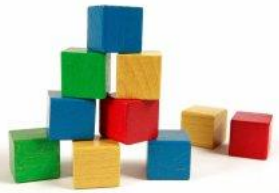


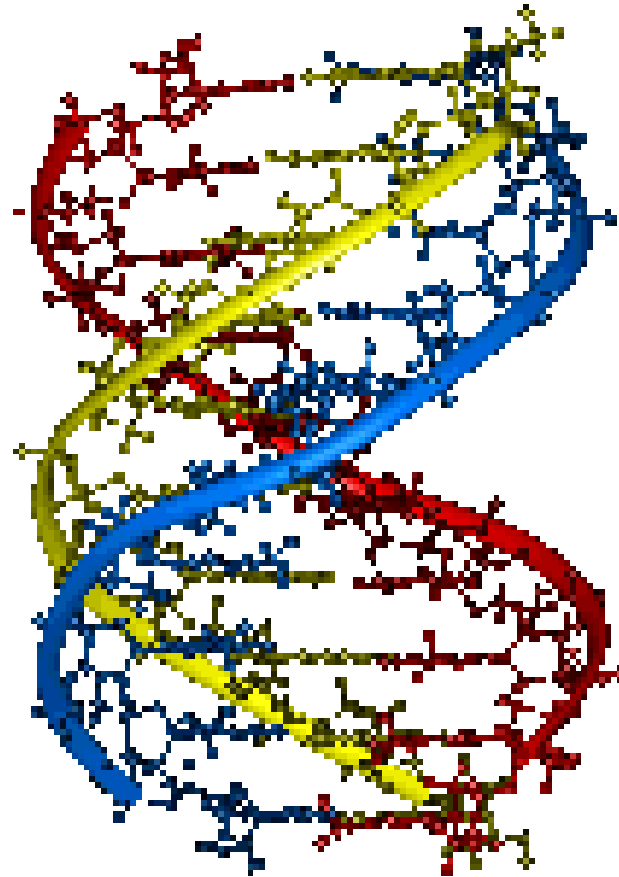
# Organizacja a przedsiębiorstwo

## Formy prawne i organizacyjne przedsiębiorstw





# Organizacja





# Organizacja

Organizacja to pewien rodzaj całości której wszystkie składniki współprzyczyniają się do powodzenia całości.

T. Kotarbiński

Organizacja to taka całość, która przyczynia się do powodzenia swych części.

A.K Koźmiński, K. Obłój



# Przedsiębiorstwo

---

Przedsiębiorstwo to podmiot gospodarczy prowadzący na własny rachunek działalność produkcyjną lub usługową w celu osiągnięcia określonych korzyści.



# ORGANIZACJA A PRZEDSIĘBIORSTWO

**Organizacja** jest uporządkowanym w pewien sposób, systemem społeczno-technicznym dążącym do realizacji określonych celów.

**Przedsiębiorstwo** to podstawowa jednostka gospodarki, wyodrębniona od względem organizacyjnym, ekonomicznym i prawnym, dążąca do realizacji określonych celów i realizująca zasadę maksymalnej efektywności gospodarowania.



## Model biznesowy

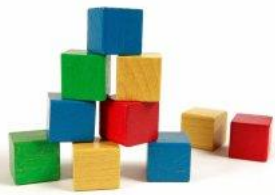
jest to plan, który tworzy przedsiębiorstwo w celu wygenerowania przychodu i maksymalizacji zysku operacyjnego.

Określa relacje pomiędzy uczestnikami rynku, informuje jak przedsiębiorstwa działają, tj. w jaki sposób tworzą wartość dla klientów, towary i usługi oraz z czego czerpią zyski.



# Model biznesowy

- to struktura produktu, usługi i przepływu informacji, zawierająca wyszczególnienie tzw. aktorów biznesowych wraz z ich rolami i opisem potencjalnych korzyści jakie odnoszą. Innymi słowy, jest to definicja źródeł przychodów.
- zawartość, struktura i kierowanie transakcjami zaprojektowany w taki sposób, aby tworzyć wartość poprzez wykorzystywanie szans biznesowych.
- **Inne definicje podają, że model biznesowy to odpowiednie wyjaśnienie, jak działają przedsiębiorstwa.**



## Model biznesowy

Według Portera model biznesowy jest opisem działalności przedsiębiorstwa, które zapewniają mu zyski. Sprowadza się to do określenia roli organizacji w łańcuchu wartości, w jakim działa.

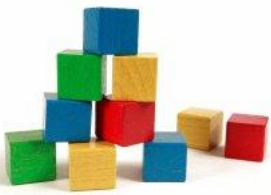
W kompleksowym ujęciu chodzi o metodę przyjętą przez firmę, przez realizację której będzie ona powiększać i wykorzystywać zasoby tak, aby oferować klientom większą wartość od konkurencji. Dzięki temu przedsiębiorstwo osiągnie wyższe zyski, a może nawet uzyskać i utrzymać trwałą przewagę konkurencyjną.





## osiem kluczowych elementów, które wpływają na modele biznesowe


1. Propozycja wartości - dlaczego klienci powinni kupić od ciebie?
  2. Model przychodów - jak będziesz zarabiał pieniądze?
  3. Możliwość wejścia na rynek - na jakim rynku będziesz działał i jaka jest jego wielkość?
  4. Konkurencja - kto jeszcze działa na tym rynku?
  5. Przewaga konkurencyjna - jakie korzyści twoja firma wniesie na rynek?
  6. Strategia rynkowa - jak masz zamiar wypromować swoje produkty, żeby przyciągnąć uwagę klientów?
  7. Rozwój organizacyjny - jaki typ struktury organizacyjnej jest konieczny, aby zrealizować biznes plan?
  8. Zespół kierowniczy - jakiego doświadczenia i umiejętności potrzebują liderzy w przedsiębiorstwie?
- (K. C. Laudon, C. G. Traver, 2012, s. 58-60).



# Kategorie modeli biznesowych

- B2C (Business-to-Customer) – jest najczęściej spotykanym typem. W tym przypadku przedsiębiorstwa usiłują zyskać klientów indywidualnych. Od 1995 roku jest to najbardziej rozwijający się model.
- B2B (Business-to-Business) – przedsiębiorstwa kierują swoje towary i usługi do innych przedsiębiorstw. Ten typ generuje największe przepływy pieniężne.
- C2C (Customer-to-Customer) – w tym przypadku organizuje się możliwość wymiany dóbr pomiędzy konsumentami, np. poprzez aukcje internetowe.
- P2P (Peer-to-Peer) – polega na wykorzystaniu Internetu w taki sposób, aby użytkownicy bezpośrednio dzielili się plikami, bez konieczności przesyłania ich przez główny serwer.
- M-commerce (Mobile Commerce) – odnosi się do urządzeń bezprzewodowych, za pomocą których możemy dokonywać transakcji. Wykorzystuje się przy tym połączenie bezprzewodowe w laptopach, telefonach itd.

**Firmy rzadko działają wyłącznie w oparciu o jeden typ modelu. Zwykle najkorzystniejsze okazuje się wypracowanie modelu będącego kombinacją różnych typów**



# M. Rappa (2000) oraz A. Afuah i C.L. Tucci (2003, s. 87–89) wskazali 9 głównych kategorii modeli biznesu przedsiębiorstw działających w Internecie

- model brokera (ang. *brokerage model*), w którym firmy pełnią funkcję organizatorów wirtualnych rynków, na których dokonują się transakcje kupna i sprzedaży (brokerzy zwykle pobierają prowizje z tytułu dokonywanych transakcji);
- • model reklamowy (ang. *advertising model*), w którym firmy, dzięki zwiększaniu atrakcyjności swoich stron internetowych, zwiększają przychody z tytułu reklam na nich umieszczanych;
- • model pośrednika informacyjnego (ang. *infomediary model*), w którym firmy gromadzą, przetwarzają i odpłatnie udostępniają informacje na temat klientów i ofert różnych producentów;
- • model kupca (ang. *merchant model*), w którym firma sprzedaje swoje produkty lub usługi w Internecie (np. wyłącznie za pośrednictwem Internetu albo przy połączeniu tradycyjnych metod sprzedaży i Internetu);
- • model bezpośredniego wytwórcy (ang. *manufacturing model*), w którym firma, wykorzystując Internet, dąży do bezpośredniego kontaktu z klientami (z wyłączeniem udziału pośredników handlowych);
- • model sieci afiliowanej (ang. *affiliate model*), w którym firma pozyskuje afiliowanych partnerów, którzy na swoich stronach internetowych umieszczają odnośniki do strony firmy, dzięki czemu firma może dotrzeć ze swoją ofertą do większej liczby klientów (afiliowani partnerzy uzyskują zwykle prowizję od dokonanych transakcji będących wynikiem przekierowań na stronę internetową firmy);
- • model wirtualnej wspólnoty (ang. *community model*), który opiera się na lojalności użytkowników współtworzących treści internetowe na zasadzie wolontariatu (przychody w tym modelu uzyskiwane są dzięki dodatkowej sprzedaży produktów lub reklam);
- • model subskrypcji (ang. *subscription model*), w którym zapewniany jest okresowy dostęp (dzienny, miesięczny, roczny) do usług internetowych w zamian za wniesienie stosownej opłaty;
- • model taryfowy (ang. *utility model*), w którym wielkość opłat jest uzależniona od poziomu faktycznego użytkowania usług internetowych.



# Model biznesowy a strategia przedsiębiorstwa

| <b>Model biznesu</b>   | <b>Strategia</b>  |
|--|---|
| to czym firma jest   | opisuje co firma chce osiągnąć i jak zamierza to zrobić   |
| ukierunkowany jest często na wnętrze firmy, podstawową logikę działań oraz tworzenie wartości ekonomicznej | tworzona często w odniesieniu do innych graczy rynkowych, dotyka kwestię pozycjonowania i przewagi konkurencyjnej |
| stan   | przepływ  |
| obraz organizacji uchwyconym w wybranym momencie   | ma wymiar czasowy oraz pewien kierunek zmian  |
| każda firma ma model biznesu?  | niektóre firmy nie mają strategii?  |



Biorąc pod uwagę model biznesowy z punktu widzenia wartości jaką stanowi on dla klienta możemy wyróżnić model "PERFA".

P – performance,

E – ease of use,

R – reliability,

F – flexibility,

A – affectivity.

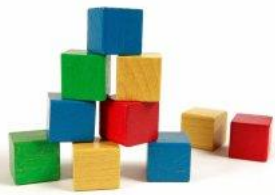


# Źródła wartości modelu biznesowego

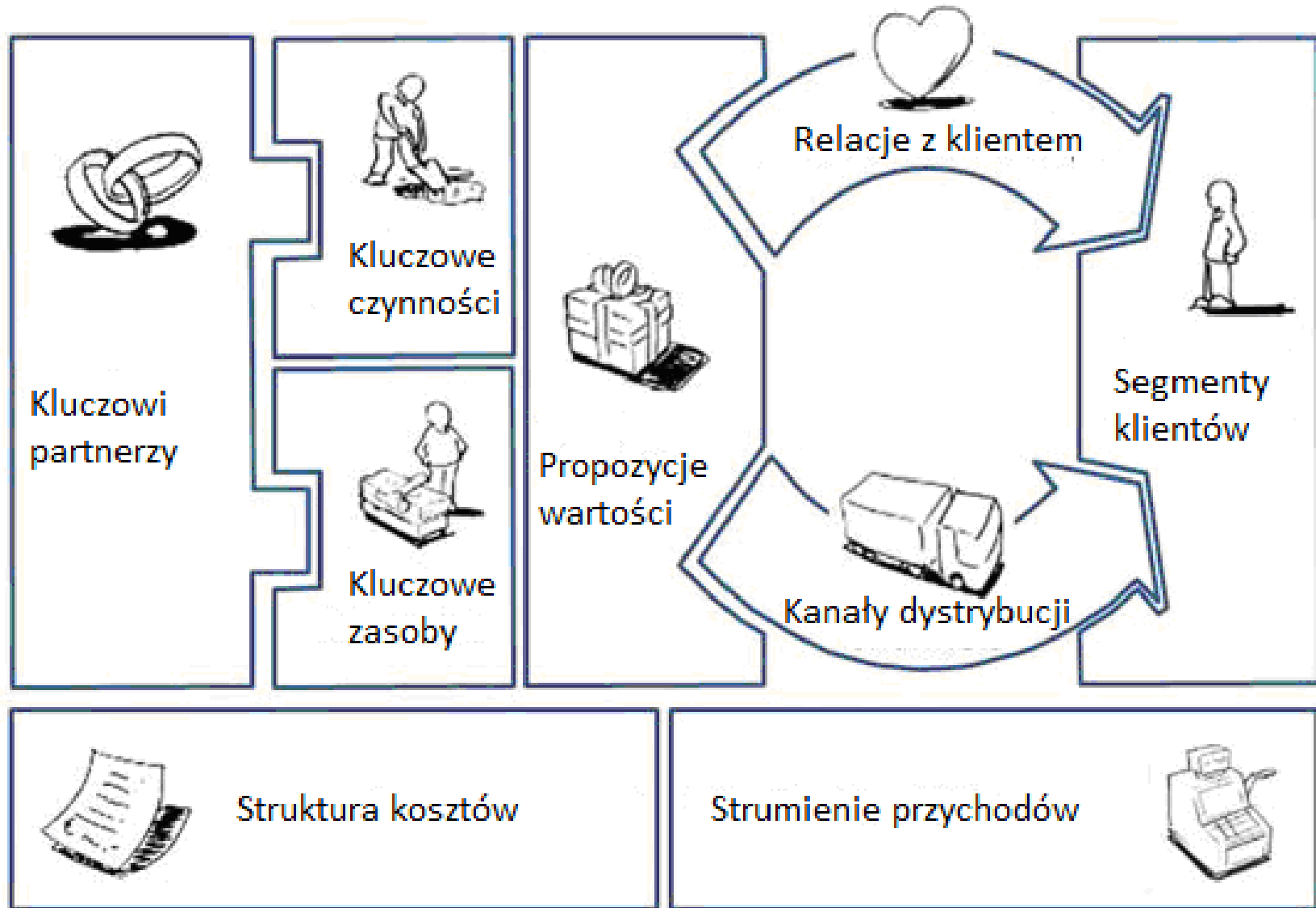
- Według Amita i Zotta wystarczy, że wyróżnimy cztery najważniejsze źródła wartości:
- **Efektywność** – czyli najlepszy możliwy wynik osiągnięty przy najniższych możliwych kosztach. Jej wzrost jest związany z optymalizacją odchyleń od dostępu do informacji, ale również z możliwością szybkiego podejmowania decyzji dzięki szerokiemu dostępowi do zasobów informacji. Źródłem poprawy efektywności jest także zminimalizowanie kosztów dystrybucji jak również kosztów zarządzania zapasami.
- **Komplementarność** - oznacza, że dobra materialne i usługi wzajemnie się uzupełniają w procesach konsumpcji lub produkcji. Jako źródło wartości zgodnie z teorią zasobową można wyróżnić komplementarność zasobów strategicznych. Dotyczy także takiej sytuacji w której dobra komplementarne dostarcza odbiorcy konkurent.
- **Utrzymanie** – wskazuje na potencjał, który tworzy wartość w biznesie. Jest on zależny od motywacji klientów do powtarzania zawierania transakcji, im większa motywacja klienta tym większy potencjał. Należy również wskazać na kolejny ważny aspekt czyli determinację, która z kolei powinna być wysoka z obu stron transakcji co jest konieczne do utrzymania lub też zawężenia wzajemnych relacji. Potencjał jest możliwy dzięki efektowi "zatrzymania". Często manifestuje się on w formie wysokich kosztów migracji klientów. Korzyści płynące z efektu "zatrzymania" może być zaproponowanie po raz pierwszy danego produktu, usługi lub wartości dla klienta. Najbardziej jest to związane z sektorem nowych technologii.
- **Innowacyjność** – składa się przede wszystkim z takich źródeł jak usługi, produkty, nowe formy produkcji, marketingu i dystrybucji. Dzięki wysokiemu postępowi technologii informacyjnych możemy zaimponować klientom coraz bardziej nowatorskimi formami struktury transakcji pomiędzy zainteresowanymi podmiotami. Spotkanie się podmiotów, którzy do tej pory nie mieli okazji prowadzić wzajemnej wymiany zarówno produktów i usług jak i informacji może doprowadzić do obniżenia kosztów transakcyjnych

# Elementy modelu biznesu wg Osterwaldera i Pigneura

| Obszary działalności biznesowej | Elementy modelu biznesu | Opis elementu modelu biznesu  |
|---------------------------------|-------------------------|---|
| Oferta                          | Propozycja wartości     | Opisuje zbiór produktów i usług generujących wartość dla konkretnego segmentu klientów.   |
| Klienci                         | Segmenty klientów       | Wskazuje grupy ludzi i organizacje, do których przedsiębiorstwo stara się dotrzeć i które chce obsługiwać.  |
|                                 | Kanały dystrybucji      | Wskazuje, w jaki sposób firma komunikuje się z poszczególnymi segmentami swoich klientów i w jaki sposób przekazuje im swoją propozycję wartości. |
|                                 | Relacje z klientami     | Zawiera charakterystykę relacji łączących firmę z przedstawicielami konkretnego segmentu klientów,  |
| Infrastruktura                  | Kluczowe zasoby         | Wskazuje najważniejsze zasoby, niezbędne do prawidłowego funkcjonowania modelu biznesu.   |
|                                 | Kluczowe działania      | Przedstawia najważniejsze działania, jakie firma musi podejmować, aby jej model sprawnie funkcjonował.  |
|                                 | Kluczowi partnerzy      | Opisuje sieć dostawców i współpracowników, od których zależy sprawne funkcjonowanie firmy.  |
| Sytuacja finansowa              | Strumienie przychodów   | Symbolizuje ilość środków generowanych przez firmę w związku z obsługą każdego z segmentów.   |
|                                 | Struktura kosztów       | Obejmuje wszystkie wydatki ponoszone w związku z korzystaniem z określonego modelu biznesu.   |



# Model CANVAS A. Osterwaldera







# Konstrukcja modelu biznesu wg A. Osterwaldera

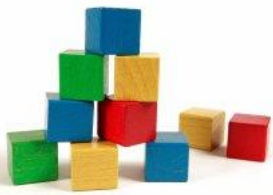


Rys. 2. Konstrukcja modelu biznesowego wg A. Osterwaldera  
Źródło: [Osterwalder, Pigneur 2013, s. 22-23]



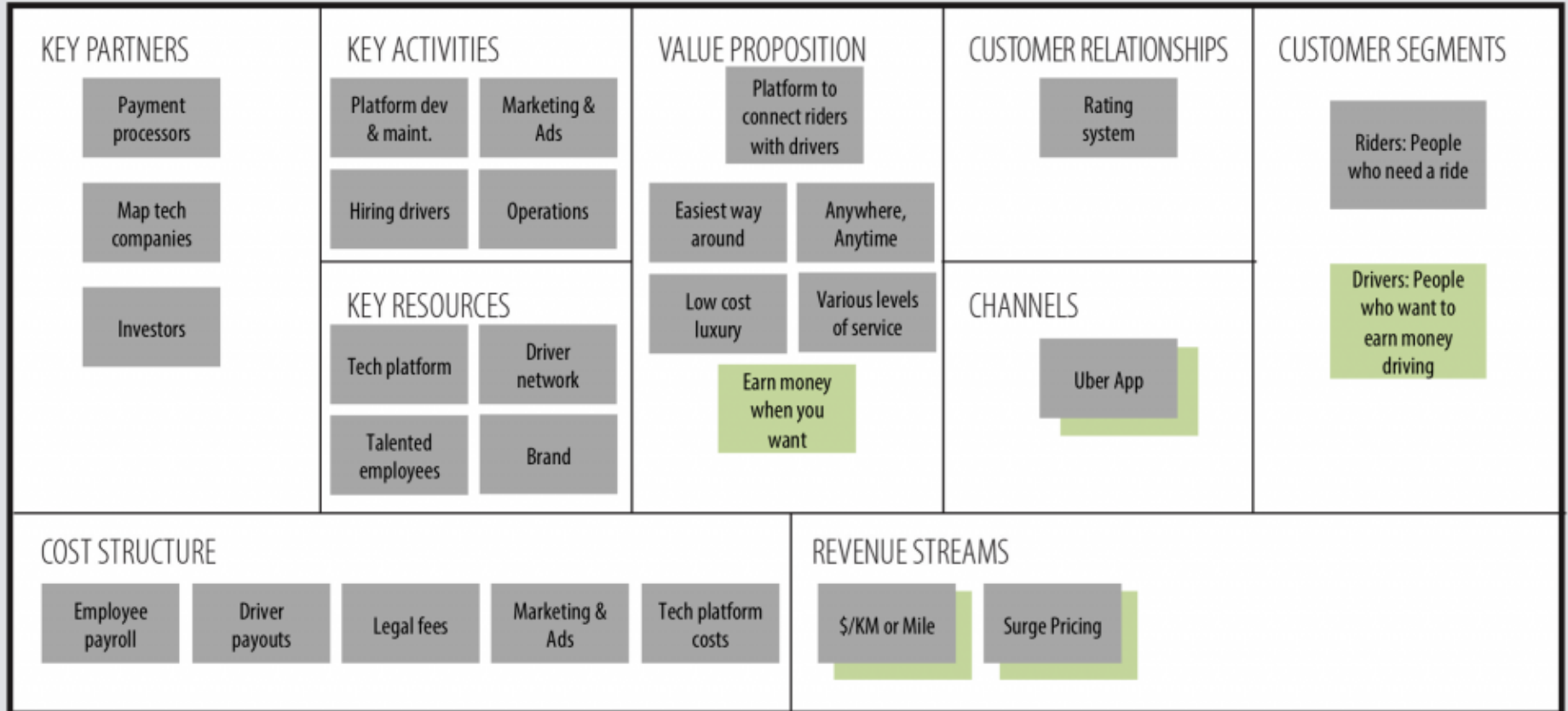
# Model CANVAS

|   |   |   |  |  |
|---|---|---|--|--|
| <p><b>Problemy</b></p> <p><i>Lista co najmniej 3 problemów klientów</i></p> <p style="text-align: center; font-size: 48px; color: red;">1</p>   | <p><b>Rozwiązanie/produkt/usługa</b></p> <p><i>Opisz właściwości rozwiązania będące odpowiedzią na każdy z przedstawionych problemów</i></p> <p style="text-align: center; font-size: 48px; color: red;">4</p>              | <p><b>Unikalna propozycja wartości</b></p> <p><i>Jedna jasna czytelna informacja oznajmiająca, dlaczego rozwiązanie jest unikalne i warto by kupić. Przeobrażająca nieświadomych i/lub niechętnych klientów w zwolenników produktu, usługi.</i></p> <p style="text-align: center; font-size: 48px; color: red;">3</p> | <p><b>Przewaga nie do pokonania</b></p> <p><i>Coś co w rozwiązaniu jest nie możliwe lub nieopłacalne do skopiowania lub do kupienia</i></p> <p style="text-align: center; font-size: 48px; color: red;">5</p>                  | <p><b>Segmenty klientów</b></p> <p><i>Wymień i opisz docelowych klientów i /lub użytkowników</i></p> <p style="text-align: center; font-size: 48px; color: red;">2</p> |
| <p><b>Istniejące alternatywy</b></p> <p><i>Jak te problemy rozwiązywane są dzisiaj przez klientów i czy istnieje propozycja konkurencji? Jeśli tak to w jakim zakresie?</i></p>                           | <p><b>Kluczowe statystyki</b></p> <p><i>Jak i jakie aktywności klientów będziesz mierzył? Jak te dane odpowiadzą na pytanie czy odniosłeś sukces?</i></p> <p style="text-align: center; font-size: 48px; color: red;">7</p> | <p><b>Nawiązanie do istniejącego rozwiązania z innej dziedziny lub „wyższej półki”</b></p> <p><i>Czy UPW jest analogiczna do jakiegoś istniejącego rozwiązania, czy ma jego koncept np. YouTube=Flicker dla Video</i></p>   | <p><b>Kanały dystrybucji, komunikacji i zwrotu.</b></p> <p><i>Jak dotrzeć do klientów? Wymień kilka dróg. Jak uzyskać informację zwrotną od klienta?</i></p> <p style="text-align: center; font-size: 48px; color: red;">6</p> | <p><b>Najlepsi klienci to otwarci na nowe rozwiązania, ci którzy mogą pociągnąć za sobą innych.</b></p> <p><i>Zrób charakterystykę takiego idealnego klienta</i></p>   |
| <p><b>Struktura kosztów</b></p> <p><i>Koszt pozyskania klientów, Koszt badania rynku, Koszty dystrybucji, Hosting, Ludzie, itp.</i></p> <p style="text-align: center; font-size: 48px; color: red;">9</p> |   | <p><b>Źródła przychodów</b></p> <p><i>Model przychodów, Długość życia klienta i produktu, Przychody, Zysk brutto.</i></p> <p style="text-align: center; font-size: 48px; color: red;">8</p>   |  |  |



# BUSINESS MODEL CANVAS

# UBER



DESIGNED BY BUSINESS MODEL FOUNDRY AG

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.



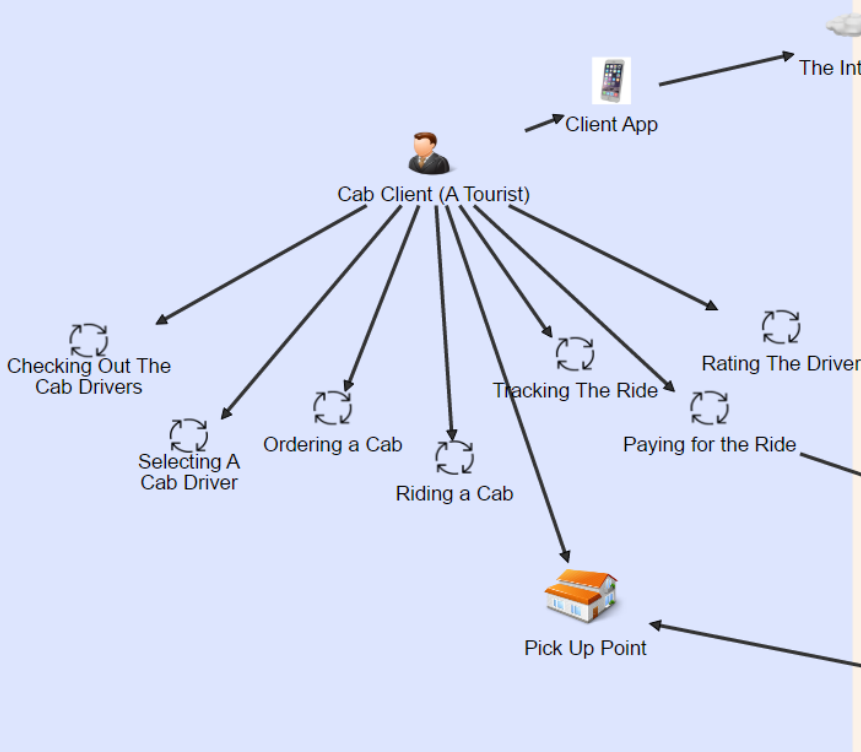


# Uber Business and Revenue Model

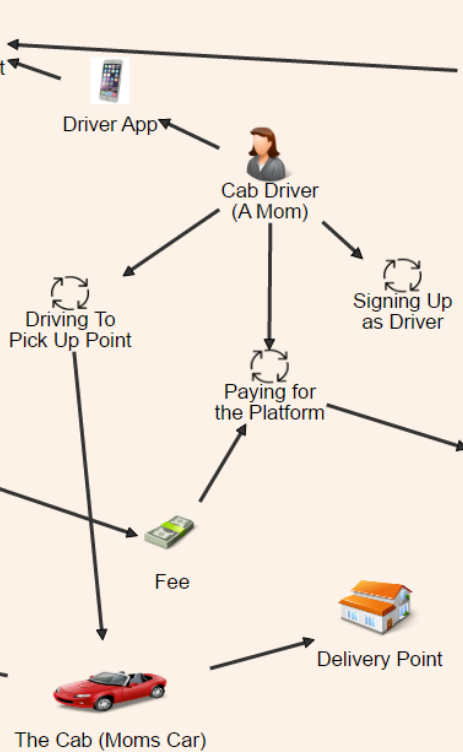
## The Smart World Wide Transport Service

Values / Virtues

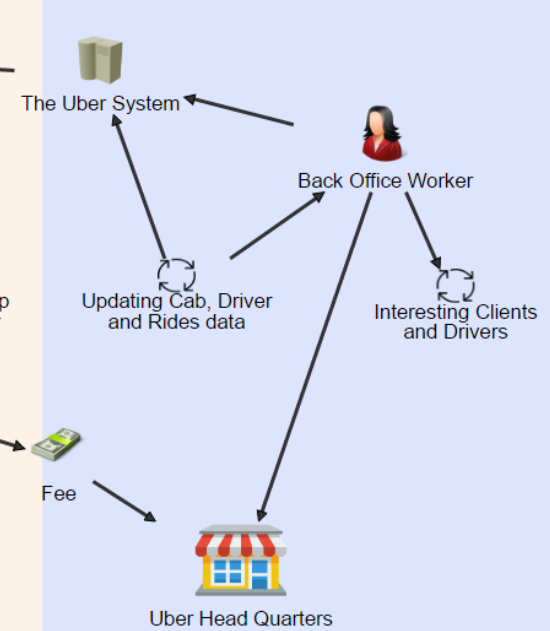
### Quick, Safe and Cheap Transport



### Making Extra Money



### Providing Smart Transport



# MODEL BIZNESU: Misja Legenda

## OFERTA MATERIALNA

- Gra miejska dla rodzin z dziećmi w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym w oparciu o polskie legendy
- Materiały edukacyjne ułatwiające zapamiętać treść legend

## PROCESY

- Nadzorowanie istniejących gier
- Projektowanie nowych gier
- Działania marketingowe (w tym: imprezy inauguracyjne nowych gier)
- Organizacja konkursów plastycznych na ilustracje legend przed kolejnymi edycjami

## SEGMENTY KLIENTÓW

- Rodzice i dziadkowie dzieci w wieku 4-12 lat z obszaru do 30 km od Myszkowa
- Dzieci w wieku 4-12 lat
- Turyści z dziećmi w wieku 4-12 lat
- Pasjonaci gier miejskich z całej Polski
- Okoliczne przedszkola i szkoły podstawowe

## BUDOWANIE RELACJI Z KLIENTEM poprzez:

- Bezpośredni kontakt w MDK
- Inauguracje kolejnych gier (wspólna zabawa)
- Kontakt internetowy (facebook, e-mail)
- Kontakt telefoniczny

## DZIAŁANIA MARKETINGOWE

- Bezpośredni kontakt klienta z MDK lub UM
- Promocja w sieci (strona internetowa Misji Legenda i/lub MDK, UM, FB, blog)
- Inauguracje gier
- Reklama zewnętrzna (plakaty)
- POS (ulotki)
- Lokalne media

## OFEROWANE WARTOŚCI

- Edukacja przez zabawę
- Wzmocnienie więzi mieszkańcy – miasto
- Wzmacnianie więzi międzypokoleniowych
- Poprawa wizerunku miasta

## KLUCZOWE ZASOBY

- Pracownicy MDK
- Wolontariusze
- Baza kontaktowa
- Skuteczna metodologia
- Obecność w sieci (strona www, FB, blog)

## PARTNERZY

- Miejski Dom Kultury
- ASP Katowice
- Literaci/plastycy (jury konkursów)
- Szkoły podstawowe
- Potencjalni sponsorzy kolejnych edycji

## KANAŁY SPRZEDAŻY I OBSŁUGI

- Bezpośredni kontakt z Miejskim Domem Kultury
- Urząd Miasta (plakaty, ulotki)
- Strona internetowa Misji Legenda i/lub MDK i/lub UM

## KORZYŚCI

- Poprawa wizerunku miasta
- Promocja Myszkowa
- Wzrost zaangażowania mieszkańców w miasto

## KOSZTY STAŁE

- Druk kart wskazówek, legend i ksiąg legend
- Domena i administracja strony www
- Materiały promocyjne

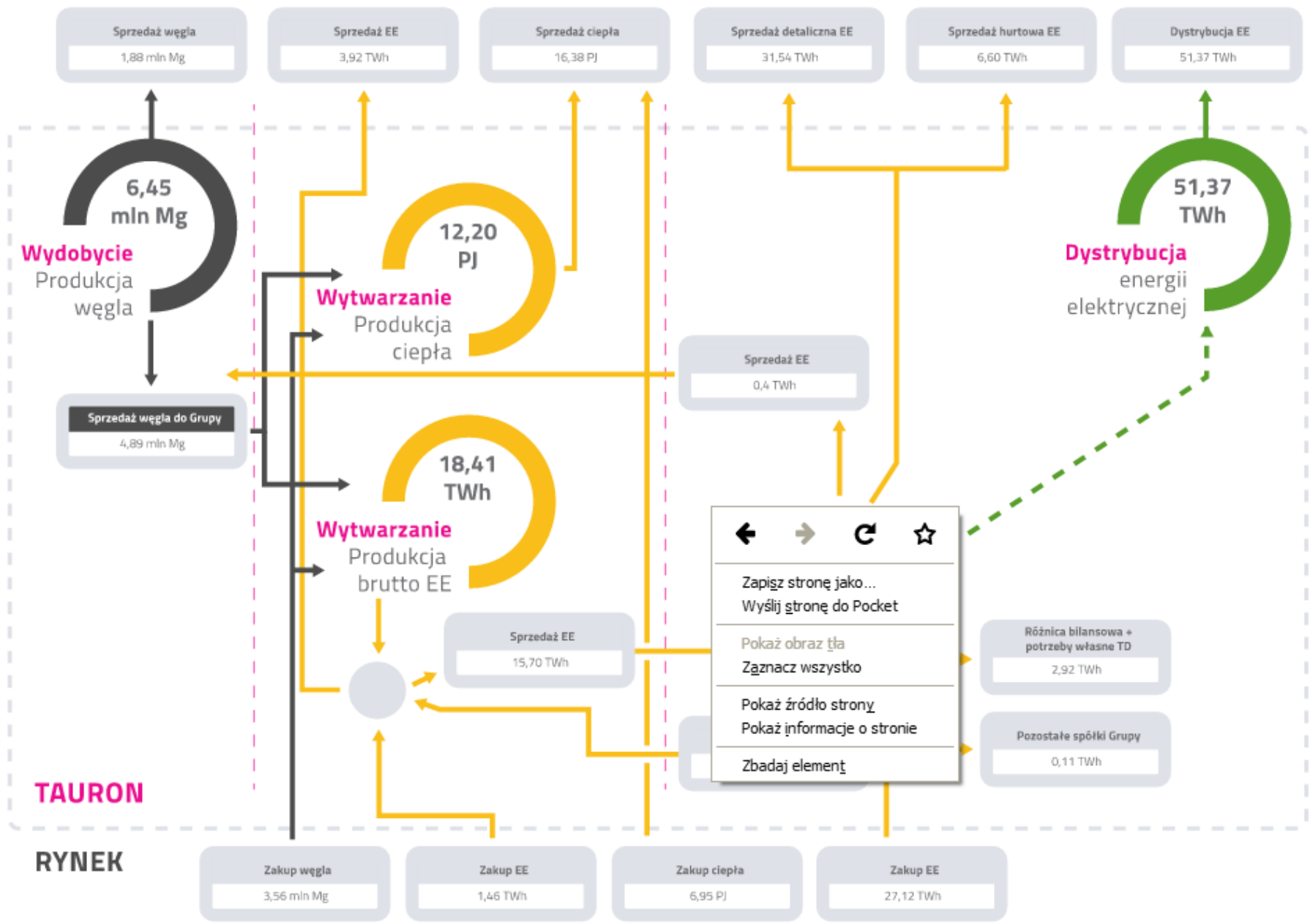
- Teoretyczne i graficzne opracowywanie nowych gier
- Tworzenie nowych murali

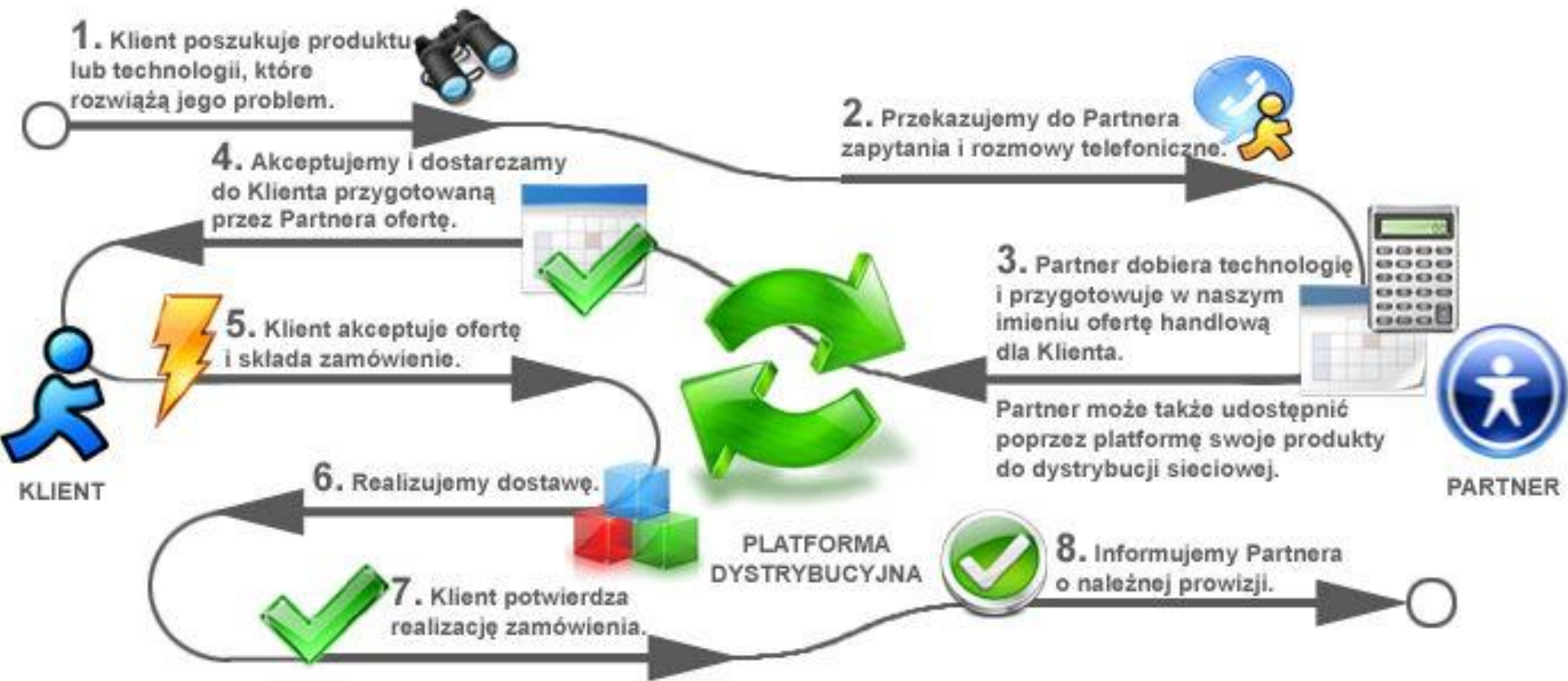
- Obsługa imprez inauguracyjnych kolejnych gier
- Nagrody dla uczestników konkursów

## ŹŹDŁA PRZYCHODÓW

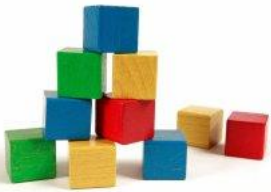
- Fundusze z UE
- Sponsorzy kolejnych edycji

- Sprzedaż wybranych materiałów promocyjnych

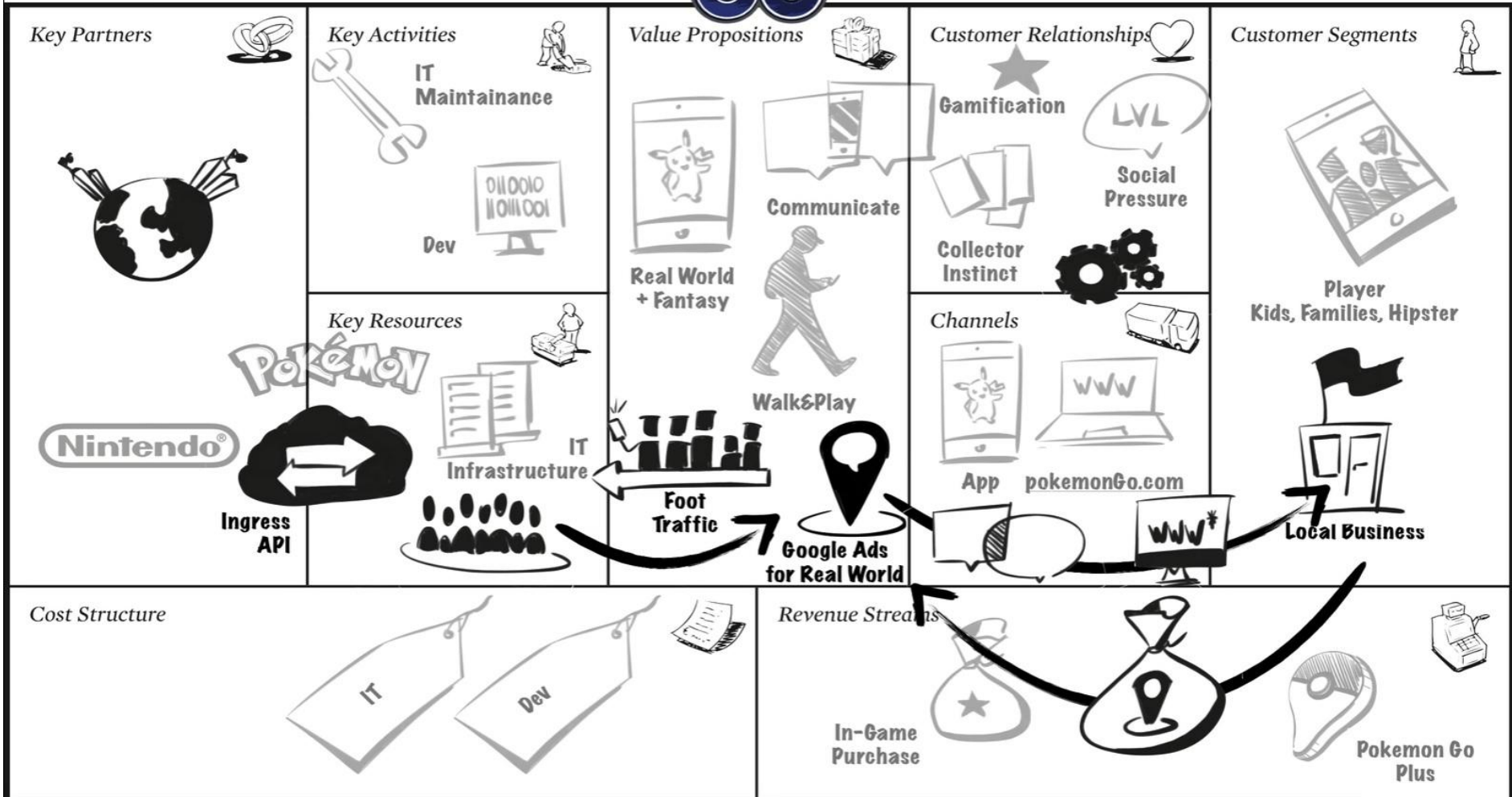




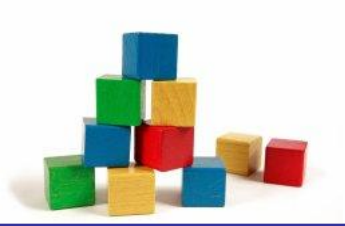
SCHEMAT PROGRAMU PARTNERSKIEGO PLATFORMY DYSTRYBUCYJNEJ STRUCTUM  
powered by InfoBiz Server



# POKÉMON GO









# OSOBA FIZYCZNA A OSOBA PRAWNA

**Osoba fizyczna** to prawne określenie człowieka w prawie cywilnym, od chwili urodzenia do chwili śmierci, w odróżnieniu od osób prawnych. Bycie osobą fizyczną pociąga za sobą zawsze posiadanie zdolności prawnej, czyli możliwość bycia podmiotem stosunków prawnych (praw i zobowiązań). Osoby fizyczne mają także zdolność do czynności prawnych, uzależnioną jednak od dalszych warunków.

**Osoba prawna** to jeden z rodzajów podmiotów prawa cywilnego. Osobę prawną definiuje się zazwyczaj jako trwałe zespolecie ludzi i środków materialnych w celu realizacji określonych zadań, wyodrębnione w postaci jednostki organizacyjnej wyposażonej przez prawo (przepisy prawa cywilnego) w osobowość prawną. Taka jednostka organizacyjna ma wtedy pełnię podmiotowości prawnej, w szczególności nabywa zdolność prawną oraz zdolność do czynności prawnych.



# PODMIOT GOSPODARCZY

**Podmiot gospodarczy** to osoba fizyczna, zorganizowana grupa osób fizycznych lub osoba prawna prowadząca w zorganizowany sposób działalność gospodarczą – przeważnie dochodową – polegającą na produkcji dóbr lub świadczeniu usług, na podstawie obowiązujących przepisów prawnych, mająca podmiotowość prawną z przypisaniem jej własności i odpowiedzialności i ryzyka za skutki działania oraz posiadająca lub nie osobowość prawną.



**Dz.U. 2004 Nr 173 poz. 1807**

## **U S T A W A**

z dnia 2 lipca 2004 r.

### **o swobodzie działalności gospodarczej**

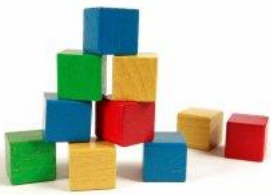
**Opracowano na podstawie: t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 2168, 2290, 2486, z 2018 r. poz. 107, 398.**

#### Rozdział 1

#### **Przepisy ogólne**

**Art. 1.** Ustawa reguluje podejmowanie, wykonywanie i zakończenie działalności gospodarczej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oraz zadania organów w tym zakresie.

**Art. 2.** Działalnością gospodarczą jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.



# PRZEDSIĘBIORSTWO OSOBY FIZYCZNEJ A SPÓŁKA

## Forma prawna określa:

- Kto ponosi odpowiedzialność materialną i podejmuje ryzyko,
- Kto sprawuje funkcje kierownicze i jest uprawniony do reprezentowania przedsiębiorstwa na zewnątrz,
- Jakie są źródła finansowania działalności przedsiębiorstwa i jak określana jest zdolność do zaciągania i obsługi kredytów,
- Kto jest płatnikiem podatku,
- Kto decyduje o podziale zysku i pokrywa straty.



# FORMY ORGANIZACYJNO-PRAWNE PRZEDSIĘBIORSTW

## **Nie posiadające osobowości prawnej:**

- Zarejestrowana działalność gospodarcza
- Spółka cywilna
- Spółka jawna
- Spółka partnerska
- Spółka komandytowa
- Spółka komandytowo-akcyjna

## **Posiadające osobowość prawną:**

- Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
- Spółka akcyjna
- Spółka europejska
- Spółdzielnia
- Przedsiębiorstwo państwowe
- Inne (fundacja, stowarzyszenie, kościoły, uczelnie wyższe)



# KLASYFIKACJA FORM SPÓŁEK

**Podstawa ekonomiczna utworzenia i związanego z nią zakresu odpowiedzialności wspólników za zobowiązania:**

**SPÓŁKI KAPITAŁOWE:**

- spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
- spółka akcyjna

**SPÓŁKI OSOBOWE:**

- spółka cywilna
- spółka partnerska
- spółka jawna
- spółka komandytowa
- spółka komandytowo – akcyjna

**Źródła prawa regulującego powstanie i funkcjonowanie:**

**SPÓŁKI HANDLOWE:**

- spółka partnerska
- spółka jawna
- spółka komandytowa
- spółka komandytowo – akcyjna
- spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
- spółka akcyjna

**SPÓŁKI CYWILNE**



# PODSTAWOWE AKTY PRAWNE REGULUJĄCE DZIAŁALNOŚĆ POSZCZEGÓLNYCH FORM PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH

**02.VII.2004, Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej**  
ZAREJESTROWANA DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA

**23.IV.1964, Kodeks cywilny**  
SPÓŁKA CYWILNA

**15.IX.2000, Kodeks spółek handlowych**  
SPÓŁKA JAWNA  
SPÓŁKA PARTNERSKA  
SPÓŁKA KOMANDYTOWA  
SPÓŁKA KOMANDYTOWO-AKCYJNA  
SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ  
SPÓŁKA AKCYJNA

**25.IX.1981, Ustawa o przedsiębiorstwach państwowych**

**25. IX.1981, Ustawa o samorządzie załogi przedsiębiorstwa państwowego**

**30.VIII.1996, Ustawa o komercjalizacji i prywatyzacji przedsiębiorstw państwowych**  
PRZEDSIĘBIORSTWA PAŃSTWOWE

**16.IX.1982, Prawo spółdzielcze**  
SPÓŁDZIELNIE





# PODSTAWOWE CECHY PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH

- Podstawa prawna działalności
- Status spółki
- Charakter spółki
- Tryb zawiązania
- Organ ewidencyjny
- Kapitał zakładowy
- Odpowiedzialność spółki za zobowiązania spółki
- Odpowiedzialność wspólników za zobowiązania spółki
- Stosunki wewnętrzne, zarządzanie
- Decyzja o podziale zysku
- Forma i jawność sprawozdawczości
- Rodzaj podatków i płatnik
- Inne



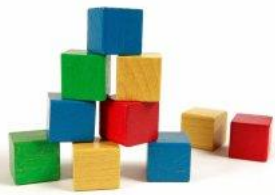
# Formy prawne działalności – **zarejestrowana działalność gospodarcza**

- **ZALETY**

1. Szybki i łatwy proces rejestracji firmy.
2. Prowadzenie działalności jednoosobowo.
3. Łatwość rozszerzenia działalności i likwidacji.
4. Nie trzeba tworzyć złożonych struktur organizacyjnych.
5. Pełna niezależność
6. Możliwość prowadzenia uproszczonej formy księgowości (książka przychodów i rozchodów, ryczałt, karta podatkowa)

- **WADY**

1. Odpowiedzialność za zobowiązania firmy całym prywatnym majątkiem właściciela.
2. Konieczność prowadzenia działalności jednoosobowo – dyspozycyjność przez cały czas, bez względu na stan zdrowia czy chęci.
3. Obowiązek opłacania składki ubezpieczeniowej przez cały czas, bez względu na to czy osiągane są dochody.



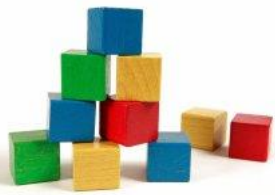
# Formy prawne działalności – **spółka cywilna**

- **ZALETY**

- Szybki, tani i łatwy proces rejestracji firmy.
- Możliwość prowadzenia działalności wspólnie z innymi osobami.
- Prosta likwidacja – zakończenie działalności.
- Możliwość prowadzenia uproszczonej formy księgowości (książka przychodów i rozchodów, ryczałt, karta podatkowa)

- **WADY**

- Odpowiedzialność za zobowiązania firmy całym prywatnym majątkiem.
- Prowadzenie działalności wspólnie z kimś.
- Spółka nie jest przedsiębiorcą.
- Nie perspektywiczna – obowiązek przekształcenia w spółkę jawną, jeżeli przez dwa kolejne lata przychody przekroczą 800 000,00 €.



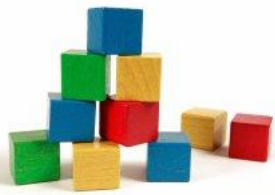
# Formy prawne działalności – **spółka jawna**

- **ZALETY**

- Możliwość prowadzenia działalności wspólnie z innymi osobami.
- Łatwo założyć, niski koszt zakładania.
- Brak wymagań kapitałowych.
- Każdy wspólnik ma prawo reprezentować spółkę.
- Jawność związana z wpisem do KRS.

- **WADY**

- Bardziej kosztowny proces rejestracji – wpis do KRS
- Każdy wspólnik odpowiada za zobowiązania spółki bez ograniczenia, całym majątkiem, solidarnie ze spółką.
- Za prowadzenie spraw spółki wspólnik nie otrzymuje wynagrodzenia.



# Formy prawne działalności – **spółka partnerska**

- **ZALETY**

- Każdy wspólnik ma prawo samodzielnie reprezentować spółkę.
- Każdy wspólnik (partner) ponosi odpowiedzialność tylko za własne działania i zaniedbania i nie ponosi odpowiedzialności za zobowiązania spółki powstałe w związku z wykonywaniem przez pozostałych partnerów wolnego zawodu w spółce.
- Jednoznaczne określenia profilu spółki w jej nazwie.
- Brak określonych wymagań kapitałowych.

- **WADY**

- Spółka działa wyłącznie w zakresie wykonywania zawodu partnerów.
- Konieczność sporządzenia umowy w formie aktu notarialnego.
- Tylko dla wąskiej grupy zawodów (wolne zawody wymienione w art. 88 kodeksu spółek handlowych)



# Formy prawne działalności – **spółka komandytowa**

- **ZALETY**

- Jawność związana z wpisem do KRS
- Ograniczona odpowiedzialność jednego ze wspólników (komandytariusza) do wysokości sumy komandytowej.
- Swoboda kształtowania stosunków finansowych pomiędzy wspólnikami, którzy mają status bądź komandytariuszy bądź komplementariuszy.
- Brak wymagań, co do sumy komandytowej.
- Stosunkowo proste zwiększenie kapitału, co jest atrakcyjne dla inwestorów

- **WADY**

- Odpowiedzialność komplementariusza za zobowiązania spółki całym swoim majątkiem.
- Konieczność prowadzenia działalności z innymi osobami.
- Konieczność prowadzenia ksiąg handlowych (pełnej księgowości).
- Wyższe koszty zakładania – opłata notarialna za sporządzenie umowy spółki.



# Formy prawne działalności – **spółka komandytowo-akcyjna**

- **ZALETY**

- Możliwość pozyskania kapitału na rozwój poprzez emisję akcji.
- Akcjonariusz nie odpowiada za zobowiązania spółki i może reprezentować spółkę jedynie jako pełnomocnik.
- Komplementariusz nie musi uczestniczyć w pokryciu kapitału zakładowego.
- Komplementariusz zachowuje pełnię władzy.

- **WADY**

- Wysokie koszty utworzenia i funkcjonowania – opłaty notarialne za sporządzenia statutu, obsługa prawna, prowadzenia ksiąg.
- Wysoki kapitał zakładowy – 50 000,00 zł.
- Komplementariusz odpowiada za zobowiązania spółki bez ograniczenia całym majątkiem solidarnie z pozostałymi wspólnikami oraz ze spółką, ale jest to odpowiedzialność subsydiarna.



# Formy prawne działalności – **spółka z o.o.**

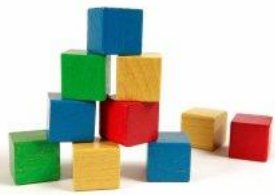
## • **ZALETY**

- Wspólnicy odpowiadają za zobowiązania spółki do wysokości wkładu.
- Możliwość prowadzenia działalności wspólnie z innymi osobami lub samemu (jedna osoba może objąć 100% udziałów).
- Jawność, wynikająca z wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego.

## • **WADY**

- Kosztowny proces rejestracji (umowa spółki w formie aktu notarialnego, wpis do Krajowego Rejestru Sądowego),
- Konieczność prowadzenia ksiąg handlowych – pełnej księgowości.
- Wysoki kapitał założycielski 50 000,00 zł.





# Formy prawne działalności – **spółka akcyjna**

- **ZALETY**

- Akcjonariusze odpowiadają za zobowiązania spółki do wysokości wkładu.
- Możliwość kumulacji kapitału poprzez emisję akcji, obligacji, i inne instrumenty finansowe.
- Łatwe sprawdzenie wiarygodności spółki przez potencjalnych kontrahentów (jawność danych finansowych spółki)
- Możliwość pozyskiwania kapitału z różnych źródeł giełdy krajowe, papiery dłużne, obligacje.

- **WADY**

- Złożony i pracochłonny proces rejestracji.
- Minimalny kapitał zakładowy – 500 000,00 zł.
- Wysokie koszty założenia i działania – obsługa prawna, konieczność sporządzania wielu dokumentów w formie aktu notarialnego, pełna księgowość, coroczne badanie sprawozdania finansowego przez biegłego rewidenta.
- Duże wymagania formalne dotyczące działalności spółki.
- Skomplikowany proces likwidacji.



# FORMY KONCENTRACJI KAPITAŁU I INTEGRACJI ORGANIZACYJNEJ

---

- Spółka joint venture
- Koncern
- Holding
- Kartel
- Syndykat
- Trust
- Konsorcjum



# INNE TYPY PODMIOTÓW

---

- Gospodarstwo rolnicze
- Przedsiębiorstwo rolnicze
- OFF SHORE
- Spółki innych systemów prawnych

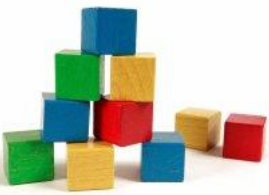


## Gospodarstwo a Przedsiębiorstwo rolnicze

**Gospodarstwo rolnicze** to jednostka produkcyjna wyodrębniona pod względem organizacyjnym stanowiąca zespół trzech czynników produkcji: ziemi, pracy i kapitału. Wyodrębnienie organizacyjne oznacza, że gospodarstwo posiada wydzieloną ziemię, środki produkcji i pracę. Stanowi więc jednostkę techniczno-organizacyjną ukierunkowaną na wytwarzanie produktów rolniczych.

**Przedsiębiorstwo rolnicze** stanowi jednostkę gospodarczą wyodrębnioną nie tylko pod względem organizacyjnym lecz ekonomicznym i prawnym, nastawioną na wytwarzanie produktów i usług rolniczych w celu ich sprzedaży.

*Prof. W. Ziętara*



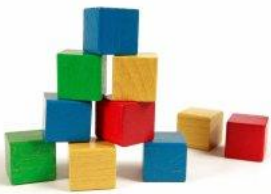
# PODMIOTY PANEUROPEJSKIE



Od 1 maja 2004 roku w Polsce można również zawiązywać tzw. spółki paneuropejskie, które są uregulowane zarówno w ustawodawstwie wspólnotowym, jak i krajowym.

Obejmują one takie formy prawne jak:

- spółka europejska
- europejskie zgrupowanie interesów gospodarczych
- spółdzielnia europejska
- europejska spółka prywatna
- europejska spółka wzajemna
- stowarzyszenie europejskie
- przedsiębiorstwo zbiorowego inwestowania w zbywalne papiery wartościowe



# SPÓŁKA EUROPEJSKA (SE)

- Jako odpowiednik spółki akcyjnej charakteryzuje się wysokimi wymogami kapitałowymi – 120 tys. €
- Ta forma może być atrakcyjna jedynie dla dużych przedsiębiorstw prowadzących na szeroką skalę działalność ogólnoeuropejską
- Dzięki SE nie muszą oni rejestrować firmy w każdym państwie, w którym chcą prowadzić działalność



# EUROPEJSKA SPÓŁKA PRYWATNA (ESP)

---

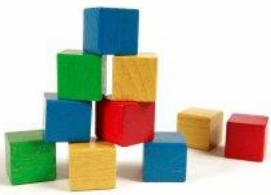
- Działalność regulowana wspólnotowym rozporządzeniem, które państwa członkowskie muszą stosować wprost
- Prawo krajowe będzie miało zastosowanie tylko w niektórych przypadkach m.in. w kwestiach prawa pracy, prawa karnego, podatkowego, rachunkowości



# UWARUNKOWANIA ESP

- Kapitał założycielski wynosi co najmniej 25 tys. €
- ESP pozostawia przedsiębiorcom dość dużą swobodę kształtowania stosunków wewnętrznych
- Wymóg podwójnej rejestracji: w kraju siedziby oraz w centralnym rejestrze spółek europejskich, który najprawdopodobniej będzie znajdował się w Brukseli

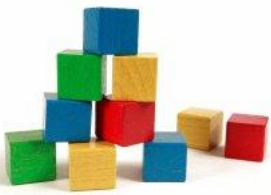




# SPÓŁDZIELNIA EUROPEJSKA (SCE)

---

- Zakładana w celu propagowania interesów jej członków na obszarze WE
- Do jej założenia potrzeba co najmniej 5 osób fizycznych zamieszkałych w co najmniej 2 krajach UE
- Może powstać również w wyniku połączenia już istniejących spółdzielni



# SPÓŁDZIELNIA EUROPEJSKA (SCE)

---

- Kapitał zakładowy nie może być niższy niż 30 tys. €
- Musi być zarejestrowana w jednym z państw członkowskim
- Forma ta jest szczególnie atrakcyjna dla producentów rolnych, którzy planują rozszerzenie działalności poza granice państwa pochodzenia



## EUROPEJSKIE ZGRUPOWANIE INTERESÓW OSPODARCZYCH

- Forma pośrednia między spółką osobową a kapitałową
- Ma na celu reprezentowanie interesów gospodarczych zrzeszonych członków
- Członkami EZIG mogą być firmy oraz osoby fizyczne prowadzące działalność handlową czy rzemieślniczą



## EUROPEJSKIE ZGRUPOWANIE INTERESÓW OSPODARCZYCH

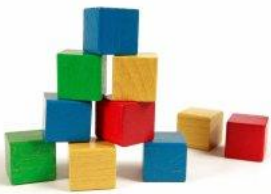
- Osoby świadczące usługi na terenie WE nie będąc jednocześnie obywatelami
- Atrakcyjną cechą jest fakt posiadania osobowości prawnej i możliwość zaciągania zobowiązań oraz dokonywanie czynności prawnych po warunkiem, że nie generują one dochodu



## ISTOTNE ELEMENTY PRZY ZAKŁADANIU DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

Obecność Polski do Unii Europejskiej powoduje, że przedsiębiorca musi znać nie tylko polskie przepisy prawne, ale i regulacje unijne. Tym bardziej, jeśli chce działać na Jednolitym Rynku Europejskim.

Trzeba pamiętać o znanym powiedzeniu, że nieznanomość prawa szkodzi i nie usprawiedliwia. Warto więc zapoznać się przynajmniej z najważniejszymi informacjami na temat reguł obowiązujących w UE.



# Zakładanie przedsiębiorstw na terenie Unii Europejskiej

Swoboda zakładania przedsiębiorstw w krajach Unii Europejskiej (right of establishment) obejmuje prawo podjęcia i wykonywania działalności na zasadzie samozatrudnienia, jak również do zakładania i prowadzenia przedsiębiorstw (art. 52 Traktatu Rzymskiego).

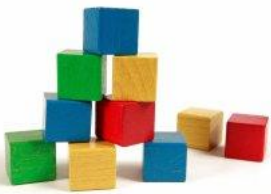
Krótko mówiąc - obywatele państw członkowskich UE mogą swobodnie podejmować i prowadzić własne przedsiębiorstwa (lub filie istniejących) na terenie całej Unii Europejskiej.



## „Prawo umów europejskich”

Prawo wspólnotowe nie stworzyło dotąd własnego "kodeksu cywilnego", regulującego zasady zawierania umów na rynku wewnętrznym.

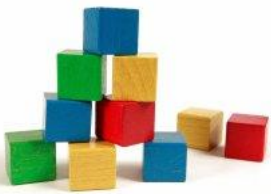
Kooperujący przedsiębiorcy - w oparciu o zasady prawa międzynarodowego prywatnego - mogą dokonać wyboru porządku prawnego, którego reżimowi poddadzą swój kontrakt np. prawo angielskie, czy francuskie.



## „Prawo umów europejskich”

Poruszanie się w obcym prawodawstwie stwarza przedsiębiorcom istotne problemy, związane np. z egzekucją roszczeń. Podstawą prawną jest regulująca umowy między stronami jest Rozp. Rady (WE) 44/2001 z 22.12.2000 r. o jurysdykcji oraz wykonywaniu orzeczeń w sprawach cywilnych i handlowych





## „Prawo umów europejskich”

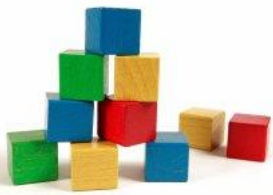
Rozporządzenie to daje kontrahentom dość dużą autonomię przy określaniu czyjej jurysdykcji podlega kontrakt np. w odniesieniu do ubezpieczeń, spraw konsumenckich, spraw pracowniczych, czy nieruchomości – jednak jurysdykcja jest determinowana położeniem nieruchomości



# KONWENCJA RZYMSKA

---

Istnieje również Konwencja Rzymska z 1980 r. o prawie właściwym dla zobowiązań umownych. Została ona podpisana w kwietniu 2005 przez stronę Polską (nie ratyfikowana).



## Działalność gospodarcza w UE

---

Większość przedsiębiorstw prowadzi działalność w formach właściwych dla regulacji prawnych poszczególnych państw członkowskich.

**Każde państwo członkowskie UE samodzielnie wyznacza zasady zakładania firm na własnym terytorium.**

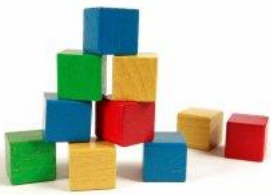


## Działalność gospodarcza w UE

Podjęcie działalności gospodarczej, należy się dostosować do szeregu regulacji z zakresu:

- prawa podatkowego,
- ubezpieczeniowego,
- ochrony konsumentów,
- zamówień publicznych,
- bezpieczeństwa produktów

możliwe jest występowanie różnic na tym polu mimo harmonizacji na szczeblu wspólnotowym



# Niemcy



W Niemczech trzeba ubiegać się o zezwolenie na pobyt z prawem do wykonywania wybranej działalności. Urzędnicy niemieccy mogą decydować czy nasza działalność służy interesom niemieckiej gospodarki, a przy rejestracji jednoosobowej działalności żądają dowodu posiadania odpowiednich kwalifikacji, środków finansowych, biznes planu na kilka lat. W niektórych przypadkach konieczne jest jeszcze odrębne zezwolenie i wpis do rejestru rzemiosła.



# Niemcy



Na zarejestrowanie spółki w Izbie Przemysłowo Handlowej możemy czekać nawet do dziewięciu miesięcy. Kapitał zakładowy spółki z o.o. to min. 25 tys. €. Koszt rejestracji ok. 500 €  
Stawka podatku dochodowego osób prawnych 25%, od osób fizycznych od 0 do 47%. Podatek VAT 16%.

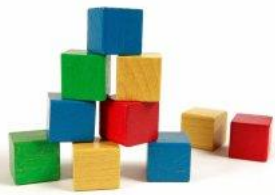


# Wielka Brytania



W celu zarejestrowania najpopularniejszej spółki z o.o. należy przedłożyć umowę założycielską i statut spółki. Potwierdzeniem jest wydanie przez Companies House tzw. Certificate of incorporation.

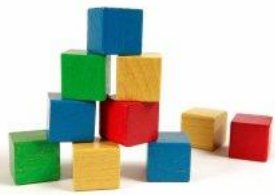
Minimalny kapitał zakładowy spółki z .o.o. to 2£  
Stawka podstawowa VAT 17,5%, obniżona 5%, 0%



# Spin off

Przedsiębiorstwo typu spin-off to nowe przedsiębiorstwo, które zostało założone przez co najmniej jednego pracownika instytucji naukowej lub badawczej, albo studenta bądź absolwenta Uczelni, w celu komercjalizacji innowacyjnych pomysłów (wiedzy) lub technologii. Przedsiębiorstwo spin-off jest zwykle niezależne osobowo i kapitałowo od swojej Uczelni, jednak często z nią współpracuje na zasadach rynkowych.





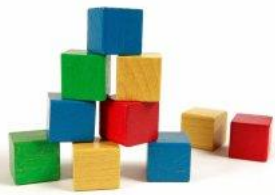
## Spin out

Przedsiębiorstwo typu spin-out to nowe przedsiębiorstwo, które zostało założone przez co najmniej jednego pracownika instytucji naukowej lub badawczej, albo studenta bądź absolwenta Uczelni oraz Uczelnię lub jednostkę organizacyjną Uczelni, powołaną do komercjalizacji dóbr intelektualnych Uczelni, w celu komercjalizacji innowacyjnych pomysłów (wiedzy) lub technologii. Przedsiębiorstwo spin-out jest zwykle powiązane osobowo i kapitałowo z Uczelnią, co w konsekwencji oznacza bliską współpracę obu stron



Sukces firmy spin-off lub spin-out zależy od:

1. Dostępności środków finansowych.
2. Mocnego fundamentu naukowego (instytucjonalnej bazy naukowej).
3. Zasobów wiedzy zarówno technologicznej, jak i biznesowej.
4. Skoncentrowania się na konkretnej aplikacji i niszy rynkowej.
5. Doświadczenia biznesowego.



Wśród zalet firmy spin-off można wymienić:

- wyodrębnienie tematyki rynkowej ze struktury badawczej,
- łatwość prowadzenia biznesu,
- przejrzystość struktur i strumieni finansowych,
- wsparcie uczelni, co oznacza mniejsze ryzyko, minimalizowane poprzez swoiste gwarancje, leżące po stronie zaangażowanych w przedsięwzięcie ekspertów danej dziedziny, a więc większą stabilizację.

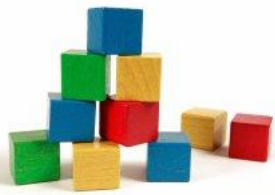
Z kolei firmy spin-out umożliwiają:

- płynne przeniesienie wiedzy i całego „know-how” oraz praw własności, związanych z eksploatacją technologii do podmiotu gospodarczego,
- stwarzając dogodne warunki dla inwestycji kapitałowych w to przedsięwzięcie i tym samym szybki rozwój przedsiębiorstwa,
- samodzielne działanie.



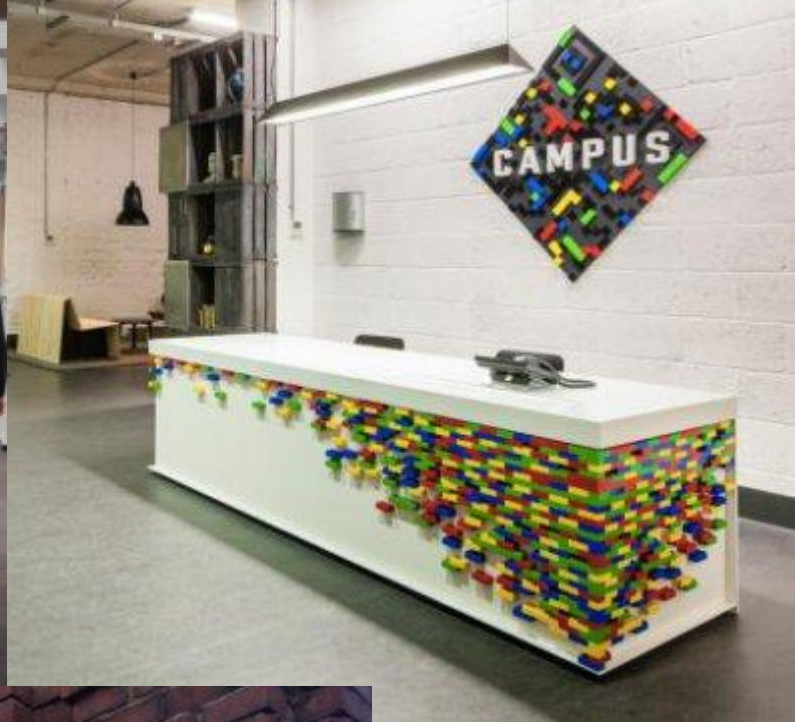
## Bariery w powstawaniu firm spin-off i spin-out stanowią:

- źródła finansowania,
- transfer technologii z uczelni do firmy / spółki – uwarunkowania prawne (prawo własności intelektualnej – patenty, licencje),
- dostęp do nowoczesnych technologii,
- relacje z uczelnią – uwarunkowania organizacyjne, formalno-prawne, finansowe,
- kultura społeczna instytucji naukowej,
- czynniki psychologiczno – społeczne.

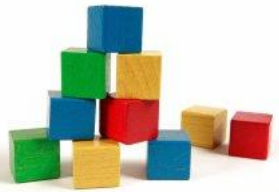


# Etapy rozwoju przedsiębiorstwa akademickiego

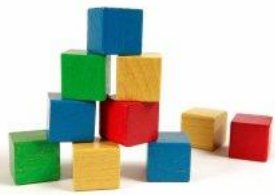
- **etap badań i rozwoju (seed)** – wiąże się z wydatkami, podczas gdy projekt nie przynosi żadnych dochodów;
- **wprowadzenie (start-up)** – produkt wchodzi na rynek i zaczyna generować niewielkie wpływy, które jednak przewyższane są przez koszty realizacji przedsięwzięcia;
- **wzrost (growth)** – okres dynamicznej zwyżki wpływów generowanych dzięki sprzedaży produktu, który został zaakceptowany przez rynek. W tym momencie przekraczany zostaje próg rentowności, a więc sprzedaż finansuje wydatki operacyjne związane z produkcją;
- **dojrzałość (maturity)** – okres, w ramach którego generowana jest nadwyżka bieżących wpływów nad kosztami, również skumulowana nadwyżka wpływów nad wydatkami przewyższa wartość nakładów początkowych i w związku z tym projekt zaczyna „zarabiać na czysto”.





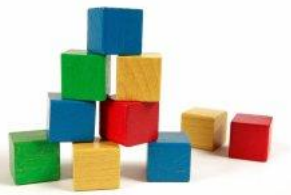






## Start up

- Start-up – przedsiębiorstwo lub tymczasowa organizacja stworzona w celu poszukiwania modelu biznesowego, który gwarantowałby jej rozwój. Przedsiębiorstwa te mają zwykle krótką historię, są w fazie rozwojowej i aktywnie poszukują nowych rynków.
- Przedsiębiorstwa start-up powstać mogą w dowolnej branży, jednak najczęściej związane są z nowymi technologiami. Do ich cech charakterystycznych zalicza się: niskie koszty rozpoczęcia działalności, wyższe niż w przypadku "standardowych" przedsięwzięć ryzyko, potencjalnie wyższy w stosunku do "standardowych" przedsięwzięć zwrot z inwestycji.
- Jedną z metod finansowania projektów rozpoczynanych jako start-up jest korzystanie z funduszy venture capital lub z pomocy aniołów biznesu. Momentem, w którym przedsiębiorstwo przestaje być uważane za start-up, może być osiągnięcie zysku, fuzja lub przejęcie.



Confitura 2012 - wywiad z Pawłem Wrzeszczem - współzałożycielem firmy SoftwareMill

[https://www.youtube.com/watch?v=OHnEWajZF\\_A](https://www.youtube.com/watch?v=OHnEWajZF_A)