



FIRMA DRESSI powstała z pasji jej właścicielki. Alicja Czarnecka (na zdjęciu trzecia od lewej) uznała, że Polki potrzebują modnych, wygodnych i trwałych ubrań. Dziś jej sklep internetowy sprzedaje około stu dresowych sukienek tygodniowo

Patent na zarabianie

Taksówkowa aplikacja na smartfony, eleganckie sukienki z dzianiny dresowej i filmowy blog kulinarny. Sukces w biznesie to przede wszystkim nowatorski pomysł.

JAROSŁAW OLECHOWSKI

Własna firma to szansa na spełnienie marzeń o finansowej niezależności. Dla wielu to także jedyna możliwość znalezienia stabilnego zatrudnienia. Tylko w pierw-

szym półroczu tego roku powstało ponad 171 tysięcy nowych firm.

- Kryzys wywołał falę przedsiębiorczości podobną do tej z okresu gospodarczego przełomu na początku lat 90. Tyle że

teraz młodzi biznesmeni mogą liczyć na wsparcie np. w postaci funduszy unijnych - mówi psycholog biznesu Leszek Mellibruda. - Dla młodych, często zdesperowanych ludzi przedsiębiorczość jest nową perspektywą spojrzenia na własne życie i okazją do odkrywania swoich prawdziwych możliwości - dodaje.

Ale doświadczeni przedsiębiorcy doskonale wiedzą, jak trudno utrzymać się na rynku. Od początku roku upadło już blisko 140 tysięcy firm. Liczba tych, które zawiesiły działalność, sięga prawie 300 tysięcy. ▶



APLIKACJA ITAXI

powstała z potrzeby chwili – mówi Łukasz Felsztukier. Dziś smartfonowy system zamawiania taksówek cieszy się wielką popularnością

- Okazuje się, że powodzenia w interesach nie zapewni genialny pomysł. Trzeba także zdobyć niszę rynkową.

Zaprogramowani na zysk

– To rewolucja. Pasażer nie traci czasu na połączenie z centralą korporacji taksówkarskiej. Nie czeka, aż auto dojedzie z odległej części miasta – mówi Łukasz Felsztukier, współzałożyciel firmy iTaxi. W tym wypadku sprawdziło się stare powiedzenie, że potrzeba jest matką wynalazku. W ubiegłym roku Felsztukier w towarzystwie Stefana Batorego, prezesa informatycznej firmy eo Networks, wracał z delegacji do domu. Pech chciał, że nie mogli złapać taksówki. I w efekcie spóźnili się na pociąg. – Wtedy pojawił się pomysł stworzenia systemu ułatwiającego zamawianie taksówki – tłumaczy Felsztukier.

Jak działa iTaxi? Wystarczy kilkanaście sekund, by na ekranie smartfona znaleźć najbliższą taksówkę i zamówić

kurs. System automatycznie przekazuje zlecenie bezpośrednio do wskazanego na mapie taksówkarza. Umożliwiają to dwie aplikacje: jedna dla kierowcy, druga dla pasażera. Klienci ściągają z internetu oprogramowanie na swoje smartfony. Natomiast taksówkarze dostają od firmy zestaw składający się z telefonu i oprogramowania oraz karty SIM z dostępem do internetu, a także uchwytu i ładowarki samochodowej.

Firma iTaxi nie powstałaby bez pomocy Stefana Batorego, prezesa spółki zajmującej się tworzeniem oprogramowania dla przedsiębiorstw, głównie z branży finansowej, telekomunikacyjnej i mediów. Stworzenie taksówkowej aplikacji pochłonęło milion złotych. Prace nad realizacją projektu nabrały tempa, kiedy w przedsięwzięcie zaangażował się biznesmen Łukasz Wejchert, były szef Onetu. System uruchomiono pilotażowo pół roku temu w Warszawie. Aplikację iTaxi pobrano

dotąd 25 tys. razy. Z usługi korzysta już ponad 500 taksówkarzy. Szybko przekonują się do tego rozwiązania, bo ogranicza zbędne przestoje aut – w oczekiwaniu na zlecenie taksówka stoi beczynnie średnio dwie, trzy godziny dziennie.

Za pośrednictwem systemu taksówkarze obsłużyli we wrześniu 1,5 tys. kursów. Od każdego iTaxi pobrało 3 zł prowizji. Spółka rozwija również system bezgotówkowych przejazdów dla firm. Pół roku temu zaczęła działać we Wrocławiu i Gdyni. Zdaniem ekspertów przychody iTaxi powinny szybko rosnąć. Rynkowa nisza, w której działa spółka, ma bowiem ogromny potencjał. W całym kraju jeździ ponad 200 tys. taksówek. Tylko w stolicy kierowcy realizują ok. 1,5 mln kursów miesięcznie wartych blisko 50 mln zł.

– W przyszłości nie chcemy zostać potężną korporacją taksówkarską, która zmonopolizuje rynek. Wręcz przeciwnie. Dostarczamy narzędzie, które zwiększy konkurencyjność – mówi Felsztukier.

Przepis na sukces

Jajecznicza z krewetkami. Brzmi intrygująco, nieprawda? Ze świeżym szczypiorkiem smakuje wyśmienicie – zapewnia 27-letnia Paulina Stępień w nagraniu pokazującym, jak wykonać oryginalną potrawę. Autorem krótkiego, niewiele ponaddwuminutowego filmu jest mąż Pauliny, Michał. Co tydzień przygotowują sześć, siedem podobnych nagrań, które publikują na internetowym blogu kulinarnym Kotlet.tv. Serwis ma 700 tys. użytkowników. Codziennie zagląda nań prawie 45 tys. osób.

– Gotowanie jest naszą pasją. Zawsze lubiliśmy to robić. Trzy lata temu odkryliśmy, że to może być także sposób na życie – mówi Paulina Stępień.

Do założenia wideobloga zainspirowała ją koleżanka, z którymi pracowała w jednej z warszawskich korporacji. Niemal każda przerwa obiadowa zamieniała się w długą dyskusję o tym, jak przyrządzić potrawy, które Paulina przynosiła z domu na lunch. – Strona internetowa miała być notesem z przepisami, do którego każdy może zaj-

rzeć. Bez konieczności przepisywania receptur czy kserowania – tłumaczy Stępień. Pierwsze filmy młode małżeństwo nagrywało zwykłym kompaktowym aparatem albo komórką.

Informacje o serwisie rozeszły się pocztą pantoflową. Na stronę zaczęli zaglądać nie tylko znajomi, jej popularność szybko rosła. – Pamiętam, w jakim byłem szoku, kiedy po raz pierwszy nasze nagranie zobaczyło tysiąc osób – wspomina Stępień. Blogerzy zaczęli inwestować w profesjonalny sprzęt nagraniowy. Na zakup kamery, oświetlenia oraz zestawu mikrofonów przeznaczili oszczędności.

Idealnie wstrzelili się w oczekiwania odbiorców. Miesięcznie aż 9 mln Polaków szuka w sieci przepisów i informacji na temat gotowania, 2,5 mln robi to regularnie, czyli co najmniej raz w tygodniu – wynika z danych zebranych przez serwis Listonic. Dlatego z kulinarnymi blogerami chętnie współpracują reklamodawcy. Na stronie Kotlet.tv spoty promocyjne zamieszczają producenci żywności, przypraw, wyposażenia kuchennego oraz sprzętu AGD, a nawet

Kryzys wywołał falę przedsiębiorczości podobną do tej z początku lat 90.

dilerzy samochodów i deweloperzy. Zyski są tajemnicą, ale Stępnio wie z pewnością nie dokładają do interesu. Porzucili pracę w korporacji na rzecz własnego biznesu.

W ubiegłym roku wreszcie mogli sobie pozwolić na wymarzone wakacje. Przez dwa miesiące podróżowali po Europie. – To był pracowity wypoczynek. Przygotowaliśmy ponad sto filmów prezentujących kuchnie państw, które odwiedzaliśmy – mówi Paulina. W przyszłości chce uruchomić własną kulinarną telewizję.

Wierzy w sukces, choć konkurencja jest duża. W polskim internecie działa ponad 1,2 tys. blogów kulinarnych. – Naszym atutem jest szczerość. Niczego nie udajemy, polecamy tylko potrawy i produkty, które nam smakują – tłumaczy. Zapewnia, że pomysłów na przepisy jej nie zabraknie.

Biznes skrojony na miarę

Alicja Czarnecka ma duszę artystki. Ale jednocześnie twardo stąpa po ziemi. Dlatego skończyła Wydział Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Katowicach, choć od dziecka fascynował ją świat mody. – Jeszcze na studiach zatrudniłam się w firmie wdrażającej systemy informatyczne. Liczyłam na dobrą stałą pracę – mówi. Szybko się okazało, że warunki zatrudnienia były dalekie od oczekiwań, a zarobki marne. W dodatku żyła na walizkach, w przerwach między ciągłymi delegacjami. – Zabrnęłam w ślepą uliczkę. Zdałam sobie z tego sprawę w czasie urlopu macierzyńskiego. Wtedy miałam czas, by pomyśleć, co chcę robić w życiu – mówi Czarnecka.

Postanowiła wrócić do swojej pasji, czyli projektowania ubrań. Młoda mama zauważyła, że kobiety takie jak ona potrzebują praktycznych ciuchów. Eleganckich, modnych ale jednocześnie trwałych i odpornych np. na zaplamienie przez dzieci. Czarnecka doszła do wniosku, że w tej roli najlepiej sprawdza się materiał, z którego ▶

JAK SFINANSOWAĆ WŁASNY BIZNES

- Skorzystaj z dobrodziejstw z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki finansowanego przez Unię Europejską. Pomoc udzielana jest w postaci bezzwrotnych dotacji do 40 tys. zł na otwarcie własnej firmy dla osób bezrobotnych lub pracujących zagrożonych zwolnieniem z przyczyn zakładu pracy. Osoby planujące rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej mają również możliwość skorzystania z preferencyjnych pożyczek w wysokości do 50 tys. zł.
- Pieniądze można też pozyskać w ramach działania Tworzenie i Rozwój Mikroprzedsiębiorstw objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013. Wystarczy, aby przedsiębiorca utworzył z tych pieniędzy trzy miejsca pracy. Należy jednak pamiętać, że pieniądze wypłacane są jako refundacja połowy kosztów. Oznacza to, że 50 proc. wartości projektu wnioskodawca musi wnieść sam.
- Pomysły na portale, platformy internetowe, serwisy społecznościowe, aplikacje i inne e-usługi mogą zostać zrealizowane dzięki funduszom z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Z danych Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, która rozdziela dotacje, wynika, że wsparcie dostało już ponad 1,5 tys. biznesów. Dzięki temu powstało 3,5 tys. miejsc pracy.
- Pomoc w uruchomieniu własnego biznesu oferują także urzędy pracy. Można w nich uzyskać dotację w wysokości nieprzekraczającej 6-krotność przeciętnego wynagrodzenia, czyli blisko 21 tys. zł. Maksymalnie 300 tys. zł czeka na osoby, które myślą o własnym biznesie w małym mieście lub na wsi.
- Popularną formą wsparcia są również inkubatory przedsiębiorczości. Zapewniają: biuro, obsługę księgową i prawną, konto bankowe, promocję, a także dostęp do szkoleń i konsultacji.
- Pomocy w rozkręceniu biznesu można też szukać na rynku finansowym. W rozwój nowych firm chętnie inwestują fundusze venture capital. Jest to rozwiązanie dla osób, które w zamian za możliwość realizacji swojego projektu zgodzą się oddać funduszowi część zysków i kontroli nad firmą. Venture capital udziela wsparcia już na etapie tworzenia koncepcji biznesowej firmy.
- Wielu młodych przedsiębiorców zabiega o opiekę aniołów biznesu. To osoby, które po osiągnięciu sukcesu biznesowego skłonne są zainwestować pieniądze i wiedzę w firmy, które dopiero zaczynają działalność na rynku. Aniołowie uczą także m.in. sztuki prezentacji biznesplanu oraz nawiązywania kontaktów biznesowych.

FIRMA Z INSTRUKCJĄ OBSŁUGI

Nie masz pomysłu na biznes? Skorzystaj z gotowych rozwiązań, jakie oferują franczyzodawcy.

W zamian za opłatę licencyjną, która waha się od kilkuset do nawet blisko 200 tys. zł, franczyzodawca przekazuje kompletny model biznesowy. System prowadzenia firmy zawiera wszelkie niezbędne procedury oraz program kompleksowych szkoleń. Pomoc franczyzodawcy nie ogranicza się tylko do bieżącego zarządzania. Obejmuje także politykę personalną oraz zagadnienia finansowo-księgowe. Wszystko to ma umożliwić franczyzobiorcy poprowadzenie swojego przedsiębiorstwa w taki sposób, aby jak najskuteczniej odzwierciedlić działalność franczyzodawcy. Przedsiębiorcy często mogą liczyć nawet na pomoc w finansowaniu inwestycji lub wsparcie przy uruchamianiu placówki. Na polskim rynku działa 746 systemów franczyzowych – wliczając eksperci firmy Profit System. Tylko w ubiegłym roku pojawiło się 116 nowych sieci. Liczba placówek franczyzowych wzrosła o ok. 5 tys. – do ponad 42 tys. – Do końca roku na polskim rynku może działać już 820 konceptów – mówi Michał Wiśniewski, dyrektor działu doradztwa we franczyzie Profit System. Chętnych na wejście do sieci nie brakuje, bo to model biznesowy niemal na każdą kieszeń. Najtańsze systemy wymagają wydatku rzędu kilku tysięcy złotych. Średnia wielkość inwestycji w biznes franczyzowy wynosi 241 tys. zł. Największy wybór marek franczyzowych ma do zaoferowania branża odzieżowa. Firma Profit System ocenia, że w ubiegłym roku na polskim rynku działały 163 marki modowe. Równie chętnie wiedzą na temat prowadzenia własnego biznesu dzielili się przedstawiciele branży gastronomicznej. Już 111 marek zdecydowało się na rozwój przez sprzedaż licencji.

FOT. MATERIAŁY PRASOWE (2)



KOTLET.TV
codziennie odwiedza prawie 45 tys. osób.
– Gotowanie to moja pasja. A teraz także sposób na życie – mówi Paulina Stępień

► szyte są sportowe dresy. Postanowiła połączyć wodę z ogniem. Tak powstała firma Dressi. – Moje sukienki można założyć wszędzie. Do pracy, na spotkanie u znajomych, na wywiadówkę, na spacer z psem, na rower, a nawet na randkę – mówi Czarnecka. Wystarczy założyć pod spód tiulową halkę i zmienić dodatki – buty, torebkę czy pasek – żeby sukienka z codziennego stroju stała się wieczorową kreacją. – Niedawno przygotowałam nawet strój na ślub dla drużyny – mówi Czarnecka.

Ubrania szyte są z tkaniny z dodatkiem lycry. Gramatura i wykończenie dzianiny dobierane są osobno do każdej kolekcji. Dzięki właściwościom materiału nie trzeba idealnie dobrać rozmiaru.

Wybór tkaniny był trudnym zadaniem. Projektantka odwiedzała hurtownie i zamawiała próbki. Potem każdą z nich poddawała morderczym testom. Plamiła, tarła i prała po kilkanaście razy. – Sprawdziałam, jak ubrania będą zachowywać się w czasie noszenia i czy nie skurczą się po praniu – tłumaczy Czarnecka. Poświęciła na to wiele czasu, bo wybór właściwej dzianiny był decydujący dla powodzenia

przedsięwzięcia. – Producenci wymagają zamówienia całej partii materiału. To są setki kilogramów warte duże sumy pieniędzy – mówi Czarnecka.

Internetowy sklep Dressi.pl zaczął działać na początku sierpnia. Firma sprzedaje około stu dresowych sukienek tygodniowo. Czarnecka nie zdradza, ile na tym zarabia. Ale nie ukrywa, że jest zadowolona z wyników.

Zbiera pieniądze na uruchomienie butik z ubraniami. – To będzie miejsce, w którym klientki nie tylko dobrać fajną kreację, lecz także będą mogły się odprężyć przy filiżance kawy – mówi.

Jej marzenie może się spełnić. Z danych zebranych przez firmę PMR wynika, że w ubiegłym roku Polacy wydali na odzież i obuwie 27 mld zł. Na ten cel przeznaczaliśmy o jeden procent więcej niż rok wcześniej. W tym roku wzrost wydatków sięgnąć ma 2,5 proc. Autorzy raportu zwracają uwagę, że klienci najczęściej wybierają „marki, które gwarantują ubrania zgodne z aktualnymi trendami w modzie oraz dobry stosunek jakości do ceny”.

JAROSŁAW OLECHOWSKI