

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ SZANSĄ NA MILION

CZEGO DOWIESZ SIĘ Z PRZECZYTANEGO TEKSTU

- Czym jest przedsiębiorczość? W jaki sposób przedsiębiorczość pozwala osiągać sukcesy finansowe?
- Rola sektora MŚP w procesie kształtowania współczesnego rynku.
- Wybrane formy prawne prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce.
- Biznesplan – od pomysłu do realizacji wielkiego przedsięwzięcia.
- Źródła finansowania działalności gospodarczej – analiza porównawcza.
- Księgowość w pigułce – co powinien wiedzieć każdy przedsiębiorca o finansach i podatkach?
- Mikro- i makrootoczenie przedsiębiorstwa.
- Branding – dlaczego warto budować świadomość marki?
- E-marketing XXI wieku – jak skutecznie dotrzeć do klienta?
- Społeczna odpowiedzialność biznesu w procesie zarządzania przedsiębiorstwem.

WSTĘP

Przedsiębiorczość szansą na milion – to hasło, które przyciąga uwagę wszystkich tych, którzy chcą zmieniać świat. Przedsiębiorczość daje możliwość współtworzenia rzeczywistości, rozpoczęcia „od zera” i powołania do życia czegoś konkretnego, co w efekcie może poprawić życie nie tylko Tobie, Drogi Czytelniku, ale również innych ludzi, wpłynąć na otoczenie, a nawet istotnie zmienić obecny porządek rzeczy. Przedsiębiorczość otwiera drzwi do kreatywności, innowacyjności i poszukiwania rozwiązań na rzecz wspólnego dobra. To nie tylko perspektywa osobistego sukcesu finansowego, ale również szansa na budowanie społeczeństwa opartego na wartościach, innowacjach i pozytywnych zmianach.

Zanim rozpoczniemy temat związany z przedsiębiorczością, odpowiedz proszę na pytania, które pomogą skonkretyzować Twoje obecne cele w życiu:

- 1) Kim planuję zostać w przyszłości?
- 2) Jakie studia chcę ukończyć?
- 3) Jakie mam priorytety w życiu?
- 4) Co mnie wyróżnia z tłumu?

Po udzieleniu odpowiedzi na powyższe pytania, zachęcam Cię do zapoznania się z materiałem związanym z istotą przedsiębiorczości. Mam nadzieję, że ta krótka lektura zainspiruje Cię do wyznaczenia odpowiednich celów już na wczesnym etapie Twojego życia. Pamiętaj, że tylko konsekwentna realizacja założonych celów może doprowadzić Cię do osiągnięcia wymarzonych sukcesów zawodowych.

1. Czym jest przedsiębiorczość? W jaki sposób przedsiębiorczość pozwala osiągać sukcesy finansowe?

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ określana jest jako zespół cech i zachowań charakteryzujących przedsiębiorców. To postawa, dzięki której dana osoba osiąga i realizuje wyznaczone przez siebie cele związane z osiągnięciem zysku. Istnieje wiele definicji przedsiębiorczości. Temat ten jest przedmiotem badań ze względu na to, iż tworzenie nowych przedsiębiorstw ma istotny



wpływ na wzrost gospodarczy, zatrudnienie i innowacyjność. Przedsiębiorczość prowadzi również do wzrostu ekonomicznego oraz tworzenia nowych miejsc pracy. Dlatego też władze na całym świecie poszukują sposobów, aby zachęcać ludzi do podejmowania działalności przedsiębiorczej, co ma kluczowe znaczenie dla rozwoju gospodarczego i utrzymania wysokich standardów życia. Istnieje wiele czynników wpływających na sukces w prowadzeniu działalności przedsiębiorczej, w tym cechy osobowości, wyznawane wartości, sposób myślenia

Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



oraz motywacje. Badania naukowe wskazują, że przedsiębiorcy różnią się od innych grup społecznych i zawodowych, takich jak managerowie, osoby nieprowadzące działalności gospodarczej czy planujące rozpoczęcie własnego biznesu. Dodatkowo badania wskazują, że cechy osobowości, postawy i zachowania przedsiębiorcy są kluczowe do osiągnięcia sukcesu, przewyższając znaczenie takich czynników jak dostęp do finansowania czy lokalizacja przedsiębiorstwa.

Pojęcia przedsiębiorczość – ze względu na interdyscyplinarny charakter – nie można jednoznacznie zdefiniować. Według ekonomistów przedsiębiorczość to fakt organizacji i kierowania przedsiębiorstwem, w oparciu o motywę zysku, przy założeniu ryzyka i na własną odpowiedzialność. Z kolei według socjologów przedsiębiorczość jest sposobem zachowania polegającym na poszukiwaniu zmiany, reagowaniu na nią i wykorzystywaniu jako okazji do społecznej lub gospodarczej innowacji. Natomiast według psychologów z przedsiębiorczością będzie związana cecha osobowości, a ściślej – zespół cech warunkujących bycie dobrym przedsiębiorcą, czyli takim, który osiąga sukcesy w organizowaniu i kierowaniu przedsiębiorstwem. Próbując zdefiniować przedsiębiorczość w znaczeniu ogólnym, można przyjąć, że jest to zarówno proces gospodarczy polegający na tworzeniu nowych, najczęściej małych i średnich przedsiębiorstw oraz cecha osobowości, charakteryzująca postawy i zachowania ludzkie w zakresie zdolności i chęci ponoszenia ryzyka, skłonności do zachowań innowacyjnych oraz podejmowania działań w celu wykorzystania nadających się szans i okazji.

Z istotą przedsiębiorczości wiąże się również pojęcie przedsiębiorcy oraz działalności gospodarczej. W polskim systemie prawnym oba pojęcia zostały zdefiniowane m.in. w ustawie z dnia 6 marca 2018 roku – Prawo przedsiębiorców (Dz.U. 2018 poz. 646 z późn. zm.) w następujący sposób:

Art. 3

Działalnością gospodarczą jest zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły.



Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



Art. 4

- 1. **Przedsiębiorcą** jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą.*
- 2. Przedsiębiorcami są także wspólnicy spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej.*
- 3. Zasady podejmowania, wykonywania i zakończenia działalności gospodarczej przez osoby zagraniczne określają odrębne przepisy.*

Definicja działalności gospodarczej wskazuje na konkretne cechy, które powinna spełnić aktywność danego podmiotu, aby mogła być uznana za działalność gospodarczą. Tymi cechami są:

- 1) **cel działalności** („zarobkowa”) – działalność prowadzona jest do osiągnięcia zysku;
- 2) **zorganizowanie** („zorganizowana działalność”) – czynności (prawne i faktyczne) zmierzające do podjęcia i wykonywania działalności;
- 3) **sposób wykonywania działalności** (wykonywana „w sposób ciągły”) – względnie stały zamiar wykonywania działalności;
- 4) **wykonywanie działalności we własnym imieniu** („wykonywana we własnym imieniu”) – działalność wykonywana samodzielnie, na własne ryzyko oraz na własną odpowiedzialność.

Z kolei przedsiębiorcą może być:

- 1) **osoba fizyczna** – człowiek posiadający zdolność prawną i pełną zdolność do czynności prawnych;
- 2) **osoba prawna** – jednostki organizacyjne, którym przepisy szczególne przyznają osobowość prawną (np. kapitałowe spółki prawa handlowego); są to inne niż osoby fizyczne podmioty prawa, które:
 - są wyodrębnione organizacyjnie,
 - są wyodrębnione majątkowo,

Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



- działają przez własne organy,
 - są wyposażone w zdolność prawną i zdolność do czynności prawnych (tak jak osoby fizyczne), ale nie mają tożsamesgo z nimi zakresu praw i obowiązków (osoby prawne nie mogą być w szczególności podmiotami stosunków z zakresu prawa rodzinnego i innych, które są związane z osobami fizycznymi);
- 3) **jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną** (np. osobowe spółki prawa handlowego);
- 4) **wspólnicy spółki cywilnej** (spółka cywilna nie jest osobową spółką prawa handlowego, nie posiada podmiotowości prawnej, dlatego też przedsiębiorcami będą jej wspólnicy).



Aby zapoznać się z kluczowymi cechami, jakie powinien posiadać przedsiębiorca, zachęcam Cię do obejrzenia krótkiego filmu dostępnego pod tym linkiem:

<https://www.youtube.com/watch?v=2LKwGhGrXbQ>

Amazon, Apple, Facebook i Google to najbardziej wpływowe firmy na świecie. Wielu z nas sądzi, że wie, jak osiągnęły daną pozycję. Scott Galloway w książce pt. „*Wielka czwórka. Ukryte DNA: Amazon, Apple, Facebook i Google*” stawia kluczowe pytania: Jak wielka czwórka infiltruje nasze życie, że nie sposób pominąć ani zbojkotować? Dlaczego rynek i ludzie wybaczą i grzechy, które pogrążyłyby inne firmy? I czy ktokolwiek jest w stanie ich im przeciwstawić? Gorąco polecam lekturę tej książki.



2. Rola sektora MŚP w procesie kształtowania współczesnego rynku.



SEKTOR MŚP (małe i średnie przedsiębiorstwa) odnosi się do kategorii przedsiębiorstw zdefiniowanej na podstawie ich rozmiaru, liczby pracowników oraz wielkości obrotów finansowych. Termin ten jest stosowany w kontekście ekonomicznym i prawnym, aby określić grupę firm, które są mniejsze pod względem skali w porównaniu z dużymi korporacjami.

Zgodnie z art. 7 ustawy z dnia 6 marca 2018 roku – Prawo przedsiębiorców (Dz.U. 2018 poz. 646 z późn. zm.), przedsiębiorstwa można podzielić na następujące kategorie:

RYСУNEK 1: Definicja mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.

| KATEGORIA PRZEDSIĘBIORSTWA | LICZBA OSÓB ZATRUDNIONYCH ROCZNE JEDNOSTKI ROBOCZE | ROCZNY OBRÓT | CAŁKOWITY BILANS |
|----------------------------|---|--------------|------------------|
| MIKRO | < 10 | ≤ 2 mln EUR | ≤ 2 mln EUR |
| MAŁE | < 50 | ≤ 10 mln EUR | ≤ 10 mln EUR |
| ŚREDNIE | < 250 | ≤ 50 mln EUR | ≤ 43 mln EUR |

LUB ← → LUB ← → LUB ← →

Źródło: art. 7 ustawy z dnia 6 marca 2018 roku – Prawo przedsiębiorców (Dz.U. 2018 poz. 646 z późn. zm.)

Liczbę oraz strukturę poszczególnych przedsiębiorstw na polskim rynku według form prawnych i klas wielkości w 2020 roku przedstawiono w tabeli 1 oraz na wykresie 1.

Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



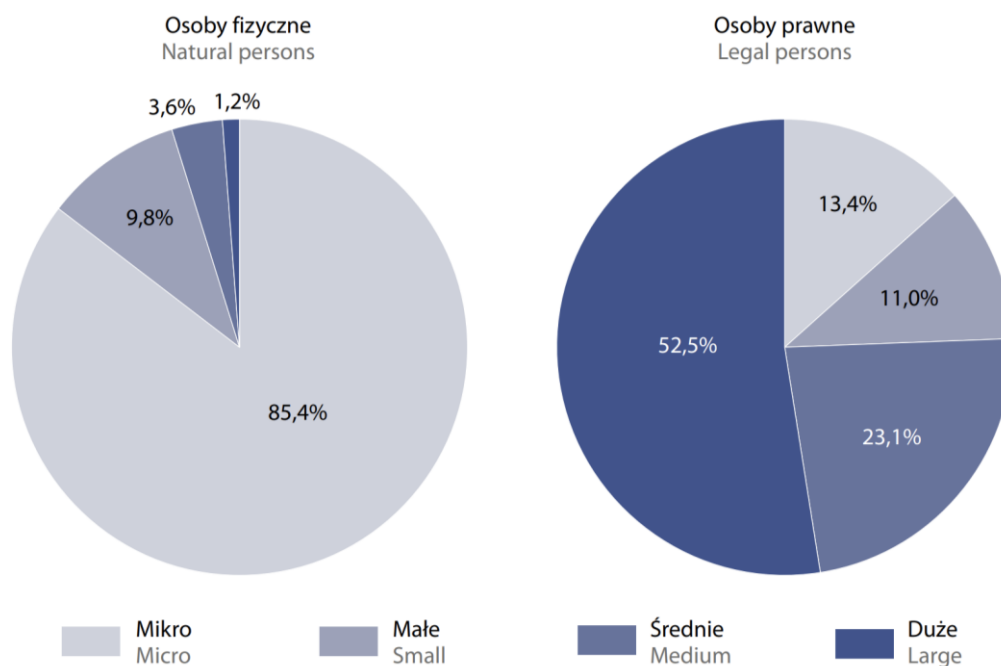
TABELA 2: Liczba przedsiębiorstw według form prawnych i klas wielkości w 2020 roku.

| Klasa wielkości przedsiębiorstwa Size class of enterprise | Ogółem Total | Osoby fizyczne Natural persons | Osoby prawne Legal persons |
|--|-----------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| Ogółem Total | 2 261 856 | 1 969 578 | 292 278 |
| Mikro Micro | 2 194 244 | 1 947 225 | 247 019 |
| Małe Small | 49 514 | 20 659 | 28 855 |
| Średnie Medium | 14 433 | 1 587 | 12 846 |
| Duże Large | 3 665 | 107 | 3 558 |

Źródło:

https://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5502/2/17/1/dzialalnosc_przedsiębiorstw_w_niefinansowych_w_2020.pdf

WYKRES 1: Struktura liczby pracujących według form prawnych i klas wielkości w 2020 roku.



Źródło:

https://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5502/2/17/1/dzialalnosc_przedsiębiorstw_w_niefinansowych_w_2020.pdf

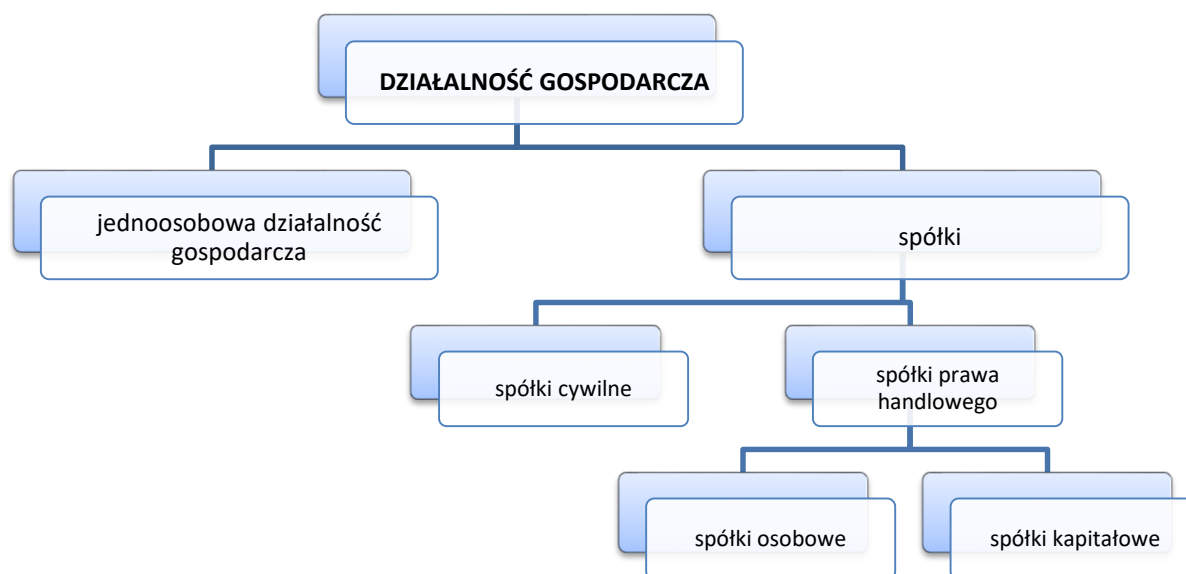
Rolę sektora MŚP w procesie kształtowania współczesnego rynku można postrzegać z punktu widzenia następujących efektów:

- 1) **Efekt postępu technicznego (innowacyjność):** MŚP wyróżniają się zdolnością do elastycznego reagowania i dostosowywania się do dynamicznych potrzeb rynkowych. Ponadto, sprawnie funkcjonujący system komunikacji pozwala na szybką reakcję na wewnętrzne wyzwania. Niemniej jednak, MŚP borykają się z trudnościami w pozyskiwaniu zewnętrznego kapitału oraz ochroną patentową innowacji, co stanowi wyzwanie w obszarze innowacyjności.
- 2) **Efekt stabilizacyjny:** MŚP wykazują większą odporność na kryzysy koniunkturalne w porównaniu z dużymi przedsiębiorstwami. Są one bardziej skłonne wykorzystać swoje zasoby własne i szybko reagować na zmiany, co zmniejsza ich zależność od rynków zagranicznych.
- 3) **Efekt ekologiczny:** MŚP wpływają na środowisko w mniejszym stopniu niż duże przedsiębiorstwa i w sposób bardziej zdecentralizowany.
- 4) **Efekt transformacyjny:** Poprzez swoją działalność MŚP przyczyniają się do tworzenia pozytywnego wizerunku przedsiębiorstw oraz promują postawy przedsiębiorcze. Tworzą miejsca pracy, szczególnie w obszarach trudno dostępnych, wprowadzając nowe produkty, technologie i metody działania, co wspomaga proces przekształcania się gospodarki.
- 5) **Efekt mobilizacji kapitałów:** MŚP wykorzystują przede wszystkim własne środki na rozwój, które zwykle są oszczędnościami przeznaczonymi na przyszłą konsumpcję.
- 6) **Efekt regionalnej decentralizacji:** MŚP powstają tam, gdzie dużym przedsiębiorstwom nie opłaca się angażować swojego kapitału. Sektor ten ogranicza również tendencje monopolistyczne i wspiera rozwój regionalny.
- 7) **Efekt produkcyjny:** MŚP szybciej tworzą nowe miejsca pracy i odgrywają ważną rolę w szkoleniu zawodowym. Pracownicy MŚP zazwyczaj wykonują szerszy zakres obowiązków, a sektor ten generuje mniejsze bezrobocie niż duże przedsiębiorstwa. Warto również zaznaczyć, że sektor MŚP aktywniej działa w obszarze gospodarki nieoficjalnej.

3. Wybrane formy prawne prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce.

W Polsce istnieją różne formy działalności gospodarczej, obejmujące w szczególności jednoosobową działalność gospodarczą, spółkę cywilną oraz spółki prawa handlowego (osobowe i kapitałowe).

RYSUNEK 2: Wybrane formy prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce.



Źródło: opracowanie własne

JEDNOOSOBOWA DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA jest to forma prowadzenia firmy przez jedną osobę, która jest zarazem właścicielem i ponosi pełną odpowiedzialność za zobowiązania przedsiębiorstwa. Przedsiębiorca jest osobą fizyczną, która samodzielnie podejmuje decyzje dotyczące swojego biznesu.

SPÓŁKA CYWILNA to umowa zawarta między dwiema lub więcej osobami, którzy decydują się na wspólne prowadzenie działalności gospodarczej. Spółki cywilne traktowane są jak podmioty prowadzone przez osoby fizyczne, ponieważ nie mają osobowości prawnej. Każdy wspólnik uważany jest przez prawo za indywidualnego przedsiębiorcę. Wspólnicy odpowiadają za zobowiązania spółki całym swoim majątkiem.

Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



SPÓŁKI PRAWA HANDLOWEGO z punktu widzenia zakresu odpowiedzialności współników wobec ich wierzycieli, dzielą się na: **spółki osobowe** oraz **spółki kapitałowe**.



Spółki osobowe opierają swoją działalność na osobistej pracy współników w przedsiębiorstwie spółki. Wspólnicy ponoszą pełną odpowiedzialność prawną za zobowiązania spółki. Do tego typu spółek zalicza się spółkę jawną, spółkę partnerską, spółkę komandytową oraz spółkę komandytowo-akcyjną.

Spółki kapitałowe odpowiadają za zobowiązania wobec wierzycieli tylko kapitałem spółki, a więc wkładami współników. Do tych spółek zalicza się spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, spółka akcyjna oraz spółka akcyjna.

Powyższe formy działalności gospodarczej mają swoje zalety i ograniczenia, dlatego przedsiębiorcy wybierają te, które najlepiej odpowiadają ich potrzebom, planom biznesowym oraz stopniowi ryzyka, jakim są gotowi się podjąć. Każda z tych struktur prawnych oferuje inną konfigurację odpowiedzialności, sposobu zarządzania oraz podatków.

Aby dowiedzieć się więcej na temat omówionych form prowadzenia działalności gospodarczej, zachęcam Cię do obejrzenia krótkiego filmu dostępnego pod tym linkiem:

<https://www.youtube.com/watch?v=iCgtyrADqMw>

4. Biznesplan – od pomysłu do realizacji wielkiego przedsięwzięcia.



BIZNESPLAN jest nieodzownym narzędziem każdego przedsiębiorcy. To dokument strategiczny, który nie tylko opisuje wizję firmy, ale także wytycza kierunek jej rozwoju oraz strategię działania. Istota biznesplanu polega na kompleksowym zarysie wszystkich aspektów związanych z prowadzeniem przedsiębiorstwa oraz analizie jego potencjału i ryzyka.

Jaką rolę pełni biznesplan? Biznesplan to:

- 1) **Proces planowania:** Biznesplan to efekt skrupulatnego procesu planowania, obejmującego analizę rynku, konkurencji, określenie celów, strategii marketingowej, plan finansowy oraz strukturę organizacyjną. Jest to mapowanie drogi, która pomoże osiągnąć cele biznesowe.
- 2) **Narzędzie decyzyjne:** Jest to niezastąpione narzędzie decyzyjne. Przedsiębiorca wykorzystuje biznesplan do podejmowania kluczowych decyzji dotyczących finansowania, strategii rozwoju, wyboru rynków docelowych czy wprowadzania nowych produktów na rynek.
- 3) **Komunikacja i perswazja:** Biznesplan jest instrumentem komunikacji, który umożliwia przekazanie wizji, celów i strategii firmy potencjalnym inwestorom, partnerom biznesowym czy instytucjom finansującym. Jego celem jest przekonanie o atrakcyjności i wiarygodności pomysłu biznesowego.
- 4) **Monitorowanie postępu:** Biznesplan pełni rolę narzędzia kontrolnego. Pozwala na śledzenie postępów w realizacji założeń biznesowych, co umożliwia wcześniejsze wykrywanie ewentualnych nieprawidłowości czy zmian na rynku, co z kolei pozwala na szybką adaptację i reagowanie.

Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



- 5) **Redukcja ryzyka:** Biznesplan pomaga zidentyfikować i zminimalizować ryzyko związane z prowadzeniem działalności gospodarczej poprzez wcześniejsze przewidywanie potencjalnych trudności i przygotowanie planów awaryjnych.

Biznesplan jest zatem kluczowym dokumentem, który nie tylko pomaga w zaplanowaniu działań firmy, ale również stanowi fundament dla jej sukcesu. Jest to dynamiczny dokument, który ewoluuje wraz z rozwojem firmy, adaptując się do zmieniających się warunków rynkowych i biznesowych.

RYSUNEK 3: Uniwersalna struktura biznesplanu.



Źródło: <https://www.podrecznik.edugate.pl/5-przedsiębiorstwo/5-7-czym-jest-biznesplan/>

Aby dowiedzieć się, jak napisać biznesplan, zachęcam Cię do obejrzenia krótkiego filmu dostępnego pod tym linkiem: https://www.youtube.com/watch?v=PqM_LWVjicg&t=31s



5. Źródła finansowania działalności gospodarczej – analiza porównawcza.



Finansowanie działalności gospodarczej stanowi kluczowy element sukcesu każdego przedsiębiorstwa, bowiem zapewnia środki niezbędne do rozwoju, inwestycji oraz codziennego funkcjonowania firmy. Może ono się odbywać w oparciu o kapitał własny oraz kapitał obcy. W ramach kapitału własnego występują zarówno wewnętrzne, jak i zewnętrzne źródła finansowania.

Podział finansowania działalności gospodarczej przedstawia się następująco:

1) KAPITAŁ WŁASNY

A. ŹRÓDŁA WEWNĘTRZNE:

- wkłady właścicieli przedsiębiorstwa (wspólników, udziałowców),
- kapitał zatrzymany (niepodzielony) (część zysku, która pozostaje niepodzielona między właścicieli i jest reinwestowana w przedsiębiorstwo).

B. ŹRÓDŁA ZEWNĘTRZNE

- dopłaty do kapitału (środki finansowe wprowadzane do spółki przez jej właścicieli lub udziałowców w celu zwiększenia majątku przedsiębiorstwa),
- pozyskanie nowego udziałowca (proces, w wyniku którego firma przyjmuje nowego inwestora lub wspólnika, który staje się udziałowcem spółki poprzez zakup udziałów lub akcji, co skutkuje zwiększeniem liczby właścicieli przedsiębiorstwa),
- emisja akcji (proces, w którym firma wprowadza nowe akcje na rynek finansowy lub sprzedaje je inwestorom, co skutkuje zwiększeniem kapitału zakładowego spółki i zwiększeniem liczby akcji znajdujących się w obiegu),
- fundusze *venture capital* (instytucje finansowe lub fundusze inwestycyjne, które inwestują w innowacyjne firmy w fazie startowej lub rozwijającej się,

zapewniając im kapitał na rozwój; ich celem jest inwestowanie w projekty z potencjałem wysokiego wzrostu, często w branżach technologicznych, biotechnologicznych i innowacyjnych; w zamian za finansowanie, oczekują udziału w zyskach z inwestowanych firm),

- aniołowie biznesu (doświadczeni przedsiębiorcy lub inwestorzy, którzy udzielają kapitału i wsparcia finansowego w nowe przedsięwzięcia biznesowe, szczególnie na wczesnym etapie rozwoju; inwestują zazwyczaj w projekty startupowe, oferując także swoją wiedzę i kontakty biznesowe dla wsparcia nowych firm).

2) KAPITAŁ OBCY

- pożyczki (środki finansowe udzielane przez instytucje finansowe lub osoby prywatne na określony czas, które są zwracane wraz z odsetkami),
- kredyty bankowe (forma pożyczki udzielanej przez banki lub instytucje finansowe na określony czas, z określonym oprocentowaniem, spłacana według ustalonego harmonogramu),
- leasing (umowa, w której jedna strona (leasingodawca) udostępnia drugiej stronie (leasingobiorcy) do użytku określony majątek (np. samochód, maszyny), a leasingobiorca płaci miesięczne raty za korzystanie z tego majątku),
- fundusze unijne (środki finansowe przyznawane przez UE państwom członkowskim w celu wsparcia różnych projektów, inwestycji lub inicjatyw w obszarach takich jak rozwój regionalny, innowacje, nauka, transport itp.),
- dotacje z urzędu pracy (środki finansowe lub wsparcie w formie pieniężnej udzielane przez urzędy pracy lub instytucje związane z rynkiem pracy, mające na celu pomoc osobom bezrobotnym lub poszukującym pracy w znalezieniu zatrudnienia lub podnoszeniu kwalifikacji zawodowych),
- finansowanie społecznościowe/*crowdfunding* (sposób pozyskiwania funduszy na projekty lub inicjatywy poprzez zbieranie drobnych kwot od wielu ludzi za pośrednictwem platform internetowych).

W tym miejscu warto poznać wady i zalety finansowania działalności gospodarczej zarówno kapitałem własnym, jak i kapitałem obcym.

TABELA 2: Zalety i wady finansowania działalności gospodarczej kapitałem własnym i kapitałem obcym.

| | KAPITAŁ WŁASNY | KAPITAŁ OBCY |
|--------|---|---|
| ZALETY | <ol style="list-style-type: none"> 1. Brak konieczności zwrotu. 2. Brak obligatoryjnych płatności odsetkowych. 3. Ułatwienie do zaciągania zobowiązań. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Wierzyciele nie biorą udziału w zarządzaniu przedsiębiorstwem. 2. Procedury pozyskania są prostsze niż dla kapitału własnego. 3. Na rynku kapitału obcego jest więcej niż kapitału własnego. |
| WADY | <ol style="list-style-type: none"> 1. Relatywnie trudny dostęp do zasobów. 2. Ograniczenie kontroli nad startupem. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Zmniejsza płynność przedsiębiorstwa. 2. Powoduje wzrost ryzyka finansowego. 3. Kapitał jest udostępniany na ograniczony czas. |

Źródło: opracowanie własne

PYTANIE:



Jaki rodzaj finansowania uważasz za najbardziej bezpieczny na wczesnym etapie rozwoju firmy?



6. Księgowość w pigułce – co powinien wiedzieć każdy przedsiębiorca o finansach i podatkach?

Aby mówić o finansach i podatkach, w pierwszej kolejności należy poznać definicję podatku. Zgodnie z art. 6 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 roku – Ordynacja podatkowa (Dz.U. 1997 nr 137 poz. 926 z późn. zm.):

Art. 6

***Podatkiem** jest publicznoprawne, nieodpłatne, przymusowe oraz bezzwrotne świadczenie pieniężne na rzecz Skarbu Państwa, województwa, powiatu lub gminy, wynikające z ustawy podatkowej.*

Definicja podatku wymaga rozwinięcia znaczenia jej elementów, aby była w pełni zrozumiała.

Nieodpłatność podatku oznacza, że jego uiszczenie nie daje podatnikowi lub jego płatnikowi podstaw do dochodzenia roszczeń od podmiotu, do którego podatek jest odprowadzany – państwa lub jednostek samorządu terytorialnego.

Przymusowość podatkowa oznacza, że w celu realizacji wykonania zobowiązania podatkowego lub jego zabezpieczenia organy podatkowe mogą wykorzystać procedury, także egzekucyjne, określone we właściwych przepisach

Podatek jest **świadczeniem bezzwrotnym**, co oznacza, że co do zasady nie podlega on zwrotowi. Ten może nastąpić jedynie w ściśle określonych przypadkach np. nadpłata. Cecha ta odróżnia podatki od należności związanych z kredytami czy pożyczkami, które muszą być zwrócone po określonym czasie. Zapłata podatku nie jest świadczeniem wzajemnym, stąd Skarb Państwa czy jednostki samorządu terytorialnego nie są dłużnikami podatnika.

Podatek jest **świadczeniem pieniężnym**, co oznacza, że powinien być zawsze określony w pewnej kwocie pieniędzy i w walucie. Jego stawka określana jest w odpowiednich przepisach, zaś wysokość w ramach tzw. samoobliczenia lub w decyzji ustalającej wysokość zobowiązania podatkowego.

Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



Podatek jest świadczeniem uiszczanym wyłącznie przez podmioty zobowiązane na rzecz **Skarbu Państwa, województwa, powiatu lub gminy**.

Podatki powinny być wprowadzane **w formie ustawowej**. Zgodnie z art. 217 w zw. z art. 84 Konstytucji RP nakładanie podatków, innych danin publicznych, określenie podmiotów, przedmiotów opodatkowania i stawek podatkowych, a także zasad przyznawania ulg i umorzeń oraz kategorii podmiotów zwolnionych od podatków następuje w drodze ustawy (zasada wyłączności ustawy do wprowadzania podatków oraz do kształtowania istotnych elementów konstrukcyjnych podatku). Płacenie podatku należy traktować jako zasadę, wszystkie odstępstwa (dotyczy to ulg i zwolnień podatkowych) jako wyjątki od niej (zasada powszechności).

Podatki są kluczowym źródłem dochodów dla państwa, umożliwiając finansowanie jego różnorodnych działań. Ogólnie rzecz biorąc, to dzięki podatkom państwo może finansować szkoły, szpitale, budowę dróg oraz wspierać osoby najbardziej potrzebujące. Każda osoba, która podlega opodatkowaniu, ma obowiązek uiścić należny podatek.



Podatki różnią się od siebie podmiotem opodatkowania (czyli kto jest opodatkowany), przedmiotem (czyli co podlega opodatkowaniu) oraz sposobem poboru podatku (czyli trybem i warunkami płatności).

Wszystkie rodzaje podatków tworzą całość zarówno w sensie prawnym, jak i ekonomicznym oraz są ze sobą wzajemnie powiązane. Tym samym składają się na system podatkowy.

Głównym celem opodatkowania jest **funkcja fiskalna**, czyli pozyskiwanie funduszy niezbędnych do finansowania potrzeb publicznych. Dodatkowo, podatki pełnią **funkcję redystrybucyjną**, rozdzielając dochody budżetowe z nich pochodzące między obywateli

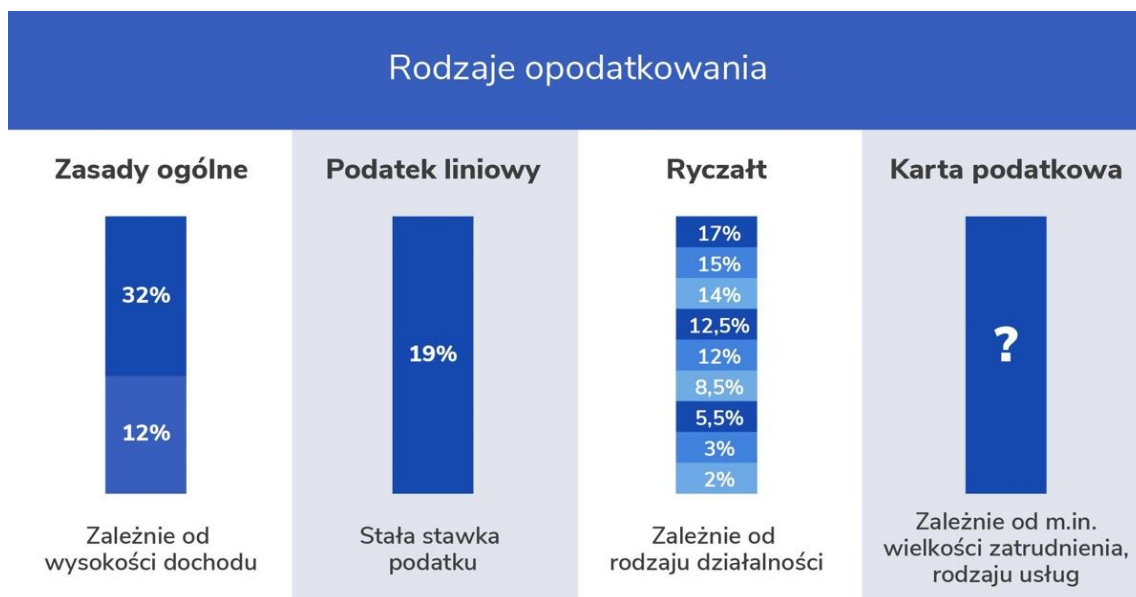
Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



a instytucjami publicznymi. Istnieje także **funkcja stymulacyjna** podatków, która poprzez np. preferencyjne stawki, ulgi podatkowe lub zwolnienia zachęca do określonych działań czy procesów gospodarczych, korzystnych zarówno dla państwa, jak i obywateli.

W tym miejscu należy wskazać możliwe formy opodatkowania, które występują w polskim systemie prawnym.

RYSUNEK 4: Formy opodatkowania w Polsce.



Źródło: <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-formy-opodatkowania-jaka-wybrac>

ZASADY OGÓLNE

Zasady ogólne (skala podatkowa) jest to najczęściej stosowana przez przedsiębiorców forma opodatkowania. Polega na opodatkowaniu dochodu (przychody – koszty uzyskania przychodu) według dwustopniowej skali podatkowej:

Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



TABELA 3: Skala podatkowa w PIT.

| Podstawa obliczenia podatku w złotych | | Podatek wynosi |
|---------------------------------------|---------|---|
| ponad | do | |
| | 120 000 | 12% minus kwota zmniejszająca podatek 3600 zł |
| 120 000 | | 10 800 zł + 32% nadwyżki ponad 120 000 zł |

Źródło: art. 27 ust. 1 ustawy z dnia 26 lipca 1991 roku o podatku dochodowym od osób fizycznych (Dz.U. 1991 nr 80 poz. 350 z późn. zm.)

PODATEK LINIOWY

W przypadku podatku liniowego przedsiębiorca opodatkowuje dochód (przychody – koszty uzyskania przychodu) jedną stawką podatku – 19% bez względu na jego wysokość. To prostszy i bardziej jednolity model, który eliminuje zróżnicowane stawki podatkowe w zależności od wysokości dochodu. W efekcie każdy zarobiony złoty podlega opodatkowaniu tą samą stawką procentową, co upraszcza proces obliczania podatku i może być postrzegane jako bardziej sprawiedliwe dla wszystkich podatników.

RYCZAŁT OD PRZYCHODÓW EWIDENCJONOWANYCH

Ryczałt od przychodów ewidencjonowanych jest dość specyficzną formą opodatkowania, w przypadku której przedsiębiorca nie może pomniejszyć osiągniętych przychodów o poniesione koszty podatkowe. Jednak swego rodzaju rekompensatą są stosunkowo niskie stawki ryczałtu – 2%, 3%, 5,5%, 8,5%, 12%, 12,5%, 14%, 15% oraz 17%, w zależności od rodzaju wykonywanej działalności gospodarczej.

Jednak z formy opodatkowania, jaką jest ryczałt nie może skorzystać każdy przedsiębiorca. Ryczałt jest przeznaczony dla osób fizycznych uzyskujących przychód z pozarolniczej działalności gospodarczej (w tym spółki cywilne osób fizycznych oraz spółki jawne osób fizycznych), które w roku poprzedzającym rok podatkowy:

Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



- uzyskały przychody z tej działalności, prowadzonej wyłącznie samodzielnie, w wysokości nieprzekraczającej 2 000 000 euro,
- uzyskały przychody wyłącznie z działalności prowadzonej w formie spółki, a suma przychodów wspólników spółki z tej działalności nie przekroczyła kwoty 2 000 000 euro.

Ustawa o zryczałtowanym podatku dochodowym wymienia katalog działalności, które bezwzględnie nie mogą opodatkować swoich przychodów ryczałtem (itp. 8 ustawy o zryczałtowanym podatku dochodowym).

KARTA PODATKOWA

Karta podatkowa jest zryczałtowaną formą opodatkowania. Wartość wpłaconego na konto urzędu skarbowego podatku nie odzwierciedla w żaden sposób osiągniętych przez podmiot przychodów. Co ważne, stawka karty podatkowej zależy od kilku czynników, takich jak itp.:

- rodzaj wykonywanych usług,
- wielkość zatrudnienia,
- wielkość (liczba ludności) miejscowości, w której działalność jest prowadzona,
- rozmiar prowadzonej działalności.

Karta podatkowa przeznaczona jest jedynie dla tych podatników, którzy prowadzą rodzaj działalności określony w itp. 23 ust. 1 ustawy o zryczałtowanym podatku dochodowym (itp. usługi rozrywkowe, opieka domowa nad dziećmi i osobami chorymi itp.).

Aby poznać zalety i wady powyższych form opodatkowania, zachęcam Cię do odwiedzenia strony internetowej: <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-formy-opodatkowania-jaka-wybrac>



Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



7. Mikro- i makrootoczenie przedsiębiorstwa.

Makrootoczenie, czyli otoczenie dalsze przedsiębiorstwa, jest bardzo ważnym elementem działania każdej firmy – wpływa ono na bieżącą oraz przyszłą sytuację przedsiębiorstwa. Najistotniejszą cechą makrootoczenia jest silny wpływ na pozycję oraz możliwości działania przedsiębiorstwa, natomiast przedsiębiorstwo nie jest w stanie wpływać na te warunki. Pomimo jednak tego, że zależności związane z makrootoczeniem są dla przedsiębiorstw niekorzystne i niemożliwe do zmiany, musi ono poznać wszelkie związane z nim czynniki, a także umieć je przewidzieć i odbierać jako szanse i zagrożenia oraz w rezultacie dostosowywać do nich swoją strategię rozwojową.

Na makrootoczenie składa się osiem segmentów. Ich analiza dostarcza istotnych informacji dotyczących szans i zagrożeń oraz daje możliwość oceny przyszłej i obecnej sytuacji firmy w obrębie jej otoczenia. Wśród segmentów makrootoczenia wyróżnia się czynniki ekonomiczne, prawne, polityczne, technologiczne, społeczne, demograficzne, międzynarodowe oraz naturalne. Analiza segmentów pojedynczo jest zupełnie nieprzydatna, a to dlatego, że są one ze sobą powiązane i przenikają się wzajemnie.

Drugim obok makrootoczenia, elementem otoczenia jest otoczenie konkurencyjne przedsiębiorstwa (mikrootoczenie). Jest to ogół warunków, podmiotów i instytucji, które mają wpływ na firmę i na które firma może wpływać. W mikrootoczeniu zachodzi sprzężenie zwrotne – dochodzi do oddziaływania podmiotów otoczenia konkurencyjnego na przedsiębiorstwo, ale też i na odwrót – przedsiębiorstwo aktywnie reaguje na te bodźce. To, w jaki sposób przedsiębiorstwo oddziałuje na otoczenie jest zależne od jego pozycji konkurencyjnej. Otoczenie bliższe cechuje się łatwością zidentyfikowania i obserwacji, ze względu na to, że na skutek bezpośrednich interakcji między jego uczestnikami można przewidzieć przyszłe reakcje, stany i zachowania.

Różnice między makro- i mikrootoczeniem da się zauważyć również w zasięgu oddziaływania. Otoczenie konkurencyjne więc dotyczy warunków funkcjonowania i rozwoju firmy w danym sektorze i na danym rynku umiejscowionym w konkretnym miejscu

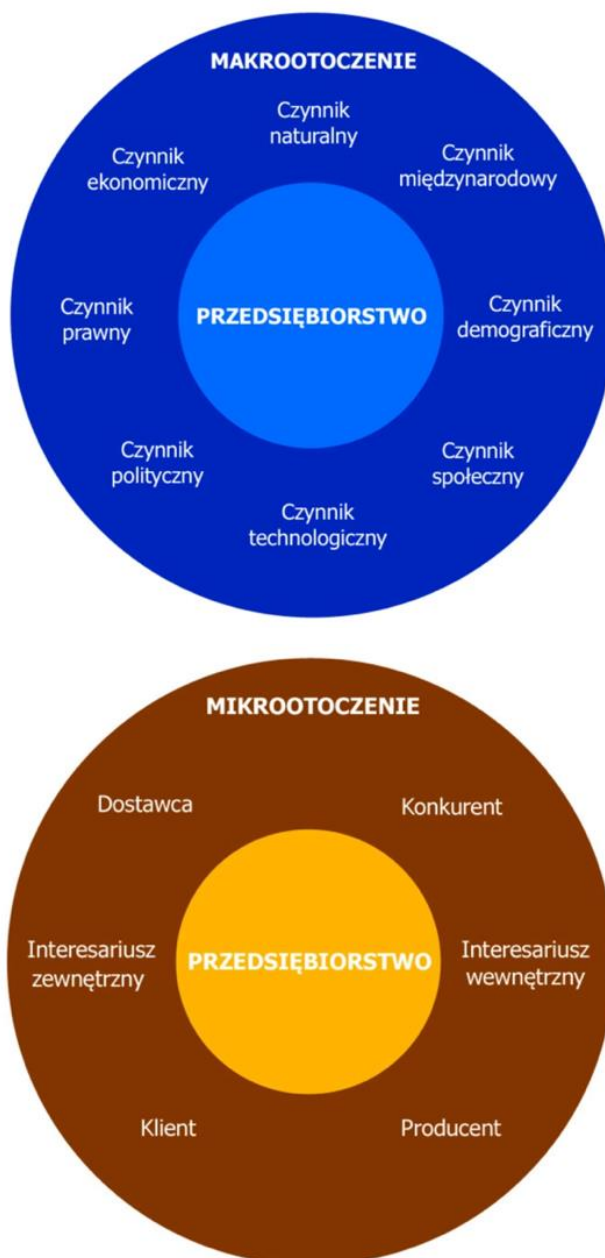


Projekt pt. *Młodziżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



geograficznym. Makrootoczenie natomiast oddziałuje na wszelkie przedsiębiorstwa w danym kraju, niezależnie od ich lokalizacji oraz dziedziny działalności.

RYSUNEK 5: Makro- i mikrootoczenie przedsiębiorstwa.



Źródło: <https://www.templatka.pl/makrootoczenie-i-mikrootoczenie-przedsiębiorstwa.html>

8. Branding – dlaczego warto budować świadomość marki?



BRANDING to budowanie świadomości marki, a jeszcze inaczej to uświadamianie społeczeństwa o istnieniu danej marki. Na branding składa się wiele procesów marketingowych, które pozwalają marce zaistnieć w umysłach konsumentów, a następnie nadać jej odpowiednie, pozytywne wartości, z którymi chce być kojarzona. Oczywiście same słowa nie wystarczą – tylko konkretne działania marki będą świadczyć o wartościach przez nią wyznawanych i propagowanych. Dzisiejszy konsument oczekuje konkretnych emocji, oczekuje marki, która go zacieka i zaangażuje w swoje działania. Wszystko to jest możliwe do zrealizowania, ale wymaga odpowiedniego zaplanowania, realizowania i spójności we wszystkich planowanych etapach budowania świadomości marki.

Świadomość marki opiera się na identyfikacji jej unikalności – charakterystycznych cech, osobowości i ukierunkowanych działań komunikacyjnych i marketingowych mających na celu stworzenie konkretnych skojarzeń z marką.

Gdzie zatem w tym wszystkim jest sam produkt? Ano właśnie – mówimy tu o doświadczeniach, uczuciach, wspomnieniach i całym bukietie skojarzeń, które związane są z marką. Produkt sam w sobie jest elementem drugorzędny. Bywa nawet, że świadomość marki staje się tak powszechna, iż jej nazwa staje się synonimem całej kategorii produktów. Na przykład, zamiast mówić "pieluchy" mówimy "pampersy" (Pampers), a szukając informacji w sieci, "googlujemy" (Google).

Dlaczego warto budować świadomość marki? Istnieje wiele czynników, dla których dbanie o wysoki poziom świadomości marki jest po prostu opłacalne dla firm. Odpowiedź na

Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



pytanie, dlaczego warto budować i zwiększać świadomość marki najlepiej potwierdzają argumenty poniżej:

- sprzyja budowaniu zaufania w oczach odbiorców;
- pomaga w zdobyciu lojalnych klientów;
- ułatwia budowanie i wzmacnianie relacji z klientami;
- podnosi wartość i konkurencyjność marki;
- zapewnia marce wiarygodność.

Oto sposoby na budowanie i wzmacnianie świadomości marki:

- 1) **Wizualna obecność:** Stwórz spójny wizerunek marki, używając konsekwentnego logo, kolorów i estetyki graficznej.
- 2) **Aktywność w social media:** Regularnie publikuj treści, angażuj się z użytkownikami, odpowiadaj na komentarze i zapytania.
- 3) **Budowanie relacji:** Twórz wartościowe relacje z klientami poprzez interakcję, odpowiedzi na opinie i udzielanie wsparcia.
- 4) **Podcasty:** Wykorzystaj ten format, by dostarczyć wartościowy i interesujący контент, rozwijając świadomość marki.
- 5) **Obecność na YouTube:** Udostępniaj treści wideo związane z Twoją marką, dzieląc się wartościowymi informacjami i historiami.
- 6) **Udział w wydarzeniach branżowych:** Bądź obecny na targach, konferencjach, warsztatach, aby budować relacje i być na bieżąco z trendami.
- 7) **Ambasadorowie marki:** Znajdź osoby, które pozytywnie reprezentują Twoją markę i które mogą być jej twarzą na zewnątrz.
- 8) **Towary promocyjne:** Inwestuj w gadżety z logo marki, które można rozdać lub sprzedawać, promując markę w codziennym użytkowaniu.



Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



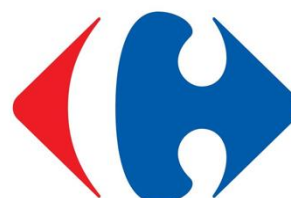
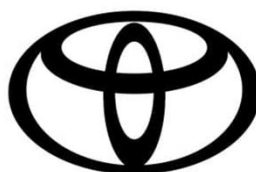
Młodzieżowy
Uniwersytet
Ekonomiczny

ZADANIE:



Odkryjmy tajemnice logo znanych marek! Czy zastanawiałeś się kiedyś, co kryje się za znakami firmowymi? Spróbuj zinterpretować przekaz zawarty w poniższych logo.

RYSUNEK 6: Logo wybranych firm.



Źródła: <https://www.adidas.pl/>, <https://www.apple.com/pl/>, <https://www.sony.pl/>,
<https://www.amazon.pl/>, <https://www.toyota.pl/>, <https://www.lg.com/pl/>,
<https://www.bmw.pl/pl/index.html>, <https://www.fedex.com/pl-pl/home.html>,
<https://www.carrefour.pl/>



Fundusze
Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój



Rzeczpospolita
Polska

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



9. E-marketing XXI wieku – jak skutecznie dotrzeć do klienta?



W dzisiejszym świecie cyfrowym **E-MARKETING** stał się istotnym narzędziem pozwalającym firmom na efektywne dotarcie do swojej docelowej grupy odbiorców. To zestawienie strategii i narzędzi online, które umożliwiają skuteczną komunikację z klientami, budowanie rozpoznawalności marki oraz przekazywanie wartości.

Analiza danych odgrywa kluczową rolę. Dzięki analityce internetowej firmy mogą lepiej zrozumieć zachowania i preferencje swoich klientów. To pozwala na precyzyjne kierowanie reklam do określonych grup, tworzenie spersonalizowanych ofert oraz dostosowywanie strategii do zmieniających się potrzeb i oczekiwań użytkowników.

E-marketing opiera się na różnorodnych kanałach komunikacji. Social media, pozycjonowanie w wyszukiwarkach, content marketing czy mailing to tylko niektóre z wielu możliwości, które pozwalają firmom na dotarcie do klientów. Kampanie reklamowe w mediach społecznościowych stanowią niezwykle skuteczny sposób budowania relacji z użytkownikami, umożliwiając interakcję i zbieranie opinii na temat produktów czy usług.

Współcześnie, innowacyjne rozwiązania takie jak sztuczna inteligencja, wirtualna rzeczywistość czy rozszerzona rzeczywistość znajdują zastosowanie w e-marketingu. Wykorzystując te technologie, firmy mogą tworzyć bardziej interaktywne, atrakcyjne i angażujące kampanie, które wyróżniają się na tle konkurencji.

Jednak sukces w e-marketingu to nie tylko obecność online, ale także jakość i wartość przekazywanych treści. Budowanie zaufania, dostarczanie treści o wartości dodanej, interakcja z klientami - to kluczowe elementy umożliwiające budowanie trwałych relacji z klientami w świecie online.

W miarę jak technologie i preferencje użytkowników się zmieniają, e-marketing także ewoluuje. Firmy muszą być elastyczne i gotowe na dostosowywanie swoich strategii do nowych trendów i potrzeb klientów, aby skutecznie dotrzeć i zaangażować swoją docelową grupę odbiorców w erze XXI wieku.

Do najbardziej popularnych narzędzi e-marketingu zalicza się:

1) **Pozycjonowanie w wyszukiwarkach**

– proces optymalizacji strony internetowej pod kątem wyszukiwarek, co pozwala na jej lepszą widoczność w wynikach organicznych (niepłatnych) wyszukiwania. Poprawa pozycji strony w wynikach wyszukiwania zwiększa szansę na dotarcie do większej liczby potencjalnych klientów.



2) **E-mail marketing** – narzędzie polegające na przesyłaniu wiadomości e-mail do grupy odbiorców w celu promowania produktów, usług czy komunikowania się z klientami. Może obejmować newslettery, powiadomienia o promocjach lub personalizowane oferty.

3) **Google AdWords** – platforma reklamowa Google, która umożliwia tworzenie kampanii reklamowych w oparciu o słowa kluczowe. Reklamy pojawiają się w wynikach wyszukiwania Google lub na stronach partnerów reklamowych, co zwiększa widoczność i docieranie do klientów.

4) **Content marketing** – polega na tworzeniu i udostępnianiu wartościowych treści, takich jak artykuły, filmy, infografiki czy e-booki, które angażują i przyciągają uwagę odbiorców. Cele to budowanie zaufania, ekspertyzy marki oraz zwiększenie świadomości jej produktów.

- 5) **Facebook Ads** – platforma reklamowa na Facebooku, która umożliwia tworzenie kampanii reklamowych skierowanych do określonych grup użytkowników na podstawie demografii, zainteresowań czy zachowań online.
- 6) **Aukcje internetowe** – platformy online, gdzie sprzedawcy wystawiają produkty do sprzedaży, a kupujący licytują cenę. Stanowią świetne narzędzie do sprzedaży produktów i usług, zwiększając ich widoczność i dostępność dla klientów.
- 7) **Marketing wirusowy** – strategia, która polega na tworzeniu treści, która ma potencjał do rozprzestrzeniania się w sieci poprzez udostępnianie przez użytkowników. Celuje w to, aby treść stworzona przez markę była rozpowszechniana organicznie i szerzyła się "wirusowo" wśród użytkowników Internetu.

10. Społeczna odpowiedzialność biznesu w procesie zarządzania przedsiębiorstwem.



SPOŁECZNA ODPowiedzialność

BIZNESU, CSR (*ang. Corporate Social Responsibility*)

to strategia zarządzania, która łączy cele ekonomiczne firmy z jej wpływem na społeczeństwo oraz środowisko naturalne. CSR to zaangażowanie firm w przyczynianie się do dobra społecznego poprzez praktyki biznesowe uwzględniające aspekty społeczne, środowiskowe i etyczne. Główną ideą CSR jest to, że firmy nie powinny działać wyłącznie na rzecz zysku, ale także brać odpowiedzialność za skutki swoich działań na ludzi, środowisko i społeczności, w których działają.

CSR obejmuje szereg obszarów, takich jak etyczne podejmowanie decyzji biznesowych, poszanowanie praw pracowniczych, troska o środowisko naturalne, wkład w rozwój

Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



społeczności lokalnych, uczciwe praktyki handlowe i transparentność w zarządzaniu. Firmy wdrażające CSR podejmują działania na rzecz ochrony środowiska, promują zrównoważony rozwój, angażują się w programy społeczne, wspierają lokalne społeczności czy też dbają o etykę w łańcuchu dostaw.

Dla firm, zaangażowanie w CSR ma znaczenie strategiczne, ponieważ korzyści z takiego podejścia sięgają daleko poza samą reputację. Firmy angażujące się w CSR często wykazują lepsze wyniki finansowe, zyskują większe zaufanie klientów i inwestorów oraz przyciągają i zatrzymują bardziej zaangażowanych pracowników.

Współczesne podejście do biznesu coraz częściej uwzględnia CSR jako integralną część strategii rozwoju. Dbłość o otoczenie społeczne i środowiskowe staje się ważnym aspektem funkcjonowania przedsiębiorstw, wpływając zarówno na ich długoterminowy sukces, jak i na społeczeństwo jako całość.

Oto kilka przykładów praktyk z zakresu CSR:

- 1) **Zrównoważone działania środowiskowe:** Firmy mogą redukować zużycie energii, wykorzystywać odnawialne źródła energii, minimalizować emisję CO₂, ograniczać odpady czy wdrażać programy recyklingu.
- 2) **Wsparcie lokalnych społeczności:** Poprzez inwestycje w edukację, zdrowie, kulturę czy rozwój lokalnych infrastruktur, firmy mogą wzmocnić społeczności, w których działają.
- 3) **Zrównoważone łańcuchy dostaw:** Firmy dbają o etyczną produkcję, zapewniając uczciwe warunki pracy dla dostawców i partnerów biznesowych.
- 4) **Różnorodność i włączenie społeczne:** Stworzenie polityk zapewniających równość i różnorodność w miejscu pracy, eliminujących dyskryminację i wspierających różnorodne środowisko pracownicze.
- 5) **Działania charytatywne i wolontariat pracowniczy:** Organizowanie akcji charytatywnych, wspieranie inicjatyw społecznych i zachęcanie pracowników do udziału w akcjach wolontariatu.
- 6) **Transparentność i odpowiedzialne raportowanie:** Regularne publikowanie raportów CSR, które opisują działania podejmowane przez firmę w obszarze społecznym, środowiskowym i ekonomicznym.

Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



7) **Innowacje społeczne i produkty zrównoważone:** Tworzenie produktów i usług uwzględniających aspekty społeczne i środowiskowe, promowanie rozwiązań przyjaznych dla środowiska.

8) **Edukacja i świadomość:** Organizowanie kampanii edukacyjnych, seminariów czy konferencji, które podnoszą świadomość społeczną na temat istoty CSR i jego wpływu.

Te działania to tylko część szerokiego spektrum praktyk CSR. Firmy starają się podejmować działania zgodne z własnymi wartościami, mając nadzieję na pozytywny wpływ na społeczeństwo i środowisko, w którym funkcjonują.

PODSUMOWANIE

W świecie pełnym możliwości i zmian, przedsiębiorczość staje się kluczowym narzędziem nie tylko do budowania kariery, ale także do kreowania przyszłości. Tekst, który właśnie przeczytałeś, to przewodnik po fascynującym świecie biznesu. Pokazuje, że przedsiębiorczość może być nie tylko drogą do osobistego sukcesu, ale także sposobem na wprowadzanie zmian i tworzenie wartości wokół siebie.

Poznanie roli sektora małych i średnich przedsiębiorstw, różnych form prawnych działalności gospodarczej czy budowy biznesplanu to nie tylko teoria, ale realne narzędzia, które mogą Cię wprowadzić w świat przedsiębiorczości. Zrozumienie finansowania, księgowości, otoczenia biznesowego, budowania marki czy wykorzystywania e-marketingu to kluczowe umiejętności, które w dzisiejszym świecie są niezwykle cenne.

Przedsiębiorczość to nie tylko wiedza, ale przede wszystkim postawa. To otwarcie na nowe pomysły, gotowość do działania i wykorzystania własnego potencjału. To również umiejętność patrzenia na świat w sposób kreatywny i innowacyjny, niezależnie od tego, czy chcesz prowadzić własny biznes czy rozwijać się zawodowo w inny sposób.

Świat przedsiębiorczości czeka na Ciebie z otwartymi ramionami, byś mógł odkryć swoje pasje, pomysły i umiejętności. To nie tylko możliwość osiągnięcia sukcesu zawodowego,



Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



ale także szansa na wprowadzanie pozytywnych zmian wokół siebie. Gotowy na tę niezwykłą podróż?

LITERATURA

Zachęcam do zapoznania się z fascynującymi książkami związanymi z tematyką przedsiębiorczości:

1. Aulet B., *Przedsiębiorczość zdyscyplinowana. Od startupu do sukcesu w 24 krokach*, Wydawnictwo Onepress, Warszawa 2020
2. Dutko M. (red.), *Biblia e-biznesu 3.0*, Wydawnictwo Onepress, Warszawa 2021
3. Galloway S., *Wielka czwórka. Ukryte DNA: Amazon, Apple, Facebook i Google*, Dom Wydawniczy Rebis, Warszawa 2018
4. Krzemień G., *Własna firma krok po kroku. Działaj skutecznie na każdym etapie rozwoju swojego biznesu*, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 2020
5. Raz G., *Jak zbudowałem firmę. Prawdziwe historie przedsiębiorców*, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 2021

LINKI DO ŹRÓDEŁ INTERNETOWYCH

1. <https://www.youtube.com/watch?v=2LKwGhGrXbQ>
2. <https://www.youtube.com/watch?v=iCgtyrADqMw>
3. https://www.youtube.com/watch?v=PqM_LWVjcg&t=31s
4. <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-formy-opodatkowania-jaka-wybrac>

