

דבר המערכת

לקוחות וידידים יקרים,

בהמשך לעלון הקודם, גם בעלון זה סיכום ההרצאות מכנס ההיערכות לשנת 2011 שערכנו, בנושא "איך להרוויח יותר בעסק שלך". ההרצאה שלי, בנושא "דילמות בעולם העסקים", סקרה התלבטויות שונות העולות במהלך הפעילות העסקית, והשיקולים השונים בדרך ההחלטה. במאמר השני, סיכום הרצאתו

של מר עפר פלאוט, מנכ"ל אקספדיטור מאיץ עסקים בע"מ, בנושא הגדלת הכנסות באמצעות ניהול פיננסי נכון של העסק. קריאה נעימה ומועילה.

בברכה,

יפעה פויכטונגר, רו"ח

"להיות או לא להיות" דילמות בעולם העסקים

תמצית ההרצאה של רו"ח יפעה פויכטונגר

המוטו של משרדנו, שכדי להרוויח יותר, לא צריך לעבוד קשה יותר, צריך תכנון מס טוב יותר. וסוף מעשה במחשבה תחילה. ככל שנבדוק ונתכנן מראש את עשייתנו העסקית, נוכל לדעת שאנחנו לא משלמים מס מיותר. להלן התלבטויות שונות שעולות במהלך הפעילות העסקית, והשיקולים השונים בדרך ההחלטה שתעזרו לכם להרוויח.

שכיר או עצמאי?

זו הדילמה הראשונה בכניסתנו לעולם העסקים. לפני שיקולי המס, ישנם שיקולים נוספים: **יתרונות לשכיר**: שקט נפשי, ביטחון כלכלי, ראש קטן, פחות משמעת עצמית, תלוי באופי האישי. **יתרונות לעצמאי**: עצמאות, מימוש עצמי, הובלה, הרווח כולו שלך, יצירת מקום עבודה, **שיקולי מס** - שכיר אינו יכול לקזז הוצאות. משלם מס על כל הכנסתו.

עוסק פטור או מורשה?

מי שהחליט להיות עצמאי, צריך לבדוק מה עדיף. עוסק פטור ממע"מ לא ממס הכנסה. תקרת הכנסה שנתית לעוסק פטור 74,972 ₪ החיסרון - שאינו יכול להזדכות על מע"מ תשומות ואינו יכול להוציא חשבונית מס (סטטוס נמוך). היתרון - שאינו צריך להוסיף מע"מ על הכנסותיו. הדבר משמעותי רק כשעובדים מול אנשים פרטיים או מלכ"רים.

בעבודה מול עסקים עדיף להיות עוסק מורשה. נמחיש זאת בטבלה הבאה:

הסבר	מע"מ	עוסק מורשה	עוסק פטור	הכנסה שנתית
הלקוח מוסיף	11,840	מע"מ	74,000	74,000
מקודז	4,965	מע"מ	36,000	36,000
ממע"מ		מע"מ	כולל מע"מ	כולל מע"מ
רק בעוסק מורשה		4,965	לא קיים	
הרוויח את המע"מ של הוצאות שהוציא		42,965	38,000	

שותפות

צורת התארגנות נוספת היא שותפות. סעיף 128 לחוק מע"מ: עסקה שעשה שותף בשותפות רשומה - יראוה כאילו עשתה אותה השותפות (השותפות ישות נפרדת). לשותפות רשומה במע"מ מספר זהוי מיוחד (פ.ח.פ). פס"ד שדות: שותפות היא ישות משפטית נפרדת מהשותפים בה. סעיף 63 לפקודת מס הכנסה: יראו את החלק שכל שותף זכאי לו מהכנסת השותפות, כהכנסתו של אותו שותף. המיסוי של הכנסות השותפות, נכלל במיסוי היחיד של כל אחד מהשותפים. **מסקנה: לשותפות יש יתרון תפעולי ומשפטי. אין יתרון מיסוי.**

יחיד או חברה?

בית משפט הכריע כי לכל יחיד קיימת הזכות להתאגד כחברה, וגם אם עושה זאת משיקולי חיסכון במס, אין זו עיסקה מלאכותית. מלבד שיקולי המס, ישנם שיקולים נוספים: בענפים רבים במשק, חברה נתפסת כבעלת מעמד גבוה יותר (סטטוס). בנוסף, בעיסקים עתידיים (ספורט, פעילות אתגרית ודומיהם), בעל עסק פרטי חשוף לתביעות ללא הגבלה. חברה בע"מ (בעירבון מוגבל) עלולה להתבע רק עד גובה השקעת הבעלים בה. **שיקולי המס המרכזיים**: מס חברות בשנת 2011 הוא 24% והולך ויורד מידי שנה, לעומת מס היחיד שמגיע ל-45%. בנוסף, הכנסות החברה פטורות מביטוח

הגדלת הכנסות באמצעות ניהול פיננסי נכון

תמצית ההרצאה של מר עפר פלאוט, מומחה ליעוץ עסקי.

ההרצאה מתבססת על טכנולוגיית הניהול העסקי של לרה (WISE) שנחקרה ויושמה באלפי ארגונים ועסקים. המאמר מבוסס על המצגת שהוצגה לקהל בתוספת פרשנות אישית שלנו. **תכנון פיננסי** זו הדרך שבה אתה מוציא כספים **בתבונה** בתוך מסגרת **הגבולות** של הכסף הקיים על מנת לשמור שדברים יצליחו **לעשות יותר כסף**. אנחנו מדברים על ארבעה עקרונות יסודיים. א. דרך. מדובר על הרגל שיטת עבודה, דרך חיים ולא התלהבות רגעית. ב. **בתבונה**. סוף מעשה במחשבה תחילה. ג. **גבולות** הכסף הקיים. לא מוציאים מה שאין. ד. **לעשות יותר**. מטרת הפעילות העסקית להרוויח. חשוב גם לעשות צדקה וחסד, אך העסק במהותו צריך להיות רווחי ולא גמ"ח.

שגיאה א': אין לי מספיק כסף

פעמים רבות אומרים אין לי מספיק כסף כדי לפתח את העסק. **הפתרון**: כסף, הוא רק דבר מה שניתן להחליפו בתמורה לסחורות או שירותים. זהו סמל שמייצג ערך במונחים של סחורות או שירותים. "אין לי מספיק כסף" = אני לא נותן מספיק שירותים או מוצרים בעלי ערך, שאנשים מוכנים לשלם עבורם את הכסף שלהם = אני לא עושה מספיק קידום!

שגיאה ב': הפתעות ומקרי חירום

עסקים רבים מתקשים לשלם ב-15 לחודש את המע"מ על הכנסות ש"בזבזו" מזמן. או כשאין תכנון מס, ו"פתאום" נדרשים לשלם סכום גבוה למס הכנסה, או שמקבלים המלצה להפקיד סכום גדול לקרן השתלמות בסוף השנה. **הפתרון**: "חשבון לתשלום מיועד". להפריש באופן קבוע לפק"מ או לחשבון אחר, בו ישמרו סכומים לצרכים אלו.



שגיאה ג': "המחזור היה מעולה!"

מחזור של מה? חשבונות, מכירות, או כסף בבנק? זהו שימוש בסטטיסטיקות לא נכונות. "איש אינו יכול להפקיד בבנק כסף אשר נמצא בדרכו אל הארגון אך טרם נמצא כאן, ואתה לא יכול לקבל משכורת מסכומים שהיו כאן בקרוב". **הפתרון**: להסתמך על הנתונים הנכונים.

שגיאה ד': תכנון פיננסי לפי קטעי זמן ארוכים מידי

לרכוש סחורה לפי ממוצע חודשי של שנה שעברה, זה כמו הסיפור על האיש שטבע בבריכה שגובהה הממוצע 40 ס"מ (בצידה האחד היה עומק 20 ס"מ ובצידה השני 3 מטר). זו תוצאה של מגמות בטווחי זמן ארוכים מידי. **הפתרון**: סטטיסטיקות שבועיות.

שגיאה ה': מנהל החשבונות הוא היסטוריון

הנהלת החשבונות מראה לנו מה היה בעסק עד היום. במקרה הטוב היא מעודכנת לחודש הקודם. תכנון פיננסי עוסק בעתיד. **הפתרון**: כדאי להיעזר בנתוני העבר לצורך תכנון העתיד, אך לא להתבלבל בין מה שהיה למה שאנחנו רוצים שיהיה. לא לכבול את העתיד למה שהיה עד כה.

שגיאה ו': כדי לפתוח עסק צריך הרבה כסף

זימים רבים הרוצים לעסוק בשיווק, טועים לחשוב שאי אפשר להתחיל לשווק לפני שרוכשים מלאי. אנשי מכירות דוחים עסקאות כי אין את המוצר במלאי. **הפתרון**: צריך ליצור את היכולת לספק את הסחורה, בתוך זמן סביר ולא דווקא להחזיק מלאי. אותו עקרון קיים בשירותים של מומחה, שאפשר לשווקם לפני שמשקיעים בפתיחת קליניקה או מתחייבים לשכירות מקום בו יספק אותם. בינתיים, אפשר לשכור מקום ליום שבוע או חדר במשרד אחר, ורק כאשר יש הכנסות סבירות, להשקיע אותן בבניית קליניקה פרטית. "תכנון הכנסה...זהו הצעד הראשון ברצף, היות שחייבים להרוויח את ההכנסה לפני שניתן להוציאה".

נתון כוזב בנוגע לשיווק וקידום

"כשהכנסות תקועות או יורדות... קצץ!" כאשר הכנסות העסק במצב תקוע או בהתדרדרות (מצב חרום)... יש יועצים עסקיים המציעים להפסיק לפרסם, כי "אין לך כסף". חסוך כל מה שאתה יכול. הבעיה שבלי לקדם את העסק, מצבו יוסיף להתדרדר, עד לקריסתו. **הפתרון**: קידום. "גודלה, לא איכותה, של רשימת הנמנעים של ארגון, ומספר דברי הדואר והמכתבים הנשלחים אליהם, קובעים את ההכנסה ברוטו של הארגון". ככל שהעסק יוציא יותר תקשורת (מכתבים, מיילים, פקסים, שיחות) ליותר נמענים, גם אם התקשורת לא תהיה מושלמת, הכנסותו תגדל. היתר קונדיטוריה בחדרה, שהייתה מקושה משלמת, הניקת היתריות. שכלל גם של עפר פלאוט המליצה להם לעשות מבצע קידום שכלל גם איסוף כתובות מלקוחות. הם התחילו לשלוח פרסומים לכל הלקוחות. בתוך מספר שבועות, כתוצאה מפעולת הקידום הזו, היקף המכירות גדל בהדרגה ב-150%! קידום - זה כל הסיפור.



מתוך תגובות המשתתפים בכנס

- ההרצאות מוגשות בצורה בהירה ומובנת גם לאדם פשוט כמוני.
- ימי העיון שלכם מצוינים ונותנים מוטיבציה להמשך העבודה.
- ישר כוח על כל הטיפול החם, המסור והעקבי.
- היזמה מבורכת, נהנינו מאד. עלו והצליחו.
- כל הכבוד. אני מלא הערכה.
- הערב מאורגן יפה מאד.
- הכנס מעניין ומשכיל.
- היזמה לכנס נהדרת.