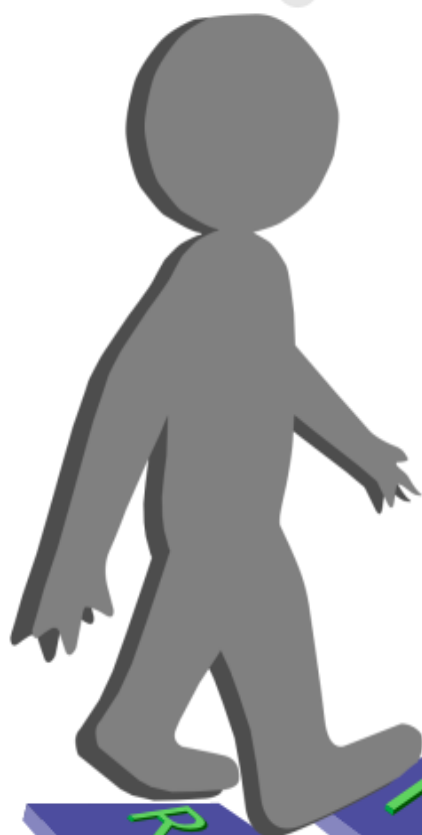


JAK PRZEWADZIĆ I ROZWIJAĆ FIRME

**ZROZUMIEĆ
PRZETRWAĆ
ZWYCIĘŻYĆ**





Urząd Miejski w Świdnicy

Jak prowadzić i rozwijać firmę

CZEŚĆ II

HRpro Sp. z o.o.

- AGNIESZKA PARKITNA¹, JERZY TUTAJ², KAMILA URBAŃSKA³ -

Opracowanie graficzne i skład – Wojciech Tutaj

¹ Adiunkt, Politechnika Wrocławska, Wydział Informatyki i Zarządzania

² Adiunkt, Politechnika Wrocławska, Wydział Informatyki i Zarządzania

³ Adiunkt, Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu



ISBN: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Świdnica 2019



Spis treści

Wstęp	6
1 Prawa i obowiązki przedsiębiorcy	6
1.1 Uprawnienia przedsiębiorców	6
1.2 Obowiązki przedsiębiorców	8
2 Formy zatrudnienia	9
3 Źródła Finansowania	13
3.1 Finansowanie ze środków własnych.....	15
3.2 Anioły Biznesu	15
3.3 Fundusze venture capital	15
3.4 Finansowanie dłużne	16
3.4.1 Leasing	16
3.4.2 Faktoring.....	17
3.4.3 Kredyty w rachunku bieżącym	17
3.4.4 Finansowanie dłużne średnio i długoterminowego	17
3.5 Crowdfunding - finansowanie społecznościowe	18
3.6 Źródła finansowania przedsiębiorstw typu start-up ze środków publicznych.....	18
3.7 Finansowanie przedsiębiorstw w ramach instytucji otoczenia biznesu.....	19
3.7.1 Inkubatory przedsiębiorczości.....	19
3.7.2 Parki przemysłowe i technologiczne	20
3.7.3 Centra transferu technologii	20
4 Promocja i marketing	21
4.1 Marketing w praktyce.....	21
4.1.1 Segmentacja rynku	22
4.1.2 Strategie marketingowe	23
4.1.3 Strategie marketingu mix.....	23
4.1.4 Marketing relacji.....	24
4.1.5 Propozycja wartości dla klienta.....	25
4.2 Promocja.....	26
5 Obowiązki związane z zatrudnianiem pracowników.....	28



5.1	Obowiązki przedsiębiorcy względem umów cywilnoprawnych	28
5.2	Obowiązki przedsiębiorcy wynikające z przepisów BHP	29
5.3	Obowiązki przedsiębiorcy wynikające względem ZUS	29
6	Rozliczenie z ZUS.....	30
6.1	Ubezpieczenia społeczne pod które podlega osoba prowadząca działalność gospodarczą w Polsce.....	30
6.2	Terminy rozliczenia z ZUS	31
6.3	Rozliczenia z ZUS	32
6.3.1	Kiedy można skorzystać z ulgi na start	33
6.3.2	Kiedy można skorzystać z opłacania składek w zależności od wielkości osiąganego przychodu?	34
7	Rozliczenie z Urzędem Skarbowym	34
7.1	Rozliczanie Vat	35
7.1.1	Obowiązek podatkowy	35
7.1.2	Dostawa towarów	36
7.1.3	Split payment, czyli model podzielonej płatności	36
7.1.4	Świadczenia nieodpłatne	38
7.1.5	Refakturowanie.....	38
7.1.6	Dostawy łańcuchowe.....	38
7.2	e- deklaracje i JPK.....	39
7.3	Rozliczenia podatku dochodowego	39
7.4	Rozliczenie Akcyzy.....	39
8	Zawieszanie oraz zamykanie działalności gospodarczej	40
9	Bezpieczny biznes.....	40
9.1	Profil zaufany	40
9.2	Ryzyko handlowe a BIG	41
9.3	Ochrona danych osobowych i RODO	41
10	Handel zagraniczny.....	42
10.1	Rejestracja do VAT-UE	42
10.2	Import i eksport na gruncie podatku VAT.....	43
10.3	Pojęcie terytorium kraju, państwa członkowskiego, państwa trzeciego i Unii Europejskiej	44

Wstęp

Poradnik, który trzymasz w ręku, to źródło cennych informacji, jakie każdy przedsiębiorca prowadzący swój biznes powinien wiedzieć. W poradniku tym znajdziesz opis praw i obowiązków przedsiębiorcy, form i obowiązków związanych z zatrudnieniem pracowników, źródeł finansowania oraz wytycznych do skutecznego zarządzania promocją i marketingiem produktów oraz usług. Na jego kartach znajdziesz treści i pomocne wskazówki dotyczące rozliczeń z ZUS i US oraz handlu zagranicznego i bezpiecznego biznesu. Pamiętaj, że Twój sukces będzie możliwy, tylko wtedy, gdy osiągniesz wysoki poziom satysfakcji klienta i pogodzisz go z wysokim poziomem satysfakcji swoich kontrahentów, współpracowników, czy pracowników. Wszelkie zmiany dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej będą na bieżąco wprowadzane do przewodnika, tak by przedsiębiorca, który sięga do niego miał za każdym razem dostęp do aktualnych danych. Życzymy Tobie, aby ten poradnik był początkiem drogi, która zaprowadzi Cię do sukcesu.

Milej lektury!

1 Prawa i obowiązki przedsiębiorcy

Prawa i obowiązki przedsiębiorcy zostały dokładnie sprecyzowane w pakiecie ustaw tworzących tzw. Konstytucję biznesu 30.4.2018 r. Jednym z jej elementów jest ustawa z dnia 06.03.2018 r. – Prawo przedsiębiorców. <https://www.biznes.gov.pl/pl/ulatwienia-dla-biznesu/konstytucja-biznesu>

Prawo przedsiębiorców w porównaniu z ustawą z 02.07.2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej rozszerzyło katalog uprawnień przedsiębiorców. Przede wszystkim **wprowadziło zasadę, że co nie jest prawem zabronione, jest dozwolone**. Tym samym Prawo przedsiębiorców potwierdziło wolność przedsiębiorców w podejmowaniu i wykonywaniu działalności gospodarczej, o ile przepis prawa nie nakłada na nich obowiązku konkretnego działania albo nie zakazuje danego działania. Co więcej, Prawo przedsiębiorców potwierdziło związany charakter zezwoleń. Oznacza to, że organ zezwalający nie działa w ramach uznania administracyjnego i udziela zezwolenia przedsiębiorcy, który spełnia przewidziane prawem warunki wykonywanej działalności gospodarczej, o czym stanowi **art. 42 Prawa Przedsiębiorców**.

Omawiając problematykę uprawnień i obowiązków, należy w pierwszej kolejności odnieść się do wolności działalności gospodarczej. Stanowi ona, obok własności prywatnej oraz solidarności, dialogu i współpracy partnerów społecznych, jeden z filarów społecznej gospodarki rynkowej, będącej podstawą ustroju gospodarczego Rzeczypospolitej Polskiej.

1.1 Uprawnienia przedsiębiorców

W Prawie przedsiębiorców przedsiębiorcom przysługuje szereg uprawnień tj.:

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20180000646/U/D20180646Lj.pdf>



- podejmowania, wykonywania i zakończenia działalności gospodarczej (**art. 2**),
- podejmowania wszelkich działań, które nie są zakazane przez przepisy prawa (**art. 8**),
- zwolnienia od obowiązkowego ubezpieczenia społecznego (**art. 18**),
- statusu działalności nierejestrowanej (**art. 5**),
- zawieszenia wykonywania działalności gospodarczej (**art. 22–25**),
- uzyskania indywidualnej interpretacji przepisów (**art. 34–35**),
- odszkodowania za szkodę poniesioną na skutek wykonania czynności kontrolnych z naruszeniem prawa (**art. 46**),
- wniesienia sprzeciwu wobec podjęcia i wykonywania czynności przez organ kontroli z naruszeniem przepisów prawa (**art. 59**).

Najważniejszym uprawnieniem przedsiębiorców jest **prawo podejmowania, wykonywania i zakończenia działalności gospodarczej**, o którym mowa w **art. 2 Prawa Przedsiębiorców (PP)**.

https://orka.sejm.gov.pl/proc8.nsf/ustawy/2051_u.htm



Składa się ono na konstytucyjną wolność działalności gospodarczej. Wolność działalności gospodarczej podlega ograniczeniu tylko w drodze ustawy i tylko ze względu na ważny interes publiczny, zgodnie z **art. 22 Konstytucji RP**. W literaturze wskazuje się na domniemanie wolności podejmowania i prowadzenia działalności, o ile co innego nie wynika z przepisów ustawowych. Z zasadą wolności działalności gospodarczej związane jest też uprawnienie do podejmowania przez przedsiębiorców wszelkich działań, z wyjątkiem tych, które są zakazane przez przepisy prawa. Przedsiębiorcy mogą być zobowiązani do określonego zachowania tylko na podstawie przepisów prawa, o czym stanowi **art. 8PP**. Przepis ten wyraża zasadę, że to, co nie jest prawem zabronione, jest dozwolone.

Uprawnienie do zwolnienia od obowiązkowego ubezpieczenia społecznego tzw. **ulga na start** – uregulowane jest w **art. 18 PP**. stanowi szczególny rodzaj korzyści, jak również zachęty dla przedsiębiorców, którzy podejmują prowadzenie działalności gospodarczej po raz pierwszy albo ponownie po upływie dłuższego okresu. <https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zus/chce-rozliczac-zus/co-powinienes-wiedziec-zanim-zacziesz-placic-zus/ulga-na-start-wlasna-firma-przez-6-miesiecy-bez-zus> Ulga na start polega na tym, że przedsiębiorca przez okres 6 miesięcy od dnia podjęcia działalności gospodarczej **nie podlega obowiązkowym ubezpieczeniom społecznym**, do których należy ubezpieczenie emerytalne, rentowe i wypadkowe. Przedsiębiorca może przy tym zrezygnować z ulgi przez dokonanie zgłoszenia do ubezpieczeń społecznych, o czym stanowi **art. 18 ust. 2 PP**.

Ważnym uprawnieniem, które reguluje **art. 5 PP**, są kwestie związane z **działalnością nierejestrowaną**. Zgodnie z jego treścią działalność nierejestrowana to taka, z której przychód (kwoty należne, choćby nie zostały faktycznie otrzymane, po wyłączeniu wartości zwróconych towarów, udzielonych bonifikat i skont) należny nie przekracza w żadnym miesiącu 50% kwoty minimalnego wynagrodzenia oraz, która w okresie ostatnich 60 miesięcy nie wykonywała działalności gospodarczej. **Status działalności nierejestrowanej uprawnia do:**

- nie zgłaszania działalności w CEIDG, urzędzie skarbowym, GUS,
- nie opłacania okresowych zaliczek na podatek dochodowy (wykazuje w zeznaniu rocznym PIT-36),
- nie prowadzenia księgowości (osoba prowadząca działalność nierejestrowaną prowadzi uproszczoną ewidencję sprzedaży),
- nie opłacania składek ZUS oraz składania deklaracji ZUS.

Należy podkreślić, że działalność nierejestrowana nie ma zastosowania do działalności wykonywanej w ramach umowy spółki cywilnej. Dodatkowo z tego rozwiązania nie mogą korzystać typy działalności wymagających koncesji, licencji czy pozwolenia.

Kolejnym uprawnieniem przedsiębiorców jest **możliwość zawieszenia wykonywania działalności gospodarczej, przysługująca przedsiębiorcom niezatrudniającym pracowników**, stosownie do **art. 22 ust. 1 PP**. Uprawnienie to zostało rozszerzone również na przedsiębiorców, którzy zatrudniają wyłącznie pracowników przebywających na urlopie macierzyńskim, na warunkach urlopu macierzyńskiego, wychowawczym lub rodzicielskim niełączących korzystania z urlopu rodzicielskiego z wykonywaniem pracy u pracodawcy udzielającego tego urlopu, o czym stanowi **art. 22 ust. 2 PP**.

Przedsiębiorcom przysługuje także **uprawnienie do uzyskania indywidualnej interpretacji przepisów**, o czym stanowi **art. 34 ust. 1 PP**. Indywidualna interpretacja zawiera wyjaśnienie co do zakresu i sposobu zastosowania przepisów, z których wynika obowiązek świadczenia przez przedsiębiorcę daniny publicznej lub składek na ubezpieczenia społeczne czy zdrowotne, w indywidualnej sprawie przedsiębiorcy. Ustawa nie definiuje pojęcia **daniny publicznej**. Taką definicję zawiera natomiast art. 5 ust. 2 pkt 1 ustawy z 27.8.2009 r. o finansach publicznych.

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20190000869>

Interpretacja indywidualna nie jest wiążąca dla przedsiębiorcy, ale przedsiębiorca nie może być obciążony sankcjami administracyjnymi, finansowymi lub karami w zakresie, w jakim zastosował się do uzyskanej interpretacji indywidualnej, ani daninami w wysokości wyższej niż wynikająca z uzyskanej interpretacji, o czym stanowi **art. 35 ust. 1 PP**.

Ponadto, przedsiębiorcom zapewnione są też uprawnienia związane z kontrolą wykonywanej przez nich działalności gospodarczej. Należy do nich **możliwość wniesienia sprzeciwu wobec**

podjęcia i wykonywania czynności kontrolnych przez organ kontroli, o czym stanowi **art. 59 ust. 1 PP**. Sprzeciw wnosi się na piśmie do organu kontroli, którego czynność ta dotyczy, w terminie 3 dni roboczych od dnia wszczęcia kontroli przez organ kontroli lub wystąpienia przesłanki do wniesienia sprzeciwu **art. 59 ust. 3 i 4 PP**. W związku z przeprowadzaną kontrolą przedsiębiorca ma również prawo do odszkodowania za poniesioną szkodę wskutek wykonania czynności kontrolnych z naruszeniem przepisów prawa, o czym stanowi **art. 46 ust. 1 PP**.

1.2 Obowiązki przedsiębiorców

Do obowiązków nałożonych na przedsiębiorców Prawem przedsiębiorców należą:

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20180000646/U/D20180646Lj.pdf>

- wykonywanie działalności gospodarczej zgodnie z zasadami uczciwej konkurencji, poszanowania dobrych obyczajów oraz słusznym interesów innych przedsiębiorców i konsumentów, a także poszanowania oraz ochrony praw i wolności człowieka (**art. 9**),
- dokonanie wpisu do odpowiedniego rejestru (**art. 17 ust. 1**),
- dokonywanie rozliczeń bezgotówkowych w obrocie profesjonalnym (**art. 19**),
- posługiwanie się numerem NIP (**art. 20**),
- umieszczanie pisemnych informacji na towarach, ich opakowaniach, etykietach lub w instrukcjach lub dostarczanie informacji w inny, zwyczajowo przyjęty sposób (**art. 21**),
- uzyskanie wymaganych koncesji, zezwoleń lub wpisu do rejestru działalności regulowanej (**art. 37 ust. 1, art. 41 ust. 1 oraz art. 43 ust. 1**),
- wskazanie osoby upoważnionej do obecności przy wykonywaniu czynności kontrolnych przez organ kontroli (**art. 50 ust. 3**),
- prowadzenie i przechowywanie książki kontroli, upoważnień oraz protokołów kontroli (**art. 57**).



Jednym z najważniejszych obowiązków przedsiębiorców jest **dokonanie wpisu do odpowiedniego rejestru**. W przypadku przedsiębiorców będących osobami fizycznymi będzie to Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej, natomiast gdy przedsiębiorcą jest osoba prawną albo jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, właściwy będzie rejestr przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym **art. 17 ust. 1 PP**.

Równie ważnym obowiązkiem ciążącym na przedsiębiorcach jest wymóg uzyskania koncesji, zezwoleń lub wpisu do rejestru działalności gospodarczej. **art. 37 ust. 1 PP** oraz związany charakter zezwoleń, co oznacza, że organ udziela zezwolenia przedsiębiorcy, który spełnia wymagane prawem warunki wykonywania działalności gospodarczej **art. 42 PP**. Warto podkreślić, że w przypadku, gdy przepis prawa przewiduje wymóg uzyskania koncesji, zezwolenia albo wpisu do rejestru działalności regulowanej, a przedsiębiorca wykonuje działalność gospodarczą, nie dopełniając tego obowiązku, popełnia wykroczenie i podlega karze ograniczenia wolności albo grzywny, o czym stanowi **art. 60¹ § 1 KW**. Zgodnie z tym przepisem karze tej podlega również przedsiębiorca, który wykonuje działalność gospodarczą bez wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej.

Kolejnym obowiązkiem przedsiębiorców jest **dokonywanie i przyjmowanie płatności związanych z wykonywaną działalnością gospodarczą za pośrednictwem rachunku płatniczego przedsiębiorcy**, jeżeli stroną transakcji, z której wynika płatność, jest inny przedsiębiorca, a jednorazowa wartość transakcji, bez względu na liczbę wynikających z niej płatności, przekracza 15 000 zł lub równowartość tej kwoty.

Do obowiązków przedsiębiorców należy również **posługiwanie się numerem identyfikacji podatkowej (NIP)** w obrocie prawnym i gospodarczym. **art. 20 ust. 2 i 3 PP**. Co więcej, przedsiębiorcy wprowadzający towar do obrotu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej są obowiązani do zamieszczania na tym towarze, jego opakowaniu, etykiecie instrukcji lub do dostarczenia w inny, zwyczajowo przyjęty sposób pisemnych informacji w języku polskim **art. 21 ust. 1 ust. 2 i 3 PP**:



- określających firmę producenta, jego adres, a także państwo siedziby wytwórcy, jeżeli ma on siedzibę poza terytorium państw członkowskich Unii Europejskiej oraz państw członkowskich Europejskiego Stowarzyszenia Wolnego Handlu (EFTA) – stron umowy o Europejskim Obszarze Gospodarczym,
- umożliwiających identyfikację towaru, chyba że przeznaczenie towaru jest oczywiste.

W związku z kontrolą działalności gospodarczej na przedsiębiorcach **cięży powinność wskazania na piśmie osoby upoważnionej do obecności przy czynnościach kontrolnych, w szczególności w czasie nieobecności przedsiębiorcy**, o czym stanowi **art. 50 ust. 3 PP**. Do obowiązków przedsiębiorców **art. 57 ust. 1 PP** należy także **prowadzenie i przechowywanie w swojej siedzibie książki kontroli oraz upoważnień i protokołów kontroli**. W przypadku wszczęcia kontroli książka kontroli powinna być niezwłocznie okazana kontrolującemu **art. 57 ust. 6 PP**.



2 Formy zatrudnienia

Zatrudnienie jest rodzajem aktywności zawodowej, wyrażającym się w odpłatnym zaangażowaniu sił i umiejętności ludzkich (kapitału ludzkiego) w działalność podmiotu gospodarczego.

https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/pracownicy-w-firmie/chce-zatrudnic-pracownika/guide_126-DUZA_ZATRUDNIENIE_PRACOWNIKOW

Każde takie zatrudnienie jest swoistego rodzaju umową pomiędzy zatrudnionym/pracownikiem a zatrudniającym/pracodawcą i podlega regulacjom prawnym.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/pracownicy-w-firmie/chce-zatrudnic-pracownika/co-powinienes-wiedziec-zanim-zatrudnisz-pracownika/minimalna-tresc-umowy-o-prace>

Cechą wspólną różnych umów, w których możliwe jest zatrudnienie jest jasny podział. Pracodawca gwarantuje pracownikowi pracę na ściśle określonych warunkach i za ściśle określone wynagrodzenie, a pracownik zapewnia w zamian uczciwą i dobrze wykonaną pracę.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/pracownicy-w-firmie/chce-zatrudnic-pracownika/co-powinienes-wiedziec-zanim-zatrudnisz-pracownika/jaki-jest-koszt-zatrudnienia-pracownika-na-etacie>

W Polsce występują różne formy zatrudnienia. Ze względu na charakter prawny umów, dzieli się je na formy:

- **Kodeksu pracy (k.p.)**, czyli ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks pracy (**Dz.U. z 2014 r., poz. 1502, z późn. zm.**), który jest podstawowym źródłem prawa pracy, zawiera różne rodzaje **umowy o pracę**; w zależności od czasu trwania umowy, a także celu w jakim zostaje zawarta wyodrębnia trzy rodzaje umów o pracę: na okres próbny, na czas określony (w tym umowa na zastępstwo), na czas nieokreślony. Umowa o pracę nie jest jedyną formą nawiązania stosunku pracy. Kodeks pracy (k.p.) wyróżnia bowiem jeszcze: powołanie, mianowanie, wybór.

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU19740240141/U/D19740141Lj.pdf>

- **Kodeksu cywilnego (k.c.)**, czyli ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (**Dz.U. z 2016 r., poz. 380, z późn. zm.**), który reguluje stosunki cywilnoprawne między osobami fizycznymi i osobami prawnymi zawiera m.in. **umowę zlecenie i umowę o dzieło**.

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU19640160093/U/D19640093Lj.pdf>

Umowa o pracę - podpisując umowę o pracę, należy zwrócić uwagę na jej formę i treść.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/pracownicy-w-firmie/chce-zatrudnic-pracownika/co-powinienes-wiedziec-zanim-zatrudnisz-pracownika/minimalna-tresc-umowy-o-prace>





Tabela 1 Analiza porównawcza najczęściej zawieranych form zatrudnienia

Rodzaj umowy	Umowa o pracę	Umowa zlecenie	Umowa o dzieło
Regulacja prawna	Kodeks pracy	Kodeks cywilny (art. 734-751)	Kodeks cywilny (art. 627-646)
Czas trwania umowy	Na okres próbny na czas określony (w tym na zastępstwo) na czas nieokreślony	Nie podlega żadnym ograniczeniom czasowym	Nie podlega żadnym ograniczeniom czasowym
Składki ZUS	Obowiązkowe: emerytalne, rentowe, wypadkowe, zdrowotne, chorobowe	Obowiązkowe: emerytalne, rentowe, wypadkowe, zdrowotne dobrowolne: chorobowe	Brak obowiązku odprowadzania składek
Urlop	20 dni – gdy pracownik jest zatrudniony krócej niż 10 lat, 26 dni – gdy pracownik jest zatrudniony co najmniej 10 lat, urlop macierzyński – tak	Brak urlopu (chyba, że ujęte jest to w umowie), urlop macierzyński – nie	Brak urlopu, urlop macierzyński – nie
Okres wypowiedzenia	Okres próbny: 3 dni – przy zatrudnieniu do 2 tygodni 7 dni – przy zatrudnieniu ponad 2 tygodnie 14 dni – przy zatrudnieniu do 3 miesięcy. Czas określony i nieokreślony: 14 dni – przy zatrudnieniu krótszym niż 6 miesięcy 1 miesiąc – przy zatrudnieniu co najmniej 6 miesięcy 3 miesiące – przy zatrudnieniu co najmniej 3 lat	Może być rozwiązana za wypowiedzeniem w każdym czasie, przez każdą ze stron (art. 746)	Wygasa po wykonaniu dzieła i zapłacie należności, możliwość odstąpienia od umowy w każdym czasie



Tabela 2 Rodzaje umów według Kodeksu Pracy

Rodzaj umowy	Charakterystyka umowy	Uwagi
Umowa na okres próbny	Pracodawca może sprawdzić pracownika pod kątem umiejętności i kwalifikacji a pracownik może sprawdzić pracodawcę pod kątem warunków świadczenia pracy, zakresu czynności i atmosfery pracy	Najczęściej jest pierwszą umową zawieraną z pracodawcą
Umowa na czas określony	Może być zawarta po wygaśnięciu umowy na okres próbny lub jako pierwsza, której nie poprzedzała inna umowa. Umowa ta jest umową terminową	Pracownik ma prawo do urlopu wypoczynkowego, zwolnienia chorobowego, bezpłatnej opieki zdrowotnej, wynagrodzenia i okresu wypowiedzenia
Umowa na zastępstwo	Pracodawcy mogą ją zawierać w celu zapewnienia zastępstwa pracownika nieobecnego z przyczyn usprawiedliwionych, np. z powodu choroby, urlopu wychowawczego lub bezpłatnego	Umowa na zastępstwo jest szczególnym rodzajem umowy, do której stosuje się przepisy dotyczące umowy na czas określony
Umowa o pracę na czas nieokreślony	Zakłada ona istnienie stałej więzi prawnej między pracodawcą i pracownikiem oraz gwarantuje stabilność zatrudnienia. Jest to najkorzystniejsza dla pracownika forma zatrudnienia, która stwarza najdalej idące gwarancje, przede wszystkim w zakresie trwałości stosunku pracy. Zaletami umowy na czas nieokreślony dla pracownika są dłuższe okresy wypowiedzenia	Umowa zapewnia wszystkie przywileje wynikające z kodeksu pracy, a mianowicie: ubezpieczenie (emerytalne, rentowe, chorobowe, zdrowotne), ochronę wynagrodzenia (nie może być niższe od minimalnego oraz musi być wypłacane w określonym terminie), ochronę czasu pracy, trwałość stosunku pracy (okres wypowiedzenia), uprawnienia urlopowe, ochronę dla niektórych grup (kobiety, młodociani, niepełnosprawni)
Mianowanie	Mianowanie jest pozaumownym stosunkiem pracy nawiązywanym w drodze decyzji administracyjnej	Stosunek pracy na podstawie mianowania nawiązywany jest w przypadkach określonych w odrębnych przepisach. Te odrębne przepisy to tzw. pragmatyki służbowe. Są to akty prawne regulujące prawa i obowiązki grup pracowników służb publicznych. Takie szczególne zapisy zawierają m.in. ustawa o Prokuraturze, ustawa o służbie cywilnej, ustawa o pracownikach państwowych, Karta Nauczyciela
Powołanie	Stosunek pracy na podstawie powołania nawiązuje się w przypadku pracowników powoływanych do pełnienia funkcji w organach administracji państwowej	Powołanie powinno być dokonane na piśmie, a warunkiem jego powstania jest zgoda obu stron. Odwołanie jest równoznaczne z wypowiedzeniem umowy o pracę
Stosunek pracy z wyboru	Wybór stanowi podstawę nawiązania stosunku pracy w organizacjach społecznych i politycznych, choć może być taką podstawą także w organizacjach związkowych	Do nawiązania stosunku pracy na podstawie wyboru dochodzi jeśli z wyboru wynika obowiązek wykonywania pracy w charakterze pracownika



Tabela 3 Rodzaje umów cywilnoprawnych

Rodzaj umowy	Charakterystyka umowy	Uwagi
Umowa zlecenie	Przedmiotem umowy zlecenia jest wykonanie, przez przyjmującego zlecenie, określonej czynności prawnej (odpłatnie lub nieodpłatnie) na rzecz zleceniodawcy. Nie ma żadnych ograniczeń dotyczących czasu trwania umowy. W przypadku umów zlecenia koszty uzyskania przychodu wynoszą 20% lub 50% (stosowane przy korzystaniu z praw autorskich), podatek natomiast wynosi 18% podstawy wynagrodzenia	Zleceniobiorca ma obowiązek informować zleceniodawcę o przebiegu wykonywania umowy, a na zakończenie – przedstawić mu sprawozdanie z jej wykonania. Zlecenia są umowami starannego działania. Oznacza to, że ważna jest wykonywana praca na rzecz zleceniodawcy, która niekoniecznie musi prowadzić do określonego rezultatu. Kodeks cywilny nie zastrzega dla ważności umowy zlecenia żadnej formy, co oznacza, że może być ona zawarta w sposób dowolny tj. ustnie, pisemnie lub w sposób dorozumiany
Umowa o dzieło	Zawierając umowę o dzieło przyjmujący zamówienie zobowiązuje się do wykonania oznaczonego dzieła. Umowa o dzieło jest typową umową rezultatu, umową odpłatną i dwustronnie zobowiązującą. Warunkiem zaistnienia umowy o dzieło jest określenie w umowie, jakie dzieło ma wykonać przyjmujący zamówienie. Dzieło może mieć charakter materialny, np. stworzenie bazy danych, lub niematerialny, np. organizacja wycieczki	W przypadku kiedy dzieło ma charakter działalności twórczej, a umowa o dzieło przenosi prawa autorskie na zamawiającego można zastosować dosyć wysokie koszty uzyskania przychodu – 50%. W pozostałych przypadkach koszty uzyskania przychodu wynoszą 20%. Umowę o dzieło rozwiązuje się w przypadku śmierci lub niezdolności do pracy przyjmującego zlecenie. Dotyczy to jednak tylko tych dzieł, których wykonanie zależy od osobistych cech przyjmującego zamówienie. Czas przepracowany na takiej umowie nie jest wliczany do ogólnego stażu pracy
Umowa agencyjna	Umowa jest uregulowaniem świadczenia usług pośrednictwa między stronami umowy. Podpisując umowę agencyjną przyjmujący zlecenie (agent), zobowiązuje się, w zakresie działalności swego przedsiębiorstwa, do stałego pośredniczenia przy zawieraniu z klientami umów na rzecz dającego zlecenie. Zleceniodawca zobowiązuje się do zapłaty agentowi umówionego wynagrodzenia - prowizji	Umowa agencyjna daje agentowi pewne oszczędności. Wynikają one bowiem z tego, że agent, jako osoba prowadząca działalność gospodarczą, samodzielnie opłaca składki na ubezpieczenia społeczne, ale są one na stałym poziomie, niezależnym od wysokości osiągniętego wynagrodzenia. Ponadto agent może również skorzystać ze stałego, zryczałtowanego opodatkowania podatkiem dochodowym w wysokości 18%
Kontrakt menadżerski	Strony zawierające umowę, mogą na zasadzie autonomii woli stron i dojścia do wspólnego porozumienia, swobodnie określić swoje wzajemne prawa i obowiązki. Umowa menedżerska to umowa dwustronnie zobowiązująca i odpłatna. Podstawową jej treścią jest zarządzanie (prowadzenie) przedsiębiorstwa. Zawierając taką umowę, zarządca zobowiązuje się, za wynagrodzeniem, do stałego i efektywnego prowadzenia przedsiębiorstwa w imieniu i na rachunek drugiej strony	Charakterystyczną cechą kontraktu menedżerskiego jest również nienormowany czas pracy. Zarządcami mogą być osoby fizyczne, osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą i osoby prawne. Druga strona kontraktu musi być zawsze przedsiębiorcą. Przyjmuje się, że kontrakt menedżerski, to umowa starannego działania z elementami umowy rezultatu. Kontrakt menedżerski nie podlega także regulacjom gwarantującym ochronę zatrudnienia



3 Źródła Finansowania

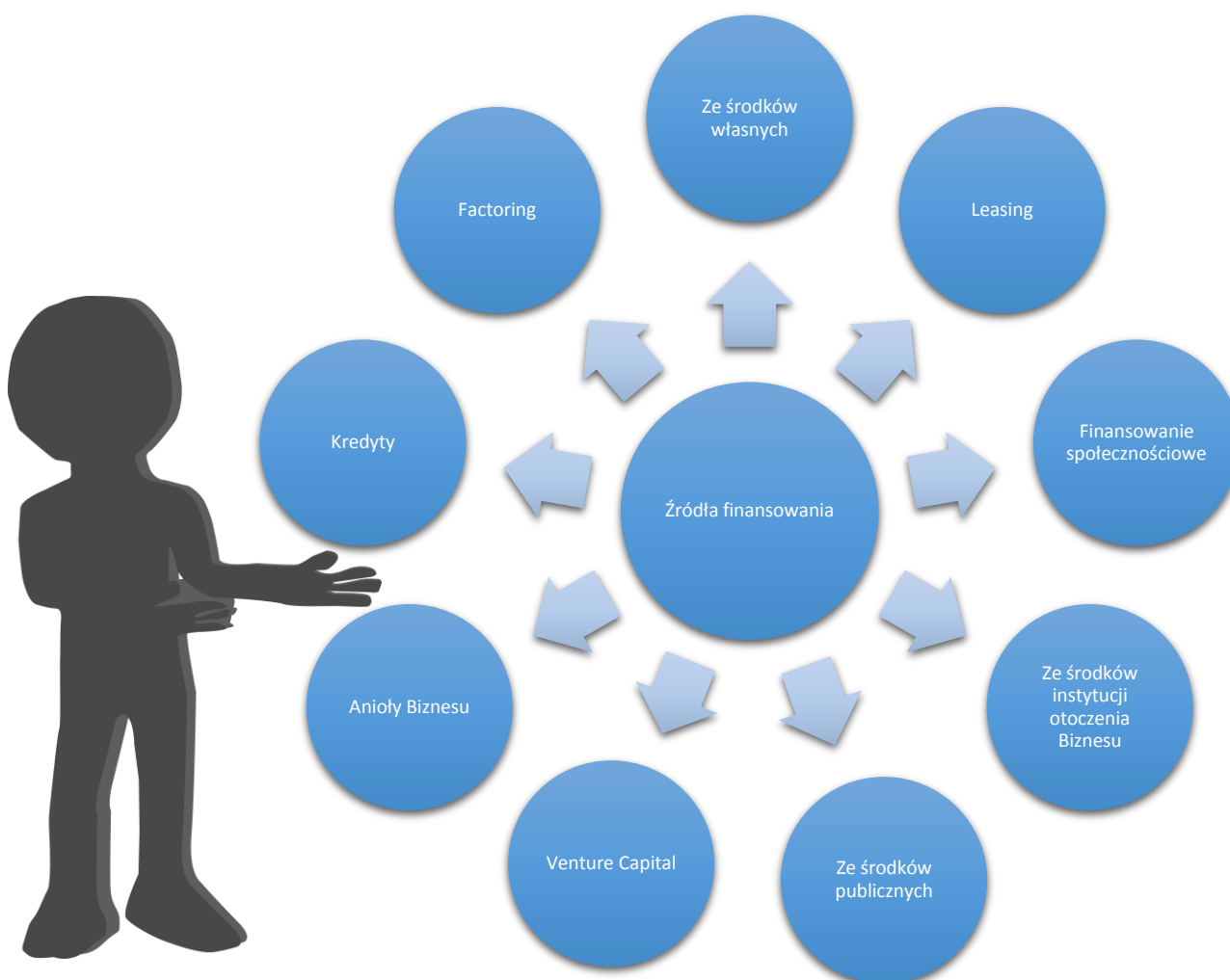
Dostęp do źródeł finansowania jest w warunkach rynkowych utrudniony, szczególnie dla nowopowstałych firm, które nie mają historii kredytowej i najczęściej nie posiadają własnych środków wystarczających na realizację wytyczonych celów i strategii. Dodatkowo muszą konkurować z już obecnymi na rynku, często większymi przedsiębiorstwami posiadającymi środki finansowe, techniczne oraz ugruntowaną pozycję rynkową. Dlatego to właśnie aspekt pozyskiwania finansowania stanowi jedno z najpoważniejszych wyzwań stojących przed nowopowstałym przedsiębiorstwami.

Problemem każdego nowopowstałego przedsiębiorstwa jest znalezienie optymalnej, dostosowanej do przyszłej fazy rozwoju specyfiki finansowania. Dlatego charakterystyka i opis poszczególnych form finansowania może stanowić zbiór rzetelnych informacji dla osób planujących rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej w postaci przedsiębiorstwa.

Nowe przedsiębiorstwo w początkowej fazie istnienia, potrzebuje na wejściu funduszy w celu rozwoju produktu lub usługi, które mają przynieść zyski w przyszłości. Problemem takich przedsiębiorstw bywa gwałtowny wzrost kosztów, przy jednoczesnym braku wzrostu przychodów. Możliwe źródła funduszy są bardzo zróżnicowane, dlatego wybór konkretnych źródeł oraz konfiguracja ich procentowego udziału w strukturze portfela przedsiębiorstwa muszą być uzależnione od typu działalności i w konsekwencji pozwalać na optymalne inwestowanie zgromadzonych środków.

Każde przedsiębiorstwo od momentu założenia, do likwidacji przechodzi przez kilka faz. Kluczową dla nowopowstałego przedsiębiorstwa jest wczesna faza istnienia przedsiębiorstwa, poprzedzająca stadium wzrostu, to okres w którym firma rozpoczyna produkcję, wchodzi na rynek i zaczyna przynosić zyski. Dzieli się ona na dwa etapy: zasiewu i startu. Faza zasiewu obejmuje tworzenie koncepcji produktów, budowy prototypów, przeprowadzanie wstępnych badań rynkowych, przygotowanie biznesplanu, stworzenie koncepcji organizacji przedsiębiorstwa. Faza startu obejmuje założenie przedsiębiorstwa, wykonanie wstępnych czynności prawnych, kompletowanie kadry, stworzenie koncepcji marketingowej, rozwój produktu i jego przygotowanie do wprowadzenia na rynek. W tej fazie przebiega faktyczne formowanie przedsiębiorstwa. Struktura kapitału jest silniej zróżnicowana niż w fazie zasiewu, gdyż możliwe jest już wsparcie od aniołów biznesów i funduszy venture capital. Prawdopodobieństwo uzyskania kredytów i innych produktów bankowych takich jak: leasing, czy factoring jest zależne całkowicie od zabezpieczeń, których mogą udzielić założyciele. W fazie zasiewu przedsiębiorca może liczyć najczęściej tylko na kapitały własne lub wsparcie z instytucji publicznych, czy inkubatorów przedsiębiorczości. Dopiero inwestor znający założenia strategii rynkowej i wysokość ewentualnego zwrotu z inwestycji może podjąć decyzje nt. przekazania funduszy przedsiębiorstwu. Dodatkowo duże ryzyko utraty kapitału w fazie zasiewu sprawia, że inwestycja w takie przedsięwzięcie jest nieatrakcyjna. Dlatego to druga faza, czyli start, otwiera przed przedsiębiorstwem możliwości pozyskiwania kapitału zewnętrznego.

Dla młodych przedsiębiorstw, z uwagi na brak historii finansowej, zakres możliwości finansowania działalności jest ograniczony. Dlatego problematyka finansowania przedsiębiorstw start-up oparta jest na skutecznym poszukiwaniu kapitałów zewnętrznych. Kapitały zewnętrzne zawsze pozwalają na bardziej elastyczne działania przedsiębiorstwa niż kapitały własne, gdyż pozwalają na dokonywanie inwestycji przekraczających własne możliwości finansowe. Dawcy kapitałów własnych przedsiębiorstwa nabywają prawo własności do odpowiadającej ich udziałom wartości przedsiębiorstwa, dlatego pozyskując kapitały własne z zewnętrznych źródeł istnieje ryzyko częściowej utraty kontroli nad przedsiębiorstwem przez pierwotnych właścicieli. Ponieważ finansowanie wewnętrzne jest niemal niedostępne dla młodych przedsiębiorstw bardziej odpowiednią klasyfikacją będzie podział na źródła kapitału własne i obce.



Rys.1 Źródła finansowania dla polskich przedsiębiorstw.



3.1 Finansowanie ze środków własnych



Zainwestowanie w przedsięwzięcie własnego czasu i funduszy jest pierwszym krokiem do uzyskania kapitału zewnętrznego. Inwestorzy oczekują od przedsiębiorcy włożenia własnych zasobów finansowych i poniesienie ryzyka związanego z utratą kapitału zanim i oni podejmą się tego ryzyka inwestując w nowe przedsięwzięcie. Zaletą tego jest możliwość ograniczenia środków, które zostaną przeznaczone na tworzenie przedsiębiorstwa, a w następstwie zarządzania celami i kierunkami działania właśnie w zależności od wysokości funduszy. Oczywistymi wadami takiego rozwiązania są spowalnianie rozwoju firmy bądź nieoptymalne wykorzystywanie jej potencjału oraz fakt całkowitego obciążenia założycieli ryzykiem finansowym.

Jeśli oszczędności i osobiste możliwości kredytowe zostały wyczerpane, kolejnym krokiem w poszukiwaniu zasobów finansowych jest zwrócenie się do tzw. „4F” –: Family (rodzina), Friends (przyjaciele) and Fools (znajomi, przypadkowi inwestorzy) oraz założycieli („Founders”). Główna zaleta finansowania 4F czyli pozyskiwanie środków na bazie bliskich więzi i zaufania może przekształcić się w jej główną wadę, najczęściej fundusze te są wystarczające na kilka pierwszych miesięcy istnienia przedsiębiorstwa

3.2 Anioły Biznesu

Uzyskanie ze środków własnych kwot większych niż kilkadziesiąt, kilkaset tysięcy złotych jest trudne, a większość funduszy venture capital zajmuje się finansowaniem inwestycji rzędu kilkunastu milionów złotych, powstaje tzw. luka kapitałowa. Uzupełnieniem tej luki mogą być właśnie anioły biznesu. Aniołami biznesu są najczęściej zamożne osoby, które inwestują swój prywatny kapitał w małą grupę przedsiębiorstw. Ważnym aspektem wsparcia aniołów biznesu jest, oprócz środków finansowych, także ich wiedza, doświadczenie, kontakty lub też know-how z danej dziedziny. Motywacją aniołów biznesu jest głównie przyszły zysk, ale także osobista satysfakcja z wyzwania jakim jest wspieranie nowego przedsięwzięcia. Ta forma dofinansowania jest dla przedsiębiorstwa dużo droższa niż w przypadku korzystania z produktów dłużnych, takich jak kredyty, ale związana jest z dużo wyższym ryzykiem inwestora i często jest jedyną możliwą formą pozyskania kapitału, choćby ze względu na brak zabezpieczeń finansowych przedsiębiorstwa.

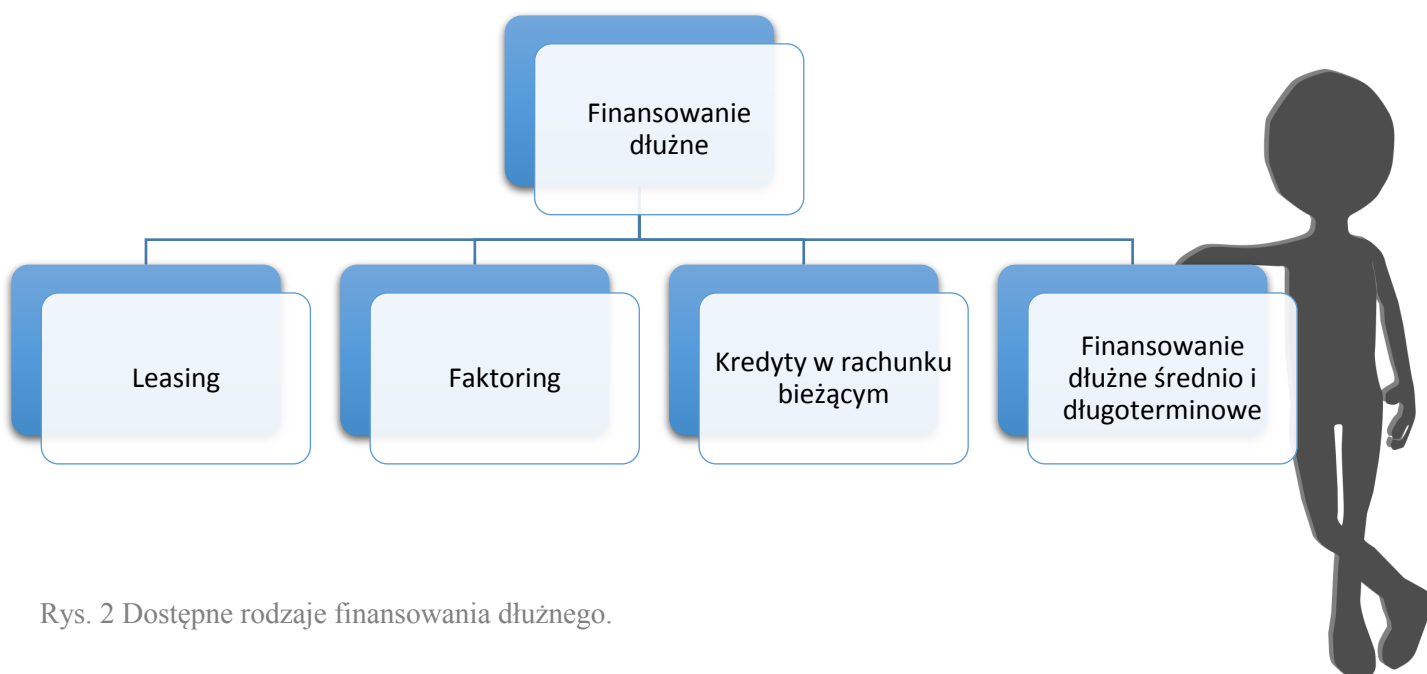
3.3 Fundusze venture capital

Zbliżoną formą dokapitalizowania przedsiębiorstwa poprzez objęcie udziałów jest venture capital. Fundusz venture capital staje się faktycznie współwłaścicielem przedsiębiorstwa. Inwestorem jest struktura prawna zwana funduszem, a nie osoba prywatna, jak ma to miejsce w przypadku aniołów biznesu. Inwestycja jest dokonywana na ściśle określony czas, po którym fundusz wycofuje zaangażowane środki np. poprzez sprzedaż udziałów. Dlatego dawca kapitału bierze aktywny udział w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Celem inwestora jest wspieranie wzrostu wartości przedsiębiorstwa i jego wydajności rynkowej, gdyż te czynniki są decydujące dla zysku dawcy venture capital w momencie zakończenia finansowania. Instytucje tworzące fundusze venture capital, w odróżnieniu do instytucji finansowania dłużnego posiadają pełny dostęp do wewnętrznych danych przedsiębiorstwa, kontroli procesów zarządczych, a także prawo głosu w ustalaniu decyzji strategicznych. Jednocześnie inwestorzy venture capital nie dążą do uzyskania roli partnera dominującego, dopuszczając sytuacje, gdy są jednymi z wielu mniejszych partnerów, ale nigdy nie przyjmują pozycji inwestora pasywnego. Pojęciem ściśle powiązanym z venture capital jest private equity określający kapitały prywatne dostępne dla przedsiębiorstw, które nie są notowane na giełdzie papierów wartościowych.



3.4 Finansowanie dłużne

Uwarunkowany historycznie rozwój systemu bankowego w Europie, zdecydował o tym, że produkty bankowe są wciąż najistotniejszym źródłem finansowania dla przedsiębiorstw sektora MŚP w Polsce. Finansowanie dłużne może być klasyfikowane w różny sposób. Najpowszechniejszym kryterium jest perspektywa czasowa, czyli okres udzielania kredytu. Celami finansowania krótkoterminowego są przede wszystkim pokrycie bieżącego zapotrzebowania na środki obrotowe oraz poprawa płynności finansowej. Praktyka nowopowstających przedsiębiorstw pokazuje, że przedsiębiorcy starają się jednak unikać zadłużenia, na rzecz niestandardowych metod poprawy bieżącej płynności takich jak: prywatne zadłużanie właścicieli, zaniżanie pensji pracowników, opóźnianie spłat zobowiązań, czy próby podjęcia działalności w innych segmentach rynkowych. Istnieją jednak dwa instrumenty dłużne, pozwalające na stabilizację płynności finansowej, czyli leasing i factoring.



Rys. 2 Dostępne rodzaje finansowania dłużnego.

3.4.1 Leasing

Leasing umożliwia korzystanie z aktywów trwałych, bez konieczności ich zakupu, w zamian za serię cyklicznych płatności na rzecz leasingodawcy. Ponieważ leasing jest formą bezpiecznego kredytowania, bez potrzeby ustanawiania dodatkowych zabezpieczeń, wymagania są niższe niż w przypadku innych produktów dłużnych. Wadą leasingu jest wyższy koszt w stosunku do klasycznych pożyczek, zaletą możliwość zakwalifikowania tego kosztu w ciężar uzyskania przychodu. Po zakończeniu umowy leasingu, przedsiębiorca nabywa prawo do finalnego nabycia mienia, związanego z wykupem. Możliwość uzyskania leasingu dla poszczególnych przedsiębiorstw zależy od indywidualnej sytuacji ekonomicznej, branżowej oraz zdolności kredytowej. Dodatkową zaletą leasingu dla młodych przedsiębiorstw jest poprawa płynności.

3.4.2 Faktoring



Faktoring jest formą transakcji handlowych, w których wyspecjalizowana instytucja finansowa nabywa w drodze cesji od przedsiębiorstw prawo do roszczenia o zapłatę kwot należnych im z tytułu prowadzonej działalności, w szczególności ze sprzedaży. W większości przypadków polega to na przekazaniu przedsiębiorstwu przez faktora płatności, przed zakończeniem jej okresu wymagalności, należnej za zakup produktu lub usługi przez klienta. Faktor zarazem nabywa prawo do ściągnięcia należności od klienta w terminie wymagalności płatności. Instytucja faktoringowa ponosi ryzyko związane z opóźnieniem, a nawet brakiem płatności od klientów. Usługa faktoringowa jest realizowana na bazie prowizji od wartości objętej nią sprzedaży, ponadto najczęściej podlega niej tylko 80 do 90 % kwoty poszczególnych płatności.

Zasadniczą zaletą dla sprzedawców, płynącą z faktoringu, jest fakt, że środki zatrzymane w przedsiębiorstwie są zwracane natychmiast po dokonaniu transakcji. Opłaty faktoringowe zależą od obrotu firmy oraz estymowanego ryzyka stopnia ściągłości zobowiązań. Istnieją także instytucje finansowe oferujące faktoring dla mniejszych przedsiębiorstw, ale wtedy umowy takie są obciążone dodatkowymi warunkami jak: oferowane produkty i usługi muszą być kierowane wyłącznie do klientów biznesowych, struktura produktowa i poziom sprzedaży muszą być stabilne, a wartości pojedynczych sprzedaży nie mogą być zbyt niskie. Młode przedsiębiorstwa planujące korzystanie z faktoringu, w celu budowy rezerwy kapitałowej muszą przeanalizować koszty usługi, mogące zminimalizować oczekiwane korzyści.

3.4.3 Kredyty w rachunku bieżącym

Najpopularniejszą formą krótkoterminowego finansowania dłużnego są linie kredytowe. Pozwalają one na dowolne wykorzystanie środków finansowych, aż do wysokości dostępnego limitu kredytowego. Linie kredytowe stanowią przede wszystkim źródło finansowania dla aktywów obrotowych i nie powinny być używane do pozyskiwania długoterminowych aktywów trwałych. Oprocentowanie kredytów w rachunku bieżącym jest znacząco wyższe niż kredytów długoterminowych, podnosząc znacznie koszt długoterminowych dużych inwestycji. Siłą kredytów bieżących jest poprawa płynności finansowej przez zabezpieczenie ciągłej możliwości spłaty zobowiązań. W praktyce dostęp do linii kredytowych jest odbierany przedsiębiorstwom dopiero w momencie znacznego pogorszenia ich sytuacji finansowej, zagrażającej spłacie otrzymanego kredytu. Zaletami kredytów w rachunkach bieżących jest elastyczność korzystania ze środków, dostępność we wszystkich transakcjach bankowych oraz możliwość wykorzystania na określony cel. Głównymi wadami są stosunkowo wysokie oprocentowanie oraz ryzyko odebrania dostępu do linii kredytowej przez bank, bez wcześniejszego uprzedzenia.



3.4.4 Finansowanie dłużne średnio i długoterminowego

Podstawowymi źródłami średnio i długoterminowego kapitału dłużnego dla przedsiębiorstw MŚP są banki oraz instytucje oferujące mikropożyczki. Dostęp do kredytów bankowych dla nowych i małych przedsiębiorstw jest bardzo mocno ograniczony z uwagi na niewielki rozmiar organizacji oraz nikłą zdolność kredytową. Młode przedsiębiorstwa mogą liczyć na atrakcyjnie oprocentowane kredyty dopiero po upływie roku od rozpoczęcia działalności i 6 miesięcy w przypadku leasingów (ograniczonych do niektórych towarów np. samochodów). Obecna w Polsce oferta kierowana do nowych przedsiębiorstw jest uboga i stanowi mocno ograniczone źródło finansowania.



3.5 Crowdfunding - finansowanie społecznościowe

Projekty crowdfundingowe różnią się od siebie zarówno celem, jak i wielkością zapotrzebowania finansowego. Portale crowdfundingowe pobierają zazwyczaj kilkuprocentowe prowizje od zgromadzonych kwot. Praktycznie nie istnieją ograniczenia dotyczące typu projektów i branży, dlatego crowdfunding może spełniać funkcję źródła kapitału zaangażowanego dla start-upów. Crowdfunding polega na pozyskiwaniu funduszy od dużych społeczności wirtualnych, gdzie każda jednostka przekazuje bardzo małą kwotę. Crowdfunding można zastosować w czterech różnych kontekstach.

Pierwszy mający charakter zbiórki publicznej najczęściej na cele dobroczynne, stawia fundatorów w roli filantropów nieoczekujących zwrotu przekazanych donacji.

Drugi kontekst odnosi się do modelu mikropożyczek. Jest on realizowany za pośrednictwem portali pozwalających zgłosić zapotrzebowanie finansowe oraz określić proponowane oprocentowanie.

Trzecia koncepcja, crowdfunding nie udziałowy, obecnie najpopularniejsza opiera się na nagradzaniu fundatorów za udzielone wsparcie w sposób niemający charakteru przychodu finansowego np. w formie bonusów, wymienienia z imienia i nazwiska jako inwestorów lub też w formie zniżek na mające powstać w przyszłości produkty.

Ostatnia koncepcja przyjmuje formę finansowania społecznościowego o charakterze udziałowym, w jej ramach wszyscy fundatorzy za wsparcie otrzymują prawa właścicielskie i majątkowe w postaci udziałów, akcji bądź umów regulujących stosunki pomiędzy stronami. Ta forma inwestowania jest obiektem ścisłych regulacji prawnych.

3.6 Źródła finansowania przedsiębiorstw typu start-up ze środków publicznych

Główną instytucją publiczną, której zadania koncentrują się na stymulowaniu i kreowaniu postaw przedsiębiorczych w Polsce jest powołana Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. Jest to instytucja realizująca Program Operacyjny Inteligentny Rozwój (PO IR). <https://www.poir.gov.pl/> Dofinansowanie kierowane jest do przedsiębiorstw (w szczególności MŚP), jednostek naukowych, parków technologicznych, czy funduszy kapitałowych i skupione jest na wspieraniu całego procesu powstawania innowacji od fazy inkubacji pomysłu, poprzez prototypowanie, badania rozwojowe, aż do wdrożenia.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zakladanie-firmy/chce-wiedziec-jak-zalozyc-wlasna-firme/zanim-zdecydujesz-sie-na-wlasna-firme/dofinansowanie-na-start-firmy>

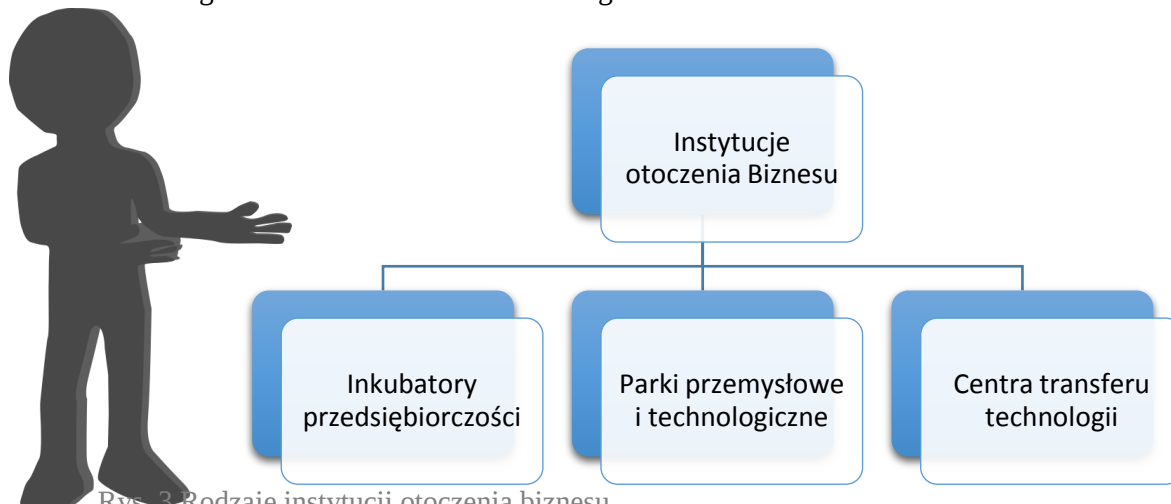
Oprócz dofinansowań bezzwrotnych istnieją także produkty dłużne współfinansowane ze środków Unii Europejskiej oferowane przez instytucje publiczne, należą do nich: <https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/rozwoj-firmy/chce-znalezc-finanse-na-rozwoj-firmy/gdzie-szukac-pieniedzy-na-rozwoj-firmy/pieniadze-z-ue-na-rozwoj-firmy>

Fundusze pożyczkowe, fundusze poręczeniowe, Europejski Fundusz Inwestycyjny https://www.funduszeuropejskie.2007-2013.gov.pl/slownik/Strony/Europejski_Fundusz_Inwestycyjny.aspx, Inicjatywa JEREMIE <http://www.jeremie.com.pl/>.

Fundusze pożyczkowe i poręczeniowe mogą stanowić poszerzenie oferty produktów dłużnych dla przedsiębiorstw MŚP, dlatego należy je także rozpatrywać jako potencjalne źródło kapitału dla start-upów, gdzie dostępność konkretnych źródeł jest jednak zależna od charakterystyki danego przedsiębiorstwa i realizowanych projektów.

3.7 Finansowanie przedsiębiorstw w ramach instytucji otoczenia biznesu

Na obszarze Polski aktywnych jest wiele organizacji zajmujących się szeroko rozumianym wsparciem przedsiębiorstw. Udzielana pomoc obejmuje szkolenia, doradztwo, usługi badawczo-rozwojowe, pomoc w nawiązaniu kontaktów biznesowych, a także wsparcie w zdobyciu kapitału. Dla start-upów IT szczególne znaczenie mają trzy grupy organizacji: inkubatory przedsiębiorczości, parki technologiczne i centra transferu technologii.



Rys. 3 Rodzaje instytucji otoczenia biznesu.

3.7.1 Inkubatory przedsiębiorczości

Inkubatory przedsiębiorczości są to organizacje, których celem jest wsparcie przedsiębiorców z sektora MŚP (w szczególności mikroprzedsiębiorstw) rozpoczynających lub dopiero planujących działalność gospodarczą. Zadaniem inkubatorów jest stworzenie warunków do tworzenia i startu przedsiębiorstw oraz pomoc we wczesnych fazach cyklu rozwojowego. Inkubatory dysponują przestrzenią złożoną zazwyczaj z szeregu pomieszczeń przygotowanych do prowadzenia działalności produkcyjnej lub usługowej. Wsparcie oferowane na korzystnych warunkach finansowych kierowane jest w szczególności do potencjalnych przedsiębiorców z dobrze przygotowanym i zatwierdzonym biznesplanem. Istnieją wyodrębnione organizacyjnie inkubatory technologiczne skupione na wspieraniu przedsiębiorstw planujących wprowadzenie na rynek produktów lub usług w wyniku wdrożenia nowych technologii. Oferują one pomoc w zakresie prawnym, wsparcia patentowego, w pozyskaniu zewnętrznego finansowania, a także dostęp do laboratoriów oraz wsparcie środowiska niekonkurencyjnych przedsiębiorstw borykających się z podobnymi problemami. Szczególnie rozpowszechnione są inkubatory tworzone w otoczeniu szkół wyższych – tzw. inkubatory przedsiębiorczości akademickiej (AIP).

3.7.2 Parki przemysłowe i technologiczne

Parki przemysłowe są zespołami wyodrębnionych organizacyjnie i własnościowo nieruchomości i gruntów, stwarzającymi możliwości prowadzenia działalności gospodarczej przedsiębiorcom, w szczególności MŚP. Parki technologiczne natomiast są zespołami wyodrębnionych organizacyjnie i własnościowo nieruchomości i gruntów, wraz z infrastrukturą naukowo techniczną, utworzonymi w celu ułatwienia przepływu wiedzy i technologii pomiędzy jednostkami naukowymi, a przedsiębiorcami. Parki technologiczne wykorzystują nowoczesne technologie oraz umożliwiają przedsiębiorcom prowadzenie działalności gospodarczej. Pojęcie parku przemysłowego i technologicznego stosuje się w zależności od przyjętego profilu działalności, ale często inicjatorami takich parków są samorządy lokalne we współudziale lokalnych instytucji naukowych, co sprzyja przepływowi nowoczesnych technologii dlatego istnieje także forma pośrednia czyli park przemysłowo-technologiczny. Pomoc uzyskana od parków musi zostać zwrócona, ale najczęściej na preferencyjnych indywidualnie określonych warunkach, niedostępnych bezpośrednio dla przedsiębiorcy bez wsparcia parku.

3.7.3 Centra transferu technologii

Centra transferu technologii są instytucjami, których celem jest eksploatacja i udostępnianie wiedzy, a także zarządzanie własnością intelektualną. Główne zadania centrów transferu technologii to wspieranie przedsiębiorczości, promowanie wyników badań naukowych oraz kreowanie współpracy z biznesem. Z punktu widzenia nowych przedsiębiorstw współpraca z centrami może być realizowana np. w ramach konkursów pozwalających uzyskać dofinansowanie. Przykładem może być cykliczny konkurs „Pomysł na biznes”. Najlepsze projekty uzyskują kilkadziesiąt tysięcy PLN jednorazowej bezzwrotnej dotacji na dowolny cel. Monitorowanie działalności centrów transferu technologii może być szansą dla start-upów na uzyskanie wsparcia doradczego, technologicznego lub też finansowego.



4 Promocja i marketing

Istotą marketingu jest dostosowanie działalności firmy do potrzeb rynku i konsumenta. Marketing pozwala wytwarzać produkty, czy usługi zgodnie z zapotrzebowaniem nabywców, a także dostarczać je na rynek w odpowiedniej formie, czasie, miejscu, w odpowiedniej cenie, z odpowiednim komunikatem. Największą wartością dla klienta jest sprawnie skonstruowana i szybko dostarczona informacja. Najważniejsze założenia prowadzenia biznesu to:

1. **Konsument** i jego potrzeby są głównymi obszarami zainteresowania przedsiębiorcy, dlatego ich znajomość i zrozumienie stanowią podstawę w prowadzeniu firmy;
2. Pożądane **wyniki ekonomiczne** firma osiąga dzięki wysokiemu poziomowi satysfakcji swoich klientów i pracowników;
3. **Potencjał własnej firmy** jest w mniejszym stopniu odpowiedzialny za rozwój firmy w porównaniu z **potencjałem rynku**, który należy świadomie analizować i wyszukiwać okazji;
4. Podstawą działania przedsiębiorstwa jest prowadzenie szerokich i systematycznych badań w zakresie wszystkich elementów **marketingu mix** (produkt, cena, dystrybucja, promocja, personel, procesy, świadczenia materialne).

4.1 Marketing w praktyce

Prowadząc działalność gospodarczą nie można zapomnieć o zadowolonym kliencie stąd w pierwszej kolejności musimy odpowiedzieć sobie na pytania:



- Dlaczego klienci zainteresują się naszą ofertą i dokonają zakupu ?
- Co będzie stanowić najważniejszą wartość dla klienta, co będzie dla niego głównym magnesem ?
- Jak znaleźć klienta ?
- Kto jest najwartościowszym klientem ?
- Jak dokonać segmentacji rynku

Niekiedy jest to bardzo dobra, wygodna dla klientów lokalizacja, czasami bardzo dobra fachowa obsługa – znany i ceniony specjalista, a nie raz najniższa na rynku cena lub koszt eksploatacji. Obecnie marketing prowadzony przez firmy kładzie nacisk na tworzenie i utrzymywanie dobrych, długookresowych relacji z klientami i innymi zewnętrznymi kontrahentami. Należy pamiętać, że każda analiza przychodów firm wskazuje na to, że lojalni klienci są źródłem większych dochodów niż nowo pozyskani klienci dla firmy.

Potrzeby i preferencje nabywców na nasze produkty, usługi są coraz bardziej rozproszone i zróżnicowane. Dlatego niezbędną czynnością w zakresie działań marketingowych jest dokonanie segmentacji i wybór grupy docelowej. W pierwszej kolejności należy wymienić wszystkie grupy klientów, które mają potrzebę skorzystania z naszej lub podobnej oferty. Po wypisaniu ich musimy przejść do drugiego etapu, w którym należy odpowiedzieć na pytania:

Dla jakiej grupy klientów moja oferta będzie najkorzystniejsza ?

Która grupa klientów najlepiej odpowie na moje największe atuty ?

Jeśli będą to na przykład młode kobiety z dużych miast, to musimy zastanowić się, jak dotrzeć do tej grupy nie tylko z informacją, że istniejemy, ale że nasza oferta jest najlepsza. Jaki kanał komunikacji wybrać: ulotka, czy billboard, czy reklama w radio. Jak zbudować komunikat, żeby był zrozumiały i zachęcający do skorzystania z naszej oferty. Nie jest to proces łatwy. Należy mu poświęcić dostateczną uwagę i czas, tak żeby nasz cały wysiłek w tworzenie firmy nie poszedł na marne.

4.1.1 Segmentacja rynku

Stosowanie segmentacji rynku pozwoli:

- określić zróżnicowanie potrzeb klientów, motywów i przyczyn zakupu danego produktu, co umożliwi selekcję segmentów i wybór tych, które firma może najlepiej obsłużyć ze względu na posiadane możliwości i oczekiwane efekty ekonomiczne;
- przygotować produkt do wymogów konkretnego rynku i spełnić wymagania nabywców skuteczniej od konkurentów;
- skierować na rynek odpowiednie formy aktywizacji sprzedaży, atrakcyjnej ceny i sposobów dystrybucji;
- zauważać zmiany na rynku dzięki obserwacji jego segmentów i szybko się do nich dostosowywać.

Trzy kroki w skutecznej segmentacji:

1 krok – kto może być moim klientem ?

2 krok – kto będzie najbardziej zadowolony z mojej oferty ?

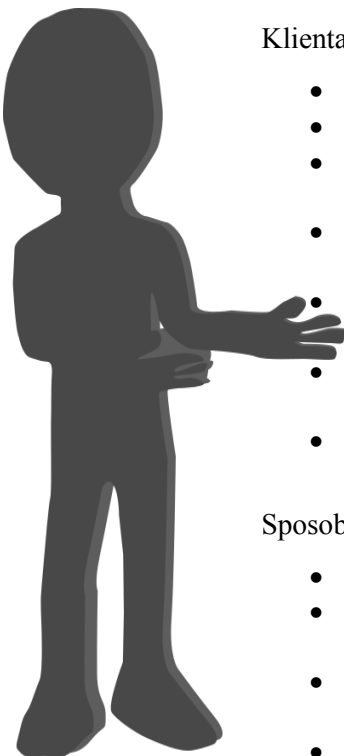
3 krok – jak dotrzeć do głowy mojej grupy docelowej i uświadomić, że moja oferta jest dla niej najkorzystniejsza ?

Klienta należy scharakteryzować poprzez cechy:

- Geograficzne: region, klimat, topografia, typ i wielkość miejscowości;
- Pozycja społeczna: samotni niezależni, rodziny z dziećmi, rodzice bez dzieci, emeryci;
- Demograficzne: liczba ludności, wiek, płeć, stan cywilny, cykl życia, wyznanie, wykształcenie, zawód, budowa ciała, waga, wzrost;
- Ekonomiczne: dochód na osobę, dochód na gospodarstwo, źródła dochodów, zasoby majątkowe;
- Społeczne: klasa społeczna, grupa odniesienia, prestiż, styl życia, spędzanie wolnego czasu, wpływy kulturowe;
- Psychograficzne: hierarchia wartości, uznawane normy, osobowość, motywy zakupów, wrażliwość na instrumenty marketingowe;
- Kryteria behawioralne: okazje zakupowe, poszukiwanie korzyści, stopień lojalności, gotowość do zakupu, postawa wobec produktu.

Sposoby obsługi rynków docelowych:

- Działania niezróżnicowane: marketing mix jako model obsługi całego rynku
- Działania zróżnicowane: marketing mix przystosowany do kilku wybranych segmentów i tworzy odrębną ofertę do każdego z nich;
- Działania skoncentrowane: oznacza skupienie się na jednym segmencie oraz wyspecjalizowaniu oferty na konkretnym odbiorcy;
- Działania zindywidualizowane: obsługa kontrahenta na indywidualne zamówienie.



4.1.2 Strategie marketingowe

Strategia produktu to proces dostosowania produktu do obecnych oraz przyszłych potrzeb i oczekiwań odbiorców. Produktem nazywamy każdy obiekt rynkowej wymiany. Produkt składa się z cech materialnych i niematerialnych, tworząc wartość użytkową dla nabywcy. Należy pamiętać, że konsument kupuje określone korzyści, satysfakcję i zadowolenie, które dostarcza mu produkt. Korzyści dla nabywcy produktu to:



- Korzyści wynikające z cech i właściwości fizycznych produktu;
- Korzyści wynikające z jakości wykonania produktu – trwałość, niezawodność;
- Korzyści wynikające ze stylu, wzornictwa i estetyki produktu;
- Korzyści wynikające z opakowania
- Korzyści wynikające z rozwiązań prawnych o produkcie – bezpieczeństwo, gwarancja, legalność produktu;
- Korzyści wynikające z usług wzbogacających produkt – bezpłatny serwis.

Najczęściej firma na rynku oferuje cały portfel produktów. Polityka kształtowania asortymentu jest bardzo ważnym elementem przyjętej strategii. Polityka szerokiego asortymentu firmy zwiększa zakres wyboru oferty dla odbiorcy.

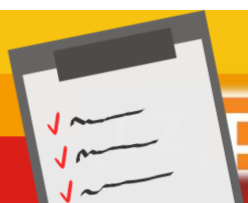
4.1.3 Strategie marketingu mix

Bardzo ważnym elementem działalności firmy jest przyjęcie właściwej strategii marketingu mix, odnosząc się do fazy życia produktu.

Tabela 4 Rodzaje strategii Marketingu MiX

Rodzaj strategii	Faza wprowadzenia produktu	Faza wzrostu produktu	Faza dojrzałości produktu	Faza spadku produktu
Strategia produktu	Oferowanie podstawowej wersji produktu	Oferowanie nowych odmian produktu, dodatkowych usług	Modyfikacja produktu, wejście z produktem na nowe rynki	Podtrzymanie produktu lub usunięcie z rynku
Strategia ceny	Cena promocyjna lub cena wysoka	Cena wysoka lub cena promocyjna	Cena dorównująca lub przebijająca konkurencje	Obniżenie ceny
Strategia dystrybucji	Selekcja kanałów	Dystrybucja intensywna	Dystrybucja bardzo intensywna	Usuwanie niezyskowych kanałów
Strategia promocji	Uświadomienie istnienia produktu	Budowanie świadomości produktu na rynku masowym	Przypominanie o produkcie	Ograniczenie do niezbędnego poziomu

Istotnym elementem marketingu mix jest dystrybucja, oparta o kanały. Kanały to ten element modelu biznesowego, który wskazuje, w jaki sposób firma komunikuje się z poszczególnymi segmentami swoich klientów i w jaki sposób przekazuje im swoją propozycję wartości. Od charakteru kanałów komunikacji, dystrybucji i sprzedaży zależy, w jakiego rodzaju interakcje firma wchodzi ze swoimi klientami. Kanały pełnią kilka ważnych funkcji: **podnoszą świadomość klientów na temat produktów i usług znajdujących się w ofercie firmy, pomagają klientom sformułować opinię na temat konkretnej propozycji wartości, umożliwiają klientom nabycie konkretnego produktu lub usługi, realizują propozycję wartości dla klienta, zapewniają klientowi wsparcie już po dokonaniu zakupu.**



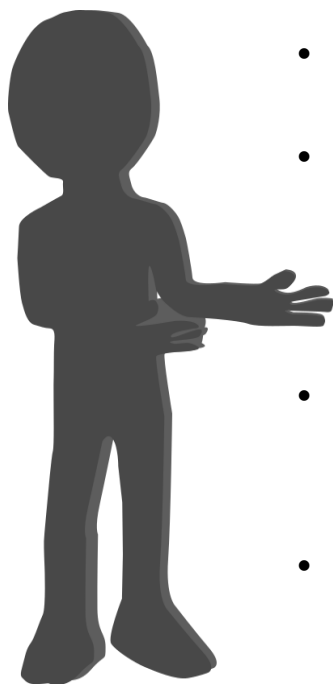
Fazy funkcjonowania kanału:

1. **Świadomość** – Jak podnosimy wśród klientów świadomość produktów i usług firmy ?
2. **Opinia** – Jak pomagamy klientom sformułować opinię na temat naszej propozycji wartości ?
3. **Zakup** – Jakie stwarzamy klientom możliwości zakupu konkretnego produktu lub usługi ?
4. **Realizacja** – Jak realizujemy propozycję wartości ?
5. **Obsługa posprzedażowa** – Z jakiego wsparcia klient może korzystać po dokonaniu zakupu ?

4.1.4 Marketing relacji

Współczesny marketing oparty jest o marketing relacji. Firma powinna precyzyjnie określić, jakiego rodzaju relacje pragnie budować z poszczególnymi segmentami swoich klientów. Relacje te mogą mieć różny charakter: od bardzo osobistych do w pełni zautomatyzowanych, celem ich jest: pozyskiwanie klientów, zatrzymywanie klientów, zwiększanie sprzedaży. Formy relacji:

- **Osobiste wsparcie** – oparte na interakcjach międzyludzkich, nabywca może nawiązać kontakt z opiekunem klienta, który wspiera go podczas procesu;
- **Dedykowany opiekun klienta** – wiąże się z przydzieleniem konkretnego pracownika odpowiedzialnego za udzielanie mu pomocy. Jest to najpełniejsza i najgłębsza forma relacji z klientem, której ukształtowanie wymaga pewnego czasu;
- **Samoobsługa** – firma nie nawiązuje żadnych bezpośrednich kontaktów ze swoim klientem. Zapewnia im tylko wszystkie niezbędne narzędzia do samodzielnego korzystania z oferty;
- **Obsługa zautomatyzowana** – stanowi połączenie bardziej wyszukanych form samoobsługi z procesem automatyzacji. Za pośrednictwem osobistego profilu internetowego klient zyskuje dostęp do zindywidualizowanej oferty. W ramach obsługi istnieje możliwość rozpoznania konkretnego klienta i uwzględnienia jego charakterystyki. Zautomatyzowana obsługa w swoim najlepszym wydaniu przypomina relacje osobiste – rekomendacje tytułów książek, czy filmów dopasowane do gustów konkretnej osoby;
- **Společności** – firmy w coraz większym stopniu wykorzystują potencjał istniejących i tworzonych społeczności. Dzięki temu mogą nawiązać bliższe kontakty z klientami. Wiele firm utrzymuje przestrzeń dla własnych społeczności, dzięki czemu użytkownicy mogą dzielić się ze sobą informacjami, społeczności pomagają przede wszystkim firmie zrozumieć klientów – ich tok rozumowania;
- **Współtworzenie** – coraz więcej firm wykracza poza ramy tradycyjnej relacji sprzedawca – nabywca i zaczyna współtworzyć wartość we współpracy z klientami. Poprzez zamieszczanie recenzji – Amazon.com, YouTube poprzez współtworzenie produktów



4.1.5 Propozycja wartości dla klienta

Najważniejszym elementem w prowadzeniu firmy z punktu widzenia marketingu jest wskazanie odpowiedniej wartości dla klienta. Propozycja wartości to zbiór produktów i usług, które generują wartość dla konkretnego segmentu klientów. Propozycja wartości to powód, dla którego klienci przedkładają ofertę danej firmy ponad oferty konkurencji. To magnes, który decyduje o tym, że dochodzi do transakcji. Rozwiązuje problemy klientów lub zaspokaja ich potrzeby. Na propozycję wartości składa się pewien określony zestaw elementów zaspakajających konkretne potrzeby danego segmentu klientów. Najczęściej firmy wybierają następujące rodzaje propozycji wartości dla klienta:

- **Nowość** – zaspokojenie nowych potrzeb, z których klienci nie zdawali sobie sprawy – fundusze etycznego inwestowania;
- **Wydażność** – poprawa jakości produktu lub skuteczności to tradycyjny sposób generowania wartości. Rozwiązanie to znajduje zastosowanie w sektorze komputerów osobistych – szybsze, pojemne;

Dostosowanie do indywidualnych potrzeb danego klienta – **marketing indywidualny**;



- **Skuteczność** – źródłem wartości może być po prostu to, że produkt czy usługa wspomaga klienta w wykonaniu określonego zadania;
- **Projekt** – to istotny, choć mało wymierny aspekt produktu czy usługi. Produkt może wyróżniać się z uwagi na doskonały projekt. W branży mody czy konsumenckiego sprzętu elektronicznego projekt może stanowić niezwykle istotny element propozycji wartości;
- **Marka i status** – źródłem wartości dla konsumenta może być już sam fakt korzystania z określonej marki lub posługiwania się nią. Na przykład noszenie zegarków marki Rolex świadczy – dla niektórych – o wysokim statusie majątkowym, jazda autem marki Mercedes korzystnie wpływa na samopoczucie niektórych klientów;
- **Wiedza** – wynalazki, patenty, kwalifikacje i doświadczenie kadry;
- **Cena** – oferowanie tej samej wartości po niższej cenie to dość powszechny sposób zaspokojenia potrzeb segmentów rynku wrażliwych na cenę – Ryanair, darmowe gazety – konieczność masowości pasażerów, reklamodawcy;
- **Niższe koszty** – ważnym sposobem generowania wartości może być stworzenie klientom możliwości obniżania kosztów działalności – na przykład Salesforce oferuje swoim odbiorcom hostowaną aplikację do zarządzania relacjami z klientami. Dzięki temu nabywcy nie muszą ponosić wydatków związanych z zakupem, instalacją i utrzymywaniem oprogramowania we własnym zakresie;
- **Dostępność** – kolejnym sposobem na generowanie wartości jest stworzenie dostępu do produktów tym klientom, którzy wcześniej nie mogli z nich korzystać. Poszerzenie dostępu do oferty własności – częściowej samolotów odrzutowych – firma: Net.Jets;
- **Wygoda i użyteczność** – większa wygoda lub większa łatwość użytkowania może pozytywnie rzutować na wartość danego rozwiązania dla klienta. Wprowadzając na rynek iPoda i uruchamiając iTunes, Apple zaoferował klientom niespotykaną dotąd wygodę poszukiwania, kupowania, pobierania i słuchania muzyki cyfrowej. Dzięki temu firmie udało się zdominować rynek.

4.2 Promocja

Komunikowanie się z rynkiem, w tym ze swoim klientem stanowi obecnie największe wyzwanie. Promocja jest częścią zespołu marketingowych instrumentów oddziaływania na rynek. Odpowiednie działania promocyjne warunkują wejście produktu na rynek oraz utrzymanie się na nim w długiej perspektywie czasowej. Promocja polega na kierowaniu do uczestników rynku komunikatów promocyjnych, powodujących powstawanie sprzężeń zwrotnych, czyli reakcji na te komunikaty. Promocja to dialog między przedsiębiorstwem a kupującymi. Podstawowe pytania, które należy sobie postawić tworząc komunikat promocyjny, to:

- W jakim celu nadawany jest komunikat ?
- Komu i co należy powiedzieć ?
- W jaki sposób i jak często ?
- Z jakim sprzężeniem i skutkiem ?

Do narzędzi promocji należy:

- **Reklama** – każda płatna forma bezosobowej prezentacji i promocji idei, dobra lub usługi przez określonego nadawcę;
- **Sprzedaż osobista** – bezpośrednia prezentacja oferty firmy przez sprzedawcę potencjalnemu nabywcy;
- **Promocja sprzedaży** – krótkookresowe działania wykorzystujące bodźce ekonomiczne w celu podniesienia atrakcyjności sprzedaży danego produktu lub usługi oraz zwiększenie chęci zakupu;
- **Public relations** - wszelkie działania związane z wypracowaniem odpowiednich relacji z otoczeniem w celu zbudowania pozytywnego wizerunku firmy na rynku;
- **Marketing bezpośredni i interaktywny** – wykorzystanie mediów bezpośrednich, takich jak: poczta, telefon, Internet – do bezpośredniej komunikacji z klientami.

Dobór właściwej kompozycji wymienionych form promocji warunkuje osiągnięcie przez przedsiębiorstwo i jego klientów określonych korzyści. Opracowanie strategii zawsze rozpoczynamy od identyfikacji docelowego audytorium, poprzez: określenie celów promocji, opracowanie projektu przekazu, wyboru kanałów komunikacji, ustalenie budżetu promocji oraz pomiar wyników promocji.

Można wybrać cel sprzedażowy (określa pożądany poziom sprzedaży lub udział w rynku), czyli wtedy gdy chcemy pobudzić wzrost popytu lub utrzymanie sprzedaży czy udział w rynku. Równocześnie można wybrać cel komunikacyjny (ukierunkowany na zmianę stosunku odbiorców do przedsiębiorstwa i do jego oferty), gdy chcemy poinformować o produkcie, zwiększyć poziom znajomości produktu, zbudować lub poprawić wizerunek firmy i jej oferty, kiedy chcemy budować lojalność wobec produktu, a przede wszystkim gdy chcemy pozycjonować produkt w świadomości nabywców.



Skuteczna promocja to:

- Uświadomienie konsumentom istnienie firmy, produktu;
- Zainteresowanie firmą, produktem;
- Pożądanie – chęć zakupu;
- Zakup, dokonanie transakcji.

Przykłady promocji sprzedaży:

- Bezpłatne próbki;
- Kupony;
- Obniżki cen;
- Oferty refundowane;
- Opakowania bonusowe;
- Premie od zakupu;
- Znaczki handlowe;
- Konkursy, loterie;
- Degustacje i pokazy.



Kiedy zastosować sprzedaż osobistą ?

- Gdy produkt wymaga demonstracji działania;
- Gdy decyzja zakupu jest związana z istotnym zaangażowaniem się nabywcy;
- Gdy cena produktu jest negocjowana lub zależna od dodatkowego wyposażenia według życzeń nabywcy;
- Gdy kanały dystrybucji są krótkie;
- Gdy reklama nie oddziałuje wystarczająco silnie na potencjalnych nabywców;
- Gdy wielkość i zróżnicowanie rynku powodują, iż działania reklamowe stają się zbyt kosztowne;
- Gdy budżet promocyjny jest mały, a sprzedaż w przeliczeniu na jednego klienta wysoka.

Jak prowadzić sprzedaż osobistą ?

- Należy przekazywać informacje o produkcie, jego właściwościach i warunkach zakupu;
- Należy pozyskiwać dane o potrzebach, popycie i preferencjach nabywców;
- Należy zjednywać klientów;
- Należy przekonywać nabywców poprzez prezentacje, udzielanie porad i wyjaśnień minimalizujących ryzyko związane z zakupem;
- Należy kształtować pozytywne nastawienie odbiorców do firmy i produktu.

Empatia to najbardziej pożądana cecha w marketingu, można pomóc ją rozwijać w sobie wracając wciąż do odpowiedzi na następujące pytania:

- Co klient widzi ?
- Co klient słyszy ?
- Co klient myśli i czuje ?
- Co klient mówi i robi ?
- Jakie są jego bolączki ?
- Na jakie korzyści liczy ?

5 Obowiązki związane z zatrudnianiem pracowników

Jeśli korzystasz z usług agencji zatrudnienia i zatrudniasz pracowników tymczasowych powinieneś wiedzieć, jakie są twoje obowiązki z tym związane.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/pracownicy-w-firmie/chce-zatrudnic-pracownika/co-powinienes-wiedziec-zanim-zatrudnisz-pracownika/zatrudnianie-pracownikow-tymczasowych>

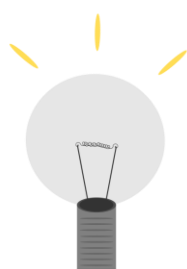
Przed zatrudnieniem pracownika należy zapoznać się z podstawową wiedzą na ten temat

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/pracownicy-w-firmie/chce-zatrudnic-pracownika/co-powinienes-wiedziec-zanim-zatrudnisz-pracownika/co-powinienes-wiedziec-zanim-zatrudnisz-pracownika>

Obowiązki związane z zatrudnianiem pracowników:

<https://www.pip.gov.pl/pl/f/v/186136/ul%20NowyPracownik%20obow-pracod%20Lay-Pracuj-legalnie%20Intern2.pdf>

- zaznajamianie pracowników podejmujących pracę z zakresem ich obowiązków, sposobem wykonywania pracy oraz ich podstawowymi uprawnieniami,
- prawidłowa organizacja pracy,
- zapewnienie bezpiecznych i higienicznych warunków pracy oraz systematyczne szkolenie pracowników w tym zakresie,
- terminowa i prawidłowa wypłata wynagrodzeń,
- ułatwianie pracownikom podnoszenia kwalifikacji zawodowych,
- stwarzanie młodym pracownikom warunków sprzyjających przystosowaniu się do należytego wykonywania pracy;
- zaspokajanie w miarę posiadanych środków socjalnych potrzeb pracowników,
- stosowanie sprawiedliwych i obiektywnych kryteriów oceny pracowników,
- prowadzenie i przechowywanie w postaci papierowej lub elektronicznej dokumentacji związanej ze stosunkiem pracy oraz akt osobowych pracowników,



Praktyka prowadzenia jednoosobowej działalności gospodarczej wskazuje na to, że nie ma obowiązku prowadzenia szkoleń i wprowadzania zasad dotyczących BHP, jeżeli przy jej prowadzeniu pomagają osoby będące w pierwszej grupie pokrewieństwa (m.in. małżonek, dzieci, rodzice, rodzeństwo).

<https://www.pip.gov.pl/pl/f/v/192456/PrawoPracyInformator-wyd12%20Internet.pdf>

Obowiązki pracodawcy – związane z przyjęciem nowego pracownika – wynikają z kilku aktów prawnych, tzn. z:

- kodeksu pracy <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19740240141>
- kodeksu cywilnego <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19640160093>
- ustawy o systemie ubezpieczeń społecznych <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19981370887>
- ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19910800350>

5.1 Obowiązki przedsiębiorcy względem umów cywilnoprawnych

Co do zasady obowiązków takich nie ma przedsiębiorca zatrudniający osoby na podstawie umów cywilnoprawnych (w niektórych sytuacjach taka potrzeba może wynikać ze specyfiki wykonywanych czynności, albo warunków, w których przyjmujący zlecenie wykonuje powierzone mu czynności). https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/pracownicy-w-firmie/chce-zatrudnic-pracownika/guide_126-DUZA-ZATRUDNIENIE-PRACOWNIKOW

5.2 Obowiązki przedsiębiorcy wynikające z przepisów BHP

Obowiązki związane z zatrudnianiem pracowników nierozdzielnie wiążą się z bezpieczeństwem i higieną pracy. W przypadku nawiązania stosunku pracy, każdy przyszły pracownik przed dopuszczeniem do pracy musi odbyć wstępne (i opcjonalnie stanowiskowe) szkolenie z zakresu BHP. Szkolenie to nie jest wymagane jedynie w sytuacji, gdy pracownik podejmuje pracę na tym samym stanowisku, które zajmował u danego pracodawcy bezpośrednio przed nawiązaniem z tym pracodawcą kolejnej umowy o pracę lub gdy przerwa pomiędzy tymi umowami nie przekroczyła 30 dni.

5.3 Obowiązki przedsiębiorcy wynikające względem ZUS

Obowiązki związane z zatrudnianiem pracowników wiążą się także ze zgłoszeniem tego faktu do ZUS. Pracodawca ma obowiązek zgłosić zatrudnioną osobę do ZUS w terminie do 7 dni od daty powstania obowiązku ubezpieczeń, tj. od dnia nawiązania stosunku pracy. Zgłoszenie pracodawcy dotyczące zatrudnionego pracownika obejmuje:

- ubezpieczenia społeczne (emerytalne, rentowe, chorobowe i wypadkowe),
- ubezpieczenie zdrowotne,
- Fundusz Pracy,
- Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych.

Zgłoszenia nowego pracownika dokonuje się na formularzu ZUS ZUA.

<https://www.zus.pl/wzory-formularzy/firmy/dokumenty-zgloszeniowe-i-rozliczeniowe/-/publisher/details/2/formularz-zus-zua/76008>

Co do zasady każda osoba, dla której umowa zlecenie stanowi jedyne zatrudnienie, podlega z tego tytułu obowiązkowym ubezpieczeniom w ZUS. Wyjątkiem są zleceniobiorcy będący uczniami gimnazjów, szkół ponadgimnazjalnych, szkół ponadpodstawowych lub studenci, do ukończenia 26 lat, ponieważ nie podlegają obowiązkowo ani ubezpieczeniom społecznym, ani ubezpieczeniu zdrowotnemu. Pracodawca ma obowiązek ewidencjonować i rozliczać wynagrodzenia. Jego obowiązkiem jest również comiesięczne naliczanie i odprowadzanie podatku od dochodów pracowników. Dotyczy to zarówno pracowników przyjętych w oparciu o stosunek pracy, jak i tych, z którymi zawarta została umowa cywilnoprawna.

Zgodnie z postanowieniami Kodeksu pracy pracodawca nie może dopuścić do pracy pracownika bez aktualnego orzeczenia lekarskiego stwierdzającego brak przeciwwskazań do pracy na określonym stanowisku pracy. Badania lekarskie przeprowadza się na podstawie skierowania wydanego przez pracodawcę i na jego koszt. Pracodawca musi również dokonać rozliczenia pracownika i siebie z tytułu ZUS. W tym przypadku termin na złożenie comiesięcznej deklaracji ZUS DRA wraz z raportami imiennymi za pracowników to 15 dzień następnego miesiąca.

<https://www.zus.pl/wzory-formularzy/firmy/dokumenty-zgloszeniowe-i-rozliczeniowe/-/publisher/details/2/formularz-zus-dra/304307>

Opłata i deklaracja składane są co miesiąc. Nie można, tak jak w przypadku rozliczeń z urzędem skarbowym, dokonać samych opłat bez złożenia formularza rozliczeń.

6 Rozliczenie z ZUS

Z dniem 1 stycznia 2019 r. weszła w życie ustawa z dnia 4 października 2018 r. o pracowniczych planach kapitałowych (Dz.U. z 2018 r. poz. 2215). Zgodnie z art. 26 ust. 5 tej ustawy wpłaty finansowane przez podmiot zatrudniający nie są wliczane do wynagrodzenia stanowiącego podstawę ustalenia wysokości obowiązkowych składek na ubezpieczenia emerytalne i rentowe.

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20180002215>

Przedsiębiorcy są zobowiązani do opłacania składek ZUS za siebie, a jeżeli zatrudniają pracowników, to także za nich. Obowiązek podlegania ubezpieczeniom społecznym powstaje od dnia rozpoczęcia wykonywania działalności. Jedynie w okresie zawieszenia działalności (ustawa prawo przedsiębiorców) może nastąpić jednoczesne zawieszenie opłacania składek.

https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zus/chce-rozliczac-zus/guide_17-

[ROZLICZANIE Z ZUS W RAMACH PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ](https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zus/chce-rozliczac-zus/co-powinienes-wiedziec-zanim-zacznie-sz-placic-zus/rodzaje-ubezpieczen-przedsiębiorcy)

6.1 Ubezpieczenia społeczne pod które podlega osoba prowadząca działalność gospodarczą w Polsce

Od dnia rozpoczęcia wykonywania pozarolniczej działalności gospodarczej do dnia zaprzestania jej wykonywania każdy przedsiębiorca, podlega obowiązkowo ubezpieczeniu:

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zus/chce-rozliczac-zus/co-powinienes-wiedziec-zanim-zacznie-sz-placic-zus/rodzaje-ubezpieczen-przedsiębiorcy>

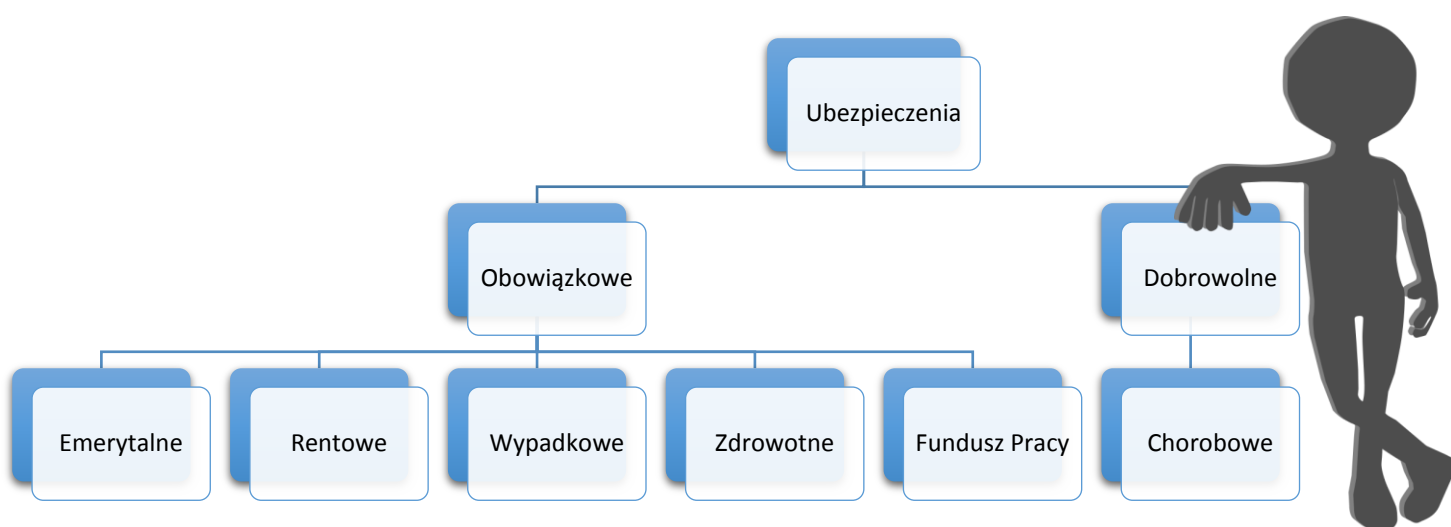
- emerytalnemu;
- rentowemu;
- wypadkowemu;

https://www.zus.pl/documents/10182/167567/poradnik_zus_iwa.pdf/a7780991-e2e8-45ce-8401-2e6983837a5f

- zdrowotnemu.

Ubezpieczenie dobrowolne jakiemu może, ale nie ma obowiązku, podlegać osoba prowadząca działalność gospodarczą to:

- ubezpieczenie chorobowe.



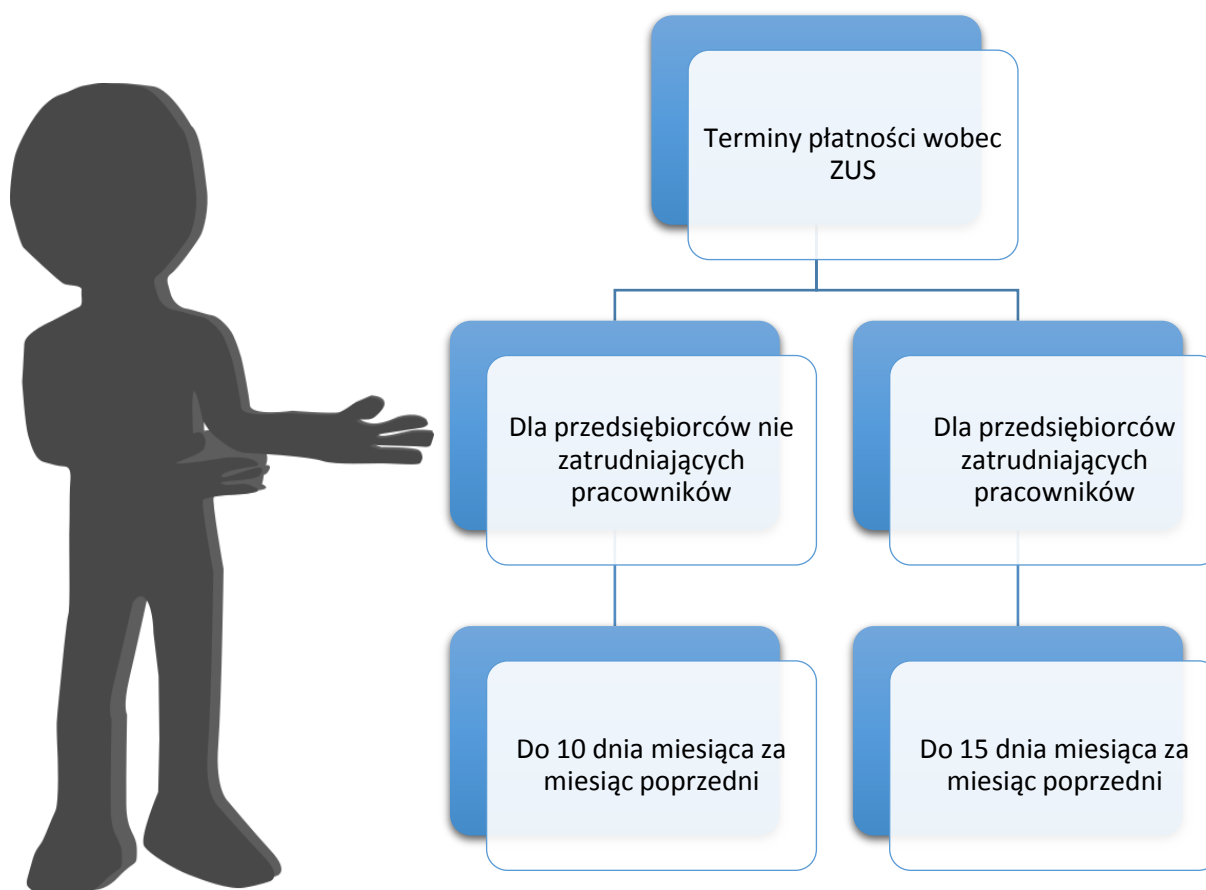
Rys.4 Ubezpieczenia, którym podlega polski przedsiębiorca.

Okres podlegania dobrowolnemu ubezpieczeniu liczy się od dnia wskazanego we wniosku o zgłoszenie do ubezpieczeń (formularz ZUS ZUA), nie wcześniej jednak niż od dnia, w którym wniosek zgłoszono. Dodatkowo osoby prowadzące działalność, w ramach rozliczenia z ZUS, mają obowiązek opłacać składki na Fundusz Pracy. Obowiązek ten nie dotyczy jednak wszystkich. Składki na Fundusz Pracy opłacane są w przypadku gdy kwota podstawy wymiaru składek na ubezpieczenia emerytalne i rentowe wynosi, w przeliczeniu na okres miesiąca, co najmniej tyle co minimalne wynagrodzenie za pracę. Ponadto z obowiązku płacenia składki na Fundusz Pracy zwolnione są kobiety, które ukończyły 55 rok życia i mężczyźni przekraczający 60 rok życia.

<https://www.zus.pl/firmy/sposob-przekazywania-dokumentow/forma-elektroniczna>

6.2 Terminy rozliczenia z ZUS

Osoba fizyczna, indywidualnie prowadząca działalność gospodarczą wykazuje składki na ubezpieczenie społeczne w miesięcznej deklaracji rozliczeniowej ZUS DRA. Deklarację tą oraz opłatę w wysokości wyliczonych składek należy złożyć w odpowiednim terminie do właściwego oddziału Zakładu Ubezpieczeń Społecznych.



Rys.5 Terminy płatności składek ZUS.

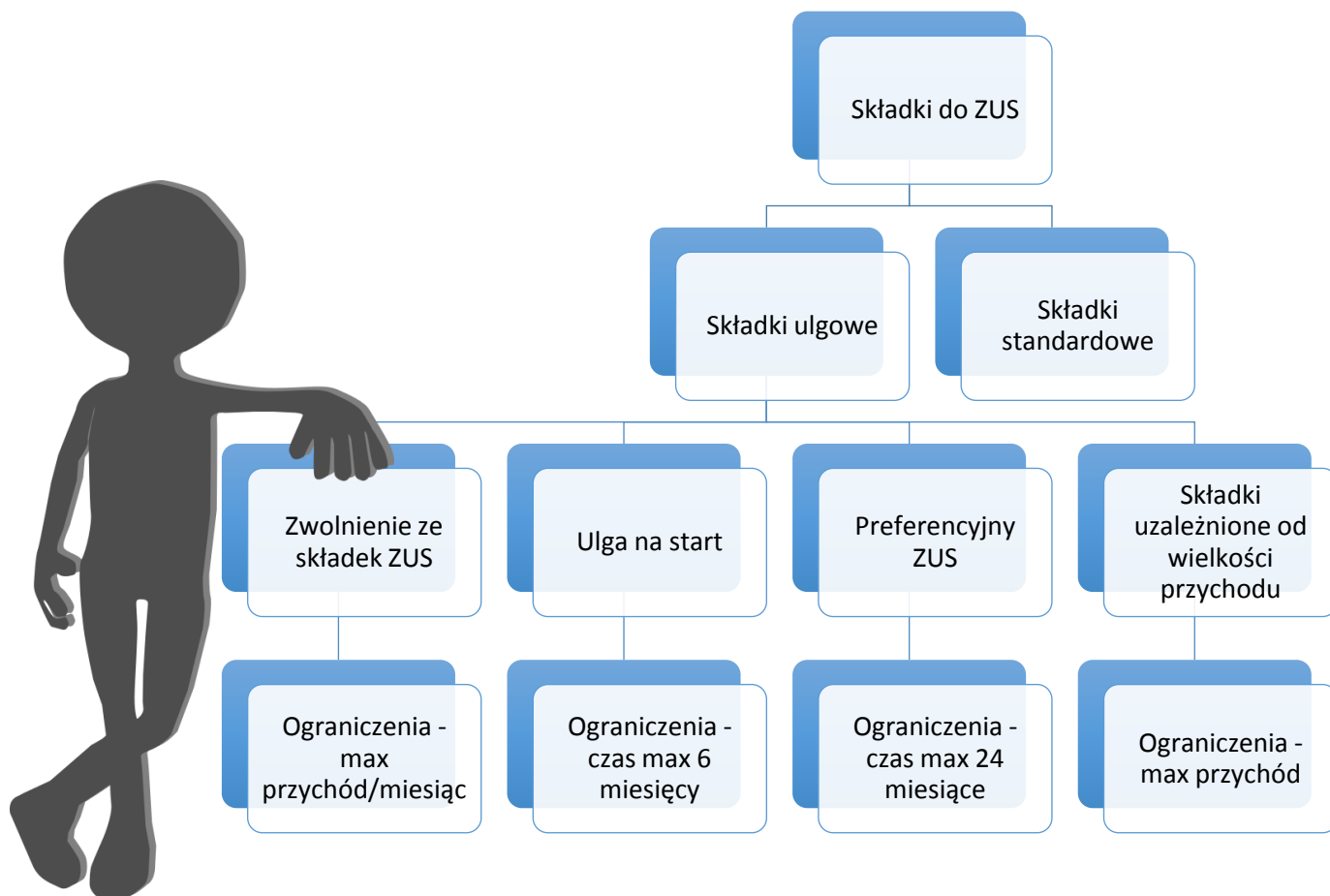
Podstawa wymiaru składek dla osób prowadzących pozarolniczą działalność gospodarczą to kwota stanowiąca 60% prognozowanego przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia. Stąd też obowiązujące stawki procentowe oraz minimalne składki ubezpieczeń wynoszą odpowiednio: <https://www.zus.pl/baza-wiedzy/skladki-wskazniki-odsetki/skladki/wysokosc-skladek-na-ubezpieczenia-spoleczne>

W stosunku do dobrowolnego ubezpieczenia chorobowego przepisy ustaliły również górną granicę, która nie może miesięcznie przekraczać 250% przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia wyliczonego dla poprzedniego kwartału.

Podstawę składki na ubezpieczenie zdrowotne stanowi kwota nie niższa niż 75% przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w sektorze przedsiębiorstw. Składka na ubezpieczenie zdrowotne wynosi 9% podstawy wymiaru.

6.3 Rozliczenia z ZUS

W ostatnim okresie wprowadzono liczne rodzaje ulg i zwolnień z opłacania składek ZUS. Kiedy nie trzeba opłacać składek a kiedy można skorzystać z nowych ulg przedstawiono w skrócie poniżej.



Rys. 6 Rodzaje składek ZUS dla polskiego przedsiębiorcy.

Osoba prowadząca pozarolniczą działalność gospodarczą w Polsce nie musi opłacać składek do ZUS jeśli prowadzi tzw. działalność nierejestrowaną:

- przychód z działalności nie przekracza w żadnym miesiącu 50% kwoty minimalnego wynagrodzenia tj. 2250 zł (w związku z czym limit przychodu dla działalności nierejestrowanej na 2019 roku wynosi 1125 zł),
- w ciągu ostatnich 60 miesięcy nie prowadziła działalności gospodarczej,

Spełniając te wymagania nie ma potrzeby rejestrowania się w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG) oraz nie jest się objętym żadnymi ubezpieczeniami – społecznymi ani zdrowotnym. Jeśli podmiot zarejestruje się w CEIDG mimo nie przekroczenia wskazanego powyżej przychodu traci prawo do zwolnienia z opłacania składek do ZUS z tytułu działalności nierejestrowanej.

Niektórzy przedsiębiorcy mogą skorzystać z preferencyjnych warunków w opłacaniu składek ZUS na ubezpieczenia społeczne. Najdłuższy okres korzystania z niższych składek wynoszących co najmniej 30% kwoty minimalnego wynagrodzenia za pracę to 24 miesiące od daty rozpoczęcia działalności lub zakończenia ulgi na start. Nie wydłuża się go o okres zawieszenia działalności. Z ulg, dotyczących rozliczenia z ZUS, mogą skorzystać osoby, które prowadzą pozarolniczą działalność gospodarczą, wspólnicy spółek cywilnych oraz osoby wykonujące wolny zawód, które uzyskały wpis do ewidencji działalności gospodarczej. Warunkiem jest:



- nie prowadzenie pozarolniczej działalności przez te osoby w okresie ostatnich 60 miesięcy kalendarzowych przed dniem rozpoczęcia wykonywania działalności;
- nie wykonywanie działalności na rzecz byłego pracodawcy, na rzecz którego przed dniem rozpoczęcia działalności gospodarczej w bieżącym lub w poprzednim roku kalendarzowym osoby, zakładające działalność, wykonywały w ramach stosunku pracy lub spółdzielczego stosunku pracy czynności wchodzące w zakres wykonywanej działalności gospodarczej.

Jeżeli przedsiębiorca do rozliczenia z ZUS skorzysta z preferencyjnych składek to jako podstawę wyliczenia ubezpieczenia emerytalnego, rentowego, a także przy ubezpieczeniu wypadkowym i chorobowym będzie brał kwotę wynoszącą 30% minimalnego wynagrodzenia.

Skorzystanie z ulg oznacza również, że jeżeli przedsiębiorca zadeklaruje najniższą podstawę wymiaru składek to nie będzie opłacał składki na Fundusz Pracy. Dzieje się tak dlatego, że podstawa wymiaru składki na obowiązkowe ubezpieczenia emerytalne i rentowe jest niższa od kwoty minimalnego wynagrodzenia.

6.3.1 Kiedy można skorzystać z ulgi na start

Od 2018 wprowadzono możliwość skorzystania z ulgi na start. Aby móc skorzystać z ulgi należy spełnić te same warunki jakie przy składkach preferencyjnych. Dzięki uldze na start można nie płać składek ZUS na ubezpieczenia społeczne (emerytalne, rentowe, wypadkowe, chorobowe) przez okres 6 miesięcy od rozpoczęcia wykonywania działalności. Jeśli korzysta się z ulgi ma się obowiązek zarejestrować do ubezpieczenia zdrowotnego i opłacania co miesiąc składek na to ubezpieczenie (w 2019 roku jest to kwota 342,32 zł).

Po zakończeniu ulgi na start (po pełnych 6 miesiącach kalendarzowych) można skorzystać z preferencyjnego ZUS.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zakladanie-firmy/chce-wiedziec-jak-zalozyc-wlasna-firme/gdzie-zarejestrowac-firme-i-co-powinienes-zrobic-po-rejestracji/ulga-na-start-maly-zus-czy-pelny-zus-u>



6.3.2 Kiedy można skorzystać z opłacania składek w zależności od wielkości osiąganego przychodu?

Kolejna ulga dla przedsiębiorców to składki ZUS od przychodu, która zaczęła obowiązywać od stycznia 2019 r. Przedsiębiorca, który będzie mógł skorzystać z tej ulgi będzie musiał samodzielnie określić wysokość składek przekazywanych do ZUS-u. Aby móc skorzystać z tej ulgi w 2019 r., należy spełnić określone warunki: <https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zus/chce-rozliczac-zus/jak-rozliczac-sie-z-zus-oplacanie-skladek-i-skladanie-deklaracji/jak-oplacac-skladki-zus>

- przychód z działalności gospodarczej nie może przekroczyć 63 000 zł,
- należy prowadzić działalność przynajmniej przez 60 dni w 2018.

Ponadto z ulgi nie będą mogły korzystać osoby, które:

- wykonują pozarolniczą działalność gospodarczą dla byłego pracodawcy;
- przedsiębiorcy na karcie podatkowej, korzystający ze zwolnienia z VAT;
- twórcy, artyści, osoby wykonujące wolne zawody;
- osoby prowadzące publiczną lub niepubliczną szkołę lub inną formę wychowania przedszkolnego, placówkę lub ich zespół;
- wspólnik jednoosobowej spółki z o. o.;
- wspólnicy spółki jawnej, komandytowej, partnerskiej.

Szczegółowe informacje dotyczące praw i obowiązków wobec ZUS http://www.zus.pl/documents/10182/167567/przewodnik_dla_rozpoczynajacych_dzialalnosc.pdf/2c941ac8-8e3f-4dfe-80a1-1d2340d908ce

7 Rozliczenie z Urzędem Skarbowym

Punkt Informacji dla Przedsiębiorcy (PIP) nie tylko wyjaśni, w jaki sposób załatwić poszczególne sprawy urzędowe, ale też umożliwi np. uiszczenie opłat urzędowych czy uzyskanie zaświadczenia o niezaleganiu z podatkami czy składkami. Punkt przypomni przedsiębiorcom, przez SMS lub e-mail, o zbliżających się terminach urzędowych oraz poinformuje o najważniejszych zmianach w prawie. <https://www.biznes.gov.pl/pl>

W latach 2008/2019 w Polsce nastąpiła wzmożona dynamika zmian podatkowych. Intensywne tempo zmian niesie ze sobą ryzyko dla podatnika, jak również niebezpieczeństwo związane z modyfikowaniem wykładni dla już istniejących przepisów. Dlatego też warto z tych powodów przyjrzeć się rozliczeniom fiskalnym i panować nad ich modyfikacjami

https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-prowadzic-ksiegowosc/guide_16-ROZLICZENIA_Z_URZEDEM_SKARBOWYM

Jest szereg najważniejszych zmian w podatkach, które dokonują się od 1 stycznia 2019:

<https://www.biznes.gov.pl/pl/aktualnosci/co-zmienia-sie-w-przepisach-dla-przedsiębiorcow-od-2019-roku>





7.1 Rozliczanie Vat

Podatek Vat sprawia najwięcej problemów, z punktu widzenia nowych przedsiębiorców. Ciężar ekonomiczny podatku Vat powinien spoczywać na finalnym nabywcy lub konsumencie nieprowadzącym działalności gospodarczej, względnie innym podmiocie nieprowadzącym działalności gospodarczej lub podatniku Vat, który wykonuje świadczenia zwolnione.

<https://www.podatki.gov.pl/vat/>

Z praktyki gospodarczej wynika, że najczęściej popełniają oni błędy, co świadczy, że rozliczanie VAT jest trudne. Rejestracja do VAT wiąże się z koniecznością dopełnienia dodatkowych obowiązków związanych z naliczeniem podatku od towarów i usług oraz sporządzeniem deklaracji VAT-7 (w przypadku rozliczenia miesięcznego) lub VAT-7K (w przypadku rozliczenia kwartalnego). Przedsiębiorca ma na to czas do 25 dnia miesiąca następującego po danym okresie rozliczeniowym. Brak sprzedaży w danym okresie nie zwalnia przedsiębiorcy z obowiązku złożenia deklaracji VAT-7 (VAT-7K) za dany okres rozliczeniowy.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-vat/co-powinienes-wiedziec-jesli-chesz-rozliczac-vat/skladanie-deklaracji-vat>

Termin ten jest nieprzekraczalny. Za opóźnienia w rozliczaniu VAT po wyznaczonej dacie może grozić kara grzywny. Z **art. 112b ustawy o VAT**. Właściciel firmy może jednak uniknąć negatywnych konsekwencji opóźnienia w rozliczaniu VAT dzięki **instytucji tzw. czynnego żalu**, którą należy złożyć wraz z opóźnioną deklaracją

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-pit/podatki-przedsiębiorcy-przydatne-informacje/czynny-zal-kiedy-i-jak-skladac>

Od września 2019 r. obowiązuje tzw. biała lista podatników VAT. Znajdują się na niej informacje dotyczące zarejestrowania, wyrejestrowania oraz statusu podatnika VAT, a także numery rachunków bankowych przedsiębiorców. Wpłata na rachunek inny niż wskazany na białej liście będzie sankcjonowana. Sankcje za wpłatę należności na konto inne niż wskazane w białej liście zaczną obowiązywać od 1 stycznia 2020 r. Stąd też wpłaty na inne konto niż podane w wykazie w terminie od 1 września 2019 do 1 stycznia 2020 r. nie będą sankcjonowane.

Jeżeli kontrahent przeleje pieniądze na inny rachunek niż wskazany na białej liście, to kwoty ponad 15 tys. zł nie rozliczy w kosztach uzyskania przychodu. Stąd też, aby uniknąć tego typu konsekwencji, przy każdej wpłacie trzeba sprawdzać, czy rachunek kontrahenta znajduje się na białej liście. Istotne przy tym, jest czy rachunek bankowy był zarejestrowany w wykazie w dniu przelewu. Decydującym jest zatem dzień zlecenia przelewu, a nie obciążenia rachunku nabywcy czy uznania rachunku sprzedawcy. Od powyższej zasady jest jednak wyjątek. Kwotę ponad 15 000 zł będzie można rozliczyć w kosztach, mimo że wpłata będzie na inny rachunek bankowy niż wskazany w wykazie, gdy wpłacający w ciągu 3 dni od dnia zlecenia przelewu zgłosi ten fakt w urzędzie skarbowym (wpłatę na inny rachunek niż ten na białej liście).

7.1.1 Obowiązek podatkowy

Moment powstania obowiązku podatkowego to termin w jakim należy opodatkować świadczenie, aby finalnie zapłacić podatek VAT, ale przede wszystkim jest to moment (o ile wcześniej nie wystawiono faktury), który przesądza o wartości kursu waluty obcej, w której transakcje powinny być przeliczone na złotówki, lub moment który decyduje o stosowaniu odpowiednich przepisów podatkowych przy ich zmianie.

W większości przypadków według zasady ogólnej (podstawowej) tj. jeśli nie ma zastosowania szczególna regulacja moment powstania obowiązku podatkowego z tytułu świadczonych usług to data wykonania tej usługi. W większości przypadków o momencie wykonania usługi, przesądza jej termin faktycznego i fizycznego wykonania. W tym momencie u podatnika powstaje obowiązek podatkowy z tytułu Vat. Zastrzec trzeba (przy zasadzie ogólnej), że jeśli przed wykonaniem usługi podatnik otrzyma zapłatę całości lub części ceny usługi, wpłata ta spowoduje wcześniejsze wystąpienie obowiązku podatkowego. Oznacza to, że data fakturowania jest bez znaczenia dla momentu podatkowego.

W przepisach ustawy VAT istnieje również możliwość realizowania usług w sposób ciągły, a także w okresach rozliczeniowych, w których prawodawca dopuszcza wykonanie usługi z końcem okresu do którego odnoszą się rozliczenia, ale nie rzadziej niż raz w roku.

<https://www.podatki.gov.pl/media/4546/zasady-wystawiania-faktur.pdf>

Istnieje kilka wyjątków dla których wcześniejsza zapłata pozostanie bez związku z momentem naliczenia VAT u: do których można zaliczyć

- dostawy i dystrybucja energii: ciepłej, chłodniczej i elektrycznej oraz gazu,
- usługi telekomunikacyjne, najmu, dzierżawy, leasingu itp. ,
- przechowywania, dozoru i ochrony mienia lub osób,
- stałej obsługi prawnej lub biurowej, itp.

7.1.2 Dostawa towarów

Dla określenia skutków podatkowych istotnie ważne jest ustalenie co uznaje się za dostawę towarów na płaszczyźnie podatkowej. Szczególnie jest to istotne z punktu widzenia Wewnątrzwspólnotowej dostawy towarów (WDT)

<https://www.podatki.gov.pl/vat/abc-vat/transakcje-wewnatrzspolnotowe/wewnatrzspolnotowa-dostawa-towarow-wdt/>

Na potrzeby VAT za dostawę towarów uznaje się przeniesienie prawa do rozporządzania towarami a dokładnie zbycia rzeczy, w którego zakres wchodzi:

- 
- przeniesienie nakazu z nakazu organu władz lub innego podmiotu działającego w jego imieniu, prawa własności towarów na poczet odszkodowania,
 - wydanie towarów na podstawie umowy dzierżawy, najmu lub leasingu lub podobnej co do charakteru prawnego umowy, zawartej na czas określony, lub umowy sprzedaży z odroczoną płatnością, jeśli umowa ta przewiduje zgodnie z jej treścią że z chwilą zapłaty ostatniej raty zostanie przeniesione prawo własności,
 - wydanie towarów na podstawie umowy komisu między komitentem a komisantem, między komisantem a komitentem jeśli komisant był zobowiązany do nabycia rzeczy na rachunek komitenta oraz komisantem i osobą trzecią, oraz zbycie praw.
 - oddanie gruntów w użytkowanie wieczyste.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/publikacje/3759-co-musisz-wiedziec-o-incoterms>

7.1.3 Split payment, czyli model podzielonej płatności

Split payment, czyli model podzielonej płatności dotyczy podatku VAT. Zastosowanie podzielonej płatności modyfikuje strumień płatności, ale nie skutkuje tym, że jakkolwiek część zapłaconej ceny trafia do kogoś innego niż sprzedawca czy inny wskazany odbiorca, a w szczególności środki takie są przekazywane bezpośrednio na rachunek organu podatkowego. Rządowy portal podatkowy wyjaśnia wiele kwestii związanych z mechanizmem podzielonej płatności Vat.

<https://www.podatki.gov.pl/vat/bezpieczna-transakcja/mechanizm-podzielonej-pлатnosci-mpp/>

Zapłata w procedurze split payment realizowana jest za pomocą formy polecenia przelewu zwanej dalej komunikatem przelewu. Przy czym należy tu podkreślić iż środki z rachunku Vat nie mogą być przekazane na inny rachunek kontrahenta niż rachunek Vat, a jednocześnie nie przeszkadza to aby przedsiębiorca przekazał środki z rachunku rozliczeniowego na rachunek VAT kontrahenta. Ważne przy tym jest, że przedsiębiorca może zapłacić za pomocą takiego komunikatu wedle swego uznania: (ustawa o Vat):

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20040540535/U/D20040535Lj.pdf>

- kwotę Vat lub jej dowolną część na rachunek VAT, a jednocześnie kwotę netto na rachunek rozliczeniowy;
- kwotę Vat lub jej dowolną część na rachunek VAT,
- kwotę brutto lub jej dowolną część na rachunek VAT,
- kwotę netto na rachunek VAT.

Oznacza to, że przedsiębiorca może płacić swoje zobowiązania podatkowe przy zachowaniu takiej procedury, nawet wówczas gdy nie ma środków na rachunku VAT. Procedura split payment może mieć pozytywny wpływ na przepływ środków pieniężnych z uwagi na fakt zwrotu nadwyżki Vat naliczonego nad należnym. Wbrew przekonaniu, dla wioskowania o zwrot nadwyżki podatku naliczonego nad należnym w terminie 25 dni na rachunek VAT, całkowicie bez znaczenia jest czy

nabywca (podatnik) uregulował ceny nabywanych świadczeń kontrahentom VAT, którzy uwzględnieni są w deklaracji podatkowej jako źródło naliczonego VAT.

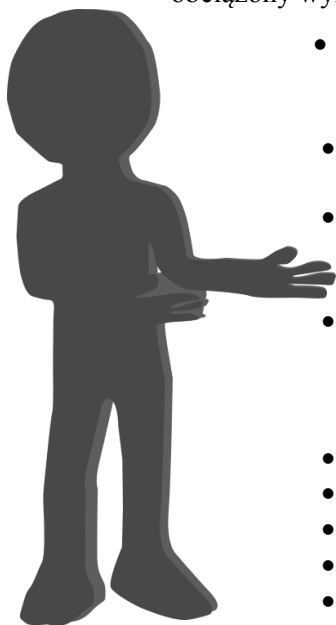
Aby nabywca mógł skorzystać z procedur split payment powinien być: przynajmniej biernym podatnikiem VAT, koniecznym jest tu posiadanie rachunku rozliczeniowego prowadzonej działalności. Podatnik zatem musi mieć rachunek rozliczeniowy, w ramach którego jego bank bez dodatkowej opłaty otwiera rachunek VAT. Każdy płatnik dokonując zapłaty w procedurze podzielonej płatności, nie musi pozyskiwać szczegółowego numeru rachunku sprzedawcy, z uwagi na fakt iż rachunki VAT mają swoje numery, ale nie funkcjonują one w obrocie i nie są stosowane w rozliczeniach między poszczególnymi kontrahentami transakcji. Z formalnego punktu widzenia płacący w procedurze podzielonej płatności powinien działać jako podatnik VAT. W procedurze podzielonej płatności przelew może być realizowany za pomocą komunikatu płatności tylko i wyłącznie w formie **art. 108a ust 1 w związku z ust. 3 czyli jeden komunikat (polecenie przelewu) = zapłata kwoty z jednej faktury**, w praktyce możliwe jest realizowanie zapłat jednym komunikatem przelewu kwot wynikających z więcej niż jednej faktury. W takim przypadku podatnik, nie skorzysta z ochrony jaką mu daje podzielona płatność, a całość kwoty zostanie zaliczona w całość należności wynikającej z faktury wskazanej na komunikacie.

Sam Rachunek Vat jest otwierany przez bank bez dodatkowej dyspozycji klienta i bez zawierania odrębnej umowy. Przy czym zaznaczyć trzeba, że rachunek Vat jest tylko otwierany do rachunków rozliczeniowych. Przy czym jest to jeden rachunek VAT, niezależnie od ilości prowadzonych rachunków rozliczeniowych dla jednego podmiotu. Rachunek VAT może być obciążony wyłącznie w celu:

- dokonania komunikatu przelewu płatności kwoty odpowiadającej kwocie podatku od towarów i usług z tytułu nabycia towarów bądź usług na rachunek VAT, lub zwrotu na rachunek VAT (faktury korekty) **art. 29a ust. 10 pkt 1-3 i ust.14**,
- wpłaty podatku od towarów i usług, dodatkowego zobowiązania podatkowego (odsetki za zwłokę) **art. 112 b i art. 112 c**,
- wpłaty podatku od towarów i usług, (płatność związana z wewnątrzwspólnotowym nabyciem paliwa objętego procedurą zawieszenia akcyzy lub prowadzenia składu celnego) **art. 103 ust. 5a**,
- przekazania przy użyciu komunikatu przelewu kwoty odpowiadającej kwocie podatku od towarów i usług na rachunek VAT dostawcy przez posiadacza rachunku, który otrzymał płatność przy użyciu komunikatu przelewu oraz nie jest dostawcą towarów i usług wskazanym na fakturze, za którą jest dokonana płatność,
- zwrotu przy użyciu komunikatu przelewu,
- przekazania środków na inny rachunek VAT posiadacza rachunku VAT,
- przekazania środków na rachunek wskazany przez Naczelnika Urzędu Skarbowego,
- przekazania środków na rachunek rozliczeniowy państwowej jednostki budżetowej,
- realizacji zajęcia na podstawie administracyjnego tytułu wykonawczego, dotyczącego egzekucji należności VAT.

Na rachunek VAT środki mogą być wprowadzone wyłącznie w celu:

- zapłaty przez kontrahenta lub inny podmiot, który jest skutkiem realizacji faktur odpowiadających kwocie podatku VAT,
- wpłaty, kwoty związanej z wewnątrzwspólnotowym nabyciem paliwa objętego procedurą zawieszenia akcyzy lub składu celnego, na rzecz płatnika **art. 17a**,
- przekazania środków z innego rachunku VAT posiadacza rachunku VAT ale prowadzonego w tym samym banku, chyba, że podatnik zamyka w tym samym banku wszystkie rachunki rozliczeniowe wówczas przekazanie może odbyć się między bankami,
- zwrotu kwot oraz różnicy podatku **art. 87 ust. 6a** dokonany przez urząd na wyraźny wniosek podatnika **deklaracja VAT-7 wersja 18 (poz. 58 i 68) lub VAT- &K wersja 12 (poz. 58 i 68)**, również urząd skarbowy musi posłużyć się komunikatem przelewu.





7.1.4 Świadczenia nieodpłatne

Co do zasady opodatkowaniu Vat podlegają świadczenia płatne, jednak w wyjątkowych sytuacjach opodatkowaniem podatkiem VAT podlegają również nieodpłatne przekazania towarów należących do przedsiębiorstwa = podatnika VAT, przy których nabyciu lub imporcie podatnik miał prawo do rozliczenia podatku naliczonego. Kluczowe znaczenie przy interpretowaniu powstania obowiązku podatkowego od nieodpłatnego przekazania, ma fakt, iż w tym przypadku istotne jest już tylko i wyłącznie prawo do rozliczenia podatku naliczonego, a nie sam fakt, iż podatnik z takiego prawa faktycznie skorzystał. O podstawie opodatkowania w przypadku świadczeń nieodpłatnych decyduje nie historyczna, a aktualna wartość wydanego nieodpłatnie towaru. Co więcej jest to wartość netto, według ogólnie przyjętej zasady, w której o podstawie opodatkowania decyduje kwota pomniejszona o VAT.

Nieodpłatne przekazanie towarów, podlegające również opodatkowaniu nie powinno być dokumentowane za pomocą faktury.

7.1.5 Refakturowanie

W działalności gospodarczej możesz spotkać się z pojęciem refakturowania. Przepisy jasno nie definiują tego pojęcia. Orzeczenia organów podatkowych i sądów mówią, iż refakturowanie ma miejsce wówczas, gdy przedsiębiorca występujący we własnym imieniu nabywa usługi, których faktycznym odbiorcą jest inny przedsiębiorca, i w związku z tym odsprzedaże te usługi temu przedsiębiorcy. **art. 8 ust.2 ustawy o VAT** Faktycznie pełni więc rolę pośrednika pomiędzy sprzedawcą usług a ich faktycznym, ostatecznym odbiorcą. Należy pamiętać iż podatnicy nie są związani treścią refakturowanych faktur. Bardzo istotnym jest właściwy moment powstania obowiązku podatkowego, patrząc na orzecznictwo sądowe przy refakturowaniu usługa jest wykonana w dniu faktycznego wykonania usługi. Kolejnym problemem jest właściwe wyznaczenie stawki VAT, koniecznym jest tu uwzględnienie specyfiki świadczenia, ale również niekiedy okoliczności wykonania usługi. W pewnych okolicznościach, gdy refakturowanie jest powiązane z innymi świadczeniami, należy rozstrzygnąć czy nie jest to już świadczenie kompleksowe, w skład którego wchodzi ta usługa, w takim wypadku nie powinna być ona refakturowana. Jeśli zakup jest dokonywany w imieniu i na rzecz kontrahenta, wówczas nie może być mowy o refakturowaniu. Jeśli w wyniku refakturowania opodatkujemy polskim Vat usługę, której miejsce świadczenia jest w innym państwie, nabywcy nie przysługuje wówczas z tego tytułu prawo do rozliczenia podatku naliczonego VAT.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-vat/wystawianie-faktur-co-powinienes-wiedziec/refakturowanie>

7.1.6 Dostawy łańcuchowe

Dostawy łańcuchowe można uznać za towarowy odpowiednik refakturowania, którego nieodłączną cechą jest to, że pierwszy z jej uczestników wydaje towar bezpośrednio ostatniemu nabywcy. Każdy z uczestników jest świadomy swojej roli w łańcuchu transakcji. Dla transakcji łańcuchowych dostawa towarów, *która: poprzedza wysyłkę lub transport towarów, uznaje się za dokonaną w miejscu rozpoczęcia wysyłki lub transportu towarów, następuję po wysyłce lub transporcie, uznaje się za dokonaną w miejscu zakończenia wysyłki lub transportu*. Więcej można przeczytać w skrypcie Kancelarii Rady Ministrów wydanego po szkoleniu o tej tematyce:

<https://dsc.kprm.gov.pl/sites/default/files/f38.pdf>



7.2 e- deklaracje i JPK

Elektroniczne formularze dotyczące rejestracji podatników, które możesz złożyć za pomocą systemu e-Deklaracje

<https://www.podatki.gov.pl/abc-podatkow/e-deklaracje-rejestracja/>

Formularze elektroniczne dotyczące innych podatków: gier hazardowych, podatku tonażowego oraz podatku od niektórych instytucji finansowych

<https://www.podatki.gov.pl/e-deklaracje/inne-podatki/>

Aplikacja **e-Deklaracje Desktop** to narzędzie, które umożliwia **tylko osobom fizycznym** (podatnikom, płatnikom) wysyłanie drogą elektroniczną deklaracji podpisanych "danymi autoryzującymi" (podpisem elektronicznym zapewniającym autentyczność deklaracji i podań opartym na danych autoryzujących). Aplikacja działa pod systemami Windows, Linux i Mac.

<https://www.podatki.gov.pl/e-deklaracje/aplikacja-e-deklaracje-desktop/>

Od 1 stycznia 2018 r. ewidencje na potrzeby VAT, również te prowadzone dotychczas w wersji papierowej, należy prowadzić wyłącznie w wersji elektronicznej i przysyłać jako JPK_VAT do Ministerstwa Finansów, skorzystać z e- bramki <https://mikro-jpk.mf.gov.pl/> która umożliwia przysyłanie JPK_VAT z różnych systemów operacyjnych. Wszelkie wytyczne i procedury zawarte są na stronie

https://www.podatki.gov.pl/jednolity-plik-kontrolny/jpk_vat/wypelnij-i-wyslij-jpk_vat/

Od 1 lipca 2019 tradycyjna deklaracja ma być zastąpiona JPK. Od tego momentu pojawią się nowe struktury JPK, za pomocą których podatnicy będą składali ogół informacji o prowadzeniu i ewidencji VAT za pomocą systemu informatycznego.

Prowadzenie księgowości przy pomocy programów komputerowych zobowiązuje przedsiębiorców do udostępniania organom kontrolnym treści prowadzonych ewidencji w jednym standardowym formacie. Jednolity Plik Kontrolny ma za zadanie ułatwiać i usprawniać proces kontroli. Przedsiębiorcy zobowiązani są przepisami prawa składać raporty na rzecz organów skarbowych w jednolitym formacie, a to zobowiązuje ich do korzystania wyłącznie z takich programów, które plik kontrolny generują lub pozwalają na jego utworzenie.

<https://www.finance.mf.gov.pl/web/wp/pp/jpk/pliki-do-pobrania>

7.3 Rozliczenia podatku dochodowego

Jednym z twoich obowiązków jako przedsiębiorcy będzie prawidłowe płacenie i rozliczanie podatków. Zanim zarejestrujesz firmę, powinieneś znać podstawowe zasady dotyczące opodatkowania przedsiębiorców.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zakladanie-firmy/chce-zalozyc-firme-jednoosobowa-samozatrudnienie/co-powinieneś-wiedziec-zanim-zarejestrujesz-firme-w-urzedzie/wybor-formy-opodatkowania-dzialalnosci-i-rodzaje-ksiegowosci>

Podatnicy rozpoczynający działalność, w pierwszym roku podatkowym oraz mali podatnicy, mogą wpłacać zaliczki kwartalnie

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-cit/cit/cit-podatek-dochodowy-od-osob-prawnych>

Jako przedsiębiorca jesteś zobowiązany do obliczania oraz odprowadzania w ciągu roku **zaliczek** na podatek dochodowy. Jeśli wybrałeś ryczałt albo kartę podatkową, co miesiąc płacisz podatek.

Uwaga! Nie musisz składać miesięcznych deklaracji podatkowych PIT - podatek rozliczać w rocznym zeznaniu

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-pit/jak-rozliczac-pit-na-dzialalnosci/jak-obliczyc-zaliczke-podatek-pit>

Jeśli prowadzisz firmę i rozliczasz podatki na zasadach ogólnych, masz obowiązek prowadzenia kilku rodzajów ewidencji. Obowiązki te wynikają z przepisów podatkowych.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-prowadzic-ksiegowosc/ksiegowosc-w-firmie-informacje-podstawowe/ksiegowosc-przy-opodatkowaniu-sie-na-zasadach-ogolnych>

7.4 Rozliczenie Akcyzy

Obrót wyrobami akcyzowymi ma dość złożony charakter i jest oparty na ściśle określonych normach <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20090030011>

Obrót wyrobami akcyzowymi jest wynikiem implementacji przepisów dyrektyw UE jak i zapisów w/w ustawy.

https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-akcyze/guide_19-OBROT_WYROBAMI_AKCYZOWYMI

Uzyskanie wiążącej informacji akcyzowej WIA stanowi podstawę właściwych rozliczeń podatku akcyzowego

https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-akcyze/proc_1632-wiazaca-informacja-akcyzowa-wia

Przeglądarka systemu ISZTAR4 dostarcza informacji o obowiązujących środkach taryfowych (m.in. nomenklatura, stawki celne) i pozataryfowych (środki polityki handlowej takie jak środki dozoru lub ochrony, ograniczenia bądź limity ilościowe - kontyngenty, plafony, jak również zakazy przywozu lub wywozu) oraz podatki (VAT i akcyza) i jest narzędziem wspomagającym klasyfikację towarową. W skład tego narzędzia wchodzi: kalkulator i przeglądarka taryfowa

https://ext-isztar4.mf.gov.pl/taryfa_celna/Home?lang=PL&cssfile=tarbro&date=20181215

W przypadku dostawy wewnątrzwspólnotowej albo eksportu przedsiębiorca ma prawo do zwrotu akcyzy.

<https://www.podatki.gov.pl/akcyza/abc-akcyza/zwrot-akcyzy/>

8 Zawieszanie oraz zamykanie działalności gospodarczej

Zawieszenie działalności gospodarczej jest szeroko opisane w 1 części poradnika

<http://um.swidnica.pl/pages/pl/dla-biznesu/gminne-centrum-obslugi-inwestora-i-eksportera/projekt-razem-dla-biznesu.php>

oraz

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zawieszenie-wznowienie-i-zamkniecie-firmy/chce-zawiesic-firme-jednoosobowa/co-to-jest-zawieszenie-firmy-i-kiedy-mozna-to-zrobic/kiedy-moge-zawiesic-firme-i-jak-to-zrobic>

9 Bezpieczny biznes

Na rynek przedsiębiorstw wkracza nieubłagane cyfrowa rewolucja, która wraz z rozwojem usług chmurowych zmienia radykalnie sposób prowadzenia biznesu. W orzecznictwie wskazuje się, że celem wprowadzenia obowiązku obrotu bezgotówkowego w obrocie profesjonalnym jest stworzenie warunków umożliwiających większą przejrzystość finansów prowadzonych przez przedsiębiorców. Ma to istotne znaczenie w prawie podatkowym, gdzie ogranicza możliwość uchylania się od płacenia podatków przez ukrywanie obrotów, oraz w prawie karnym, gdzie przeciwdziała zjawisku tzw. prania brudnych pieniędzy

Era cyfryzacji i e- biznesu wymaga odpowiednich strategii bezpieczeństwa w przedsiębiorstwach, które stają się jednym z kluczowych czynników sukcesów.

<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pl/pdf/2019/04/pl-Raport-KPMG-Barometr-Cyberbezpieczenstwa-W-obronie-przed-cyberatakami.pdf>

O bolączkach i zagrożeniach przedsiębiorstw na rynku i dotyczące przedsiębiorstw na rynku można przeczytać w raporcie PARP.

<https://www.parp.gov.pl/component/publications/publication/i-raport-z-monitorowania-biezacej-sytuacji-gospodarczej-w-sektorach-%E2%80%93-badania-2016-2018>

9.1 Profil zaufany

Profil zaufany to bezpłatna metoda potwierdzania tożsamości przedsiębiorcy i obywatela w systemach elektronicznej administracji. Dzięki Serwisowi Profilu Zaufanego (PZ), można kontaktować się z podmiotami publicznymi drogą elektroniczną oraz załatwić wiele spraw on-line. Serwisy, w których załatwisz sprawy on-line z pomocą PZ

- <https://obywatel.gov.pl/>
- <https://www.biznes.gov.pl/pl>





- <https://epuap.gov.pl/wps/portal>
- <https://empatia.mpips.gov.pl/>
- <https://www.zus.pl/>
- <https://www.podatki.gov.pl/>

9.2 Ryzyko handlowe a BIG

Zapewnienie płynności finansowej będzie jednym z twoich podstawowych obowiązków w trakcie prowadzenia firmy. Płynność finansowa przedsiębiorstwa to nie innego jak zdolność do spłacania bieżących zobowiązań oraz do dokonywania zakupów wszelkiego rodzaju towarów czy usług.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/kontrahenci-i-klienci/chce-rozliczac-sie-z-kontrahentami-i-klientami/zarzadzanie-finansami-firmy-i-obsluga-platnosci-firmowych/jak-zarzadzac-plynnoscia-finansowa>

Ryzyko handlowe to podstawowe ryzyko, przed którym zabezpieczają ubezpieczenia kredytu kupieckiego, związanego z ryzykiem niewypłacalności oraz ryzykiem znacznych opóźnień płatności.

<https://www.parp.gov.pl/component/content/article/55059:ubezpieczenie-naleznosci-czyli-o-strategii-zarzadzania-plynnoscia>

Na rynku ubezpieczeń istnieje wiele firm, które świadczą tego typu ubezpieczenia. Przy zapobieganiu opisanego ryzyka przedsiębiorca musi dokonać rachunku ekonomicznego zmierzającego do ustalenia wyboru odpowiednich zabezpieczeń. To samo dotyczy odpowiedzialności cywilnej przedsiębiorcy z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej lub użytkowania mienia. Ubezpieczenia te są dobrowolne.

Upadłość z powodu niewypłacalności dotyczy wszystkich przedsiębiorstw, zwłaszcza należących do sektora MŚP dlatego przedsiębiorstwa powinny dążyć do bieżącego monitorowania poziomu płynności finansowej.

https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2016_analiza_szu_msp.pdf

Korzystanie z informacji dotyczącej obrotu gospodarczego, które identyfikują BIG w Polsce pozwala na sprawdzenie rzetelności kontrahentów biznesowych. Ustawa o BIG

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20100810530/T/D20100530L.pdf>

Sama problematyka nierzetelności kontrahentów stanowi poważne wyzwanie dzisiejszej gospodarki i znalazła swój obraz w opisie realiów rynkowych.

<https://www.nzb.pl/images/BIGIM.Prezentacja.Korzystanie.z.informacji.gospodarczej.przewaga.konkurencyjna.firm.180605.pdf>

Przedsiębiorca, który ma negatywne doświadczenia z konkretnym kontrahentem, powinien pomyśleć o umieszczeniu informacji o nierzetelnym podmiocie w BIG. Zabezpieczy to na przyszłość interesy innych podmiotów, które w przyszłości mogłyby dokonać niewypłacalnych operacji.

W tym celu należy podpisać umowę z dowolnym Biurem Informacji Gospodarczej działającym na terenie Polski. W sytuacji, kiedy przedsiębiorca chce zgłosić do BIGu firmę zobowiązanie musi wynosić co najmniej 500 zł. Ponadto jego termin musi zostać przekroczony o 30 dni. Tu również konieczne jest wysłanie wezwania do zapłaty. Zgłoszenie do BIGu jest możliwe po miesiącu od momentu, kiedy firma otrzymała takie wezwanie. Bardzo ważne jest, żeby na wezwaniu do zapłaty znalazła się wzmianka o tym, że jeżeli zapłata nie zostanie uiszczona, umieścimy dane firmy w BIG.

https://www.big.pl/lp/stop-dluznikom?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=search&gclid=Cj0KCQjww47nBRDIARIsAEJ34b1Cbt_R6jg-bZdUBjJ_wvOcG1FErvZlGO6akpCNsM9ru_RumjOO2kaAi4xEALw_wcB

9.3 Ochrona danych osobowych i RODO

Ustawa z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20180001000/T/D20181000L.pdf>

i Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) narzucają na każdego przedsiębiorcę obowiązek ochrony danych pracowników i klientów.



https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/reform_pl?pk_source=google_ads&pk_medium=paid&pk_campaign=gdpr2019

10 Handel zagraniczny

Działalność przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym otwiera przed przedsiębiorcami wiele możliwości. Do szans, które można wykorzystać to z pewnością zwiększenie skali działalności a więc co za tym idzie także zwiększenie wartości przedsiębiorstwa. Oczywiście w sytuacji gdy na horyzoncie pojawiają się szanse równoważyć muszą je także zagrożenia. Do głównych zagrożeń, które mogą się pojawić na drodze do realizacji celów to:



- fluktuacje kursów walutowych,
- różnice w stopach procentowych,
- różnice w zasadach rachunkowości,
- różnice w systemach podatkowych,
- dodatkowe ryzyko wynikające z prowadzenia operacji na terytorium obcego państwa.

Współcześnie polscy mali i średni przedsiębiorcy coraz odważniej wkraczają na zagraniczne rynki, eksportując swoje usługi oraz towary. Bardziej powszechny staje się również import towarów oraz usług od zagranicznych kontrahentów. Statystyki pokazują, że obrót towarami i usługami z zagranicą rośnie z każdym rokiem. W związku z tym, że transakcje takie objęte są odrębnymi przepisami dotyczącymi VAT, w celu poprawnego ich rozliczenia warto zapoznać się z podstawą, a więc definicjami zawartymi w ustawie o VAT. Poza przepisami dotyczącymi podatku VAT warto także zapoznać się z przepisami dotyczącymi podatku celnego, który może pojawić się w zależności od tego czy mamy do czynienia z kontrahentem z terytorium państwa członkowskiego, terytorium państwa trzeciego czy terytorium Unii Europejskiej. Ponadto warto w tym miejscu uczulić na różnice w przepisach dotyczących importu i eksportu między usługami a towarami.

10.1 Rejestracja do VAT-UE

Rejestracja do VAT-UE obowiązkowo dotyczy:



- czynnych podatników VAT, którzy dokonują wewnątrzwspólnotowego nabycia towarów lub wewnątrzwspólnotowej dostawy towarów;
- podmiotów, które nie mają obowiązku zarejestrowania się jako podatnik VAT czynny, oraz osób prawnych niebędących podatnikami, jeżeli będą one dokonywały wewnątrzwspólnotowego nabycia towarów (dalej: WNT). Gdy całkowita wartość tych nabyć przekroczy w trakcie roku podatkowego kwotę 50 000 zł - wówczas podmioty te będą zobowiązane do rozliczania podatku VAT od WNT, mimo braku obowiązku rozliczania VAT w zakresie pozostałej działalności gospodarczej;
- podmiotów, które nabywają usługi, do których stosuje się art. 28b ustawy VAT, czyli stanowią wewnątrzwspólnotowy import usług (np. nabycie usług informatycznych);
- podmiotów świadczących usługi, do których stosuje się art. 100 ust. 1 pkt 4 ustawy o VAT, dla podatników podatku od wartości dodanej lub osób prawnych niebędących takimi podatnikami, zidentyfikowanych na potrzeby podatku od wartości dodanej (czyli np. dla usług informatycznych świadczonych na rzecz podatników VAT-UE z innych państw Unii Europejskiej).

Zgłoszenie zamiaru wykonywania wymienionych powyżej czynności dokonywane jest przez złożenie lub aktualizację formularza VAT-R z wypełnioną częścią C.3. Należy tam określić zamiar:

- dokonywania wszystkich czynności podlegających obowiązkowi zgłoszenia (wewnątrzwspólnotowych dostaw, nabyć towarów, świadczenia i zakupu usług, do których odnosi się art. 28b ustawy o VAT) przez podatnika zarejestrowanego jako czynny podatnik VAT, który zgłaszany jest przez zaznaczenie pozycji 59. formularza VAT-R;



- dokonywania wewnątrzwspólnotowego nabycia towarów przez przedsiębiorcę niepodlegającego obowiązkowi rejestracji jako czynny podatnik VAT (dokonującego rejestracji dobrowolnie lub obowiązkowo po przekroczeniu limitu 50 000 zł od WNT), który zgłaszany jest przez zaznaczenie pola nr 60;
- dokonywania przez podatnika niepodlegającego obowiązkowi rejestracji jako czynny podatnik VAT importu usług lub świadczenia usług, do których stosuje się art. 28b ustawy o VAT; wtedy zaznacza się pole nr 61.

Po dokonaniu rejestracji jako podatnik VAT-UE, przedsiębiorca uzyskuje prawo do posługiwania się numerem VAT-UE, który jest jego NIP-em poprzedzonym przedrostkiem PL. Bez takiego NIP-u żaden kontrahent zagraniczny nie będzie miał możliwości wystawienia nam faktury.

10.2 Import i eksport na gruncie podatku VAT

Podstawowym aktem prawnym, w którym należy szukać definicji importu towarów i usług jest ustawa o VAT. Import towarów został zdefiniowany w art. 2 pkt 7 ww. ustawy. Zgodnie z jego brzmieniem, przez tego typu transakcję rozumie się przywóz towarów z terytorium państwa trzeciego na terytorium Unii Europejskiej. Natomiast zgodnie z art. 2 pkt 9 ustawy o VAT, za import usług przyjmuje się świadczenie usług, z tytułu wykonania, których podatnikiem jest usługobiorca, o którym mowa w art. 17 ust. 1 pkt 4, tj.:

https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/handel-zagraniczny/chce-importowac/guide_162-IMPORT_TOWAROW

- osoba prawna,
- jednostka organizacyjna niemająca osobowości prawnej,
- osoba fizyczna,
- nabywająca usługi, jeżeli spełnione są warunki podane przez ustawę (punkty a i b).

Usługodawcą jest podatnik nieposiadający siedziby działalności gospodarczej oraz stałego miejsca prowadzenia działalności gospodarczej na terytorium kraju, a w przypadku usług, do których stosuje się art. 28e, podatnik ten nie jest zarejestrowany zgodnie z art. 96 ust. 4, ppkt. b) usługobiorcą jest: w przypadku usług, do których stosuje się art. 28b - podatnik, o którym mowa w art. 15, lub osoba prawna niebędąca podatnikiem, o którym mowa w art. 15, zarejestrowana lub obowiązana do zarejestrowania zgodnie z art. 97 ust. 4, a w pozostałych przypadkach - podatnik, o którym mowa w art. 15, posiadający siedzibę działalności gospodarczej lub stałe miejsce prowadzenia działalności gospodarczej na terytorium kraju lub osoba prawna niebędąca podatnikiem, o którym mowa w art. 15, posiadająca siedzibę na terytorium kraju i zarejestrowana lub obowiązana do zarejestrowania zgodnie z art. 97 ust. 4;] https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/handel-zagraniczny/chce-sprowadzac-towary-z-krajow-ue/guide_171-NABYCIE_TOWAROW_W_UE_WNT

W odniesieniu do transakcji eksportu, możemy wyróżnić eksport towarów i usług. Zgodnie z definicją za eksport towarów uznaje się dostawę towarów wysyłanych lub transportowanych z terytorium kraju poza terytorium Unii Europejskiej przez: https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/handel-zagraniczny/chce-eksportowac/guide_161-EKSPORT_TOWAROW



- dostawcę lub na jego rzecz lub,
- nabywcę mającego siedzibę poza terytorium kraju lub na jego rzecz, z wyłączeniem towarów wywożonych przez samego nabywcę do celów wyposażenia lub zaopatrzenia statków rekreacyjnych oraz turystycznych statków powietrznych lub innych środków transportu służących do celów prywatnych,
- jeżeli wywóz towarów poza terytorium Unii Europejskiej jest potwierdzony przez urząd celny określony w przepisach celnych.

Co ważne, za eksport towarów uznawane są także takie transakcje wywozu towarów do krajów trzecich, których procedura wywozu rozpoczęła się w państwie członkowskim Unii Europejskiej innym niż Polska. W przypadku eksportu usług sprawa nie jest tak jasna. Za eksport usług uważa się świadczenie usług przez polskich podatników, które jest opodatkowane podatkiem



VAT w innym kraju niż Polska - zwykle w państwie, z którego pochodzi nabywca, ponieważ zgodnie z przepisami to tam ma miejsce świadczenie usług.

Miejscem świadczenia usług w przypadku świadczenia usług na rzecz podatnika jest miejsce, w którym podatnik będący usługobiorcą posiada siedzibę działalności gospodarczej, z zastrzeżeniem ust. 2-4 oraz art. 28e, art. 28f ust. 1 i 1a, art. 28g ust. 1, art. 28i, art. 28j ust. 1 i 2 oraz art. 28n.

10.3 Pojęcie terytorium kraju, państwa członkowskiego, państwa trzeciego i Unii Europejskiej

Rozpatrując import i eksport na gruncie podatku VAT warto dokonać rozróżnienia podstawowych pojęć z tym związanych. W ustawie o VAT określone zostało również, co należy rozumieć przez terytorium kraju, terytorium państwa członkowskiego, terytorium państwa trzeciego <https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-vat/vat-w-handlu-zagranicznym/rozliczanie-vat-przy-importcie-uslug-spoza-ue>

oraz terytorium Unii Europejskiej

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-vat/vat-w-handlu-zagranicznym/rozliczanie-vat-w-transakcjach-wewnatrzwspolnotowych>

Za terytorium kraju uznaje się terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (z zastrzeżeniem art. 2a), za terytorium państwa członkowskiego (art. 2 pkt 4) uważa się terytorium państwa wchodzącego w skład terytorium Unii Europejskiej (z zastrzeżeniem art. 2a). Z kolei terytorium państwa trzeciego, to terytorium państwa niewchodzącego w skład terytorium Unii Europejskiej (z zastrzeżeniem art. 2a)

Czym według ustawy o VAT jest terytorium Unii Europejskiej? Pojęcie to definiuje art. 2 pkt 3 ustawy i zgodnie z nim są to terytoria państw członkowskich Unii Europejskiej, przy czym, na potrzeby stosowania tej ustawy:

Księstwo Monako traktuje się jako terytorium Republiki Francuskiej, wyspę Man traktuje się jako terytorium Zjednoczonego Królestwa Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej, suwerenne strefy Akrotiri i Dhekelia traktuje się jako terytorium Republiki Cypru,

następujące terytoria poszczególnych państw członkowskich traktuje się jako wyłączone z terytorium Unii Europejskiej:

- wyspę Helgoland, terytorium Buesingen - z Republiki Federalnej Niemiec,
- Ceutę, Melillę, Wyspy Kanaryjskie - z Królestwa Hiszpanii,
- Livigno, Campione d'Italia, włoską część jeziora Lugano - z Republiki Włoskiej,
- departamenty zamorskie Republiki Francuskiej - z Republiki Francuskiej,
- Górę Athos - z Republiki Greckiej,
- Wyspy Alandzkie - z Republiki Finlandii,
- Wyspy Normandzkie - ze Zjednoczonego Królestwa Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej.

Gibraltar traktuje się jako wyłączony z terytorium Unii Europejskiej.

Rozliczając import i eksport na gruncie podatku VAT, w odpowiedniej klasyfikacji transakcji, kluczowe znaczenie ma:

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-vat/vat-w-handlu-zagranicznym/rozliczanie-vat-przy-eksportcie-uslug-poza-ue63>

- miejsce świadczenia usługi lub dostawy towaru,
- siedziba nabywcy i dostawcy,
- sposób oraz forma dostawy.

