

Potrafę korzystać z Internetu
**PROWADZĄC WŁASNĄ
FIRMĘ**

Darmowa publikacja **dostarczona przez**

[Serwis diety.bgv.pl](http://Serwis.diety.bgv.pl)

Copyright: serwiskariery.pl 2003

<http://www.serwiskariery.pl>, **e-mail:** redakcja@serwiskariery.info

Nasze działania koncentrują się w trzech obszarach:

- **Informacja:** przekazywanie bieżących informacji nt. rynku pracy – codzienny przegląd mediów, przygotowywanie własnych artykułów. Wysyłanie biuletynów informacyjnych za pomocą poczty elektronicznej do użytkowników serwisu, którzy wpisali się na listę subskrybentów.
- **Edukacja:** informowanie o ciekawych i godnych uwagi inicjatywach edukacyjnych skierowanych do studentów i absolwentów.
- **Szkolenia:** prowadzenie szkoleń z zakresu umiejętności niezbędnych na rynku pracy.

SerwisKariery.pl – Twoje najlepsze źródło informacji o pracy i karierze!
www.serwiskariery.pl - Informacja, Edukacja, Szkolenia.

Witaj,

Już po raz czwarty spotykamy się w poradniku przygotowanym przez zespół SerwisKariery.pl. Tym razem zajmiemy się możliwościami, jakie stwarza Internet dla Twojej firmy. Jak zwykle przeprowadzę Cię przez kolejne rozdziały e-booka i podzielę się z Tobą swoją wiedzą.

Jesteś gotowy? Zaczynamy!

Trochę statystyki

Pozwól, że przytoczę trochę danych statystycznych dotyczących wykorzystania Internetu w firmach.

W roku 2000 na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) Ipsos-Demoskop przeprowadził „**Badanie wykorzystania Internetu w małych firmach**”. Wyniki pokazały, że prawie połowa (48 proc.) firm mających komputery posiada dostęp do Internetu. Sieć służy małym firmom przede wszystkim do zdobywania informacji ze stron www (86 proc.), komunikacji poprzez e-mail (69 proc.) oraz w mniejszym stopniu do ściągania plików i programów (44 proc.) i udostępnianie informacji o sobie na stronach www (43 proc.).

Blisko 70 proc. szefów firm bez dostępu do Internetu sądziło, że wkrótce trudno

będzie bez niego prowadzić działalność gospodarczą. Ponad 50 proc. firm uważało, że Internet jest konieczny dla zapewnienia utrzymania się na rynku.

Pełny tekst raportu z badań znajdziesz na stronie:

<http://www.parp.gov.pl/demoskop.php>

Jak widzisz trzy lata temu wiele firm już korzystało z dobrodziejstw Internetu, a wiele zdawało sobie sprawę, że jest to warunek konieczny dla powodzenia prowadzonej przez nie działalności.

Internet w mojej firmie? Tak to się opłaca!

Może nie jestem mistrzem perswazji, ale postaram się przedstawić Ci racjonalne argumenty dla wprowadzenia Internetu do Twojej firmy.

Uważaj – zaczynam wyliczać:

1. 24/7 – innymi słowy Twoja firma jest obecna i otwarta! 24 godziny na dobę przez 7 dni w tygodniu. Pomyśl, czy sąsiad, który prowadzi sklep ma taką samą możliwość?
2. Masz nieograniczony dostęp do najnowszych informacji i danych gospodarczych.
3. Możesz korzystać z raportów i analiz, które publikowane są w Internecie.
4. Nie musisz kupować prasy, większość tytułów jest dostępnych w Internecie. Fakt, że część z nich zdecydowała się na wprowadzenie abonamentu za korzystanie ze swoich tekstów, ale to i tak bardziej się opłaca. Naprawdę!
5. Możesz błyskawicznie reagować na oczekiwania i potrzeby Twoich klientów.
6. Twoja firma jest mobilna – jest wszędzie tam, gdzie jesteś Ty.

Jak możesz wykorzystywać Internet w Twojej firmie?

Świetnie, wiesz już, dlaczego warto zainwestować w Internet. Przejdźmy teraz do możliwości, jakie za tym idą.

Poniżej przygotowałem kilka adresów stron Internetowych, z których możesz czerpać informacje niezbędne dla prowadzenia własnej firmy:

<http://www2.gazeta.pl/firma/0.0.html> – serwis firma na portalu Gazeta.pl.

<http://www.twoja-firma.pl> – serwis dla małych i średnich przedsiębiorstw.

<http://www.biznespartner.pl> – portal dla małych i średnich przedsiębiorstw.

<http://www.mojafirma.interia.pl> – serwis dla przedsiębiorców w portalu Interna.pl.

<http://www.firma.onet.pl> – serwis dla przedsiębiorców w portalu Onet.pl

<http://www.msp.money.pl> – serwis dla małych i średnich firm prowadzony przez Money.pl

<http://www.egospodarka.pl> – praktyczny poradnik Internetu dla małych i średnich przedsiębiorstw

<http://www.e-biznes.pl> – serwis informacyjny

<http://www.naszemiasto.pl> – serwis Nasze Miasto.pl to najnowsze doniesienia z różnych miejsc Polski. Wystarczy, że wybierzesz miasto, w którym mieszkasz, a uzyskasz informacje m.in. o inicjatywach kierowanych do przedsiębiorców (zakładka: **gospodarka**).

Warto, abyś korzystał z podanych serwisów. Prócz bieżących informacji biznesowych znajdziesz w nich wiele interesujących poradników, przewodników i informatorów oraz ważnymi dla przedsiębiorców terminami.

WAŻNE: Większość serwisów umożliwia prenumeratę swoich newsletterów. Skorzystaj z tej oferty. Zyskasz dostęp do najważniejszych informacji, niezbędnych dla prowadzenia własnej firmy. Oszczekasz czas i pieniądze (lektura + zakup prasy).

Dostęp do Twojej firmy. Kolejnym plusem Internetu jest możliwość prezentacji Twojej firmy w globalnej sieci. Innymi słowy – zamieszczenie strony Twojej firmy w Internecie. To się opłaca! Od czego zacząć?

1. Domena – czyli adres Twojej strony. Jeżeli zasiadasz przed ekranem Twojego komputera i chcesz skorzystać z Internetu poszukując np. informacji, wpisujesz w przeglądarce adres szukanej strony. To właśnie domena. Najlepiej, jeżeli jest ona krótka i odnosi się do działalności Twojej firmy. Najlepiej jeżeli zarejestrujesz domenę z kocówką .pl. Szczególny dotyczące rejestracji domeny znajdziesz na stronach Naukowej Akademickiej Sieci Komputerowej (NASK) <http://www.nask.pl>.
2. Serwer - to miejsce gdzie „zawiśnie” (będzie hostowana)

strona Twojej firmy. Możesz skorzystać z darmowej oferty zamieszczenia stron www prowadzonej przez największe polskie portale lub wykupić przestrzeń na serwerze, która będzie należała wyłącznie do Ciebie tzw. „serwer wirtualny”. To drugie rozwiązanie jest na pewno lepsze chociaż płatne ;-). Praktycznie każda firma, która prowadzi usługi hostingowe wprowadziła w swojej ofercie specjalne pakiety z myślą o przedstawicielach małego i średniego biznesu. Koszt takiej usługi to kilkaset złotych rocznie.

3. Twoja strona. Jeżeli masz już domenę oraz serwer dla strony Twojej firmy, najwyższy czas, abyś ją zbudował. Jeżeli nie wiesz jak to zrobić – zwróć się do firm, które zaprojektują Ci serwis. Pamiętaj, że strona www to wizytówka Twojej firmy, musi być schludna i przejrzysta oraz przyjazna dla użytkowników. Niestety pamięta o tym niewiele firm. Strony są opaste, ciężkie, mają zbędne elementy, co powoduje, że otwierają się długo... a to niecierpliwi potencjalnych klientów. Moja rada w tym zakresie jest bardzo prosta – najzwyczajniej w świecie nie pozwól grafikom i projektantom na szaleństwo! Strona ma służyć Twoim klientom – nie grafikom itd... To zasada, która jeszcze nie ma wielu zwolenników, ale powoli, powoli ta sytuacja się zmienia. **Zobacz, jak zaprojektowane są portale Internetowe? Nie ma tam zbytniego przepychu – wszystko jest proste i funkcjonalne. Oto właśnie chodzi!** Zapomniałem, że wykonanie prostej i funkcjonalnej strony to koszt rzędu kilkuset złotych, choć znajdziesz firmy, które inkasują nawet kilka tysięcy złotych. Wybór oczywiście zależy od Ciebie i zasobności Twojego portfela. Na początek w zupełności wystarczy Ci strona składająca się z kilku podstron.
4. Co na stronie? To bardzo ważne pytanie, które musisz sobie postawić i co najważniejsze na nie odpowiedzieć. Na pewno powinieneś zamieścić dane teleadresowe firmy, nr REGON, nr konta bankowego, adres osoby i/lub osób odpowiedzialnych za kontakty z klientem, ofertę firmy. Ponadto zaproponuję Ci coś jeszcze... Idealnym sposobem na promocję Twojej firmy mogą być teksty czy artykuły dotyczące branży, w której działasz. Jeżeli np. prowadzisz biuro tłumaczeń zamieść na Twoich stronach wykaz najczęściej popełnianych błędów językowych w

pisowni lub wymowie danego języka, porady dla osób zajmujących się tłumaczeniami, lub tych, którzy dopiero uczą się tej specjalności. Następnie znajdź serwisy Internetowe, które zajmują się daną problematyką i zaproponuj im, że udostępnisz swoje artykuły do publikacji na stronach tych serwisów. Pamiętaj, aby każdy tekst zawierał np. taką informację: „**Tekst przygotowany (udostępniony) przez firmę Tłumacz zajmującą się kompleksową obsługą firm w zakresie tłumaczeń pisemnych i ustnych**”www.nazwafirmy.pl. Istnieje dużo prawdopodobieństwo, że zainteresowany Twoim artykułem internauta odwiedzi Twoją stronę. Jest to chyba najlepszy sposób na promocję Twojej firmy w Internecie.

5. Katalogi. Gdy już Twoja strona jest dostępna w Internecie czas pomyśleć o tym, by osoby zainteresowane usługami Twojej firmy mogły na tę stronę dotrzeć. Podstawowa sprawa to rejestracja adresu strony Internetowej w katalogach stron www popularnych portali Internetowych. Zwróć uwagę by dodać adres swojej strony do odpowiedniej kategorii branżowej lub regionalnej.

Najpopularniejsze katalogi w polskim Internecie prowadzą:

onet.pl

wp.pl

interia.pl

gazeta.pl

hoga.pl

Niektóre serwisy branżowe prowadzą własne katalogi stron firm działających w danej branży.

Poznałeś już podstawy wykorzystania Internetu w Twojej firmie. Przejdźmy teraz do praktycznego wykorzystania dobrodziejstw sieci w codziennej działalności biznesowej.

Komunikacja z Klientami.

Tam gdzie firma, tam i klient. Pokażę Ci teraz prosty sposób komunikacji z klientem Twojej firmy.

Formularz On-line. Najlepiej, jeśli zdecydujesz się na zamieszczenia na stronach Twojej firmy formularza, poprzez który zainteresowany klient będzie mógł poprosić np. o pełniejszą ofertę. Pamiętaj jednak, że w przypadku publikacji takiego formularza musisz stale śledzić, czy na pocztę elektroniczną spływają zapytania i błyskawicznie na nie odpowiadać.

Poczta elektroniczna. Ważnym źródłem komunikacji z Twoimi klientami jest poczta elektroniczna. Odpowiadając na maile powinieneś przestrzegać kilku ważnych zasad, które znajdziesz poniżej.

Zadbaj o swój elektroniczny wizerunek

Każda podpisana przez Ciebie wiadomość, wysłany list czy komentarz na specjalistycznym forum dyskusyjnym to cegiełka, która buduje Twoją reputację, Twój wizerunek.

Nie trzeba być osobą publiczną by dbać o „swoje własne Public Relations” korzystając z Internetu. Dlaczego? Bo:

- nigdy nic nie wiadomo – może się okazać któregoś dnia, że Twoja korespondencja z firmą X lub z osobą Y (np. poszukując informacji do pracy dyplomowej, negocjując warunki zakupu usługi) wywarła wpływ na Twoje szanse w procesie rekrutacji – im lepszy ślad po sobie zostawiłeś tym większe szanse, że zostałeś pozytywnie zapamiętany i tym samym zwiększyłeś swoje szanse na lepszą pracę.

- może Cię ktoś obserwuje – szczególnie na forach dyskusyjnych dla specjalistów. Udzielają się tam także osoby wysoko postawione w hierarchii swoich firm i jeśli zainteresujesz ich swoją kompetencją, a przy tym dysponujesz nie tylko wiedzą profesjonalisty, ale zachowujesz się jak

profesjonalista, to.. właśnie – nigdy nic nie wiadomo

- wyrabiasz sobie markę osoby profesjonalnie podchodzącej do tego co robi

- przy pierwszym wrażeniu strona wizualna i estetyczna Twojego „elektronicznego śladu” liczy się najbardziej.

Jak więc widzisz - warto dbać o swój wizerunek w sieci.

Standard.

Pierwszym krokiem ku wykreowaniu swojego wizerunku Internetowego jest stworzenie swojego własnego, niepowtarzalnego stylu – to będzie Twój standard, który będzie kojarzony z Twoją osobą. Ale po kolei.

Co to znaczy?

Twój podpis, czcionka, jakiej używasz, nagłówki które stosujesz to sprawy, które składają się na Twój ID wizerunkowy – czyli Twoją osobistą identyfikację wizualną.

Słownikowo rzecz ujmując: Identyfikacja wizualna uznawana jest za znak, przejaw kultury, forma komunikacji społecznej. Najczęściej jest to znak firmowy przedsiębiorstwa, które w ten właśnie sposób postanowiło kształtować, utrwalać i wzmacniać swój wizerunek w świadomości klientów i sprawić, że jego produkty i usługi są łatwiej kojarzone z nazwą czy znakiem.

Coraz częściej znaczenie ID wizualnego odnosi się także do osób, a wszystko za sprawą coraz większej ilości wiadomości, jakie na co dzień generujemy i wysyłamy do wielu adresatów. Oni tak jak klienci firmy, kojarzą daną osobę z pewnymi jej cechami, jakością otrzymywanych od niej korespondencji, wyczuciem smaku itp.

Celem stosowania takiej identyfikacji jest sprawienie by osoba, która będzie czytać Twoją wiadomość już na pierwszy rzut oka widziała, że ma do czynienia z osobą, która poważnie traktuje swoich adresatów, która profesjonalnie podchodzi do tego co robi.

Twój Internetowy wizerunek buduje m.in.:

- jakość korespondencji elektronicznej (jej oprawa: podpisy, rodzaj czcionki, temat, adres, załączniki)
- podpisane wiadomości na forach dyskusyjnych

- publikowane artykuły (także ich oprawa)

Podpisy.

Czasem nie wypada używać podpisu z samym imieniem. By lepiej wypaść trzeba sprawę nieco skomplikować. Jeśli adresatem jest firma (do której wysyłasz np. aplikację) oprócz imienia i nazwiska warto podać także nr telefonu oraz e-mail zwrotny, czasem podaje się także nr komunikatora Internetowego (ICQ, GaduGadu).

Najczęściej wygląda to tak:

Jan Basior
Nr tel. 0 612 345 567
e-mail: poczta@elektroniczna.pl

W ten sposób dopełniasz formalności, stosujesz standardową „procedurę”. Jednak to nie odzwierciedla jeszcze Twojego własnego standardu. Taki podpis może wyglądać np. tak:

=====
Jan Basior
tel. 0 612 345 567
e-mail: poczta@elektroniczna.pl
=====

Jak to zrobić w outlooku?

Większość popularnych programów do obsługi poczty elektronicznej umożliwia automatyczne wstawianie własnych podpisów – dzięki temu nie trzeba tworzyć go od początku za każdym razem.

Najwięcej osób korzysta z programu Outlook. Dodanie własnego podpisu wygląda tak: W menu programu wybierasz ‘narzędzia’ następnie ‘opcje...’, gdzie wskazujesz zakładkę ‘podpisy’. Jest tam specjalne pole, w którym możesz edytować swój podpis.

Witam i pozdrawiam!

Szanuj swoich adresatów. To w jaki sposób witasz się z nimi w swoich elektronicznych wiadomościach także mówi coś o Tobie.

Jeśli chcesz być postrzegany jako osoba poważnie podchodząca czytelnika – szczególnie nieznanego – raczej nie witaj się pisząc np. Yo! lub Siema! Po prostu nie wypada tak robić, a ktoś po przeczytaniu już pierwszego wyrazu skasuje wiadomość.

Do zwrotu powitania także możesz dorzucić charakterystyczny element, który będzie odpowiadał Twojemu stylowi, a przy tym „uprofesjonalni” Twój list np.

=====

Witam Państwa serdecznie!

Dziękuję za zainteresowanie ...
... treść listu ...

Temat

Zastanów się przez chwilę, jaki temat ma mieć Twoja e-mail. On także mówi coś o Tobie. Dlatego raczej staraj się nie wysłać wiadomości w ważnej sprawie np. do instytucji czy firmy bez tematu. Pamiętaj, by nie przyciągać za jego pomocą za wszelką cenę adresata do Twojej wiadomości (np. ‘zdjęcia kochanki’ itp.) – bo można kogoś obrazić.

Fonty i akapity.

Twój styl określa Twoja typografia, czyli rodzaj czcionki, wielkość znaków, odstępy między nimi i wierszami, wytłuszczenia, justowanie, kursywy.

Komponując swój własny styl stosowanej typografii staraj się nie przesadzać i nie używać zbyt dużych czy za małych znaków. Przede wszystkim zadbaj o przejrzystość i czytelność wiadomości.

Nick w adresie e-mail

Większość z nas zwraca zwykle uwagę najpierw na adres nadawcy, dopiero później patrzy na temat wiadomości. Dlatego pozornie nie istotna sprawa może wydać się kluczowa na przykład przy korespondencji służbowej (choćby wysyłaniu ofert). Warto jest dobrać adres poczty elektronicznej w taki sposób by nie przywodził na myśl nie chcianych w danej sytuacji skojarzeń. W przypadku firm – najlepiej w domenie firmowej.

Załączniki.

Nie każdy korzysta z szerokopasmowego Internetu. Wysyłaj pliki w popularnych formatach. Jeśli kompresujesz to zipem, jeśli wysyłasz sformatowany tekst – najlepiej zapisz go do .rtf. Unikaj rozszerzeń.exe. Daj innym do zrozumienia, że wiesz, jakich plików należy unikać, by nie ryzykować wirusów w poczcie. Przy tym, jeśli chcesz wysłać komuś załącznik o znacznych rozmiarach (od 500kb) – wyślij najpierw zapytanie o zgodę. Ktoś z różnych powodów może nie być w stanie odebrać tak dużego pliku lub nie będzie sobie tego życzył. Jeśli zapytasz – nie ryzykujesz, jeśli tego nie zrobisz – możesz narazić na szwank swoją reputację (dotyczy przede wszystkim osób wysyłających aplikacje do firm).



A może coś bym sprzedał w Internecie?

Czemu nie? Handel w sieci istnieje. Pozwól, że znów przytoczę Ci wyniki badań.

W 1996 roku w Polsce istniało 30 sklepów Internetowych, w II kwartale 2002 roku było ich już 750 (*źródło Imetria 2002*). Swego czasu media głośno informowały o swoistym boomie w tzw. nowej gospodarce i handlu w Internecie. Jak grzyby po deszczu powstawały nowe firmy istniejące w sieci. Bardzo szybko kończyły też swoją działalność. Dlaczego? Klienci tych sklepów pochodzili i często wciąż podchodzą sceptycznie do zakupów poprzez Internet. Teraz postaram się przybliżyć Ci co zrobić, aby Twój sklep (jeżeli będziesz chciał go założyć) cieszył się zaufaniem klientów.

- 1. Pamiętaj, że Internet nie daje tych możliwości, co realne zakupy (dotyk, smak).** Kupujący jest pozbawiony tej swoistej przyjemności. Dlatego powinienś jak najwierniej oddać cechę danego produktu poprzez dobre zdjęcia, rzetelne i pełne opisy. Działaj na wyobraźnię kupującego. Spraw, aby p prostu stwierdził: „Chcę to mieć, tego potrzebuję”.
- 2. Zadbaj o komfort klienta.** Internet to świat wirtualny! Transakcje odbywają się często bez operowania „żywą” gotówką, dlatego musisz zapewnić klienta o całkowitym bezpieczeństwie dokonywanych przez niego płatności. Jeżeli będzie używał karty płatniczej czy kredytowej musi mieć pewność, że nikt niepowołany nie dobierze się potem do jego konta bankowego. To bardzo ważne! Drugim elementem jest ochrona danych osobowych Twoich klientów. Niedopuszczalnym jest, abyś używał danych teleadresowych klientów w celach innych niż handlowo-marketingowe. Poinformuj klienta, że jego dane będą bezpieczne i że będziesz używał ich jedynie do celów handlowych i marketingowych. Zbiór takich zasad to najczęściej tzw. **Polityka Prywatności**. Wejdź na dowolny sklep Internetowy i zapoznaj się z jego polityką prywatności.
- 3. Płatności.** Sklepy Internetowe oferują przeważnie trzy możliwości zapłaty na wykonaną transakcję:
 - Płatność online.** Wchodzisz na specjalną podstronę, gdzie podajesz numer swojej karty płatniczej lub kredytowej.
 - Płatność przy odbiorze przesyłki.** Płacisz na pocztę w chwilą odbioru zamówionego towaru lub kurierowi, który dostarcza przesyłkę.
 - Przelew.** Zamawiasz towar i po przelaniu danej kwoty sklep wysyła Ci zamówiony towar.

4. Trochę prawa. Prowadząc działalność handlową w Internecie musisz pamiętać o nowych regulacjach prawnych, które obowiązują w Polsce. 10 marca 2003 roku weszła w życie Ustawa z dnia 18 lipca 2002 roku o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Określa ona:

- Obowiązki usługodawcy związane ze świadczeniem usług drogą elektroniczną;
- Zasady wyłączania odpowiedzialności usługodawcy z tytułu świadczenia usług drogą elektroniczną;
- Zasady ochrony danych osobowych osób fizycznych korzystających z usług świadczonych drogą elektroniczną.

Jeżeli chcesz prowadzić handel w Internecie musisz pamiętać, że w myśl przepisów tej ustawy nie możesz wysyłać do klientów nie zamówionych przez nich informacji handlowych. Musisz najpierw uzyskać ich zgodę.

Pełny tekst ustawy znajdziesz na stronach Internetowego Systemu Informacji Prawnej Kancelarii Sejmu RP: <http://isip.sejm.gov.pl/PRAWO.nsf?OpenDatabase>

Przydatne adresy:

<http://www.sklepy-online.pl> – wykaz sklepów Internetowych w Polsce

<http://www.payu.pl> – system umożliwiający dokonywanie transakcji w Internecie

<http://www.ecard.pl> – strona spółki eCard autoryzującej płatności w on-line

<http://www.polcard.com.pl> – strona firmy PolCard umożliwiającej dokonywanie płatności w interencje.

Więcej informacji dotyczących handlu w interencje znajdziesz na stronach Internetowych Centrum EuroInfo:

<http://www.euroinfo.org.pl/spoleczenstwo/?page=179>.



Firma i Internet a Unia Europejska

Fundusze Przedakcesyjne

Innowacje i technologie dla rozwoju przedsiębiorstw

Rodzaj działań, obszar geograficzny i czas trwania projektu

1. W ramach programu udzielane są dotacje na współfinansowanie kosztów usług doradczych i szkoleniowych bezpośrednio związanych z realizacją projektów nakierowanych na rozwój technologiczny przedsiębiorstw. Projekty te mogą obejmować następujące działania:

- ocena technologii stosowanych przez przedsiębiorcę,
- przygotowanie do wdrożenia rozwiązań innowacyjnych i nowych technologii,
- wdrożenie pozyskanych technologii,
- wdrożenie własnych rozwiązań technologicznych przedsiębiorcy.

Szczegóły znajdziesz na stronie: <http://www.parp.gov.pl/dotacjephare4.php>

Program Rozwoju Przedsiębiorstw Internetowych

Rodzaj działań, obszar geograficzny i czas trwania projektu

Celem strategicznym programu Promocja Rozwoju MSP jest zmniejszenie stopy bezrobocia w regionach, ich wsparcie w celu lepszego osiągnięcia celów generowania zatrudnienia, a także ułatwienie wzmacniania społecznej i gospodarczej spójności regionów, pod warunkiem restrukturyzacji gospodarki.

Program Rozwoju Przedsiębiorstw Internetowych ustanowił Fundusz Dotacji dla małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) na współfinansowanie kosztów realizacji działań związanych z utworzeniem nowych przedsiębiorstw lub podjęciem nowych działań opartych na komercyjnym wykorzystaniu Internetu.

Celem Programu Rozwoju Przedsiębiorstw Internetowych jest zwiększenie potencjału zatrudnienia oraz możliwości MSP w kierunku tworzenia miejsc pracy w regionach, poprzez wsparcie rozwoju nowych przedsiębiorstw w dziedzinach opartych na komercyjnym wykorzystaniu Internetu.

Realizowane będą dwa rodzaje dotacji - dotacje na usługi doradcze (w jaki sposób przygotować firmę do nowej działalności opartej na Internecie - biznes plan) oraz dotacje na rozwój działalności (pomoc w fazie uruchomienia nowej działalności).

2. Obszar geograficzny: terytorium całego kraju.

3. Maksymalny czas trwania projektu:

- dla dotacji na usługi doradcze - bez ograniczeń,
- dla dotacji na rozwój działalności - 6 miesięcy,

Szczegóły znajdziesz na stronie:

<http://www.parp.gov.pl/dotacjephare12.html>

Wykorzystano materiały Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP); <http://www.parp.gov.pl>

Fundusze Strukturalne



Sektorowy Program Operacyjny „Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw” na lata 2004-2006

Priorytety programu:

1. Rozwój przedsiębiorczości i wzrost innowacyjności z wykorzystaniem instytucji otoczenia biznesu.

2. Wzmocnienie pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw działających na Jednolitym Rynku Europejskim.

Działania w ramach priorytetu 1 adresowane są przede wszystkim do instytucji otoczenia biznesu. Priorytet 2 to z kolei pomoc doradcza i inwestycyjna dla przedsiębiorców.

■ ■ W ramach priorytetu 2 mają być realizowane cztery działania, których bezpośrednimi odbiorcami będą przedsiębiorcy.

■ ■ Wzrost konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw poprzez doradztwo. Usługi doradcze w ramach tego działania dotyczyć będą następujących dziedzin:

- prowadzenie przedsiębiorstwa na Jednolitym Rynku Europejskim,
- projektowanie, wdrażanie i doskonalenie systemów zarządzania jakością, zarządzania środowiskiem oraz bezpieczeństwem i higieną pracy,
- certyfikaty zgodności dla wyrobów, usług, surowców, maszyn i urządzeń, aparatury kontrolno-pomiarowej i kwalifikacji personelu,
- wprowadzanie innowacji i nowych technologii do przedsiębiorstwa, w tym doradztwo dla nowopowstałych firm opartych na zaawansowanych technologiach
- zastosowania i wykorzystania technologii informatycznych,
- podejmowanie i rozwijanie działalności eksportowej,
- tworzenie sieci kooperacyjnych przedsiębiorstw,
- połączenia małego lub średniego przedsiębiorstwa z innym małym lub średnim przedsiębiorstwem.

Projekty wdrażać będzie Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) we współpracy z Regionalnymi Instytucjami Finansującymi w 16 województwach.

Usługi doradcze świadczyć będą akredytowane przez PARP instytucje.

■ ■ Wsparcie konkurencyjności produktowej i technologicznej przedsiębiorstw.

W ramach tego działania finansowane będą projekty polegające na dokonywaniu nowych inwestycji (zgodnie z definicją i zasadami zawartymi w ustawie o finansowym wsparciu inwestycji z dnia 20 marca 2002 roku), polegających na utworzeniu lub rozbudowie przedsiębiorstwa, jak również na rozpoczęciu w przedsiębiorstwie działalności obejmującej dokonywanie zasadniczych zmian produkcji produktu lub procesu produkcyjnego. Oprócz tego można będzie ze środków tego działania dofinansować udział przedsiębiorców w wyjazdowych misjach gospodarczych oraz przedsięwzięciach targowo-wystawienniczych. Działanie to dotyczy wszystkich przedsiębiorstw, bez względu na wielkość.

■ ■ Wzrost konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw poprzez inwestycje.

Pomoc w ramach tego działania skierowana będzie do małych i średnich przedsiębiorstw realizujących projekty inwestycyjne, modernizacyjne oraz promocyjne. Wspierane będą również wspólne projekty inwestycyjne przedsiębiorstw oraz zakup i wykorzystanie nowych technologii.

■ ■ Wsparcie dla inwestycji w zakresie dostosowania przedsiębiorstw do wymogów ochrony środowiska.

Działanie to finansować będzie projekty małych, średnich i dużych przedsiębiorstw w zakresie inwestycji w infrastrukturę gospodarki wodno-ściekowej, inwestycje w zakresie ochrony powietrza, inwestycje w zakresie gospodarki odpadami przemysłowymi i niebezpiecznymi oraz inwestycje z wykorzystaniem najlepszych dostępnych technik (BAT - best available techniques). w obu przypadkach jednak nie dłużej niż do 15 sierpnia 2004.2. Działania objęte projektem muszą być realizowane na terenie Polski.

3. Działania realizowane w ramach programu Innowacje i technologie dla rozwoju przedsiębiorstw powinny zostać zakończone do dnia 30 czerwca 2003 r.