



PORADNIKI
NA OBCASACH

LINGO
twoje wydawnictwo

WŁASNA FIRMA dla Pań

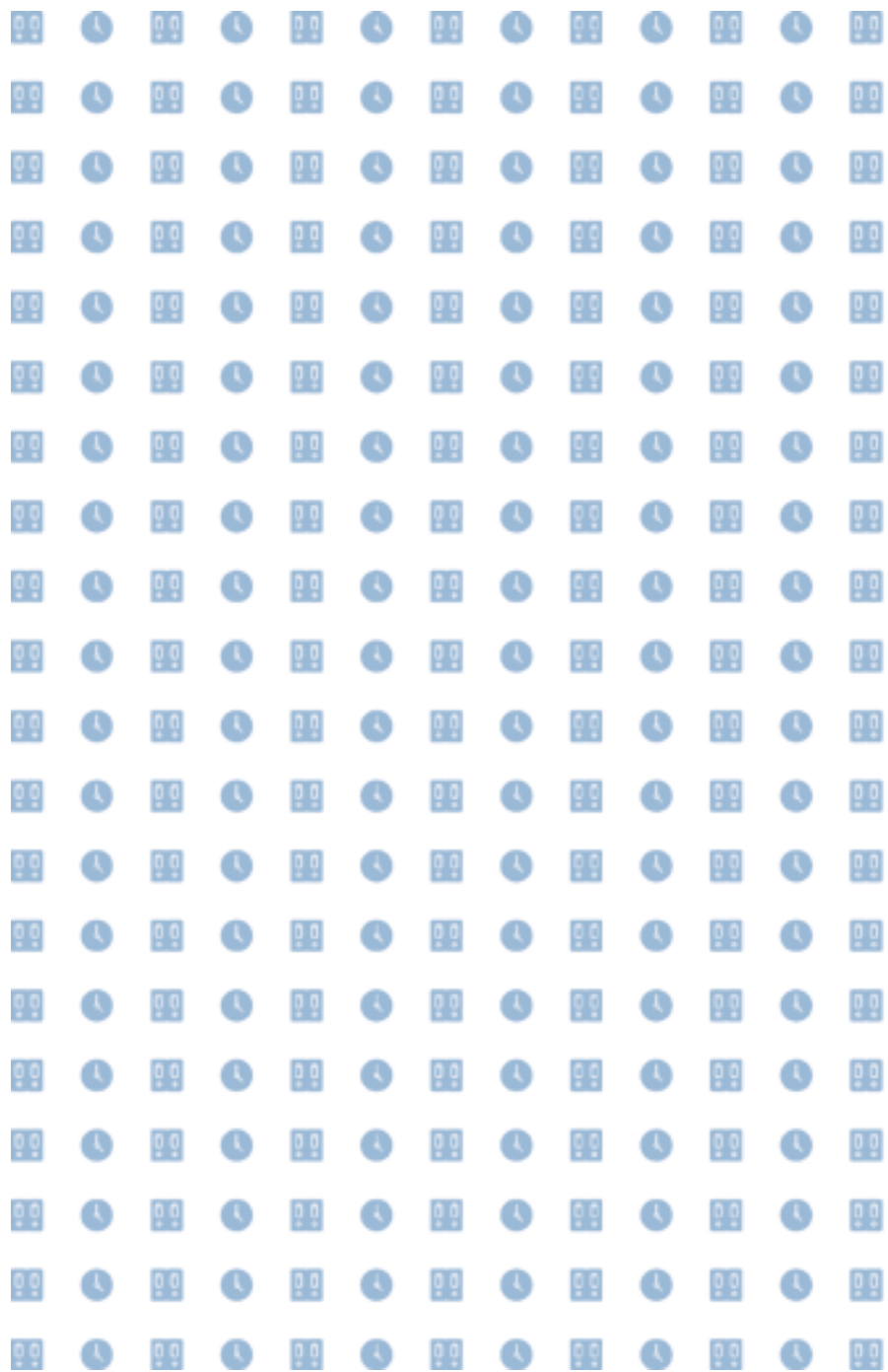
KRÓTKI KURS BIZNESU DLA KAŻDEJ Z NAS



eBOOK

- Od pomysłu do sukcesu: zakładamy firmę
- Nie tylko pieniądze: o motywacji i wizerunku
- Własna działalność, spółka, wolny strzelec? Poradnik

WŁASNA FIRMA
dla Pań





PORADNIKI
NA OBCASACH

WŁASNA FIRMA dla Pań

KRÓTKI KURS BIZNESU DLA KAŻDEJ Z NAS

Anna Kupisz-Cichosz

LINGO
twoje wydawnictwo

„Własna firma dla Pań”

napisały, opracowały, zredagowały, zilustrowały

DZIEWCZYNY:

Teresa Chylińska-Kur, KurkaStudio (projekt okładki i rysunki),

Anna Kupisz-Cichosz (autorka), **Anna Laskowska** (koordynacja i adiestacja),

Kaja Mikoszevska (projekt makiety i opracowanie graficzne, skład i łamanie),

Bianka Piwowarczyk-Kowalevska (redakcja).

Patronat merytoryczny nad rozdziałami 12, 13, 14, 15 i 16 objęła **Alicja Biernat**,

adwokat specjalizujący się w prawie pracy z kancelarii **EIR Legal**.

Konsultacji księgowych do rozdziałów 9, 10, 11, 13 udzieliła **Grażyna Świerczewska**
z Biura Rachunkowego Weg sp. z o.o.

Pomagali FACECI:

Marek Jannasz (redaktor serii), **Marek Kowalik** (korekta).

Zdjęcie na okładce: © iStock.com / Mosuno



www.poradnikinaobcasach.pl

ISBN: 978-83-7892-187-5

ISBN wydania elektronicznego: 978-83-7892-356-5

© Copyright by Wydawnictwo Lingo sp.j., Warszawa 2015

Budowanie własnej firmy to nie lada wyzwanie. Nie tylko pod względem oferowanych usług, produktów czy znalezienia klientów, lecz również administracyjnym. Mimo że ta książka dostarcza przede wszystkim przydatnych informacji związanych z zakładaniem i prowadzeniem firmy*, to jednak zdecydowałam się też na trzy ważne, lecz jednocześnie bardziej miękkie rozdziały.

Pierwszy z nich dotyczy początków przedsięwzięcia, czyli fundamentów, na których zaczynamy budować firmę. Jest on dla mnie niezwykle ważny, ponieważ nazbyt często zdarza mi się rozmawiać z przedsiębiorcami, którzy, ucząc się na własnym doświadczeniu, mówią: „Gdybym to wiedział, gdybym od tego zaczął, to moja pierwsza firma nie upadłaby, zanim na dobre się otworzyła”.

To właśnie początek potrafi zaważyć na całości przedsięwzięcia. Jeśli dodatkowo jesteś na etapie rozważania, czy „przejsć na swoje” czy też pozostać na etacie, to tym bardziej pierwszy i ostatni rozdział tej książki będą dla Ciebie niezwykle ważne.

Anna Kupisz-Cichosz

**Informacje zawarte w książce odpowiadają stanowi prawnemu na maj 2015 r.*



1. Od czego warto zacząć budowanie własnej firmy **11**

Rozdział 1. Od czego zaczyna się budowanie własnej firmy? Od pomysłu czy świadomości siebie? **13**

Rozdział 2. Co z tym biznesplanem? **19**

2. Najważniejsi doradcy **27**

Rozdział 3. Czy warto korzystać z usług księgowej? **29**

Rozdział 4. Czy warto korzystać z usług prawnika? **42**

Rozdział 5. Kim jest doradca finansowy i dlaczego warto z nim współpracować? **55**

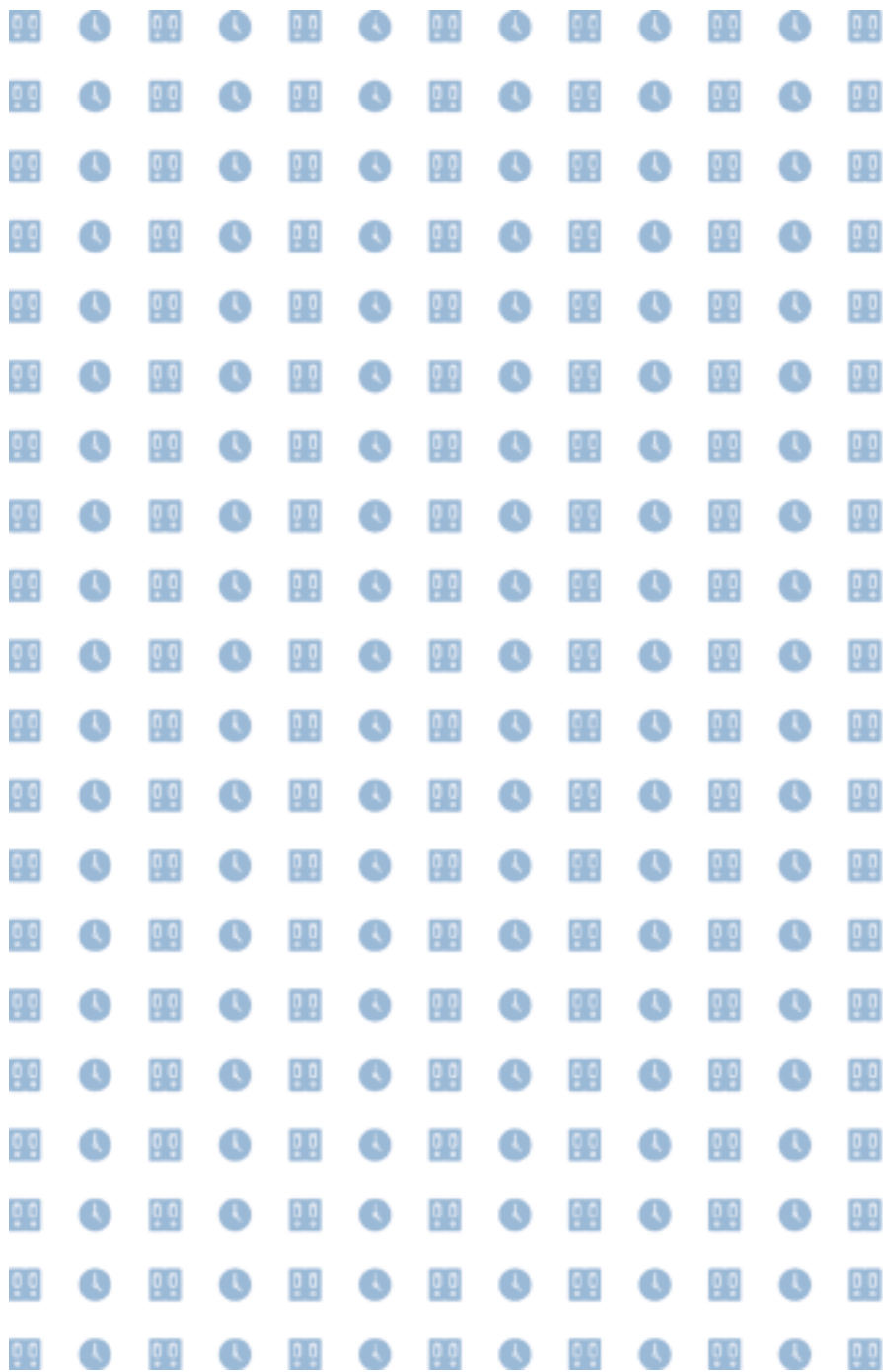
Rozdział 6. Coach oraz mentor. Kim są oraz czy i kiedy warto z nimi pracować? **62**



3.	Co warto zrobić przed rejestracją firmy	73
	Rozdział 7. Wizerunek firmy	76
	Rozdział 8. Dofinansowanie działalności firmy	90
4.	Chwytam byka za rogi, czyli rejestruję własną firmę	105
	Rozdział 9. Rejestracja działalności gospodarczej	108
	Rozdział 10. Wybieramy formę rozliczeń podatku	122



5. Jestem właścicielką firmy – co jeszcze powinnam wiedzieć?	137
Rozdział 11. Podstawowe koszty prowadzenia firmy, czyli co to znaczy „wrzucać w koszty”	140
Rozdział 12. Zatrudniamy pracowników	152
Rozdział 13. Czym jest leasing? Kiedy warto leasingować, a kiedy wziąć pożyczkę lub kredyt?	164
Rozdział 14. Przepisy BHP we własnej firmie	174
Rozdział 15. Dane firmy, dane osobowe i kopie zapasowe – czyli jak obchodzić się z najważniejszymi zasobami firmy?	182
Rozdział 16. Co warto wiedzieć, zanim zostaniesz freelancerką?	200

6. Firma to nie wszystko	211
Rozdział 17. Jak rozsądnie zarządzać swoim czasem, gdy jeszcze pracujesz na etacie?	213
Rozdział 18. Jak nie stracić motywacji i siły do budowania własnej firmy?	227
Zakończenie i podziękowania	232
Słowniczek ważnych terminów	235
Bibliografia	252





Od czego warto zacząć budowanie własnej firmy

CZĘŚĆ 1.

- początki przedsięwzięcia
- praca nad sobą
- pisanie biznesplanu
- kiedy pisać biznesplan
- model biznesowy



Rozdział 1. Od czego zaczynamy? Od pomysłu czy świadomości siebie?

Z tego rozdziału dowiesz się:

- co stanowi fundament budowania własnej firmy,
- czym są mocne strony i jaka jest ich rola w realizacji celów.

„Jeśli potrafisz o czymś marzyć, potrafisz także tego dokonać!”.

To zdanie, wypowiedziane niegdyś przez Walta Disneya, utkwilo w mojej pamieci kilka lat temu. Pracowalam wtedy jeszcze na umowie o prace i przygotowywalam warsztat dotyczacy tworczonego rozwiazywania problemow. Od jakiegoz czasu myslalam juz o wlasnej firmie i analizowalam rozne pomysly, lecz wciaz nie podejmowalam zadnych zdecydowanych krokow w kierunku urzeczywistnienia swojego marzenia. Gdziez z tylu glowy towarzyszylo mi przekonanie, ze marzy sie

o rzeczach wielkich, takich, których się nie da osiągnąć lub jest to wyjątkowo trudne. Jednocześnie własna firma była moim marzeniem, które bardzo chciałam zrealizować, a myśl, że nie zrobię tego, bo jest to za trudne, bo zbyt wielu rzeczy nie wiem, była nie do zaakceptowania. Ta „zagwozdka”, jak to zrobić, oraz słowa Walta Disneya wracały do mnie jak bumerang. Zdałam sobie sprawę, że rzeczywiście jeśli nie uwierzę, że mogę i potrafię urzeczywistnić moje marzenie, to niezależnie od tego, jak świetny będę miała pomysł, nigdy nie zbuduję własnej firmy. A wiara w to, że potrafię, zaczyna się od świadomości i wiary we własne możliwości.

Zaczęło się więc nie od pomysłu i jego analizy. Zaczęło się nie od biznesplanu czy wizji biznesu, ale od pracy nad sobą. W kolejnych miesiącach skoncentrowałam się na sobie. Wiedziałam, że jestem dobra w tym, co robię, że mam wiele mocnych stron i że nie mogę koncentrować się na tych, które postrzegałam jako słabe. Praca na tzw. deficytach nigdy mnie nie wzmacniała ani nie dodawała wiary w sukces. Czas było to zmienić. W ten sposób zaczęłam pracę nad poznawaniem swoich silnych stron, nad ich doskonaleniem i wzmacnianiem. W końcu nie byłam jak ryba, której dano drabinę i kazano uczyć się po niej wchodzić. Byłam rybą w wodzie, która uczyła się, jak sprawniej i szybciej pływać.

Opisałam tę historię, ponieważ zarówno ona, jak i historie innych znanych mi ludzi, którzy przygotowywali się do założenia firmy, pokazały mi, że realizacja takiego przedsięwzięcia nie zaczyna się od pomysłu, który zostaje przekuty w koncepcję biznesową, a następnie jest konsekwentnie wprowadzany w życie krok po kroku. Budowanie własnej firmy zaczyna się od przygotowania do tej przygody siebie i własnego umysłu, w szczególności obalenia przekonań, które skutecznie utrudniają nam działanie, oraz analizy swoich mocnych stron, których

Mocne strony

Według M. Buckingham i D. Cliftona (2003) mocna strona (czasem nazywana też silną stroną) składa się z trzech elementów: talentów, wiedzy i umiejętności. Talenty są wrodzone, stąd też odgrywają największą rolę. Warto je doskonalić i połączyć z wykształconymi umiejętnościami i nabytą wiedzą.

Warto dodać, że nie chodzi tu tylko o powszechne rozumienie talentu, jak np. talent do rysunku, grania na instrumencie, śpiewu czy uprawiania konkretnej dyscypliny sportu. Talentem jest też znakomita pamięć, koncentracja, wybitna organizacja, umiejętność tworzenia fantastycznych wizji rozwoju.

świadomość doda nam odwagi, motywacji i wiary w to, że zdołamy osiągnąć cel.

Warto wyraźnie podkreślić, że niezależnie od tego, czy jesteśmy przedsiębiorcami czy freelancerkami, każda z nas musi również zmierzyć się z brakiem pewnej wiedzy i doświadczenia w jej pozyskaniu (szczególnie w okresie tuż przed rejestracją działalności).

To właśnie wtedy wkradają się niepewność i lęk. Czy sobie poradzę? Czy się nauczę? Tego typu obawy są rzeczą naturalną i każdy musi się z nimi uporać, a słowa Roberta C. Schanka – „Jeśli chcesz się czegoś nauczyć, wykonuj to”, zdają się dawać prostą receptę na to, jak mierzyć się z brakiem umiejętności i wiedzy.

W moim przypadku właśnie tak się zaczęło. Krok po kroku zdobywałam potrzebną mi wiedzę i uczyłam się na błędach. Najczęściej spowodowane były one brakiem czasu na szukanie dostatecznej ilości

informacji, które pozwoliłyby mi podjąć właściwą decyzję. Z drugiej strony, zdobywałam bezcenne doświadczenie, jak poszukiwać informacji, i wiedzę, którą mogę swobodnie wykorzystywać w każdej mojej firmie, jak również dzielić się nią z osobami zastanawiającymi się, czy iść drogą przedsiębiorcy.

Dlatego właśnie ten poradnik będzie koncentrował się na przekazaniu niezbędnej według mnie wiedzy, jaką warto pozyskać przed podjęciem decyzji o rejestracji własnej firmy. Motywowanie Cię i dodawanie Ci odwagi nie jest moim głównym celem, jednak wierzę, że uzupełnienie własnych talentów i umiejętności o praktyczną wiedzę dotyczącą ważnych aspektów zakładania i prowadzenia firmy wzmocni Cię i pozwoli Ci bardziej świadomie podejmować decyzje.

Podsumowanie

Droga do sukcesu we własnej firmie zaczyna się na długo przed jej rejestracją – od pracy nad sobą. Jeśli masz już pomysł na biznes i rozpisujesz całą koncepcję, zatrzymaj się i zastanów, w jakim stanie jest Twoja wiedza o sobie i Twoich silnych stronach, jakie są Twoje nastawienie i wiara w siebie, swoje możliwości i umiejętności. Skąd czerpiesz motywację do działania i na jakim poziomie czujesz ją obecnie. Jedno jest pewne – gdy już zarejestrujesz działalność, w trudnych sytuacjach będziesz zdana na swoją motywację, wiarę, mocne strony i nastawienie swojego umysłu. Jeśli będziesz ich świadoma, będziesz nad nimi pracować i je pielęgnować, łatwiej Ci będzie znaleźć rozwiązanie problemu, jaki napotkasz.

Jeśli zaś jeszcze nie masz pomysłu na własną działalność, nie martw się. Szukaj go dalej, lecz już dziś zacznij poznawać siebie lepiej, byś mogła przystąpić do działania, gdy znajdziesz pomysł na siebie.



Rozdział 2. Co z tym biznesplanem?

Z tego rozdziału dowiesz się:

- czym jest biznesplan, dla kogo go piszemy i czemu w rzeczywistości służy,
- jakie korzyści płyną z jego tworzenia, a jakie ponosimy jego koszty,
- jakie są inne sposoby opisanie koncepcji biznesowej.

Biznesplan to jedno z najbardziej znanych narzędzi do przekucia pomysłu na biznes w realną koncepcję. Narzędzie, które w możliwie obiektywny sposób pokazuje, czy dany biznes jest opłacalny i ma szansę na sukces. Czy rzeczywiście? Wokół biznesplanu narasta coraz więcej wątpliwości i dyskusji. Pojawiają się fundamentalne pytania i powroty do definicji – co to jest, komu i czemu służy, jak może pomóc i czy rzeczywiście pomaga, a jeśli tak, to komu?

Coraz częściej przedsiębiorcy (szczególnie właściciele mikroprzedsiębiorstw) wyrażają opinię, że pisanie biznesplanu to strata czasu. Napisali go, zapisali w komputerze plik, do którego już nigdy nie wrócili, ponieważ nie zawarli w nim użytecznych i ważnych informacji. Powraca więc pytanie, czy warto poświęcać czas na napisanie biznesplanu. Jeśli warto, to jaki ma on być i jak często należy do niego wracać? A jeśli nie, to co zamiast niego? Czy w ogóle coś? Zacznijmy zatem od początku.

Istnieją różne narzędzia służące do opracowania koncepcji biznesowej, które na samym początku mogą sprawdzić się lepiej niż tradycyjny biznesplan. Jeżeli jednak bardzo chciałabyś pozostać wierna powszechnie znanemu biznesplanowi, to pamiętaj o wykorzystaniu szablonu lub spisu treści adekwatnego do wielkości przedsiębiorstwa i jego branży. Najczęściej zapominamy bowiem, że inny biznesplan

jest pisany dla mikroprzedsiębiorstwa, inny dla małej firmy, jeszcze inny dla przedsiębiorstwa średniej wielkości czy dużego. Inny dla biznesu usługowego, a inny dla produkcyjnego. Ich szablony czy też spisy treści potrafią się znacznie od siebie różnić. Dlatego szukając szablonu dla siebie, upewnij się, że jest dostosowany do wielkości twojej firmy i jej branży.

Definicja biznesplanu

Definicji biznesplanu znajdziemy w literaturze wiele, jedna z nich została zaprezentowana przez L. Kowalczyka w publikacji Z. Pawlaka *Biznesplan, zastosowania i przykłady*¹. Według Kowalczyka biznesplan jest zbiorem dokumentów planistycznych. Powinny one definiować przedsiębiorstwo, jego miejsce w otoczeniu gospodarczym, jego cele, sposoby i środki, które będą zmierzać do realizacji założonych celów w określonym horyzoncie czasowym.

Oczywiście niezależnie od tego, czy jesteś zwolenniczką pisania biznesplanów czy nie, istnieją okoliczności, w których bez jego stworzenia się nie obejdzie. Mam na myśli sytuację, w której do rozpoczęcia działalności będzie Ci niezbędne zewnętrzne finansowanie. Niezależnie od tego, czy będzie to dotacja z funduszu unijnego, pożyczka z banku czy środki od potencjalnego inwestora, dysponenci środków będą chcieli przekonać się, czy przedsięwzięcie jest opłacalne, czy wnioskowana kwota ma szansę zrealizować założone cele, przyczynić się do powstania zysku i czy w związku z tym firma będzie w stanie zwrócić pożyczkę lub przynieść określoną stopę zwrotu z inwestycji.

¹ Z. Pawlak, *Biznesplan, zastosowania i przykłady*, Warszawa 2008.

Jeśli zatem będziesz ubiegać się o finansowanie zewnętrzne, będziesz musiała stworzyć biznesplan swojego przedsięwzięcia. Pamiętaj, że napisanie biznesplanu wymaga wysiłku i czasu. Aby faktycznie pozyskać fundusze, koncepcja przedsięwzięcia musi być już przemyślana. W takim ujęciu biznesplan to nie początek prac koncepcyjnych, tylko już finał, efekt prac i przemyśleń. To skutek przeprowadzonych analiz i wyciągniętych wniosków. To podsumowanie sposobu działania, finansowania, potrzebnej infrastruktury. Samo ujęcie wszystkich informacji w postaci biznesplanu, który będzie czytelny dla osób nietowarzystających nam podczas tych analiz, to czynność czasochłonna.

Jeśli jednak nie potrzebujesz zewnętrznego finansowania, to co? Masz niczego sobie nie spisywać, nie przenosić na papier żadnych myśli? Odpowiedź jest prosta – jak najbardziej pisz. Spisując, układasz sobie w głowie wiele kwestii, stawiasz kropkę nad „i” oraz często nie zdając sobie z tego sprawy, dokonujesz wyborów i podejmujesz pierwsze decyzje o kształcie firmy. Warto robić notatki, tym bardziej że zazwyczaj odczuwamy potrzebę spisania swoich pomysłów i przemyśleń dotyczących firmy. Nie chcemy też, by były to zapiski wyrwane z kontekstu, lecz zależy nam na tym, aby tworzyły logiczną całość.

Często biznesplan powstaje po to, by we własnej głowie ułożyć pomysł i koncepcję firmy. Tak też postępować i nadal postępuje część właścicieli firm. W swojej książce *Biznes po prostu* Leszek Czarniecki² również pokazuje ujęcie własnego biznesu na kartach dostosowanego do swoich potrzeb biznesplanu, kiedy jednak przedsiębiorca po niego sięga, mogą zacząć się problemy.

² L. Czarniecki, *Biznes po prostu*, Warszawa 2011.

Trudność pojawia się już przy wyborze szablonu, a następnie przy kolejnych punktach. Które są potrzebne mi jako przedsiębiorcy, a które są przeznaczone dla inwestora i nie muszę spędzać nad nimi czasu? Pracując nad misją i wizją firmy, celami długo- i krótkoterminowymi, nie widząc logicznego połączenia między poszczególnymi punktami, nie widząc pełnego sposobu, w jaki ma działać ta machina, nie mogąc zwizualizować wszystkich myśli w spójny system, zaczynamy działać z pomysłem, a nie rozpisaną koncepcją, a biznesplan się zawiesza. Dlaczego? Okazuje się, że jego napisanie jest po prostu za trudne. A skoro tak, to od czego zacząć przekazywanie pomysłu w koncepcję?

Według mnie warto rozpocząć od stworzenia **modelu biznesowego**. Pojęcie to weszło do Polski już jakiś czas temu. Właściciele biznesów odkrywają to narzędzie przy planowaniu dalszego rozwoju swoich firm. Jednak nawet oni, by planować dalszy rozwój, muszą najpierw spojrzeć na swój obecny biznes i zorientować się, jakim modelem się posługują. Model biznesowy jest też niezwykle przydatny przedsiębiorcom do planowania ich nowych przedsięwzięć czy nowych firm.

Nawet w sytuacji, gdy potrzebujesz zewnętrznego finansowania, skupiłabym się najpierw na modelu biznesowym zamiast pisaniu biznesplanu. Model biznesowy, niezależnie od wielkości czy branży, zawsze składa się z dziewięciu elementów, które dokładnie opisują cztery najważniejsze obszary funkcjonowania firmy: ofertę, klientów, potrzebną infrastrukturę oraz finanse firmy. Zastanowienie się nad nimi i ich rozpisanie daje obraz całego przedsięwzięcia.

Definicja modelu biznesowego

Według Osterwaldera i Pigneura model biznesowy to opis założeń, które stoją za sposobem, w jaki firma (lub szerzej organizacja):

- tworzy wartość,
- zapewnia i czerpie zyski z tej wartości.

Wyodrębnili oni dziewięć czynników, które składają się na model biznesowy. Są to:

- segmenty klientów,
- propozycja wartości,
- kanały dotarcia do segmentów klienta,
- relacje z klientami,
- strumienie przychodów,
- kluczowe zasoby,
- kluczowe działania,
- kluczowi partnerzy,
- struktura kosztów³.

Po rozważeniu dziewięciu czynników otrzymasz jasną odpowiedź na pytanie, czy potrzebujesz zewnętrznego finansowania czy nie. Jeśli jest ona twierdząca, to stworzony model wyłoni najważniejsze elementy biznesplanu, który można potem uzupełnić o brakujące dane dla np. inwestora lub potrzebne analizy, jak np. analizę SWOT⁴. Najistotniejsze jest, że budując model biznesowy, zaczynasz myśleć systemowo i procesowo. Dostrzegasz sposób, w jaki części są z sobą powiązane i jak ważne jest ich opracowanie. W modelu koncentrujesz się na wartości, jaką dostarczasz klientom, na segmentacji klientów

³ A. Osterwalder, Y. Pigneur, *Tworzenie modeli biznesowych*, Gliwice 2012.

⁴ Jedną z metod analizy statystycznej, polegającą na identyfikacji mocnych i słabych cech firmy.

oraz na tym, jak skutecznie dotrzeć do nich z oferowaną przez Ciebie wartością i w jaki sposób utrzymywać z nimi relacje. Rozważasz zagadnienie również od drugiej strony, zastanawiając się, jakich istotnych działań wymaga od firmy wytworzenie i dostarczenie wartości klientom, jakich zasobów potrzebujesz, by mogły zostać zrealizowane najważniejsze działania, i jacy partnerzy biznesowi pomogliby w osiągnięciu pozostałych elementów. Na koniec trzeba jeszcze tylko spojrzeć na nie wszystkie pod kątem kosztów, jakie generują, i przychodów, jakich dostarczą. I koniec – koncepcja stworzona i rozpisana. Można zacząć działać, czy to przygotowując biznesplan niezbędny do ubiegania się o kredyt, czy to układając harmonogram działań, by puścić maszynę w ruch.

Pamiętaj

Niezależnie od narzędzia użytego do opracowania koncepcji Twojej firmy nigdy nie zapominaj regularnie wracać do stworzonego dokumentu. Twoja firma, tak jak i Ty, będzie się zmieniać. Nie pozwól, by zmieniała się w sposób dla Ciebie niekontrolowany. Staraj się mieć realny wpływ na zmiany w swojej firmie, przemyśleć nową strategię działania, rozpisać ją i wkomponować w sposób działania swojej organizacji. Stworzony model biznesowy lub biznesplan posłuż Ci do tego najlepiej.

Podsumowanie

Biznesplan jest tylko jednym z narzędzi, jakie można wykorzystywać do zobrazowania koncepcji biznesowej. Świetnie sprawdza się jako raport dla inwestora czy banku, który zastanawia się nad przekazaniem

funduszy na założenie i rozwój firmy. Jednak coraz częściej mówi się o modelu biznesowym, który precyzuje pomysł na biznes i przekuwa go w koncepcję, na podstawie której można już rozpisywać strategię działania. Niezależnie od narzędzia, jakie wybierzesz, korzyść w postaci uporządkowania na papierze swoich myśli i wniosków dotyczących firmy jest nie do przecenienia. Oczywiście w obu przypadkach potrzebujesz czasu na opracowanie czy to dobrego biznesplanu, czy porządnego modelu biznesowego. Warto jednak wiedzieć, że jako właścicielka firmy masz do dyspozycji więcej niż jedno narzędzie, które może posłużyć Ci do kształtowania Twojego biznesu.

Sprawdź, czy znasz odpowiedzi na następujące pytania:

- Czym jest biznesplan, kiedy warto go tworzyć?
- Jakie korzyści płyną z tworzenia biznesplanu, a jakie ponosimy przez to koszty?
- Jakie są alternatywne sposoby opisanie koncepcji biznesowej?

