**Czy już czas na własny biznes?**

**Młodzi podejmują decyzję o rozpoczęciu pracy na swoim często pod wpływem chwili, odsuwając na bok chłodne kalkulacje, na pierwszym miejscu stawiają możliwość realizacji własnej pasji. Jakich błędów powinni unikać, a co wziąć pod uwagę, zwłaszcza na początkowym etapie? Sprawdź, jak rozpocząć przygodę z własnym biznesem, by stała się ona źródłem satysfakcji. Wywiadu udziela dr Kaja Prystupa-Rządca - prof. Akademii Leona Koźmińskiego, Katedra Zarządzania ALK**

**Jaki moment dla młodych ludzi jest odpowiedni na rozpoczęcie pracy na własny rachunek? Jak ściśle jest to powiązane z wiekiem, czy lata studenckie to dobry czas na rozpoczęcie działalności gospodarczej?**

Na pewno widać prawidłowość: jeśli firma jest zakładana w latach studenckich bądź zaraz po zakończeniu studiów, wtedy rośnie skłonność do bardziej ryzykownych działań i agresywnych zagrań rynkowych. Młodzi często nie mają jeszcze rodzin, własnych zobowiązań i ich skłonności do podejmowania ambitnych wyzwań w biznesie są o wiele większe. To pozwala nabrać doświadczenia w prowadzeniu biznesu i procentuje w późniejszych latach.

Inny model, polegający na rozpoczęciu kariery w większej organizacji biznesowej, pozwala nabrać doświadczenia rynkowego bez tak bezpośredniego ryzyka, jak praca na swoim. Ale zdobywamy kompetencje, znajomość branży, kontakty i pozycję na rynku. Brakuje nam bagażu przedsiębiorcy, ale mamy doświadczenie w innych obszarach, koniecznych do prowadzenia biznesu.

**Jakie czynniki powinny wpłynąć na decyzję o rozpoczęciu własnego biznesu?**

Należy się zastanowić, czy mamy kompetencje potrzebne do rozpoczęcia biznesu, który planujemy, w tym także wiedzę zarządczą. Często się zdarza, że pasjonaci otwierają biznes i szybko okazuje się, że nie mają pojęcia ani jak zarządzać organizacją, ani ludźmi.

Drugim bardzo ważnym elementem jest weryfikacja własnych pomysłów biznesowych z rynkiem. Przede wszystkim młodzi przedsiębiorcy powinni zbadać, jakie jest zapotrzebowanie na rynku na ich produkt czy usługę. Powinni określić grupę docelową oraz to, kto będzie ich klientem i spróbować zrozumieć jego potrzeby.

Należy również się rozejrzeć, jakie będzie otoczenie prawne, ekonomiczne, polityczne oraz normy kulturowe i społeczne. Musimy wziąć pod uwagę wszystkie czynniki zewnętrzne i ocenić, czy będą nam sprzyjały, czy będą barierą rozwoju biznesu.

Młodzi ludzie, planując biznes, bardzo często opierają swoje tezy na swoich wyobrażeniach, na tym, co im się wydaje, zaniedbując dialog z potencjalnym klientem, czy nie wykonując nawet najprostszych badań rynkowych. Swoje opinie konfrontują z gronem najbliższych znajomych, które nie jest zazwyczaj za bardzo reprezentatywną grupą.

Impulsem do zakładania własnych firm jest też rozmijanie się oczekiwań młodych względem rynku pracy. Jedną z wartości przedsiębiorczości, jakie młodzi ludzie wskazują w badaniach, które przeprowadzamy w ALK, jest poczucie niezależności oraz elastyczności. Młodzi ludzie cenią również to, że w ich opinii ich nakład pracy w większym wymiarze przekłada się na ostateczny wynik finansowy.

**Na jak długi okres powinien być przygotowany biznesplan?**

Długość pierwszego biznesplanu zależy w dużej mierze od specyfiki branży. Jednak zakłada się, że na początku działalności biznesplan powinien dotyczyć minimum najbliższych dwóch do trzech lat. Niektóre z branż tak szybko się zmieniają, że plan długofalowy na pięć czy więcej lat jest bardzo trudno ułożyć. Niemniej pod koniec każdego roku możemy zweryfikować założenia i plan działania oraz ocenić, gdzie jesteśmy i co się zmieniło na rynku, i na bieżąco dostosowywać się do zmian otoczenia.

Warto korzystać z pomocy osób doświadczonych, które potrafią zauważyć błędy już na etapie koncepcji. Zwłaszcza że decyzje młodych w biznesie są często podejmowane spontanicznie, pogłębiane analizy są albo zaniedbywane, albo pomijane. Niedopasowanie do oferty rynkowej czy brak rozpoznania potrzeb grupy docelowej może spowodować, że nasz produkt od początku poniesie porażkę, mimo że biznesplan będzie spełniał wymogi formalne.

**Czy wiązać rozpoczęcie działalności ze startem programu wsparcia dla przedsiębiorców, oferujących fundusze na start, finansowane ze środków unijnych?**

System zachęt jest na tyle dobrze rozbudowany, że rzeczywiście przekonuje młodych, by spróbować swoich sił w biznesie. Początkujący przedsiębiorca wielu rzeczy uczy się przez własne błędy, więc jeśli coś nam początkowo nie wyjdzie, wyciągnięte wnioski zaprocentują w przyszłości. Dlatego warto wykorzystywać możliwość wsparcia, i to nie tylko, jeśli są to środki finansowe, ale również wszelkiego rodzaju wsparcie organizacyjne i mentorskie.

Dużo zależy też od specyfiki produktu. Jeśli wzięcie udziału w programie wsparcia oznacza np. rok oczekiwania, to w niektórych przypadkach to może być zbyt długa zwłoka. Jeśli oczekiwanie na któryś z programów wsparcia hamuje istotnie rozwój naszego produktu, to można w takich wypadkach poszukać finansowania gdzie indziej i zacząć działać.

**Na co zwrócić uwagę przy planowaniu finansowania? Jakie są wady i zalety opierania się na własnych oszczędnościach i korzystania z produktów finansowych jak pożyczki i inne instrumenty kredytowe?**

Są bardzo różne strategie. Uważam, że warto zacząć z własnymi środkami, to w dużej mierze urealnia nasze prognozy finansowe. Jest dobre też, chociażby dlatego, że łatwiej się wycofać, jeśli nasz pomysł nie odniesie sukcesu. W planie działania są opisane nasze potrzeby i powinniśmy zakładać zawiązywanie rezerw na nasze koszty i pamiętać o tym w momencie rozdysponowania zysków.

W pozyskiwaniu finansowania należy się zastanowić, jaki jest jego cel, czy rzeczywiście potrzebujemy tego w danej chwili i czy będziemy w stanie wypełnić zobowiązania w przyszłości. Na wstępnym etapie bardzo ostrożnie podchodziłabym do brania kredytów, jeśli nie wiadomo, jak nasz produkt czy usługa poradzi sobie na rynku. Ze statystyk wiemy, że wiele firm nie przeżywa pierwszych trzech lat, więc nie warto brać dodatkowego ciężaru. Tak konstruujmy biznes, aby miał szansę na siebie zarabiać od początku.

Dzisiaj mamy dostęp do wielu konkursów, a coraz bardziej popularną formą finansowania są kampanie crowdfundingowe. Dużą zaletą tego typu kampanii jest to, że weryfikują rynkowo nasz projekt, widzimy, czy nas pomysł zyskuje popularność, czy nie, i to już w fazie koncepcji.

Czy zaplanować pozyskanie finansowania w długim okresie, jak przyciągnąć inwestorów: fundusze zalążkowe, VC czy aniołów biznesów?

Szukanie inwestorów jest pomocne, jeśli szukamy szybkiego dostępu do finansowania, a zwłoka może spowodować to, że wypadniemy z rynku. Wsparcie funduszy zapewnia szybki zastrzyk gotówki i możliwość szybkiego wprowadzenia naszego produktu na rynek. Pojawienie się inwestorów to też opcja na skorzystanie z ich wiedzy czy kontaktów, co może nawet okazać się cenniejsze niż środki finansowe.

Okazją są również programy grantowe, zwłaszcza dla innowacyjnego biznesu. Nowe firmy powinni pamiętać o tym, że muszą utrzymać płynność finansową. Jeśli ubiegają się o środki z grantów, czy innych dużych projektów zewnętrznych, będzie to wymagało wkładu własnego i innych kosztów. Jeśli nie zabezpieczymy własnych środków na udział w projektach grantowych, może to spowodować paraliż dalszych działań, mimo potencjalnie przyznanego finansowania. Zwłaszcza jeśli działamy w branży mocno fluktuacyjnej, gdzie przychody cechują się pewną sezonowością.

**W jakim stopniu młodzi przedsiębiorcy powinni korzystać z usług inkubatorów przedsiębiorczości, wsparcia mentorów i kursów doszkalających? Jak istotne w początkowym okresie jest dokształcanie, jak wybrać potrzebną wiedzę?**

Współpraca z inkubatorami i organizacjami wspierającymi młody biznes ma bardzo duże znaczenie jeszcze w fazie koncepcji. Pozwala dopracować produkt czy usługę na podstawie współpracy z doradcami oraz mentorami i dzięki temu przyspieszyć proces nauki na własnych błędach, dzięki doświadczeniu innych.

W pierwszym okresie prowadzenia firmy dostęp do wiedzy jest bardzo ważny, ponieważ ma on wpływ na losy naszej działalności. Dlatego nie warto zapisywać się na wszystko, co jest dostępne, ale wybierać to, co ma wpływ na nasz biznes. Udział w programach mentoringowych,czy współpraca z organizacjami biznesowymi pozwala nam nabytą wiedzę od razu stosować, co daje nam szansę na naukę przez własne doświadczenia.

**Jak w planowaniu biznesu podejść do kwestii ekspansji zagranicznej? Czy produkt bądź usługa powinna być od początku nastawiona również na poszukiwanie klientów zagranicznych?**

To zależy, jakiego typu działalnością się zajmujemy. Jeśli nasz produkt skierowany jest do niszy, może się okazać, że rynek polski nie jest wystarczający, by zapewnić odpowiedni poziom sprzedaży. Wtedy ekspansja jest naturalnym etapem. Jeśli mamy w planach ekspansję, powinniśmy też do tego dostosować produkt, unikać technologii i rozwiązań, który są dostępne tylko na naszym rynku, albo zadbać o właściwą komunikację z klientami zagranicą, uwzględniając inne zwyczaje i inne potrzeby tamtych odbiorców.

**Jak zadbać o równowagę między inwestowaniem zarobku a inwestowaniem w biznes? Kiedy warto rozważyć sprzedaż biznesu bądź otwarcie kolejnego?**

Na pewno część środków należy przeznaczyć na inwestowanie, która choćby będzie przeznaczona na koszt amortyzacji. Ile naszego zysku należy przeznaczyć na refinansowanie biznesu, zależy od planu rozwoju i kierunków, w jakich chcemy podążać. Niektóre aktywności, jak tworzenie nowych produktów i innowacji, są bardziej kapitałochłonne, inaczej będziemy kalkulować, jeśli będziemy chcieli zwiększać skalę działalności i działać bardziej organicznie.

Moment wyjścia z biznesu jest bardzo trudny, ponieważ młodzi przedsiębiorcy przywiązują się emocjonalnie do swoich biznesów. Wolą rozwijać się wolniej, ale nie decydują się na podzielenie się udziałami z inwestorami. Z kolei znamy również zjawisko „seryjnych przedsiębiorców”, którzy najlepiej czują się w początkowej fazie biznesu, podczas jego budowy, gdzie wszystko rozwija się od zera, a dalsze, wieloletnie prowadzenie biznesu interesuje ich już o wiele mniej.

Jednak często młodzi przedsiębiorcy, poprzez właśnie zbytnie przywiązanie do własnego „biznesowego dziecka”, przegapiają najkorzystniejszy moment to sprzedaży biznesu czy do jego zamknięcia. Należy patrzeć na twarde, mierzalne wskaźniki i trzeźwo oceniać nasze szanse na rynku, niż kierować się sentymentami.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Artykuł pochodzi z Magazynu Akademickiego **„Koncept”** i został opublikowany w ramach projektu ekonomicznego **„Student na rynku”.**