**6 pomysłów dla biznesu na czas kryzysu**

**Choć czasy mamy trudne, większość firm wciąż radzi sobie całkiem nieźle, a są i takie, które szukają okazji do dalszego rozwoju. Co mogą zrobić, by przejść przez obecny kryzys bez większych problemów? Szukanie oszczędności to nie jedyne rozwiązanie.**

W czwartym kwartale 2022 r. PKB Polski był niższy niż w trzecim aż o 2,4% – to najsłabszy wynik w całej Unii Europejskiej (dane Eurostat). Ale już wcześniej, bo przez cały 2022 rok zwiększał się odsetek firm, które zawieszały działalność. Na koniec grudnia było ich o 100 tysięcy więcej niż przed rokiem, a na początku 2023 roku już co szósta jednoosobowa działalność była zawieszona.

Niezależnie od pesymistycznych nastrojów, nowe firmy wciąż powstają, a mikro, małe i średnie firmy podejmują mnóstwo wysiłków, by radzić sobie pomimo wyższych cen paliw, energii, gazu, rosnących kosztów zatrudnienia i ostrożniejszych zakupów konsumentów.

Co mogą zrobić, aby utrzymać, a może nawet rozwijać biznes nawet pomimo kryzysu? Odpowiedzi będą zależały od wielu indywidualnych czynników – jednak niemal każda mała lub średnia firma może wykorzystać którąś z poniższych wskazówek.

**Faktoring – sposób na zatory płatnicze**

Bardzo dużym problemem dla wielu firm są odroczone płatności. W przypadku transakcji pomiędzy firmami, standardem jest, że płatność za wykonaną usługę następuje dopiero po 14, 30, 90 dniach, a są i takie branże, w których na płatność trzeba czekać pół roku! Oznacza to, że firma, pomimo że świadczy usługi i ma klientów, może okresowo nie mieć środków na bieżące funkcjonowanie.

Na szczęście da się temu zaradzić. Faktoring to rozwiązanie polegające na tym, że firma najczęściej już na drugi dzień po wystawieniu faktury otrzymuje płatność. Jak to możliwe? Klient opłaca fakturę w standardowym terminie, ale wcześniej firma faktoringowa niejako „kredytuje” należności. W efekcie, wystawca faktury otrzymuje płatność za nią niemal natychmiast. Pomimo, że faktoring wiąże się z dodatkowymi kosztami, to jednak wielu firmom się opłaca, ponieważ znacznie poprawia tzw. cash flow.

**Ucyfrowienie – szansa na większą sprzedaż**

Jak rozwijać sprzedaż, skoro Polacy ograniczają wydatki z powodu inflacji? Okazuje się, że to tylko część prawdy. Z badania OpinionWay wynika, że 64% badanych konsumentów nie zmieniło swoich zachowań zakupowych w internecie.

To może oznaczać, że klienci próbują być bardzo oszczędni np. podczas zakupów spożywczych, ale nie wtedy, gdy „buszują” po e-sklepach i platformach zakupowych. Przez internet nabywane są w szczególności produkty drogeryjne, odzież, a także towary z kategorii hobby i rozrywka.

Na to, by zaistnieć w sieci wciąż nie jest jeszcze za późno! Niemal każda firma handlowa lub usługowa może zyskać dodatkowe przychody dzięki internetowi. Nawet w stacjonarnych firmach usługowych, wykonujących np. zabiegi kosmetyczne lub naprawy samochodów, własna strona internetowa może bardzo pomóc. Ciekawym rozwiązaniem może być także uruchomienie możliwości rezerwacji wizyty bezpośrednio przez internet.

Celem firmy nie musi być więc całkowite przejście z tradycyjnego biznesu do biznesu online, ale wykorzystanie internetu jako dodatkowego kanału sprzedaży. Zyskać mogą na tym zarówno firmy usługowe, jak i handlowe.

**Outsourcing – bez straty czasu i pieniędzy**

Zlecenie części usług firmom zewnętrznym może wydawać się dodatkowym kosztem – w końcu nikt nie będzie ich wykonywał za darmo. W praktyce jednak może być to dobrym sposobem na oszczędności.

Większość przedsiębiorców rozumie, że aby posiadać stronę internetową, nie muszą posiadać własnego serwera – korzystanie z usług firmy hostingowej to także przykład outsourcingu. Zdecydowanie taniej jest podnająć trochę miejsca na czyimś serwerze, niż organizować własną serwerownię i zatrudniać do niej obsługę techniczną.

Podobnie jest w innych obszarach. Zamiast organizować magazyn i zatrudniać pracowników do jego obsługi, można skorzystać z usług firmy logistycznej, która odstąpi niewielką część swoich półek dla małego sklepu internetowego. Dla operatora logistycznego nie będzie się to wiązało ani z koniecznością budowania nowej nieruchomości, ani z zatrudnianiem dodatkowych osób. W związku z tym również cena takiej współpracy będzie najczęściej dużo niższa w porównaniu z organizowaniem magazynu we własnym zakresie.

- Operatorowi logistycznemu można powierzyć także inne usługi – od kompletowania i wysyłki poszczególnych paczek, przez przygotowywanie promocyjnych pakietów produktów, po drukowanie faktur, przyjmowanie zwrotów, a nawet kierowanie uszkodzonych produktów do serwisu – mówi Urszula Rąbkowska z firmy logistycznej XBS Group.

Oczywiście outsourcing może dotyczyć nie tylko logistyki. Wszędzie tam, gdzie podmiot zewnętrzny może wyręczyć firmę w rutynowych, standardowych czynnościach, warto taką możliwość rozważyć. Przedsiębiorca we własnym zakresie powinien wykonywać tylko to, co stanowi sedno jego działalności i główną przewagę konkurencyjną.

**Elastyczne umowy – stosownie do potrzeb**

Podpisując umowy z innymi firmami, przedsiębiorcy często nie zwracają uwagi na zapisy dotyczące wprowadzania ewentualnych zmian. W czasach, w których można się spodziewać dużej zmienności, dobrze jest szukać partnerów biznesowych, którzy proponują elastyczne umowy.

Weźmy pod uwagę choćby wynajem lokalu – poza ceną liczyć powinien się także okres wypowiedzenia. Co z tego, że firma zyska lokal w odrobinę niższej cenie, jeśli ewentualna rezygnacja będzie wymagała jeszcze 6 miesięcy opłacania czynszu?

Podobnie będzie w przypadku innych współprac – powiększenie lub zmniejszenie pakietu danych w firmie hostingowej powinno być możliwe w krótkim okresie, najlepiej od razu, gdy taka potrzeba się pojawi.

Elastyczność może także dotyczyć kwestii rozliczeń – np. z firmą logistyczną.

- U nas klienci płacą za wykorzystywaną powierzchnię i liczbę operacji wykonanych w danym miesiącu rozliczeniowym. Oznacza to, że w szczycie sezonu koszty będą rosły, ale za to w słabszych miesiącach będą niższe. Dla sklepów, w tym firm z obszaru e-commerce jest to bardzo wygodne rozwiązanie – mówi Urszula Rąbkowska.

**Zagraniczna ekspansja – uniezależnienie od złotego**

Obecna sytuacja może również sprzyjać poszukiwaniu nowych rynków. Dla większości przedsiębiorców nie jest to wcale oczywiste. W regionie Europy Środkowo-Wschodniej Polacy mniej chętniej niż np. Czesi czy Węgry poszukują swoich szans za granicą. Na eksport decydują się prawie wyłącznie duże przedsiębiorstwa, podczas gdy małe i średnie firmy koncentrują się na lokalnym rynku. Już czas to zmienić!

- Kryzys może sprzyjać dywersyfikacji przychodów z różnych źródeł, w tym z rynków zagranicznych. Okazuje się to szczególnie cenne, kiedy złotówka słabnie wobec euro. Biznes oparty na przychodach w euro będzie bezpieczniejszy i bardziej dochodowy – podkreśla przedstawicielka XBS Group.

Szczególnie łatwo przetestować swoje możliwości ekspansji, gdy działa się w obszarze e-commerce. Zacząć można od obecności na platformach takich jak Amazon czy Allegro, które obecne są w wielu krajach. Warto również uwzględnić serwisy, które u nas są nieobecne – np. Heureka!, który jest popularny m.in. w Czechach, Słowacji, Chorwacji i na Węgrzech.

**Łączenie sił – by mały biznes uczynić większym**

A co zrobić, jeśli pomimo posiadania bazy klientów, zastosowaniu outsourcingu i wprowadzeniu oszczędności firma nadal „nie wychodzi na swoje”? Niestety, rosnąca inflacja zapewne wpłynie na to, że na rynku pozostanie mniej podmiotów. Jednym z rozwiązań, aby się przed tym bronić, są współprace i konsolidacje z innymi firmami.

I tak np. serwis napraw samochodów oraz punkt wymiany opon mogą połączyć siły, dzięki czemu oferta w dwóch (dotychczas oddzielnych) punktach znacznie się poszerzy. Z kolei w przypadku sklepów internetowych zdarza się, że problemem jest zbyt wąska, specjalistyczna oferta. Trudno utrzymać e-sklep, który oferuje wyłącznie okulary pływackie, ale włączenie do asortymentu innych akcesoriów dla pływaków oraz kostiumów kąpielowych spowoduje, że klient będzie mógł zrobić w jednym miejscu większe zakupy. Warto szukać podobnych możliwości!

Często okazuje się, że właśnie trudne momenty stają się tymi przełomowymi w rozwoju firmy. Zmuszają nas bowiem do szukania rozwiązań, o których w innym przypadku w ogóle byśmy nie pomyśleli. Mogą być wśród nich i takie, dzięki którym nawet niewielka firma osiągnie w końcu wielki sukces.

Źródło: [XBS Group](https://xbsgroup.pl/)