonała wielkich rzeczy, rewolucji, a teraz rewolucja zjada własne dzieci, radykalizuje się tak bardzo, że prawica jest mieszanką socjalizmu z faszyzmem. Jeszcze niedawno mówiliśmy o wzroście gospodarczym, o rozwoju większej świadomości pracodawców, budowaniu turkusowych organizacji, mówiliśmy o poprawie stanu środowiska, a teraz skaczymy sobie do gardeł, doprowadzamy się do ruiny i pilnujemy koryta.

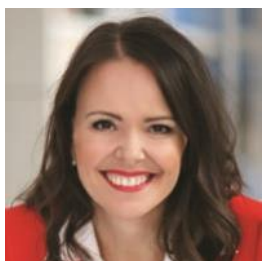
Cóż historia lubi się powtarzać, wiara w ludzi i w racjonalne rozwiązania jest dobra w bajkach, a prawda jest taka, że musimy się naszarpać, zmęczyć, upuścić sobie krwi, a wygra ten, kto do walki był przygotowany, kto miał dostęp do zapasów i nie tracił energii tam, gdzie nie musiał. Jako doradca biznesu, zastanawiam się, kiedy pojawi się trzecia siła, gdzie są ci racjonalni, wyważeni 30-40 latkowie, którzy już mają dość, ale chcą rozmawiać, którzy zamiast krzyczeć, zaproponują zmiany?

A może oni są, działają i robią swoje i niebawem poznamy tych ludzi inteligentnych, doświadczonych managerów, którzy zaproponują rozwiązania poparte praktyką, czekam na ten dzień. Tymczasem apeluję, by czasem zachować zimną krew, obelgami jeszcze nikt wojny nie wygrał. Sugeruję usiąść i pomyśleć, zanim się coś zrobi, bo nie ma nic gorszego niż niespełnione groźby, lub straszenie „karą lub konsekwencjami”, które dla przeciwnika nie będą chociaż kłopotliwe. ■

Autorka jest strategiem biznesowym. Zajmuje się strategią marki, działaniami marketingowymi, ze szczególnym naciskiem na Employer Branding. Praktyk od 10 lat w zakresie zagadnień HR – zarówno miękkiego, jak i twardego. „Pracownik to klient, Twoja Firma to produkt”. Wykładowca WSB, opiekun kierunku studiów podyplomowych – Zarządzanie produkcją. Konsultantka i wdrożeniowiec strategii biznesowych. Właścicielka agencji doradztwa www.annastachniuk.com

Firmy rodzinne

Jaka jest rola kolejnego pokolenia



ADRIANNA LEWANDOWSKA

Jedną z najważniejszych cech wyróżniających firmy rodzinne od wszystkich pozostałych to marzenie o długowieczności. Na początku przedsiębiorczego działania tworzymy firmę dla realizacji celów biznesowych, ale z czasem pojawia się wizja utrzymania jej na dłużej, dla kolejnych pokoleń!

Firmy rodzinne to maratończycy. I to proste na pozór stwierdzenie, implikuje sposób myślenia i działania biznesowego. Dotyczy to np. bardziej klarownego, roztropnego myślenia w obszarze zarządzania ryzykiem, większej elastyczności czy wreszcie ogromnego zaangażowania rodziny właścicielskiej.

Badacz firm rodzinnych Peter Leach przywołuje badanie porównawcze, przeprowadzone przez HBR, pomiędzy firmami rodzinnymi a grupą firm nierodzinnych. Analiza wskazała, że w przypadku korzystnej sytuacji rynkowej firmy kierowane przez rodziny nie przynoszą tak dużych zysków, jak przedsiębiorstwa z bardziej rozproszoną strukturą właścicielską, ale gdy nadchodzą czasy trudne, firmy rodzinne radzą sobie wyraźnie lepiej od rywali.

No i właśnie, taki „trudny czas” mamy teraz. Dotyczy wszystkich, praktycznie dotyka każdej branży, mało tego –

ma charakter globalny. Jak sobie radzą firmy rodzinne w Polsce? Czy są jakieś charakterystyczne zachowania, które warto omówić, przedstawić?

Długoterminowe myślenie

Otóż zaznaczona na wstępie cecha długoterminowego myślenia o biznesie rodzinnym, „wymusza” niejako konieczność głębokiej refleksji u nestorów/założycieli firmy, na temat sukcesji. Temat złożony, trudny, wieloaspektowy. Jednocześnie – kluczowy! Pośród wielu firm rodzinnych ta tematyka staje już na agendzie. Bardziej lub mniej jest zaawansowana jako proces formalny, ale co najmniej powoduje rozmowy, obserwacje i wstępne decyzje pośród członków rodzin właścicielskich.

OPEL SAMOCHODY DOSTAWCZE NIEMIECKIE NARZĘDZIA DO PROWADZENIA BIZNESU



COMBO JUŻ ZA
699 ZŁ
NETTO / MIES.

VIVARO JUŻ ZA
949 ZŁ
NETTO / MIES.

MOVANO JUŻ ZA
1099 ZŁ
NETTO / MIES.

MIESIĄC PROFESJONALISTÓW

LEASING OD 100%

PEŁNY PAKIET UBEZPIECZEŃ (AC / OC / NNW) OD 2,5%*



* Roczny pakiet ubezpieczeniowy PZU (AC/OC/NNW) w cenie 2,5% wartości samochodu dotyczy wybranych modeli. Promocyjne Ubezpieczenie PZU skierowane jest do klientów indywidualnych oraz małych i średnich przedsiębiorstw.

Oferta „Leasing od 100%” dotyczy modeli z roku produkcji 2020. Wysokość raty zależy w szczególności od wpłaty własnej, okresu leasingu, kwoty wykupu. Szczegóły u Dealerów marki Opel. Propozycja ważna od 1 października do 31 grudnia 2020. Przyznanie finansowania jest uzależnione od wyniku badania zdolności ubiegającego się o finansowanie do jego spłaty. Propozycja dotyczy wybranych modeli w leasingu na określonych warunkach. Szczegóły dostępne u Dealerów marki Opel. Niniejsza propozycja nie stanowi oferty w rozumieniu Kodeksu cywilnego i jest adresowana wyłącznie do przedsiębiorców. Świadczenie reklamowanych usług leasingowych następuje na warunkach i zasadach określonych w umowie zawieranej z Klientem. Podmiotem zawierającym umowę leasingu jest BNP Paribas Leasing Services Sp. z o.o. Zaprezentowane modele samochodów są jedynie ilustracją i mogą zawierać dodatkowe elementy wyposażenia dostępne za dopłatą.

Źródło paliwa i emisja CO₂ w zależności od modelu i wersji: 9,0–4,2 l/100 km; 233–109 g/km. Wartości zużycia paliwa i emisji CO₂ określone zostały na podstawie pomiarów w cyklu WLTP, a następnie przeliczone według reguł stosowanych do cyklu NEDC, aby umożliwić ich właściwe porównanie, zgodnie z Rozporządzeniami (WE) nr 715/2007, nr 2017/1153 oraz nr 2017/1151. Zmierzone osiągi dotyczą wersji z europejskim standardem wyposażenia. Wartości mogą odbiegać od rzeczywistych, ponieważ nie uwzględniają zróżnicowanego stylu i warunków jazdy, a także poziomu wyposażenia pojazdu. Przedstawione zakresy wartości osiągów, zużycia paliwa i emisji spalin wynikają z różnych wersji nadwozia, ładowności i wyposażenia, w tym opon a różnych aparatów tarczenia. Dodatkowe wyposażenie może spowodować wyższe spalanie i emisję CO₂, zwiększenie masy własnej, a co za tym idzie nacisku na osie i jednocześnie ograniczenie ładowności pojazdu i dopuszczalnej masy całkowitej przyczepy, może prowadzić do zmniejszenia maksymalnej prędkości i uzyskiwanych przyspieszeń. Informacje dotyczące wyników pomiarów zużycia paliwa i emisji spalin w nowych pojazdach, złomowania samochodu, przydatności do odzysku oraz recyklingu dostępne są u Dealerów marki Opel oraz na stronie opel.pl.

Skutkują one powoływaniem potencjalnych, czy też formalnych sukcesorów, na stanowiska managerskie, wysyłaniem na dodatkową edukację biznesową, często wręcz – jeszcze nie prawnym, ale faktycznym – ustępowaniem miejsca w firmie przez nestorów, na rzecz córki lub syna. Jest to świadome wycofywanie się nestorów/rodziców z pozycji zarządzania operacyjnego.

Proces taki jest już rozpoczęty w wielu firmach, prowadzony jest w sposób mądry, delikatny, ale i czytelny – zarówno dla potencjalnych sukcesorów, jak i współpracowników.

W ten sposób właśnie tę jedną z najważniejszych zmian w obrębie zarządzania firmą rodzinną, przeprowadza się poprzez budowanie samoświadomości potencjalnego sukcesora, poprzez budowanie tego, co najważniejsze w życiu, biznesie, a w biznesie rodzinnym szczególnie – zaufania!

założycieli, którzy w czasie epidemii i czasie kryzysu, nagle, w sposób bardziej czy mniej świadomy, przekreślają znacząco ten tkany z takim trudem proces przygotowania firmy do sukcesji. Polega to na myśleniu w kategorii – mój sukcesor sobie nie poradzi, a czasami nawet bardziej stanowczo – zmarnuje mój dorobek życia!

Dlatego nagle, bez przygotowania kogokolwiek, następuje powrót „wojowników”! Czując, że czasy są trudne, wymagają zdecydowanych działań, większego ryzyka, właściciele mają często poczucie, że „któż jak nie oni”. Łączy się to oczywiście z odsunięciem potencjalnego sukcesora od istotnych decyzji, od realizowania wcześniejszych planów itd. Zazwyczaj dzieje się to w formie wyłączenia lub ograniczenia sukcesora od działań i decyzji operacyjnych, ale z pozostawieniem go na tej samej pozycji managerskiej.



Nie bez znaczenia jest środowisko firmowe, czyli wszyscy współpracownicy potencjalnego sukcesora! Powolny, ale widoczny proces wycofywania się założyciela i coraz bardziej aktywne włączanie się w zarządzanie operacyjne sukcesora – buduje jego pozycję na „tu i teraz” ale – co ważniejsze – na przyszłość. Ten spokój w tym procesie, czytelna satysfakcja Nestora z rosnących umiejętności córki czy syna, wreszcie – zaufanie, o którym mówiliśmy – buduje kulturę firmy, atmosferę bezpieczeństwa, prognozuje dobrze na przyszłość.

Znaleźć sukcesora

Otóż dotyczy ona zachowań bardzo wielu nestorów/

Jakie skutki to wywołuje „dzisiaj”, a jakie w przyszłości?

Duże, bardzo duże i często trudno naprawialne! Bo przecież – mówiliśmy o zaufaniu! Takie zachowanie rodzica/ nestora właśnie w sytuacji obiektywnie trudnej (epidemia) jest klarownym i jakże bolesnym sygnałem dla sukcesora – nie dasz rady, nie potrafisz, nie ufam Tobie! I nawet jeśli nestor – a tak przecież często jest – nie chce, aby to było tak właśnie odbierane, bo przecież nie takie ma intencje... to niestety tak odczytywane jest!

I mamy wrażenie, że inaczej odbierane być nie może. To nie intencje są tutaj najważniejsze, tylko fakty!