

Biznes Lubuski

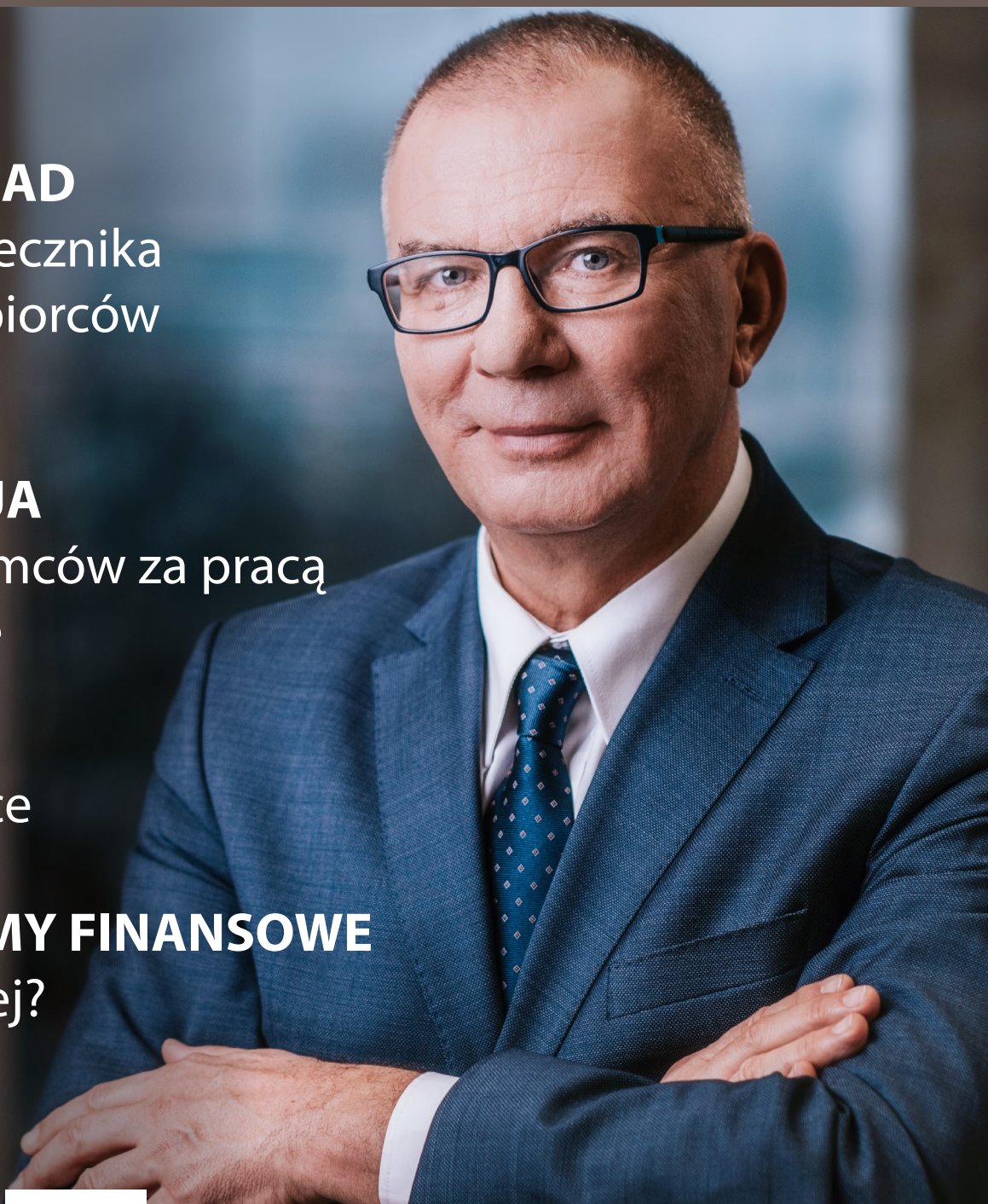
Magazyn Organizacji Pracodawców Ziemi Lubuskiej

POLSKI ŁAD
okiem Rzecznika
Przedsiębiorców

MIGRACJA
cudzoziemców za pracą
nie ustaje

RODO
w praktyce

PROBLEMY FINANSOWE
– i co dalej?



W Polsce poprzedni Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań odbył się w 2011 r. Jego wyniki pokazały, że w dniu 31 marca 2011 r. ludność Polski liczyła 38,5 mln osób, spośród których 1,0 mln stanowili mieszkańcy województwa lubuskiego. Od poprzedniego spisu powszechnego, przeprowadzonego 2002 r. liczba ludności w Polsce zwiększyła się o 282 tys. osób, tj. o 0,7%. W okresie tym w województwie lubuskim przybyło 13,9 tys. osób, tj. 1,4%. Ile osób dziś mieszka w Polsce, w województwie i w każdej gminie, kim są i jak mieszkają dowiemy się po zakończeniu i opracowaniu wyników trwającego Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań.

KIEDY SIĘ SPISAĆ?



NSP 2021 jest przeprowadzany od 1 kwietnia 2021 roku do 30 września 2021 roku.

JAK MOŻNA SIĘ SPISAĆ?

Samodzielnie przez Internet



Formą obowiązkową jest samospis internetowy. Za pomocą aplikacji na stronie internetowej **spis.gov.pl** można spisać się samodzielnie przy użyciu dowolnego urządzenia mobilnego.



Zgłaszając się do punktu spisowego

W Gminnych Punktach Spisowych lub w siedzibie Urzędu Statystycznego w Zielonej Górze, a także w Oddziałach US w: Gorzowie Wlkp., Słubicach i Żaganiu można spisać się samodzielnie lub z pomocą przeszkolonych pracowników.

Odbierając telefon od rachmistrza spisowego lub udzielając odpowiedzi w wywiadzie bezpośrednim



Do osób, które się jeszcze nie spisały może zadzwonić rachmistrz (z numeru telefonu **22 828 88 88** lub **22 279 99 99**). Od 23 czerwca br. rachmistrzowie spisowi prowadzą wywiady bezpośrednie odwiedzając respondentów w domach.

Pamiętaj! Odmowa udzielania odpowiedzi przez respondenta podczas wywiadu realizowanego przez rachmistrza spisowego, skutkuje przekazaniem do **organów ścigania zawiadomienia o niedopełnieniu obowiązku ustawowego** i wszczęciem postępowania mającego na celu ukaranie respondenta karą grzywny, zgodnie z art. 57 ustawy o statystyce publicznej.

Dzwoniąc na infolinię spisową



Specjalnie dla Ciebie uruchomiona została infolinia spisowa: **22 279 99 99** dzwoniąc pod ten numer można uzyskać informację na temat spisu lub dopełnić obowiązku udziału w NSP 2021.

CZY TRZEBA SIĘ SPISAĆ?



Udział w Narodowym Spisie Powszechnym Ludności i Mieszkań 2021 jest **obowiązkowy**. Odmowa udziału w spisie powszechnym wiąże się z możliwością nałożenia kary grzywny, co jest ujęte w art. 57 ustawy o statystyce publicznej.

JAK MOŻNA SPRAWDZIĆ TOŻSAMOŚĆ RACHMISTRZA?

Każdy rachmistrz spisowy posiada identyfikator zawierający m.in. imię i nazwisko wraz ze zdjęciem. W razie wątpliwości tożsamość rachmistrza można sprawdzić poprzez specjalnie przygotowaną aplikację dostępną na stronie **<https://rachmistrz.stat.gov.pl/>** lub na infolinii spisowej pod numerem **22 279 99 99**.



CZY DANE PRZEKAZANE W SPISIE SĄ BEZPIECZNE?

Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań, tak jak wszystkie prowadzone przez Główny Urząd Statystyczny badania statystyczne, realizowany jest z **zachowaniem wysokich standardów bezpieczeństwa**.

Dane pozyskane podczas spisów mogą być wykorzystywane wyłącznie do opracowań, zestawień i analiz statystycznych oraz do aktualizacji operatów do badań statystycznych prowadzonych przez służby statystyki publicznej. Udostępnianie lub wykorzystywanie danych uzyskanych w spisach dla innych niż podane celów jest zabronione, pod rygorem odpowiedzialności karnej.

CHCESZ WIEDZIEĆ WIĘCEJ?

Wejdź na stronę **spis.gov.pl** lub zadzwoń na **infolinię spisową** - 22 279 99 99. Infolinia działa od poniedziałku do piątku w godzinach 8:00-18:00.



SPIS TREŚCI

- 6 ... Polski Ład okiem Rzecznika przedsiębiorców
- 8 ... Czy Nowy Ład może być kluczem do odbudowy polskiej gospodarki?
- 11 ... Jestem dumny, że oświecimy stolicę Polski
- 14 ... Jaki transport, takie życie
- 16 ... Lubuska "żywa żywność" doceniona na całym świecie
- 20 ... Przetrwać - oto jest wyzwanie
- 25 ... Firma firmie
- 26 ... Dźwięk na full
- 28 ... Przyszłość małych i średnich firm to płynne inwestowanie w rozwój
- 30 ... RODO w praktyce
- 32 ... Migracja cudzoziemców za pracę nie ustaje
- 33 ... Państwowa Inspekcja Pracy odpowiada na pytania przedsiębiorców
- 37 ... (Po)covidowy rynek pracy
- 38 ... Niemal 4,5 mln zł trafiło do lubuskich przedsiębiorców w ramach Polskiego Bonu Turystycznego
- 40 ... Problemy finansowe - i co dalej?
- 42 ... Frutti di mare o posmaku sushi
- 44 ... Nowe firmy członkowskie OPZL
- 45 ... Kącik inspiracji

Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej
Biuro Główne
ul. Reja 6, 65-076 Zielona Góra
tel. +48 68 327 18 81
www.opzl.pl
e-mail: biuro@opzl.pl
facebook.com/pracodawcy

Przewodniczący: Janusz Jasiński
Dyrektor Biura: Joanna Zielińska

Oddział w Nowej Soli
Ul. Inżynierska 8
67-100 Nowa Sól
tel. +48 794 300 104
nowasol@opzl.pl

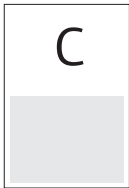
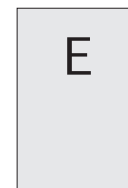
Oddział we Wschowie
Ul. Niepodległości 3A
67-400 Wschowa
tel. +48 884 782 630
wschowa@opzl.pl

Oddział Żary-Żagań
Ul. Wrocławska 12
68-200 Żary
tel. +48 697 712 733
zary@opzl.pl

Oddział w Świebodzinie
Oddział terenowy
tel. +48 68 327 18 81
biuro@opzl.pl

Biznes Lubuski
Wydawca:
Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej
Redaktor numeru: Bernadetta Holak

REKLAMA W BIZNESIE LUBUSKIM / SZEROKA GAMA MOŻLIWOŚCI I FORMATÓW!

A	B	C	D	E
				
88,3 x 140 mm lewa lub prawa	184,6 x 90 mm	184,6 x 140 mm	101 x 297 mm lewa lub prawa	210 x 297 mm

ceny od
260 PLN
netto
za moduł

WIĘCEJ INFORMACJI
ORAZ ZAMÓWIENIA:
tel. **+48 609 758 770**
Bernadetta Holak

Drodzy czytelnicy!

Coraz więcej prognoz ekonomicznych sygnalizuje poprawę koniunktury. W związku z powyższym, czy w aspekcie gospodarczym wyzwania związane z Covid-19 mamy już za sobą?

Odbudowa gospodarki

Krajowy Plan Odbudowy to nowe środki unijne, które mają odbudować polską gospodarkę po pandemii COVID-19 i uodpornić ją na przyszłość. Ponad 58 mld EUR ma trafić do Polski w ramach Next Generation EU, a dokładnie 23,9 mld euro w postaci bezzwrotnych dotacji oraz 34,2 mld euro w formie pożyczek. Z kolei Polski Ład to nowy program społeczno-gospodarczy na okres po pandemii. Jego fundamenty to zapowiedzi: 7 proc. PKB na zdrowie; podniesienie kwoty wolnej od podatku do 30 tys. zł, zwiększenie progu podatkowego z 85,5 tys. zł do 120 tys. zł, ale też z drugiej strony zlikwidowanie odliczenia składki zdrowotnej od podatku i koniec zryczałtowanej składki zdrowotnej płaconej przez przedsiębiorców, która ma zostać zastąpiona składką proporcjonalną do dochodu. Wiele zmian w zaprezentowanym programie budzi kontrowersje przedsiębiorców, którzy mają wrażenie, że Polski Ład nie bierze pod uwagę faktu, że polscy przedsiębiorcy działają jeszcze w trybie postpandemicznym

i ich niepewność jutra może się przedkładać na decyzje odnośnie dalszego rozwoju. Nie można ich jeszcze przybijać dodatkowymi obciążeniami, a według Konfederacji Lewiatan negatywne skutki zmian odczuje kilkaset tysięcy polskich firm. Czy przedsiębiorcy będą największymi przegranymi Nowego Ładu? Zapytaliśmy Adama Abramowicza, Rzecznika MŚP oraz Hannę Mojsiuk, Prezes Północnej Izby Gospodarczej, którzy gościnnie na łamach naszego pisma prezentują, kto zyska a kto straci na założeniach programu.

Lubuski biznes po covidzie

Przedsiębiorcy już ponad rok funkcjonują w nowej rzeczywistości, przeplatanej locdawnem i rządowymi dotacjami na przetrwanie. Dlatego szczególnie zachęcam Państwa do przeczytania wywiadów z lubuskimi przedsiębiorcami, którzy opisują swoje osobiste doświadczenia z funkcjonowania firmy w dobie pandemii. O tym wszystkim i o wielu innych ważnych sprawach ogólnogospodarczych przeczytaj Państwo w najnowszym numerze magazynu „Biznes Lubuski”. Przyjemnej lektury!

Joanna Zielińska
Dyrektor Biura OPZL



BEZPŁATNE

PORADY EKSPERTÓW RYNKÓW

W NIEMCZECH | AUSTRII | SZWAJCARII

WYŚLIJ PYTANIE  office@tradeoffice24.com

Konsultacje udzielane w ramach współpracy z firmą członkowską OPZL - tradeoffice24.com GmbH z Berlina

Lubuski świat gospodarczy 24 godziny na dobę

BiznesLubuski.pl

Regionalny Portal Gospodarczy



POMAGAMY W ZAŁOŻENIU FIRMY!

OTRZYMASZ:

wsparcie finansowe:
ponad 38 000,00 zł



LUBUSKI BIZNES
MA **POWER!**

wsparcie merytoryczne:
szkolenia i spotkania
z ekspertami



zadzwoń: 533 496 716



Adam Abramowicz, Rzecznik MŚP

Polski Ład okiem Rzecznika przedsiębiorców

W OPZL wiemy, że przedsiębiorcy oczekują większej politycznej przychylności w odbudowywaniu swoich biznesów po pandemii. Ale jak odpowiada na te potrzeby rząd? I w czym może pomóc przedsiębiorcom Rzecznik? O rozwiązaniach zaprezentowanych w ramach Polskiego Ładu, z Rzecznikiem MŚP Adamem Abramowiczem, rozmawia Milena Kempieńska.

Wiele zmian w zaprezentowanym w maju Polskim Ładzie budzi kontrowersje przedsiębiorców. Jakie rozwiązania gospodarcze i podatkowe wchodzi w jego skład?

Najważniejsze zmiany podatkowe to z jednej strony podniesienie kwoty wolnej od podatku do 30 tysięcy oraz podwyższenie drugiego progu do 120 tysięcy złotych.

Z drugiej strony składka zdrowotna nie będzie mogła być odliczana od podatku i zmieni swoją formę na 9% od dochodu (z wyjątkiem przedsiębiorców rozliczających się podatkiem zryczałtowanym).

Wróć do zmian w zakresie zasad opłacania składki zdrowotnej. Samozatrudnieni mają się czego obawiać? Czy może powinni poczekać na doprecyzowanie pomysłów i zapowiadane przez rząd konsultacje programu?

Biorąc pod uwagę propozycje zaprezentowane przez rząd, mają prawo się obawiać, choć oczywiście ostateczny kształt rozwiązań może jeszcze ulec zmianie. Gdyby jednak w życie weszły zmiany proponowane na konwencji w połowie maja, to straciliby na niej wszyscy samozatrudnieni, rozliczający się według liniowej skali 19%. Zyskają słabiej zarabiający przedsiębiorcy, którzy rozliczają się na zasadach ogólnych i wyższa kwota wolna rekompensuje im brak możliwości odliczenia składki od dochodów. Dla takich często 9% ich dochodów jest kwotą mniejszą niż obecna składka ryczałtowa.

Pewnie docierają do Pana pojawiające się w przestrzeni publicznej głosy, że Polski Ład uderza szczególnie w klasę średnią. Podziela je Pan?

W Polsce tzw. klasa średnia jest w fazie szczątkowej. Większość przedsiębiorców jest „na dorobku”, buduje swoje firmy inwestując większość zarobionych pieniędzy w rozwój.

Propozycje rządu idą w kierunku zwiększenia obciążeń dla tych, którzy mogą mieć dochód większy niż tylko na utrzymanie rodziny. Ale to właśnie ta nadwyżka dochodu umożliwia inwestowanie.

Zmniejszanie tych środków jest groźne, bo firmy, które nie inwestują giną. Nie wszystko da się sfinansować z kredytu, ponieważ w sytuacji pocovidowej banki nie są skłonne do udzielania kredytów dla branż najbardziej poszkodowanych przez lockdown, a poza tym kredyt jest zawsze droższy niż środki własne.

Czy da się wprowadzić prospołeczne rozwiązania Polskiego Ładu w pierwotnym kształcie, ale bez szkody dla kondycji polskiej, pocovidowej przedsiębiorczości?

Prospołeczne będą wtedy, kiedy znajdziemy optimum: zmniejszyśmy klin podatkowy dla mniej zarabiających i nie zwiększymy go dla pozostałych. Jest to możliwe poprzez inne rozwiązania podatkowe niż proponuje rząd. Na przykład zmuszenie do zapłacenia podatku CIT korporacji, które tego podatku latami nie płacą. Niedługo przedstawię rządowi właśnie takie rozwiązania.

Rozwiązania przedstawione w Polskim Ładzie wskazują wiele

kierunków rozwoju Polski, ale niekoniecznie dotyczą rozwoju inwestycji i przyjaznych warunków dla funkcjonowania firm, które są motorem napędowym gospodarki. Do OPZL docierają sygnały od wielu przedsiębiorców, którzy oczekiwali większej politycznej przychylności w odbudowywaniu swoich biznesów po pandemii. Czy według Pana uda się jeszcze wypracować kompromis środowisk biznesu i rządu?

Epidemia na pewno nie przysłużyła się budowaniu wzajemnego zaufania między rządem a biznesem. Wprowadzenie obostrzeń epidemicznych z dnia na dzień, czy dziurawe tarcze pomocowe jeszcze długo pozostaną w pamięciach przedsiębiorców.

Okres po pandemii powinien nieść za sobą poprawę otoczenia gospodarczego dla biznesu. Postuluję to w zestawieniu propozycji zmian systemowych, nazwanych "Dziesiątką Rzecznika".

Są wśród nich m.in. postulaty przyspieszenia spraw sądowych, uchwalenie zmian prawnych z odpowiednim vacatio legis czy likwidacja zbędnych obowiązków biurokratycznych.

Gdyby rząd zdecydował się na implementowanie tych propozycji, to na pewno poprawiłby swoje relacje z biznesem.

Przedsiębiorcy już ponad rok funkcjonują w nowej rzeczywistości, przeplatanej lockdownem i dotacjami rządowymi na przetrwanie. W jakich kwestiach najczęściej zgłaszają się do Pana o pomoc?

Zgłoszenia najczęściej dotyczą samych obostrzeń i zwykle zmierzają w kierunku ich liberalizacji.

Sprzeciwiałem się dość stanowczo lockdownowi, w formie zaproponowanej przez rząd. Przez ponad rok nie potrafiono dowieść, gdzie tworzą się ogniska choroby i zamykano rozmaite branże po omacku. W dodatku rząd nie trzymał się stworzonego przez siebie planu, który zakładał luzowanie obostrzeń w momencie spadku zachorowań.

Drugim stałym elementem były wnioski od przedsiębiorców o problemach z uzyskaniem wsparcia finansowego. Zastosowano bowiem kwalifikację do pomocy po kodach PKD, które często nie odzwierciedlają rzeczywistej działalności przedsiębiorcy. W dodatku pominięto sporo branż, ściśle współpracujących z branżami zamkniętymi m.in. małe browary sprzedające swoje wyroby do restauracji nie dostały wsparcia, podobnie jak

sklepy z pamiątkami nastawionymi na turystów.

W jakich strukturach przedsiębiorcy mogą na co dzień wspierać swoim doświadczeniem działalność Rzecznika MŚP?

Biuro, zarówno centrala w Warszawie, jak i oddziały w Krakowie, Poznaniu, Gdańsku i Białymstoku są otwarte dla każdego przedsiębiorcy. Każdy przedsiębiorca, który napisze do nas dostanie odpowiedź.

Chcemy jednak współpracować z biznesem w bardziej sformalizowany sposób. Dla tych celów powołaliśmy Radę Przedsiębiorców - zrzeszającą organizacje pracodawców oraz Radę Konsultacyjną składającą się z pojedynczych firm.

Zachęcam do udziału w obu ciałach, bardzo cenimy opinię przedsiębiorców, którzy mają największą wiedzę o funkcjonowaniu danych regulacji gospodarczych czy znają specyfikę poszczególnych branż.



Biuro Rzecznika MSP
rzecznikmsp.gov.pl



Link do pełnych opisów
Dziesiątki Rzecznika MŚP
<https://rzecznikmsp.gov.pl/institucja-rzecznika/dziesiatka-rzecznika-msp/>

Czy Nowy Ład może być kluczem do odbudowy polskiej gospodarki?

Falę kryzysu wywołanego koronawirusem mamy - miejmy nadzieję - już za sobą. Bierzymy się za odbudowę gospodarki. Jak długo to potrwa? Czy i kiedy osiągniemy stan sprzed epidemii?

Pani Redaktor, bardzo dziękuję za zaproszenie do rozmowy i możliwość zaprezentowania punktu widzenia przedsiębiorców Północnej Izby Gospodarczej w Szczecinie na Państwa łamach. Sytuacja z odbudowywaniem gospodarki rzeczywiście jest wielkim wyzwaniem i wymaga bardzo indywidualnej oceny tego, co się dzieje na poszczególnych szczeblach naszego gospodarczego życia. W skali makro jest super. E-commerce rośnie, przemysł w rozkwicie, łańcuchy towarowe przetrwały trudny czas pandemii, bezrobocie nie spadło.



Hanna Mojsiuk
Prezes Północnej Izby Gospodarczej

Program Polski Ład obejmuje zmiany dotyczące wielu sfer gospodarki i życia społecznego. W najbliższym czasie ma trwać etap konsultacji programu. Zapytaliśmy Panią Hannę Mojsiuk – Prezes Północnej Izby Gospodarczej, czego możemy spodziewać się po propozycjach programu w najbliższym czasie oraz jak wygląda obecna sytuacja przedsiębiorców.

Jeżeli spojrzymy jednak na skalę mikro to widzimy wiele dramatów przedsiębiorców, którzy utracili płynność finansową, popadli w długi, musieli zamykać firmy czy wyprzedawać swój majątek, szczególnie widać to w branżach gastronomicznych, hotelarskich i eventowych. Ogólnie jestem optymistką, jeżeli chodzi o odbudowywanie gospodarki, ale instytucje wspierające muszą mieć na uwadze, że na pojęcie „polska gospodarka” składają się nie tylko wielkie fabryki, ale i małe firmy z sektora MŚP.

Uważam, że wsparcie dla sektora turystycznego, gastronomii czy usług powinno zostać utrzymane, bo po lekkiej górze w sezonie wakacyjnym nadejdzie znowu jesień, zima i może kolejne problemy z utrzymaniem zysków. Procedura ratowania gospodarki i wychodzenia z kryzysu będzie więc trwać miesiącami i dla niektórych firm momenty decydujące są jeszcze przed nimi.

Eksperci zapowiadają pojawienie się czwartej fali koronawirusa na jesień. Jak Pani zdaniem powinni się do tego przygotować przedsiębiorcy z branż najbardziej zagrożonych lockdownem, np. z gastronomii, kultury czy branży fitness?

To bardzo trudna sprawa. Wizja czwartej fali pandemii, przyznaję uczucie, budzi we mnie wielkie zmartwienie i duże emocje. Mam wrażenie, że czwartego lockdownu przedsiębiorcy mogą nie przetrwać. Mówię tutaj nie tylko o sytuacji gospodarczej czy finansowej, ale i o psychicznej. Musimy pamiętać, że przedsiębiorcy są też ludźmi. Radzą sobie doskonale w pandemii, ale to jest życie podarte niepewnością i oczekiwaniem na komunikaty ze strony rządowej.

Czy do czwartej fali można się przygotować? W tej chwili jedynie na co mamy wpływ to namawianie do szczepień. Północna Izba Gospodarcza zainaugurowała kampanię społeczną #ZegnamyPandemię, w której zachęcaliśmy przedsiębiorców do promocji szczepień wśród pracowników. Zaprośiliśmy 16 przedsiębiorców z województwa zachodniopomorskiego oraz Marszałka Województwa Zachodniopomorskiego Olgierda Geblewiczę, Prezydenta Szczecina Piotra Krzystkę i Wojewodę Zachodniopomorskiego Zbigniewa Boguckiego. Efekty i reakcje były bardzo pozytywne.

Wspomniane przez Panią Redaktor branże mają przed sobą trudny czas szukania nowego sposobu na funkcjonowanie. Bardzo martwię się o branżę fitness i kulturę, bo czas odmrożenia przypadł na czas, gdy zwykle notują one „zniżki” działalności. Na siłowniach w lipcu i sierpniu nigdy nie było tłumów, podobnie jak w teatrach czy kinach.



W związku z odmrożeniem branży turystycznej i hotelarstwa obserwujemy wzrost cen - nasze urlopy na pewno będą droższe. Czy uważa Pani, że to zniechęci konsumentów do korzystania z polskich kurortów na rzecz zagranicznych?

Z jednej strony podchodzę ze zrozumieniem do sytuacji, gdy przedsiębiorcy podnoszą ceny usług. Wszystko drożeje, więc nie ma zaskoczenia w korekcie w cennikach.

Trudno jednak zgodzić się z tym, by koszty lockdownu były rekompensowane przedsiębiorcom w postaci kosztów przerzucanych na klientów. Musi tutaj dojść do rozsądnego wyśrodkowania, jak przeprowadzić wzrost cen, by jednocześnie nie zniechęcić klientów. Widzimy, że obecnie tydzień wakacji na Mazurach może kosztować więcej niż tygodniowy pobyt last minute zagranicą.

Zdziwiłam się także cenami np. usług kulturalnych, gdzie zdarzają się ceny biletów na koncerty polskich artystów za 120 złotych. Nie wiem, czy to nie jest krok za daleko. Podobnie jest z cenami w kawiarniach i restauracjach. Korekta cenowa – tak. Windowanie cen do góry bez uwzględnienia realnych warunków ekonomicznych – zdecydowanie nie.

Przejdźmy do Nowego Ładu - w przestrzeni publicznej pojawiają się opinie, że Nowy Ład uderza w najbardziej aktywnych i przedsiębiorczych Polaków. Wielu z

przedsiębiorców rozważa przeniesienie działalności do Czech czy na Słowację. Czy Pani zdaniem klasa średnia w Polsce ma się czego obawiać? Czy przedsiębiorcy będą największymi przegranymi Nowego Ładu?

Projekt Nowy Ład przygotowany przez Rząd Prawa i Sprawiedliwości to jako całość projekt ciekawy do dyskusji. Nie jestem zwolenniczką krytyki całości projektu, bo widzę w nim zarówno ciekawe pomysły społeczne, jak i pomysły, które muszą martwić każdego przedsiębiorcę. Trochę nie rozumiem chęci za wszelką cenę ustalenia, kim jest ta legendarna, polska „klasa średnia”. Jeżeli przyjmujemy, że Polak zarabiający kilka tysięcy złotych na rękę to już jest krezus i trzeba go przydusić obciążeniami, to ja się z tym zdecydowanie nie zgadzam. Finansowe ambicje Polaków rosną, Polacy są coraz bardziej przedsiębiorczym narodem i chcemy korzystać z możliwości rozwoju. Systemy podatkowe i finansowe powinny dążyć do tego, by obniżać podatki, upraszczać je i dawać przedsiębiorcom możliwość progresywnego rozwoju i przede wszystkim, aby motywować tych, którzy pracują więcej. Jestem zwolenniczką programów socjalnych, ale zdecydowaną przeciwniczką, by źródła ich finansowania szukać u przedsiębiorców i osób, które przez swoją zaradność radzą sobie dobrze.

Poza tym mam wrażenie, że Polski Ład nie bierze pod uwagę, że polscy przedsiębiorcy działają jeszcze w trybie postpandemicznym i ich niepewność jutra może się przedkładać na decyzje odnośnie dalszego rozwoju. Nie można ich jeszcze przybijać dodatkowymi obciążeniami.

Północna Izba Gospodarcza bardzo blisko współpracuje z Rzecznikiem MŚP Adamem Ambramowiczem. Podczas jednego z posiedzeń Rady Przedsiębiorców przy Rzeczniku zaproponowaliśmy szereg rozwiązań alternatywnych do tych, zaproponowanych przez Rząd RP. Wśród nich jest m.in. wycofanie likwidacji umów cywilnoprawnych, ochrona finansów samorządów, gdyż chcemy, aby inwestycje w samorządach umożliwiały przedsiębiorcom dalszy rozwój.

Czy w związku z liniowym ustalaniem składki zdrowotnej i brakiem możliwości jej odliczenia należy się obawiać przechodzenia pracujących Polaków do szarej strefy?

Likwidacja odliczenia składki NFZ od PIT dotyczy tylko przedsiębiorców. Nie tylko oznacza wzrost ich opodatkowania o 9 pkt proc., ale nosi też znamiona niekonstytucyjności. Jeżeli dotyczy wszystkich, to PIT wg skali rośnie de facto o 7,75 pkt proc. (każda ze stawek). Składka zdrowotna dla samozatrudnionych przedsiębiorców ma wynieść 9% bez możliwości odpisu od podatku, co w konsekwencji spowoduje wzrost ryczałtu z 19% do 28%.

Zdaniem Północnej Izby Gospodarczej należy poważnie przyjrzeć się zapisom proponowanym przez Rząd RP. Jeżeli Polski Ład zostanie przyjęty 1:1, to należy liczyć się z tym, że wielu przedsiębiorców, w tym przedsiębiorców z sektora MŚP zostanie mocno obciążonych kosztami składek zdrowotnych.

Uzależnianie składki zdrowotnej od dochodów jest bardzo poważnym obciążeniem dla jednoosobowych działalności gospodarczych, których w Polsce jest przeważająca większość.

Nowe propozycje rządu mają obniżyć podatki, jednak relatywnie dla wielu Polaków obciążenia wzrosną. Co poradziłyby Pani młodym osobom zamierzającym prowadzić swój biznes?

Nie mam obaw, że Polski Ład zahamuje przedsiębiorców, którzy planują zakładanie działalności gospodarczych. System podatkowy w Polsce od zawsze miał wiele słabości, dynamika zmian, dynamika wprowadzania korekt powodowała, że niestabilność jest czynnikiem, z którym przedsiębiorcy się liczą i tak jakby wpisują ją w obszar ryzyka prowadzenia działalności gospodarczej.

Oczywiście podzielam opinię ekonomistów, że podatki powinny być prostsze, niższe, bardziej przejrzyste. Jestem również zwolenniczką tego, by młodzi przedsiębiorcy w wielu kwestiach traktowani byli preferencyjnie. Może tego również w Polskim Ładzie trochę zabrakło, więc na pewno będziemy apelować o te zmiany.

I na koniec, coś pozytywnego - jakie korzystne dla polskiego biznesu rozwiązania proponuje Nowy Ład?

Nowy Ład definiuje problemy, ale nie zawsze – według przedsiębiorców – skutecznie znajduje sposoby na ich rozwiązanie. Mowa choćby o wspomnianej składce zdrowotnej i finansowaniu służby zdrowia, umowach cywilnoprawnych czy zmianach w systemie podatkowym. Są idee, które są dobre, choć zalecałabym pewne modyfikacje.

Wspomniany temat nadużywania umów cywilnoprawnych to zjawisko, z którym należy walczyć – przedsiębiorcy zrzeszeni w Północnej Izbie Gospodarczej nie mają co do tego żadnych wątpliwości. Nie ma jednak wątpliwości również co do tego, że całkowita likwidacja takich umów doprowadzi do zmniejszenia

elastyczności na rynku pracy, a atrakcyjność pracowników sezonowych i młodych na rynku pracy bardzo spadnie.

Program podatkowy Polskiego Ładu zakłada poprawę sytuacji osób o dochodach minimalnych, co należy oceniać pozytywnie, ale zwiększa inne obciążenia składkowe i podatkowe. Pozytywnym akcentem jest również podniesienie drugiego progu podatku dochodowego do 120.000 jak i zwiększenie kwoty wolnej od podatku do 30.000.

Uważam, że Polski Ład jest bardzo ambitny i zakłada wiele ważnych rozwiązań takich jak inwestycje infrastrukturalne czy w system ochrony zdrowia. Pochwalić również należy kwestię planów rozwoju cyfrowego i energetycznego, czy podnoszenia poziomu usług publicznych.

Nie zaryzykowałabym tezy, że jest cały „do skasowania”. Na pewno jest punktem wyjścia do konsultacji społecznych z decydentami dla takich organizacji jak Północna Izba Gospodarcza, której głównym zadaniem jest ochrona interesów przedsiębiorców a my to w pełni realizujemy poprzez dotychczasowe działania.

Marcelina Stokłuska

reklama



PSYCHOLOGIA LIDERA

II edycja już od września
psychologialidera.pl

„Jestem dumny, że oświecimy stolicę Polski”

Produkty marki LUG wzbogacają komfort życia mieszkańców Europy, Ameryki Południowej, Afryki, Azji. Już niedługo Warszawa zostanie zaopatrzona w nowoczesne, energooszczędne oświetlenie. O szybkich decyzjach, inspiracjach i źródłach energii do dalszego działania opowiada Ryszard Wtorkowski, Prezes Zarządu LUG Light Factory Sp. z o.o.

Są Państwo wiodącym europejskim producentem profesjonalnych rozwiązań oświetleniowych z ponad 30-letnim doświadczeniem. Niedawno odebraliście nagrodę Konkursu Dobra Firma 2021 organizowanym przez Związek Przedsiębiorców i Pracodawców w kategorii najlepszy innowator wśród firm średnich i dużych. A przecież wszystko zaczęło się od małego rodzinnego biznesu. Czy spodziewaliście się, że zajdziecie tak daleko? Co Wam dało motywację do rozbudowy firmy?

Przedsiębiorczość w rodzinie mamy we krwi, moi przodkowie i dalsi członkowie rodziny również prowadzili swoje firmy i to z sukcesem. Zaczynałem w 1989 roku tak, jak wiele start-upów technologicznych, które później wyrosły na światowych liderów, od małego biznesu realizowanego własnymi siłami. W naszym przypadku – moim i mojego taty, było to dokładnie składanie opraw oświetleniowych w skromnych warunkach. Kamieniem milowym był rok 2007 i debiut na rynku akcji New Connect. Ten krok przyspieszył i pozwolił nam na inwestycję w nowy zakład produkcyjno-magazynowy oraz nowoczesny park maszynowy, co przyspieszyło nasz rozwój. Dzisiaj, po 30 latach działalności z dumą mogę powiedzieć, że LUG jest czołowym europejskim producentem profesjonalnych rozwiązań oświetleniowych. Udało nam się

stworzyć globalną markę i zbudować silną grupę kapitałową obecną na 70 rynkach na całym globie. Zatrudniamy ponad 500 osób, a każdego dnia naszą linię produkcyjną opuszcza nawet kilka tysięcy opraw.



Ryszard Wtorkowski

Czy spodziewałem się, że zajdziemy tak daleko? Na początku na pewno nie, ale miałem marzenia i odwagę, by je realizować. Myślę, że mam też szczęście do ludzi. Zbudowaliśmy zespół, który ma wiedzę i pasję. Razem wyznaczamy sobie kolejne ambitne cele.

Ludzie stale potrzebują światła, ciągle jest coś budowane. Jednakże od zeszłego roku żyjemy w całkowicie innej rzeczywistości. Czy pandemia w jakiś sposób zmieniła Pana podejście do zarządzania biznesem?

Pandemia nie zmieniła nic - bo światło wciąż jest potrzebne, a inwestycje wciąż są realizowane i jednocześnie zmieniła wszystko. To był trudny rok, szczególnie w sferze społecznej. Okazało się, że to, co uznajemy za oczywistą część życia – wyjście do kina czy spotkanie z przyjaciółmi, może być przywilejem.

W biznesie ten rok był pełen niepewności. Byliśmy skupieni przede wszystkim na tym, by podtrzymać działalność i stworzyć bezpieczne warunki pracy dla naszych zespołów. Czuliśmy ogromną odpowiedzialność za naszych pracowników. Tam, gdzie było to możliwe oddelegowaliśmy członków naszego zespołu do pracy w trybie zdalnym, zwiększając bezpieczeństwo osób pracujących w zakładach produkcyjnych. Mieliśmy to szczęście, że pomimo lockdownu fabryki w Zielonej Górze i Nowym Kisielinie pracowały bez postoju. Dlatego w tych miejscach wprowadziliśmy dodatkowe zmiany i przerwy, organizując pracę w taki sposób, by pracownicy poszczególnych zmian nie mieli ze sobą kontaktu. Po pierwszym stabilizowaniu organizacji pojawiły się koncepcje, jak możemy



Poznań. Autostrada A2 oświetlona produktami marki LUG (fot. archiwum firmy LUG)

włączyć się do walki z pandemią, jak możemy pomóc. Tak powstał koncept, by zrobić to na czym się znamy najlepiej, czyli specjalistyczne oprawy do dezynfekcji powietrza.

W bardzo krótkim czasie zespół R&D (Badań i Rozwoju) LUG opracował nową linię opraw UVC PURELIGHT LUG, które skutecznie dezynfekują przestrzeń eliminując 99,9 procent mikroorganizmów.

Z perspektywy tych dwunastu miesięcy mogę powiedzieć, że nie było łatwo, ale nam się udało. Inwestycje choć wolniej i z utrudnieniami były prowadzone i pomimo niesprzyjających warunków wciąż mogliśmy pracować. Trwale zmiany to przede wszystkim totalna dezaktualizacja dotychczasowych prognoz gospodarczych i nowe realia, z którymi musi zmierzyć się nasz rodzimy, ale i światowy biznes oraz społeczeństwa.

Jak do tego doszło, że organizowaliście środki medyczne dla województwa lubuskiego?

W pandemii „pomoc innym” była odmienną przez wszystkie przypadki.

Czuliśmy bardzo mocną potrzebę niesienia pomocy innym. Wykorzystując nasze najlepsze umiejętności w pierwszych tygodniach pandemii odpowiedzieliśmy na apel Pani Marszałek Województwa Lubuskiego i władz miasta Zielona Góra o pomoc w kupnie i sprowadzeniu do Polski 50 ton sprzętu ochrony osobistej.



Nasze wieloletnie doświadczenie, kontakty i know-how zespołu, okazały się niezwykle cenne i skuteczne w skoordynowaniu zakupu i sprowadzeniu elementów wyposażenia i sprzętu dla lubuskich jednostek medycznych.

Decyzja o zaangażowaniu się i pomocy była szybka, intuicyjna. Działaliśmy pod presją, nie było czasu na analizy i szacowanie ryzyka, jak to zazwyczaj ma miejsce przy podejmowaniu ważnych decyzji. Solidarność była decydującym argumentem.

Jako najlepszy innowator, skąd czerpicie pomysły na te innowacyjne projekty?

Obserwujemy zmieniające się trendy zarówno te biznesowe jak i społeczne. W ostatnich latach inspiracją jest rosnące zapotrzebowanie na energooszczędne rozwiązania oświetleniowe. Istotnym elementem jest też rosnące zainteresowanie sterowaniem oświetleniem. Posiadamy w tym zakresie autorskie rozwiązania, które powstają dzięki pasji i zaangażowaniu zespołu ludzi pracujących w naszej spółce zależnej BIOT. Łączymy naszą wiedzę o

potrzebach i oczekiwaniach klientów oraz ekspercką wiedzę soft- i hardwarem zespołu BIOT by mogły powstać rozwiązania z zakresu IoT i SmartCity.

Innowacje powstają też w naszym wspólnym zespole R&D. To blisko 50 specjalistów, którzy projektują nagradzane na konkursach designu, nowoczesne i

w tym myśleniu idą nawet krok dalej mówiąc, że nie odniesie prawdziwego sukcesu ktoś, kto choć raz nie upadł. Dlatego moim zdaniem w biznesie naj-



spełniające wymogi zrównoważonego rozwoju oprawy. Źródłem inspiracji są też dla nas nasi klienci, kiedy to projektujemy bezpośrednio dla klientów na ich indywidualne zamówienie, jak chociażby dla Warszawy.

Czy był taki moment, kiedy chciał Pan zrezygnować z tego co ma i powiedzmy całkowicie się przebranżowić?

Może Pana zdziwię, ale nigdy. Rezygnacja po prostu nie leży w mojej naturze. Raczej szukałem inspiracji, nowych dróg rozwoju czy sposobności na rozszerzanie biznesu i nowe kanały dystrybucji, dlatego dziś jesteśmy międzynarodową grupą.

Były momenty trudne, momenty próby, gdy np. nie mogłem w pełni zaangażować się w życie rodzinne, ale mogłem liczyć na moją małżonkę i synów oraz na ich wsparcie i zrozumienie. To daje wielką siłę i napędza do działania.

Jak wiemy konkurencyjność jest duża jak w każdym biznesie, ma Pan jakieś rady dla innych Przedsiębiorców, jak się wybić na rynku?

W naszej kulturze wychwala się zwycięzców, podkreśla się sukcesy. Nie mówimy, o tym co nam się nie udało. Zupełnie inne myślenie dominuje na zachodzie, podkreśla się, że potknięcia i upadki w biznesie są naturalne i trzeba z nich czerpać siłę. Wyciągać wnioski, bo każda porażka może nauczyć nas czegoś nowego, dobrego, a z każdym upadkiem stajemy się silniejsi i wstajemy szybciej. Amerykanie

ważniejsza jest determinacja i odwaga. Trzeba umieć podjąć ryzyko, by móc się rozwijać, szukać nowych możliwości. Jeśli zatrzymamy się w miejscu to może się okazać, że przegapiliśmy coś ważnego – najlepszym przykładem jest firma Nokia. 10-12 lat temu nikt nie spodziewał się jej upadku, była niekwestionowanym liderem telefonii komórkowej, ale przegapiła kluczowy moment rozwoju technologicznego i nie zdołała się z tej porażki podnieść.

I na koniec, jaki największy lub najbardziej prestiżowy projekt realizował LUG?

W naszej działalności mieliśmy szczęście realizować wiele ciekawych projektów. Wystarczy, że wspomnę o kilku realizacjach jak: oświetlenie lotniska w Kopenhadze, linii metra w miastach położonych na trzech kontynentach: w Warszawie, w miejscowości Algier w Afryce, w Limie i w San Paulo w Ameryce Południowej. Jesteśmy też obecni w nowo budowanym mieście Cairo City w Egipcie, gdzie pracujemy nad oświetleniem kilku obiektów w tym m.in. oświetleniem meczetu i głównego placu miasta. Realizujemy wiele projektów infrastrukturalnych w Polsce, w Europie, Azji, Afryce i Ameryce Południowej.

Jednak to kontrakt na wymianę blisko 40 tys. opraw w Warszawie jest mi najbliższy. Jestem dumny, że rodzinna firma z Zielonej Góry w pełni z polskim kapitałem oświeci stolicę naszego kraju. Dodatkowo ten kontrakt potwierdza nasze kompetencje na światowym poziomie, ponieważ w tym przetargu

pokonał dwóch największych światowych graczy, z którymi często konkurujemy o projekty.

Projekt modernizacji oświetlenia Warszawy jest kwintesencją naszej misji – tworzenie światła dopasowanego do naszego życia oraz strategii – realizowania największych światowych projektów. Odpowiadamy za kompleksową wymianę oświetlenia Warszawy, projektując oprawy na indywidualne zamówienie Zarządu Dróg Miasta Warszawa. Nowe uliczne latarnie przyczynią się do zwiększenia bezpieczeństwa na drogach dzięki znacznej poprawie widoczności, natomiast dobrana temperatura barwowa 3000 Kelwinów podniesie komfort życia mieszkańców stolicy.

Ponadto inwestycja będzie istotnym wkładem w zrównoważony rozwój miasta dzięki ograniczeniu zużycia energii elektrycznej o 33 GWh, co pozwoli zmniejszyć rachunki za oświetlenie o ponad 17,5 mln zł rocznie.



Podczas Smart City Forum, zaprezentowaliśmy prototyp oprawy SAVA, która docelowo pojawi się na ulicach stolicy. SAVA to rozwiązanie future-proof. Modularna oprawa oświetleniowa, wyposażona w złącze Zhaga i zgodna ze standardem D4i, stanowić będzie podstawę rozwoju inteligentnej infrastruktury w mieście. Nowe oprawy będą dostarczane do stolicy etapami, a ostatnia partia powinna pojawić się w grudniu 2022 roku.

Nie bez znaczenia jest też biznesowa strona umowy. Wartość podstawowego kontraktu wynosi ponad 32,08 mln zł brutto i może zostać powiększona o kolejne 5 mln zł brutto. To jeden z największych kontraktów tego rodzaju w Europie. Więcej, bo 56 tys. opraw wymieniono dotychczas w Manchesterze, a obecnie trwa wymiana 60 tys. opraw w Wiedniu.

Marcelina Stokłuska

Jaki transport takie życie

Często w wieku wczesnoszkolnym dzieci rysowały obrazki pt. Jak wyobrażasz sobie transport w XXI wieku? Większość z nas malowała latające samochody. Teraz skomplikowane przepisy w branży transportowej mogą utrudniać rozwój tej ważnej gałęzi gospodarki i wstrzymywać pomysłowość niektórych przedsiębiorców, którzy chcieliby, aby ich towary przemieszczały się w nietypowy sposób. O znaczeniu transportu w życiu każdego obywatela i specyfice działalności w branży transportowej mówi Jarosław Horaczek, Prezes Zarządu MJ Trans Jarosław Horaczek Sp. z o.o.

Kochaj to co robisz, rób to co kochasz – to piękne hasło, pod którym Pan się podpisuje. Można powiedzieć, że jest Pan szczęściarzem. Połączył Pan swoją pasję, jaką jest transport i motoryzacja z wykonywaniem zawodu w transporcie i spedycji. Świat się zmienia, są nowe wyzwania, chociażby w obecnej dobie covidowej. Czy choć raz pomyślał Pan, aby porzucić swoją pasję?

Konfucjusz, chiński filozof powiedział: „Wybierz sobie zawód, który lubisz, a całe życie nie będziesz musiał pracować”. W pełni się z tym zgadzam. Praca w branży TSL jest zdecydowanie moją pasją, choć nie jedyną, ale z pewnością nieodzowną częścią mojego życia. Nie wyobrażam sobie robić coś wbrew sobie, na czym się nie znam, co nie sprawia mi satysfakcji. Lubię być przygotowany na wszelkie możliwości, mieć dopięte wszystko na ostatni guzik. Czasami chyba aż za bardzo. Ale taki mam charakter i inaczej nie potrafię. Jak coś robić to na 100%.

Budowałem firmę od podstaw, znam jej funkcjonowanie, procesy, relacje. Tak, jestem ogromnym szczęściarzem, bo prowadzimy firmę wspólnie z żoną, która jest moim doradcą, współnikiem i partnerem biznesowym. Udało nam się

połączyć życie prywatne, rodzinne i służbowe. Doskonale się uzupełniamy. Nigdy nie myślałem o porzuceniu swojej pasji, nawet w gorszych momentach. Jestem typem człowieka, na którego stres, adrenalina działa mobilizująco.

Bardzo lubię rozwiązywać problemy. Sy-

rynek, zyskałoby wielu nowych klientów i nowe zlecenia.

Rozwiązywanie problemów z dziedziny TSL (Transport, Spedycja, Logistyka) to Wasza specjalność.

Na jednej z videokonferencji ministrów transportu UE nasz minister infrastruktury Andrzej Adamczyk zwrócił uwagę, że w sytuacji kryzysowej należy unikać wszelkich ograniczeń i utrudnień w swobodnym przepływie towarów i pracowników transportu. Nie da się nie zauważyć, że wśród zawirowań związanych z pandemią pojawiły się trudności w branży transportowej. Dotyczyły one swobody podróżowania, obaw kierowców i pojawiających się różnorodnych obostrzeń. Co było najtrudniejsze do rozwiązania w Pana firmie?

Nasza praca nie polega tylko na pracy biurowej, spotka-

niach, rozmowach telefonicznych. Pracujemy też w terenie, osobiście biorę udział w przygotowaniach, pomiarach, objazdach tras, załadunkach i rozładunkach. Przejechałem ponad 500.000 km pilotując ładunki ponadnormatywne. Nieustannie szkolimy siebie i innych. Dzięki temu nie jesteśmy oderwani od rzeczywistości. To jest nasz ogromny atut, który doceniają nasi klienci,



tuacja z covidem zaskoczyła chyba wszystkich. Jednak w naszym przypadku nie odczuliśmy tego bezpośrednio. Kilka miesięcy przed pandemią zrobiliśmy wielkie rewolucje, reorganizację firmy. Niektórzy mówią, że ją wyczułem. Były to dla niektórych dziwne, niezrozumiałe ruchy, ale ja wiedziałem, że musimy to zrobić. Dzięki temu otworzyliśmy się na

szczególnie w transportach ponadnormatywnych, które są moim konikiem. Transport to dziedzina naszej gospodarki, bez której funkcjonowanie państwa byłoby niemożliwe. Często nie zdajemy sobie sprawy z tego, ale nawet codzienne zakupy bułek na śniadanie zawdzięczamy temu, że ktoś zwiózł zboże z pola, zawiózł je później do młyna, skąd

Pomimo wielkich utrudnień, braku jakiegokolwiek pomocy, pomimo codziennego zagrożenia, pracowali. Powinniśmy o tym pamiętać. Znam takich, którzy dobrowolnie nie wracali z długich zagranicznych wyjazdów do domów, żeby uchronić rodzinę przed ewentualnym zakażeniem.



pojechało do piekarni i finalnie do sklepu osiedlowego, w którym robimy zakupy. Według obliczeń ekspertów, jeżeli stanie transport, to w ciągu 14 dni stanie wszystko. Najtrudniejsza była niepewność jutra i obawa przed zakażeniem. Zamknięto fabryki, wprowadzano nowe obostrzenia, zakazy. Ludzie się po prostu bali. Ale transport musiał funkcjonować pomimo pandemii. Po krótkim okresie stagnacji nastąpił bardzo duży wzrost potrzeb transporto-

Niespełna rok temu Parlament Europejski przyjął Pakiet Mobilności. Część z tych zapisów już weszła w życie. Jak to się przekłada na funkcjonowanie firm transportowych w naszym kraju?

Każdy nowy przepis dodatkowo komplikuje i tak już skomplikowane funkcjonowanie naszej branży. Nie ma chyba zawodu, który miałby aż tyle dodatkowych przepisów regulujących pracę jak zawód kierowcy.

Zmiany wynikające z pakietu w szczególności odczuwają firmy zatrudniające pracowników zza wschodniej granicy, nastawionych na maksymalnie długą pracę i co za tym idzie wyższe wynagrodzenie. Z drugiej strony jest to próba obrony rynku transportowego Unii Europejskiej przed konkurencją z krajów, w których transport działa prężnie. A Polska transportem drogowym stoi. Nasi przewoźnicy są jednak bardzo pomysłowi i znajdują sposoby na to, co już weszło w życie.

Czy w obliczu nowych rozwiązań dla sektora transportu, w związku z zapowiedziami Nowego Ładu widać Pan jakieś szanse dla swojej firmy?

Niestety żadne. Zyskają najmniej zarabiający. „Zielony transport” w przełożeniu na naszą branżę, czyli pojazdy ciężarowe z napędem elektryczny, wodorowy czy na gaz potrzebują jeszcze wielu, wielu lat zmian technicznych, infrastrukturalnych i większych dofinansowań ze strony państwa. Póki co to raczej niespełnione marzenia. Niestety.

Jakie są Pana marzenia w realizacji swojej pasji? Czy jest coś co chciałby Pan osiągnąć lub coś, co chciałby Pan wdrożyć w swojej firmie, jako pierwszy w kraju?

Bardzo lubię nietypowe wyzwania. Im trudniejsze do zrealizowania, bardziej złożone tym są atrakcyjniejsze. Odpowiedzeniem tego jest nasze hasło: „Logistyka jest naszą pasją”. Jesteśmy małą firmą od wielkich rzeczy.

Woziliśmy już wiele ponadgabarytowych ładunków, o których mówiono, że się nie da ich przewieźć. Bierzymy udział w wielkich państwowych projektach jak relokacje urządzeń wiertniczych, ale i w małych, jednorazowych i nietypowych realizacjach jak przewóz jachtu oceanicznego, remontowanego na terenie naszego miasta.

Realizujemy transporty krajowe jak i zagraniczne, normatywne i ponadgabarytowe, w których się specjalizujemy. Zajmujemy się ich organizacją od samego początku aż do końca. Od doradztwa produkcyjnego, wyceny, kalkulacji. Robimy objazdy tras, pomiary, wnioskujemy o zezwolenia na przejazd ponadnormatywny. Organizujemy załadunek, transport, pilotaż i rozładunek.

Dostarczaliśmy ładunki od koła podbiegunowego aż po Turcję, od Hiszpanii aż po Gruzję czy nawet Dubaj. Realizujemy projekty nie tylko na terenie Europy, obecnie mamy nawet projekt, którego elementy finalnie trafią do Meksyku. Na stałe wpisujemy się w ich historię. Udało nam się dobrać odpowiednich współpracowników, rzetelnych fachowców kochających swoją pracę tak samo jak my. Dzięki temu nadajemy na jednych falach.

Ponieważ jestem miłośnikiem lotnictwa chciałbym jako pierwszy wprowadzić transport powietrzny z podwieszonym ładunkiem ponadgabarytowym. Wbrew pozorom nie byłoby dużo droższe od konwencjonalnego i przy okazji uniknęlibyśmy konieczności rozwiązywania wielu problemów które pojawiają się w transporcie ponadgabarytowym drogowym. To marzenie do spełnienia.

Bernadetta Holak



wych, który trwa do teraz. Kierowcom należy się ogromny szacunek, to dzięki nim nie zabrakło nam niczego w sklepach, mieliśmy co zatankować na stacjach paliw.

Lubuska „żywa żywność” doceniona na całym świecie



Nie trzeba nikogo przekonywać, że nasze zdrowie jest na talerzu. I nie tylko na talerzu. O żywej żywności, która zachwyca nie tylko Polaków z Jędrzejem Saporowskim Prezesem Zarządu Living Food Sp. z o.o. rozmawia Bernadetta Holak.

LIVING FOOD brzmi intrygująco. Skąd pomysł na właśnie taką nazwę, do czego ona nawiązuje?

Firma Living Food, czyli „żywa żywność”, żywność dla życia. Głównym naszym celem jest szerzenie wiedzy na temat celowości profilaktyki zdrowia poprzez odpowiednią dietę, ze szczególnym uwzględnieniem żywności zawierającej prozdrowotne mikroorganizmy.

Tak, jesteśmy zdecydowanie zorientowani na zdrowie, a nasze produkty mają służyć ludziom w lepszym komforcie życia. Opracowana przez nas technologia, umożliwia produkcję ekologicznych, funkcjonalnych produktów spożywczych oraz suplementów diety, które zawierają żywe i aktywne szczepy bakterii probiotycznych w formie płynnej.

Co wyróżnia produkty Living Food wśród innych producentów probiotyków?

Wyróżnikiem naszych produktów probiotycznych jest przede wszystkim ich

płynna forma. Probiotyki znajdujące się w naszej ofercie zawierają żywe i aktywne szczepy bakterii probiotycznych, pochodzące z kolekcji kultur mikroorganizmów o potwierdzonym klinicznie, korzystnym wpływie na organizm człowieka.

Tak pozyskane bakterie probiotyczne poddawane są dalej kilkutygodniowej, kaskadowej hodowli, podczas której wytwarzają one szereg biofunkcyjnych postbiotyków, czyli zewnątrzkomórkowych, prozdrowotnych metabolitów, w tym m.in. kwasy organiczne i antyoksydanty. Wszystkie nasze produkty są wieloszczepowe, tzn. posiadają w swym składzie odpowiednie gatunki, a w tym od kilku do kilkunastu szczepów bakterii probiotycznych.

Wykonujemy liczne badania, współpracując z najlepszymi jednostkami nau-

kowymi w Polsce, aby mieć pewność, że jakość naszych produktów utrzymywana jest na najwyższym poziomie.

Zdrowie jest teraz szczególnie ważne. Setki Waszych prób, setki Waszych wyzwań, lata starań, a

teraz jesteście laureatami wielu nagród i wyróżnień. Co było i jest kluczem do Waszego sukcesu?

Zdrowie zawsze było, jest i będzie bardzo ważne. Teraz po prostu wielu z nas bardziej niż kiedykolwiek wcześniej zdało sobie z tego sprawę.

Sukcesem dla naszego całego zespołu są nie tylko liczne nagrody i wyróżnienia, z których jesteśmy oczywiście bardzo dumni, ale przede wszystkim każda informacja o korzystnym wpływie naszych preparatów probiotycznych na sprawność i zdrowie konsumentów. Największą nagrodą za pracę i miernikiem sukcesu są głosy zadowolonych klientów, którzy wskazują, że produkty probiotyczne firmy Living Food poprawiają komfort ich życia oraz redukują codzienne dolegliwości.

Kluczem naszego sukcesu są ludzie, którzy wspólnie z nami tworzą firmę Living Food. Nasza załoga to specjaliści w bardzo różnych dziedzinach - technolodzy żywności, dietetycy, biotechnolodzy, logistycy, pracownicy administracyjni i oczywiście niezwykle ważni pracownicy bezpośredniej produkcji. Wszystkich nas łączy jedno - pasja, zaangażowanie i radość z tego co wspólnie wykonujemy, zadowolenie z tego, że to co produkujemy przysparza innym zdrowia i radości. Jednak u nas nie ma miejsca na kompromisy - bezpieczeństwo, ekologia i jakość



naszych produktów są dla nas wszystkich na pierwszym miejscu.

Codzienna praca i zaangażowanie całego zespołu przyczyniają się do tworzenia wyjątkowych produktów probiotycznych wysokiej jakości dostępnych na rynku polskim, europejskim, a nawet światowym. Produkty cieszą się coraz większym zainteresowaniem zarówno na rynku rodzimym jak i poza jego granicami: w Skandynawii, Austrii, Niemczech, Hiszpanii, Anglii oraz Azji.

Każdy człowiek martwi się o swoje zdrowie. Obecnie w czasach pandemii przykładamy do niego jeszcze większą wagę. Czy na przestrzeni ostatniego roku odnotowaliście jakiś szczególny wzrost popytu na Wasze produkty? Jak pandemia przełożyła się na funkcjonowanie firmy?

Zainteresowanie naszymi produktami rośnie z roku na rok. Zwiększa się świadomość konsumentów w zakresie konieczności przyjmowania produktów probiotycznych w codziennej diecie. Prowadzimy także cały czas szeroką



działalność edukacyjną i propagatorską z zakresu celowości profilaktyki probiotycznej i prób Antybiotykoaterapii.

W odpowiedzi na potrzeby współczesnego człowieka wprowadzamy także na rynek nowe produkty. To wszystko przekłada się na większe zainteresowanie naszymi produktami.

Jednakże, pomimo tego, że podczas ostatniego roku pandemii zainteresowanie naszymi produktami wzrastało i nadal wzrasta, pomimo tego, że ludzie „atakowani” z każdej strony informacjami o COVID-19 szukali produktów, które mogłyby dodatkowo wspomóc ich układ odpornościowy, to wprowadzane przez rząd obostrzenia w komunikacji międzyludzkiej nie wpływają ostatecznie na zwiększenie naszej sprzedaży.

Ale i tak jest dobrze. Probiotyki idealnie wpisują się do kategorii produktów wspomagających odporność. Ich przyjmowanie jak najbardziej jest wskazane nie tylko podczas przyjmowania antybiotyków, czy w okresie pandemii, ale przez cały czas. Należy mieć świadomość, że odporności nie zbuduje się przez tydzień czy dwa. Odporność budujemy przez cały rok, 7 dni w tygodniu, 24 h na dobę. Nie wystarczy tylko pić probiotyki, należy jeszcze odpowiednio się odżywiać, prowadzić higieniczny tryb życia, dbać zarówno o wysiłek fizyczny jak i o odpoczynek i regenerację. Do tego wszystkiego nieustannie namawiamy.





Podczas pandemii musieliśmy wprowadzić w firmie szczególne, wskazane procedury, a także wypracować nowe standardy, które zapewniają zarówno bezpieczeństwo naszych pracowników jak i bezpieczeństwo produktów, a także zapewnią ciągłość produkcji na wypadek zachorowania któregoś z pracowników. Cieszymy się, że w minionym roku ludzie częściej szukali informacji i interesowali się swoim zdrowiem, bo dzięki temu będą mogli lepiej dbać o siebie i swoich bliskich.

Macie 11 letnie doświadczenie, czy jest coś takiego co stale Was zaskakuje w tej branży?

Tak. Nieustannie zaskakuje nas nieuczciwość i nierzetelność przekazywanych informacji przez niektórych producentów. Stosowanie chwytów marketingowych, używanie oświadczeń oraz wskazań na rzekome funkcjonalności produktów, mimo, że nie jest to zgodne ani z prawdą, ani z prawem. Często takie działania innych producentów przekładają się na negatywne postrzeganie suplementów diety jako całości.

W konkursie Związku Przedsiębiorców i Pracodawców pt. Dobra Firma 2021 odebrał Pan nagrodę w kategorii Najlepszy Pracodawca. To ogromne wyróżnienie. Jakich wskazówek udzieliłby Pan przyszłym pracodawcom?

Przede wszystkim należy żyć w zgodzie ze sobą i swoimi wartościami. Należy cenić swoich współpracowników, szanować

ich, umieć ich słuchać i z nimi rozmawiać. Zadowolenie, spokój, stabilność i radość załogi przekładają się na nasze finansalne, cenne dla zdrowia produkty – nie ma innej drogi.

Ja przy tym przyjmuję, że wszystko, co się dzieje, jest z korzyścią dla nas, nawet jeśli na początku tego nie rozumiemy.



Z takim podejściem nie tylko łatwiej się prowadzi biznes, ale też łatwiej się żyje. W potknięciach, które zdarzają się w każdym przedsiębiorstwie, nie szukamy winnych, ale wyciągamy wnioski i działamy dalej!

Bernadetta Holak

LivingFood™ | 11 lat



Prezes zarządu firmy Living Food Sp. z o.o. Autor receptur produktów zawierających żywe i aktywne szczepy bakterii probiotycznych w formie płynnej. Specjalista żywieniowy, promotor ekologii życia oraz wpływu pozytywnych czynników zewnętrznych i wewnętrznych na witalność oraz zdrowie człowieka.

PRZETRWAĆ - oto jest WYZWANIE!



Czy można utrzymać firmę, ba! kilka firm, których działalność objęta była obostrzeniami? O epidemii, restrykcjach, tendencjach i budowaniu relacji rozmawiamy z Marcinem Polakiewiczem, przedsiębiorcą zarządzającym kilkoma markami w województwie lubuskim.

Można powiedzieć o Panu Człowiek Orkiestra. Prowadzi Pan firmy z branży eventowej, turystycznej, gastronomicznej i samochodowej. Jeszcze przed pandemią Pana głównym źródłem dochodu były wesela na Zamku Joannitów. Planował Pan Galę Boksu w Łagowie, która nie mogła się odbyć z powodu obostrzeń. Straciliście praktycznie cały rok, podczas którego musieliście ograniczyć swoją działalność z powodu pandemii. Co Pana trzymało tak mentalnie w tym trudnym czasie? Co Pan sobie wtedy mówił, szczególnie w tych najtrudniejszych momentach?

Patrząc na moje przedsięwzięcia z zewnątrz, można wyobrazić sobie korporację z rozbudowaną administracją czy zarządem. Faktycznie jesteśmy niewielką firmą z zasięgiem wojewódzkim, przynajmniej, jeśli chodzi o lokalizację. Lokalna firma w oparciu o kilka pereł województwa lubuskiego prowadzi działalność znaną i rozpoznawalną poza granicami województwa jak i kraju.

Myślę tu przede wszystkim o Zamku Joannitów w Łagowie, ale również o naszych ośrodkach wypoczynkowych nad Jeziorem Sławskim. Nie możemy jednak zapomnieć o rozpoznawalnym od końca lat sześćdziesiątych Bachusie, jak i o jednej z pierwszych zielonogórskich

restauracji w stylu włoskim Casa Mia, która jest już na rynku jedenaście lat. Działania, jakie podejmowaliśmy w kwestii promocji miejsc i świadczonych usług, były bardzo szeroko zakrawane. Faktycznie – event, jakim miała być Gala MFC Castle Exclusive Edition niósł za sobą element reklamy, dotarcia do szerszego grona odbiorców, kierowany do grupy odbiorców premium, pokazanie naszej uniwersalności. Pokazanie, iż nie ograniczamy się tylko do organizacji weseł, konferencji, koncertów czy szkoleń bądź klimatycznego wypoczynku w średniowiecznym zamku.

Promocja to nieodzowny element naszych przedsięwzięć. Nakręciliśmy jedno



z naszych wesel jako odcinek programu Polsat Cafe, wzięliśmy udział w targach turystycznych w Cottbus, a targi berlińskie z powodu pandemii niestety nie odbyły się.

Pojawienie się epidemii, ogłoszone restrykcje w marcu 2020 roku spowodowały oczywiście wielkie obawy, ale niosły za sobą jedno podstawowe założenie – przetrwać. Przetrwać nie jako budynki czy firma. Przetrwać jako zespół, bo to właśnie zespół jest najważniejszy. On buduje te wszystkie przedsięwzięcia, zespala i jest autorem sukcesu.

Najtrudniejsze były pogrzeby. Pożegnaliśmy kilka bliskich firmie osób, nie możemy pogodzić się z odejściem dwóch Piotrów...

Obecnie luzowane są obostrzenia. Społeczeństwo jest już głodne wyjścia do restauracji, zabawy, odpoczynku. W samej Zielonej Górze widać już, jak zielonogórski deptak tętni życiem. Z pewnością jest Pan dobrym obserwatorem chociażby branży gastronomicznej. Mówi się, że w każdej trudnej sytuacji należy zobaczyć jakieś dobro, które w niej

jest. Czy da się zobaczyć coś dobrego, co mogło wynikać z czasu obostrzeń pandemicznych w Pana branżach?

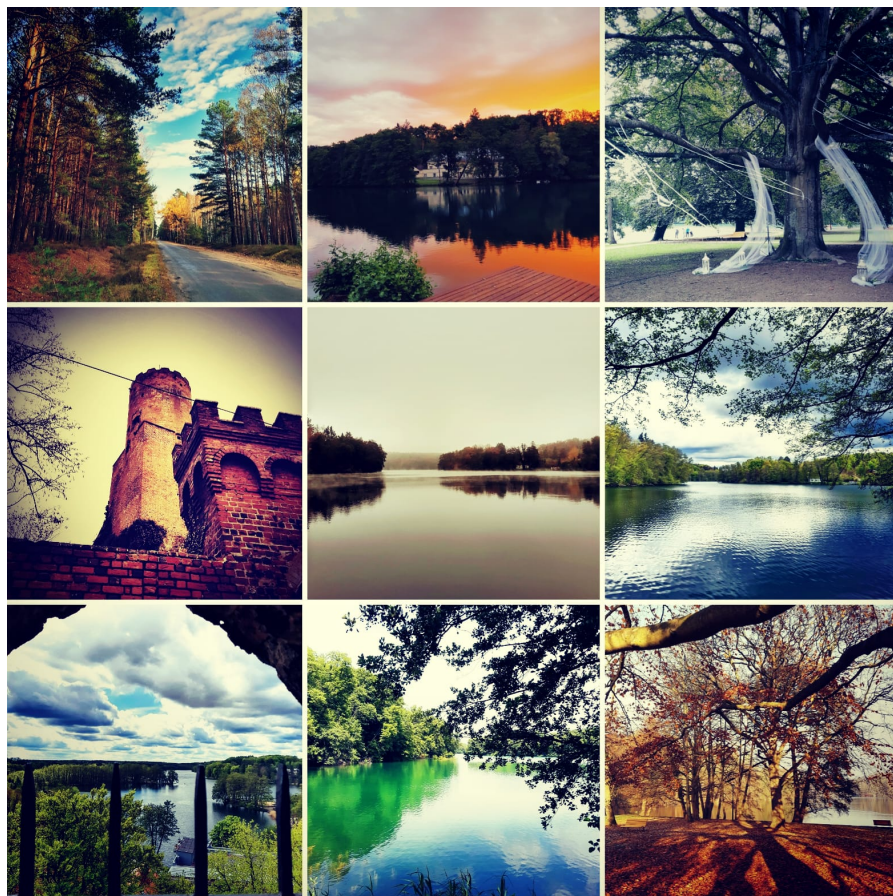
Oczywiście obserwujemy zmieniające się tendencje jak i trendy, zarówno na wspomnianym zielonogórskim Rynku, Łagowie czy Sławie. Tendencje te w krótkookresowym spojrzeniu napawają optymizmem, jednak by trend utrzymać, musimy zaoferować rozwiązania będące magnesem w dłuższej perspektywie. Fakt głodu restauracyjnego bądź gwaru kawiarnianego szybko zostanie zaspokojony.

Stoimy dziś przed budowaniem czegoś, co niemal umarło. Budowaniem relacji, bo na nich przede wszystkim opiera się branża gastronomiczna. Sytuacja inaczej wygląda w Sławie, gdzie w wyniku epidemii, jak i pogody sezon drastycznie się skrócił. Nie pomoże mu nawet piękny słoneczny wrzesień i październik. Miejscowości, kurorty czy - jak lubię mówić - obie perły ziemi lubuskiej - przeżywają obniżenie weekendowe. Ilości turystów zaskakują przedsiębiorców.

Trudno jest prowadzić biznes tylko weekendowo, jednak obecnie stoimy przed takim wyzwaniem. Bardzo dużo rezerwacji odbywa się przy pomocy Bonu Turystycznego, tym samym obserwujemy, iż odwiedzają nas zupełnie nowi goście.

W Sławie to przede wszystkim mieszkańcy województwa dolnośląskiego. W Łagowie brakuje odwiedzających nas Niemców. Zamek w Łagowie to specyficzny obiekt, trudno jest go utrzymać z gości indywidualnych i to tylko weekendowych.

Wraz z parami młodymi walczymy o frekwencję w przełożonych weselach. Wesela kalkulowane na sto osób tracą sens przy ilości gości połowie mniejszej w





szczyt sezonu. Z organizacji wesela zrezygnowało wiele osób. Mimo umowy zapewniającej nam możliwość uchylenia się od zwrotu wpłaconego zadatku, wszystkim oddajemy pieniądze - to bolesne, bo faktem jest, że przejeżdżaliśmy je podczas ograniczonej działalności.

Optymizmem napawa trzydziestoosobowy zespół, z którym a może raczej, dzięki któremu przetrwaliśmy. Oczywiście były czarne owce, które przetrwały przy nas najtrudniejszy okres, a kiedy tylko pojawiły się lepsze oferty z rynku, skorzystały z nich i odeszły. Wskazując dobre strony, to właśnie to przyczyszczenie szeregów. Zostaliśmy zespołem silniejszym, lepszym, cenniejszym i mądrzejszym.

Czy widzi Pan jakiś sposób, aby utrzymać dochody na porównywalnym poziomie sprzed pandemii, w branży gastronomicznej, w czasie, kiedy po raz kolejny będzie trzeba poddać się izolacji?

Utrzymanie dochodów na poziomie sprzed pandemii będzie osiągalne, jednak dziura, którą po sobie zostawiły

ograniczenia działalności, jest nie do załatania. Oczywiście bez pomocy rządu nie przetrwalibyśmy tego roku, to nie byłoby możliwe. Rządzący wzięli odpowiedzialność za wprowadzone ograniczenia. Pomoc rządowa w postaci dwóch tarcz pozwoliła nam przetrwać i utrzymać pracowników.

Bez pomocy samorządów to także byłoby niemożliwe. Prezydent Zielonej Góry zwolnił nas z czynszu za lokal, zwolnił z opłat za koncesję dotyczącą alkoholu, jak i z opłat za ogródki gastronomiczne. Wójt Łągowa znacznie zniwelował opłatę za dzierżawę Zamku oraz liberalnie podchodzi do terminów rat za podatek od nieruchomości. Tym władarzom personalnie bardzo

dziękuję, jak również ich radnym, bez których nie zostałyby podjęte korzystne uchwały. Niestety niektóre gminy wydają się być głuche na nasze wnioski, prośby czy nawet już krzyk.

Będzie ciężko, ale damy radę - tak w skrócie można odpowiedzieć. Boimy się wszechobecnej drożyzny, która będzie mieć wpływ na ceny naszych usług. Absolutnie nie zamierzamy „nadrobić” strat podnosząc ceny. Jednak do podnoszenia cen zmuszają

nas rosnące ceny u dostawców. Począwszy od warzyw, mięsa, owoców morza czy energii, nie możemy pominąć kwestii kosztów pracy, kończąc na wzrastającym koszcie wywozu odpadów i związanej z tym gospodarki.



Wcześniej wspomniałam o branży samochodowej. Prowadzi Pan również stację diagnostyczną. Co jest kluczem do dobrego zarządzania w takiej różnorodności branż?

Swoje pierwsze kroki w biznesie stawiałem w branży transportu osób, posiadam certyfikaty kompetencji zawodowej w transporcie osób jak i rzeczy. Przez niemal dekadę współtworzyłem regularną komunikację województwa lubuskiego. Porzuciłem ją dla turystyki i później gastronomii. Do pandemii uważałem, że mamy w firmie znaczną - wystarczającą dywersyfikację przychodów. Wybuch obostrzeń, zamknięcie naszych branż pokazało, iż byłem w błędzie - a z błędów trzeba wyciągać wnioski! Stacja diagnostyczna to dziecko pandemii. To branża covidoodporna. Badanie techniczne pojazdu posiadać musimy

bez względu na pandemię. To był impuls, który pozwolił w pół roku zbudować i uruchomić naszą stację. W pocie czoła, własnymi rękami, uciekając z domu przed izolacją, myśleniem, strachem, uciekałem w pracę fizyczną. Im większa satysfakcja, tym większa ra-



dość. Ta budowa pomogła mi przetrwać najtrudniejszy czas. Ten czas pomogła mi przetrwać także wyrozumiałość i wsparcie partnerki oraz cel, który był przede mną – przetrwać! Dzięki

działaniom, rozwojowi, nie tylko dzięki subwencjom.

Branże turystyczna jak i gastronomiczna przenikają się. Sztuką było wplecenie w nie stacji kontroli pojazdów, lecz tu postawiliśmy na doświadczenie. Zatrudniając najlepszych, doświadczonych diagno-

stów od początku działalności budowaliśmy markę poprzez zaufanie. Zarządzanie tymi obiektami daje satysfakcję - to wyzwanie, które ja realizuję z przyjemnością. Relacje ze współpracownikami dają energię, często kosztem życia prywatnego, kosztem doby, która niestety trwa tylko 24 godziny.

Jako racjonalista, dostrzegam mijający bezpowrotnie czas, widzę w pracy sens, cel i kierunek rozwoju.





Zaczyna się czas odmrażania gospodarki. Zapowiedziano Nowy Ład. Jakie widzi Pan w tym korzyści do funkcjonowania biznesu?

Oczywiście odmrażanie gospodarki jest przez nas zauważalne i mocno oczekiwane. Jak większość, mamy obawy o kolejne jesienne fale epidemii. Napawa optymizmem do tej pory na świecie niespotykany poziom szczepień, chcemy, by to było „lekarstwem na całe zło”. Naszą prywatną odpowiedzią na pandemię był remont, jak i powiększenie restauracji Casa Mia o 120%.

Nie pokładamy nadziei, jak i nie potrafimy dziś krytykować Nowego Ładu. Jednak ja osobiście preferowałbym więcej swobody gospodarczej niż pomocy. Rynek nie znosi próżni, odradza się samistnie, rzadko trzeba go stymulować, czasem można regulować. Dajmy gospodarce chwilę oddechu, nie przeszkadzajmy, nie utrudniajmy. Parę dziwnych pomysłów nawet podczas pandemii zmuszeni byliśmy zrealizować. Jak choćby, obowiązkowa dla naszej branży, wymiana kas fiskalnych na kasy online. Z dnia na dzień zmieniliśmy chyba 10 takich urządzeń. Każde kosztowało około 3 tys. złotych. W pandemii każda wydawana złotówka miała wagę kilkunastu. To bolesny i nieuzasadniony dla mnie

wydatek. Zatem może zamiast piętrzyć przepisy, w których gubią się już nasi księgowi i radcy prawni warto zastosować pomoc na zasadzie ustawy Mieczysława Wilczka z grudnia 1998 r. Najkrócej mówiąc - co nie jest zakazane jest dozwolone – pozwólcie działać, dajcie odbudować tę poturbowaną branżę – gospodarkę.

Często w naszej rozmowie mówił Pan w liczbie mnogiej, dlaczego?

Nie uciekamy z branży, nie poddamy się. Tak, jak wygrywamy wojnę z pandemią, tak wygramy i my, przetrwamy. Nikogo podczas pandemii nie zwolniliśmy, bo to nasz kapitał. Odpowiedzi udzielałem celowo w liczbie mnogiej reprezentując moich najbliższych, jak i współpracowników, oddając im należne podziękowanie jak i szacunek. Szczególne podziękowania dla mojej partnerki, rodziny, jak i dla managerów poszczególnych obiektów. To z nich płynęła siła, a w nich leżał potencjał na ciąg dalszy. Ich relacje z pracownikami pozwoliły przetrwać w takim znacnym składzie. Oczywiście w głowie rodzi się kilka pomysłów a raczej już przedsięwzięć, które pomału staną się faktem.



Marcin Polakiewicz, zielonogórzanin, pochodzący z Kozuchowa, lokalny przedsiębiorca zarządzający markami: Zamek Joannitów w Łagowie, Restauracja Casa Mia w Zielonej Górze, Restauracja Winiarnia Bachus, dwoma ośrodkami wypoczynkowymi w Sławie oraz Stacją Kontroli Pojazdów Polcontrol w Zielonej Górze. Mgr ekonomii, który swój dyplom odebrał po pięciu latach, kiedy miano go wysłać do archiwum, członek Stowarzyszenia Bratniej Pomocy ODD Fellows, członek zielonogórskiego Clubu Rotary, prezes fundacji Perły Ziemi Lubuskiej, przygotowujący kolejne, nowe projekty, którymi ma zamierzać zaskoczyć lubuszan... i nie tylko.



100%

ALL-SERVICE

Zamawiając stworzenie projektu graficznego wizytówki (Ty dostarczasz materiały i logo), otrzymasz 100% zniżki na usługę standardowego druku tego projektu. Rabat obejmuje nakład 100 sztuk, niezależnie od formatu.
tel. +48 505 549 679 m.wodnicki@druk.zgora.com



50%

BLAUT AKADEMIA GRZEGORZ BLAUT

Indywidualne sesje coachingowe. 50% za pierwsze 3 sesje.
grzegorz@blautakademia.pl



30%

Rublon

Zabezpiecz zdalny dostęp do sieci / serwerów / aplikacji przy pomocy 2FA.
sales@rublon.com



25%

F24.pl

Czyszczenie BIK, upadłość, unieważnianie umów CHF, odszkodowania
+48 68 452 22 16, biuro@f24.pl



20%

AVIS

Obsługa i szkolenia BHP. Kursy UDT (wózki, podesty).
tel. 697 254 568 avis@biuro-avis.pl



20%

Streamsoft Sp. z o.o. Sp. K.

Streamsoft PCBiznes - program do faktur, magazynu, księgowości, kadr i płac.
+48 68 456 69 01 handel@streamsoft.pl



5%

P.P.U.H. "Inter-Castor" Sp. z o.o.

Cięcie laserowe blach. Dostawa dla zamówień powyżej 5 tys. do 100 km GRATIS!
+48 68 383 5112, info@intercastor.pl

Dźwięk *na full*

Dlaczego dźwięk i muzyka są idealnymi narzędziami do promocji i budowania relacji? Jak wzmocnić markę wykorzystując potencjał płynący z nut i fal dźwiękowych? O audio branding opowiada Paweł Ptaszyński, realizator dźwięku oraz autor podcastów i właściciel marki cnw media.

Czy dźwięk i muzyka rzeczywiście mogą odgrywać dużą rolę w promocji firmy czy produktu?

Od lat odgrywają i to ogromną. Światowe marki już od dawna wiedzą, że komunikowanie się z odbiorcą tylko na poziomie wizualnym nie wystarczy. Im więcej zmysłów zaangażujemy, tym głębszą relację klient-marka możemy uzyskać. I właśnie dlatego oprócz logo, key visuali, animacji, kreacji graficznych i stron internetowych wielcy gracze sięgnęli między innymi po dźwięk. Ludzie w drodze ewolucji są przystosowani do odbioru wrażeń akustycznych. Potrzeba około siedemnastu setnych sekundy, żeby organizm przetworzył usłyszany dźwięk i fizjologicznie na niego zareagował. Dźwięk od zawsze jest dla nas nośnikiem informacji, czasami kluczowych dla przeżycia. Jeżeli popatrzymy na to przez pryzmat muzyki, która z kolei jest nośnikiem emocji, to dodając to do siebie mamy odpowiedź. Skoro



Paweł Ptaszyński | cnw media

muzyka może wpływać na wzrastanie poziomu dopaminy, czyli poczucia zadowolenia i spełnienia, to warto z tego skorzystać i komunikować się z klientem także za pomocą fal dźwiękowych.

I na tym polega audio branding?

W dużym uproszczeniu: tak. Tworzenie identyfikacji dźwiękowych, czy tzw. „dźwiękowego logo”, polega na tym, żeby połączyć markę z takimi dźwiękami, które mają wywoływać określone wrażenia emocjonalne i odzwierciedlać określone wartości charakterystyczne dla marki. Taki dźwiękowy „kod kreskowy”, kilka nut, po których od razu można rozpoznać, o którą markę chodzi. Wzorcowymi przykładami są na przykład Intel, McDonald’s, T-Mobile lub Netflix. Natomiast „dźwiękowe logo” to tylko jeden z elementów całej palety dźwięków. Efektem końcowym procesu audio branding jest dużo więcej niż tylko trzysekundowy dzینگiel.

W takim razie co jeszcze?

Wszystko to, co można zagrać tam, gdzie można coś zagrać, a gdzie do tej

pory było cicho. Utwory do reklam radiowych i telewizyjnych, muzyka do klipów do mediów społecznościowych, oprawa firmowego podcastu, oprawy muzyczne wydarzeń firmowych, konferencji czy targów, gongi, firmowy dzwonek telefoniczny, dzینگiel do firmowej centrali telefonicznej, muzyka do recepcji czy poczekalni, dźwięki do aplikacji mobilnych a nawet... „soundtracki” do samochodów i urządzeń. Wielu przedstawicieli firm nie zdaje sobie sprawy z tego, jak wiele mają takich miejsc i wydarzeń, które mogłyby uatrakcyjnić dźwiękiem, a które są po prostu... nieme. Natomiast odwracając sytuację: stworzenie identyfikacji wizualnej może być także impulsem do rozwinienia zakresu pól, na których dochodzi do dźwiękowego styku marki z klientem. Dźwiękowa przygoda wciąga i powoduje, że chce się szukać coraz to nowszych miejsc, gdzie takie firmowe nuty będą docierać do klientów marki.

Wspomniałeś o dużych, globalnych markach, ale czy z audio branding mogą skorzystać na przykład małe lokalne firmy lub marki takie, jak na przykład kraje, regiony lub miasta?

Oczywiście, że mogą. Pod względem odbioru dźwięku i muzyki klient globalnego fast-foodu nie różni się niczym od klienta lokalnego biznesu czy turysty. Każdy z

nas jest na swój sposób wrażliwy na dźwięk i muzykę. Do każdego z nas można dotrzeć dźwiękowo i muzycznie. I mówimy na razie tylko o odbiorcach dźwięku. A co z nadawcą? Każdą markę można „przetłumaczyć” na muzykę. Każda firma lub instytucja kieruje się jakimiś wartościami, ma jakieś charakterystyczne cechy. Nie ma takiej marki, której nie dałoby się opowiedzieć nutami. Natomiast żeby audio branding spełniał swoje zadanie, to, jak wspomniałem przed momentem, marka musi zapewnić sobie odpowiednie pola emisji.

Czyli żeby być rozpoznawanym po dźwięku, trzeba go grać jak najczęściej i gdzie tylko się da?

Otóż to. Zupełnie nie ma sensu tworzenie identyfikacji dźwiękowej tylko po to, żeby raz na rok wrzucić na Facebooka jakiś filmik zwieńczony firmowym motywem muzycznym. Kluczem jest tu częsta powtarzalność i utrwalanie motywu w głowie odbiorcy. Dżingle radiowe są szczególnym przykładem takiego audio branding. Chyba każdy, kto słucha radia potrafi zanucić dżingiel ulubionej stacji, albo rozpoznać różne stacje po motywie muzycznym.

To dlatego, że słyszymy je niemalże codziennie po kilka razy?

Między innymi dlatego. Częste powtarzanie to jednak nie wszystko. W całej dźwiękowej przygodzie chodzi o to, żeby motyw muzyczny był charakterystyczny, wyjątkowy. Dający się polubić, a przez to „wgryzający” się w ucho, a przez uszy do głowy. Taki, żeby można go było zapamiętać, a potem zanucić. To w języku angielskim określa się potocznie mianem „earworm”, czyli „robala, który wchodzi w uszy”. Na polskim rynku mamy wiele tego typu przypadków. Po latach nie da

się przeczytać zdania „Dłuższe życie każdej pralki to Calgon” bez nucenia w głowie melodii z reklamy. Dobrze skonstruowane audio logo działa właśnie w ten sposób. Muzyka w połączeniu z psychologią, neurobiologią i komunikacją marki daje niewyobrażalne efekty.

Jak powstaje taki audio branding?

Od zera. Nie stosujemy żadnych gotowców czy już istniejących utworów. Wszystko zaczyna się od rozmów i poznawania marki oraz dźwiękowego audytu. Poznając markę od wewnątrz, przekładamy strategie biznesowe na nuty. Przepisujemy wartości, jakimi kieruje się firma na dźwięki i instrumenty. Tłumaczymy wizję i misję na język muzyki tworząc muzyczne DNA firmy. Po takim rekonesansie jesteśmy zaopatrzeni w sporą pulę informacji, które posłużą jako baza do doboru odpowiedniej strategii projektowania. To jest najciekawszy etap produkcji, bo to właśnie tu przekładamy na przykład liczby, litery, sylaby, słowa czy kształty na dźwięki. Jak wspomniałem wcześniej: nie ma takiej rzeczy, której nie dałoby się odzwierciedlić dźwiękiem. Po etapie rozpoznania i dobrania strategii zaczyna się już typowa muzyczna robota – komponowanie i aranżacja. Dalej testowanie porównawcze wariantów wyprodukowanych utworów, dobór najbardziej efektywnych i na końcu wdrożenie już u klienta. Oprócz tworzenia także uczymy jak wykorzystywać powstałe dźwięki.

Po liczbie wymienionych działań można wywnioskować, że wyprodukowanie takiej identyfikacji trochę trwa...

Bo musi trwać. Jeżeli coś ma być dobre i spełniać swoją rolę, to stworzenie tego

wymaga czasu i pracy zespołu ludzi. Im większa marka tym bardziej rozbudowana realizacja, a tym samym tworzenie dłuższej trwa i większa grupa ludzi nad nią pracuje. Realizacja naszego udźwiękowania trwała około trzech miesięcy, bo zawierała trochę więcej niż wersja minimum. Taki podstawowy zestaw składa się z dwóch elementów: dźwiękowe logo oraz bazowy utwór przewodni, czyli coś w rodzaju minutowego „hymnu” marki. Duże identyfikacje wymagają stworzenia wielu elementów oraz na przykład udziału orkiestry i dokładniejszych badań efektywności. Dlatego w takie projekty zaangażowanych może być nawet kilkadziesiąt osób, a prace rozłożone na wiele miesięcy wspólnie, wspólnej dźwiękowej podróży.

Joanna Zielińska



*Posłuchaj podcastu
Jak wykorzystać
dźwięk do rozwijania
marki, promocji i pozyskiwania nowych
klientów? Czym jest
audio branding i dla-*

czego warto zastanowić się nad rozszerzeniem swojej tożsamości firmowej właśnie o elementy audio branding i audio UX?



artykuł sponsorowany

Przyszłość małych i średnich firm to płynne inwestowanie w rozwój

Agencja Rozwoju Przemysłu stawia sobie za cel wspieranie polskich przedsiębiorców. Do jakiej ich grupy jest skierowana oferta Agencji?

Nasze działania kierujemy do sektora MŚP. Firmy, które mogą korzystać z naszego wsparcia muszą spełnić jednak kilka warunków, a mianowicie: prowadzić działalność minimum przez 12 miesięcy, prowadzić rachunkowość na zasadach pełnej księgowości, wykazać się przychodem ze sprzedaży za 2019 rok na poziomie przynajmniej 4 mln zł, a także zakończyć ostatni rok dodatnim wynikiem finansowym oraz EBITDA.

Jeśli chodzi o branże – tutaj jest niemal pełen przekrój, z wyjątkiem firm z branży deweloperskiej i strictly rolniczej.

Łatwo do Was dotrzeć?

Ostatnio znacznie łatwiej. Obecnie w Polsce działa siedem Centrów Obsługi Przedsiębiorców. Nasze Centrum mieści się w Poznaniu przy ul. Bukowskiej 12 na terenie MTP.

Zasięg działania to trzy województwa, oprócz wielkopolskiego także lubuskie i zachodniopomorskie. Oprócz kontaktów osobistych klienci mogą skorzystać z konsultacji telefonicznych i

mailowych. Pełna lista teleadresowa znajduje się na: <https://www.arp.pl/uslugi-finansowe/centrum-obslugi-przedsiębiorców>



Na co może liczyć przedsiębiorca trafiający do COP?

W Centrum Obsługi Przedsiębiorców można zapoznać się z ofertą ARP dla MŚP, w tym z ofertą pożyczkową, leasingową, faktoringową, a także wsparciem dla działalności eksportowej. W ramach działań centrów zapewniamy naszym klientom kompleksowe, dopasowane do indywidualnych potrzeb doradztwo i obsługę wniosków. Można powiedzieć, że od czasu, gdy zaczęliśmy działać w Poznaniu około 50 % naszej aktywności były to działania informacyjne. Przedsiębiorcy, by móc wybrać najbardziej optymalne dla siebie rozwiązania muszą wiedzieć co mamy im do zaproponowania. Koncentrujemy się na wspieraniu firm w trzech zasadniczych obszarach. Są to rozwój, innowacyjność i działania proeksportowe.

Dziś, w czasie pandemii firmy myślą raczej o tym, jak przetrwać niż o rozwoju ...

To prawda, że sytuacja wynikająca z rozwoju pandemii SARS-CoV-2 postawiła wiele przedsiębiorstw w trudnym położeniu. My jako ARP jeszcze mocniej zaangażowaliśmy się we wspieranie firm z sektora MŚP. Przygotowaliśmy nowe produkty pożyczkowe i leasingowe w ramach Tarczy Antykryzysowej, których zadaniem jest pomóc przetrwać przedsiębiorcom ciężki okres. ARP łącznie przeznaczy 1,7 mld zł na działania służące przeciwdziałaniu skutkom pandemii skierowane na pomoc płynnościową dla klientów MŚP.

Na co i w jaki sposób można z nich skorzystać?

Jeśli chodzi o pożyczki udzielane w ramach Tarczy Antykryzysowej to jest to pożyczka na sfinansowanie deficytu w kapitale obrotowym, a także pożyczka na sfinansowanie wynagrodzeń pracowników. Wysokość pożyczki obrotowej to od 800 tys. do 5 mln zł. Charakterystyczny dla niej jest niespotykane długi na rynku okres spłaty, wynoszący do 6 lat, a także maksymalnie 15-miesięczna karencja w spłacie kapitału. Oprocentowanie tych pożyczek to WIBOR 1M + od 2,5 % plus jednorazowa prowizja 0,2%. Jak będzie oprocentowanie, przedsiębiorca wie z góry, ponieważ na naszej stronie www.arp.pl jest narzędzie o nazwie Parametryzator pożyczki. Przy jego pomocy można sprawdzić jaki będzie koszt pożyczki w konkretnej sytuacji. Ponadto prowizja jest pobierana dopiero po przyznaniu pożyczki. Przedsiębiorca więc niczego nie ryzykuje. Gdy chodzi o produkty leasingowe w ramach Tarczy Antykryzysowej, oferujemy leasing operacyjny na sfinansowanie leasingów komercyjnych i leasing „Maszyneria” na zakup maszyn

i urządzeń bez wpłaty własnej lub z karencją w spłacie, Leasing operacyjny „REMaszyneria” z karencją w spłacie, na refinansowanie aktualnie leasingowanych maszyn i urządzeń. Program Wsparcie dla przedsiębiorców sektora autobusowych przewozów pasażerskich z przeznaczeniem na spłatę rat leasingowych. Maksymalna kwota leasingu to 5 mln zł, a najdłuższy możliwy czas spłaty to 6 lat.

W jaki sposób można się o nią starać?

Wszystkie formalności można załatwić bez wychodzenia z domu. Wdrożyliśmy nowy system pozwalający na szybkie i bezpieczne składanie wniosków drogą internetową. Pod adresem www.arp-tarcza.pl działa Portal Klienta, w którym znajdują się wszystkie niezbędne informacje na temat produktów oferowanych przez nas w ramach Tarczy Antykryzysowej. Proces składania wniosku odbywa się z wykorzystaniem Profilu Zaufanego do uwierzytelnienia oraz elektronicznego podpisywania wniosku.

Czy produkty dla przedsiębiorstw, które ARP oferowało przed pandemią nadal są dostępne?

Oczywiście. Jak już mówiłem to produkty wspierające rozwój, innowacje i eksport. Wiadomo już, że rynek sprzed pandemii nie wróci. Już planujemy jak pomóc odnaleźć się przedsiębiorcom w nowej rzeczywistości i zaplanować przyszłość prowadzonej działalności gospodarczej.



Andrzej Rosiek - Dyrektor Centrum
Centrum Obsługi Przedsiębiorców w Poznaniu
ul. Bukowska 12, 60-810 Poznań
mob. +48 734 214 121
andrzej.rosiek@arp.pl
www.arp.pl

RODO w praktyce



Czy RODO aż tak bardzo zmieniło nasze życie, czy może jest to nadinterpretacja nowych przepisów?

UG: RODO życia nie zmieniło. To życie spowodowało, że RODO musiało powstać. Walutą są nasze dane osobowe. Żyjemy szybko, przepływ informacji na nasz temat, m.in. w internecie, galopuje, dlatego też należało ujednolicić w całej UE przepisy tak, by każdy z nas był tak samo chroniony.

Niezrozumienie i strach przed RODO spowodował, że narosło wokół niego wiele niepotrzebnych legend.

AS: No, właśnie. Te legendy trochę kreują negatywne postrzeganie RODO na rynku. A przecież ideą Rozporządzenia jest ochrona naszej prywatności, natomiast dane osobowe to tylko jej takie „namacalne” odzworowanie. Trochę nieszczerliwie dla głównej idei, RODO tłumaczone jest zawsze przez użycie terminu „dane osobowe”. A przecież chodzi o prywatność - jedną z najcenniejszych wartości, jakie w ogóle posiadamy. Dlatego chrońmy prywatność. To ważne. I z tego powodu RODO jest istotne dla naszego życia.

Nawiązanie stosunku pracy to sytuacja nieodłącznie wiążąca się z udostępnieniem swoich danych osobowych przez pracownika oraz ich przechowywaniem i administrowaniem przez pracodawcę. Co się dzieje, gdy umowa zostaje rozwiązana? Czy były szef ma prawo gromadzić informacje na nasz temat?

UG: Przy zatrudnianiu pracownika możemy przetwarzać tylko te dane, o których mówi nam Kodeks Pracy. Już samo posiadanie prywatnego nr telefonu czy adresu e-mail bez zgody pracownika jest naruszeniem jego praw. Niejednokrotnie

podczas audytów znajduję błędy w przetwarzaniu danych w aktach osobowych. A co z danymi po rozwiązaniu umowy? Akta pracownicze podlegają ochronie również po ustaniu zatrudnienia. Czas ich przechowywania, to odpowiednio od stycznia 2019 r. przechowujemy akta osobowa 10 lat przed rokiem 2019 -50 lat.

AS: Dodam tylko, że te dane, które przechowuje pracodawca, powinny być odpowiednio zabezpieczone. Jeśli mają charakter tradycyjny, tzn. papierowy, to

Należy pamiętać, że RODO, to przede wszystkim analiza ryzyka i ciągłe przewidywanie zagrożeń, dlatego należy przyrzeć się krytycznym okiem na naszą firmę w zakresie ochrony danych osobowych i pracować nad tym by uniknąć naruszeń, które mogą skutkować m.in. karami finansowymi.

wiąże się to z pojęciami: szafa, klucze, zamknięcie, strefy dostępu, kontrola osób uprawnionych, itp.

Jeśli te dane są także w wersji cyfrowej (a coraz częściej są), to zadбайmy, aby miały kopię bezpieczeństwa i nie wyciekły. Na jakim serwerze i gdzie są przechowywane oraz jak je odzyskać po awarii, to jednak ma znaczenie. Warto, aby informatyk przygotował dokumentację, która odpowie na te proste pytania.

Jak dochodzi do powstawania zagrożeń bezpieczeństwa danych osobowych oraz incydentów związanych z ich ochroną?

AG: Przede wszystkim przez brak świadomości i odkładanie na później inwestycji w zabezpieczenia systemów informatycznych, przygotowywanie procedur dedykowanych firmie, czy szkoleń pracowników.

Należy pamiętać, że RODO, to przede wszystkim analiza ryzyka i ciągłe przewidywanie zagrożeń, dlatego należy przyrzeć się krytycznym okiem na naszą firmę w zakresie ochrony danych osobowych i pracować nad tym by uniknąć naruszeń, które mogą skutkować m.in. karami finansowymi.

AS: Zagrożeń jest wiele. Od „zwykłej” kradzieży lub wycieku danych przez pożar, zalanie aż do nadużyć uprawnień pracowników czy zwykłej pomyłki w wysłaniu maila do niewłaściwego adresata.

Nawet w małej firmie, takich zagrożeń identyfikuje się około trzydziestu. Czy to dużo? O części zagrożeń nawet na co dzień nie myślimy. A szkoda.

Ocena ryzyka – bo w sumie o tym mówimy – to podstawa z podstaw skutecznej ochrony danych. Jeśli nie znamy zagrożeń i nie ocenimy negatywnych skutków ich wystąpienia w naszej firmie, to nie będziemy w stanie dobrać właściwych zabezpieczeń, aby skutecznie chronić dane i próbować zmniejszać ryzyko. To, że ufamy

naszym pracownikom, to dobrze. Ale ... warto jednak weryfikować czy właściwie przetwarzają dane.

„Prawo do bycia zapomnianym” – co konkretnie oznacza i czy klienci są jego świadomi?

UG: Wydaje się, że prawo do bycia zapomnianym można stosować zawsze i wszędzie. Po 2018 r. było to główne prawo, z którego korzystano, wypisując się z baz PESEL, czy informacji komorniczej.

Musimy jednak pamiętać, że nie zawsze my - jako klienci - możemy z tego prawa skorzystać, ponieważ jest wiele przesłanek, wprost to uniemożliwiających, np. trwanie umowy, czas związany z ewentualnymi roszczeniami.

AS: Chociaż czasami kusi, aby „Skarbowka” o nas zapomniała (śmiej), to niestety, nie ta „bajka”.

Pandemia koronawirusa wymusiła na wielu przedsiębiorstwach poważne zmiany organizacyjne. Praca zdalna, utrudniony dostęp do dokumentów i specjalne restrykcje sanitarne mogą wpłynąć również na ochronę danych osobowych, w tym RODO. Jak wygląda ochrona danych osobowych podczas pandemii?

UG: Nie byliśmy przygotowani na taki obrót spraw, w związku z tym, na gorąco trzeba było podejmować odpowiednie działania. Z czasem, część przedsiębiorców potraktowała problem z danymi osobowymi poważnie. W wielu organizacjach, w których jestem inspektorem ochrony danych, wprowadziliśmy procedury obiegu dokumentów, korzystanie z VPN, szkolenia pracowników on-line. Warto również zauważyć, iż nasz ustawodawca zwrócił uwagę na problem pracy zdalnej i w związku z tym trwają prace nad odpowiednimi zapisami w Kodeksie pracy.

AS: W nowej rzeczywistości praca zdalna w firmie stała się elementem, który już pozostanie. Dużym wyzwaniem jest zapewnienie bezpieczeństwa tej formy pracy, szczególnie w aspekcie ochrony danych.

Jak w tych nowych czasach bezpiecznie pracować i zapewnić ochronę danych? Jak nie dopuścić do kradzieży, wycieku danych lub kompromitacji firmy w oczach klientów? Te pytania mnożą się w głowach właścicieli/menedżerów codziennie.

UG: Na początek, zapewnimy pracownikom bezpieczny sprzęt do pracy zdalnej. Komputery z firmy (nawet te stacjonarne) w domu pracownika to i tak bezpieczniejsze rozwiązanie niż praca na prywatnym sprzęcie.

Pamiętajmy, komunikacja pomiędzy firmą a domem musi być bezpieczna. Dobre rozwiązanie stanowi VPN (z ang. „wirtualna sieć prywatna”). To taki bezpieczny „tunel” do przesyłania poufnych danych przez Internet z domu do firmy i odwrotnie.

AS: Dodatkowo, jeśli wysyłamy e-maile, to załączniki warto opatrzyć hasłem, silnym hasłem, a następnie przekazać je adresatowi sms-em, komunikatorem lub głosowo. Pod żadnym pozorem nie przesyłamy hasła mailem.

No i koniecznie – obowiązek tworzenia kopii bezpieczeństwa danych. Warto przypomnieć, że niestety, kilka lokalnych firm do dzisiaj „liże rany”, bo nie posiadało kopii, a trafił się „zły hacker”, podał szkodliwy załącznik w mailu, pracownik tylko kliknął, bo myślał, że to faktura i ... ups - dane zostały zaszyfrowane. I dylemat - płacić okup za odszyfrowanie danych czy odzyskać z kopii bezpieczeństwa? Chyba lepiej to drugie.

Milionowe kary w RODO to realne zagrożenie czy jedynie straszak?

UG: Myślę, że jedno i drugie. Ustawa o ochronie danych funkcjonuje od 1997 r. i zanim weszło RODO była traktowana bardzo „po macoszemu”.

Szum medialny związany z wejściem w życie RODO i kary sugerowane za brak jego wdrożenia, spowodowały, że przedsiębiorcy zaczęli traktować ochronę danych na serio.

Przez 3 lata pracy jako Inspektor Ochrony Danych oraz jako szkoleniowiec widzę duże zmiany na plus, ale dostrzegam również fakt, iż wielu przedsiębiorców ochronę danych odkłada na dalszy plan, co w dzisiejszych czasach jest działaniem na szkodę firmy, nie tylko ze względu na kary, ale ze względu na wizerunek, na który pracują bardzo długo.

AS: No właśnie. „Straszak” samej kary, który na mniejsze firmy – mam wrażenie - chyba nie działa, nie jest tym najgorszym, co może się wydarzyć. I warto to wyjaśnić.

Z powodu, np. kradzieży, wycieku danych lub medialnych doniesień, że „firma X nie zadbała o skuteczną ochronę danych lub padła ofiarą ataku hackerskiego”, można stracić dobrą opinię na rynku, później klientów, a w konsekwencji - przychody. To niestety, bardziej prawdopodobne i ostatecznie również bardziej bolesne dla firmy niż wizja kar.

Trzy proste rady, które ułatwią podejmowanie decyzji zgodnie z RODO według Was to?

UG: WSU - Wiedza, Szkolenia, Uświadamianie.

AS: Dokładnie tak. I dodałbym jeszcze radę nr „3,5” – ciągła kontrola wdrożonych zabezpieczeń i testowanie ich działania. Nawet tak prosty sprawdzian jak „zasada czystego biurka” – czyli sprawdzenie po godzinach pracy zabezpieczenia dokumentów przez pracownika w odpowiednim miejscu, np. w szafkach, mogą dużo powiedzieć o przestrzeganiu wdrożonych zasad.

Joanna Zielińska



Urszula Giercarz (UG)



Arkadiusz Stawczyk (AS)

Migracja cudzoziemców za pracę nie ustaje

Starzejące się społeczeństwo polskie, migracja w pandemii, nielegalne zatrudnienie. To obszary, w których wszyscy się zmagamy – pojedynczy obywatele, migranci i przedsiębiorcy, którym coraz bardziej brakuje pracowników. O blaskach i cieniach życia emigranta i prowadzenia biznesu w branży Agencji Zatrudnienia opowiada Nadzeya Matusevich, właścicielka firmy WORK GROUP MIR.

Migracja cudzoziemców za pracę nie ustaje. Cudzoziemcy bardzo chętnie przyjeżdżają do Polski, młodzi ludzie rozpoczynają też studia w naszym kraju. Czy czas pandemii w jakiś sposób ograniczył migrację do Polski?

Mogę stanowczo stwierdzić, że pandemia na pewno nie ograniczyła migracji. Spowodowała jedynie trudności w przekraczaniu granicy. Ludzie tak jak poprzednio, chcą przyjeżdżać do pracy w Polsce, więc są gotowi odbywać kwarantannę i wykonywać testy na covid-19.

Przybycie do naszego kraju było ograniczone tylko w momencie, gdy granice między państwami zostały całkowicie zamknięte. Stanowiło to wówczas problem zarówno dla pracowników, jak i pracodawców.

Mają Państwo duże doświadczenia w nawiązywaniu współpracy pomiędzy pracodawcami a pracownikami będącymi cudzoziemcami. Co przekonuje obcokrajowców do przyjechania do Polski i chęci pozostać w niej na dłużej lub na stałe?

Praca w Polsce cieszy się coraz większym zainteresowaniem. Ostatnio pracownicy coraz częściej wyrażają chęć uzyskania zezwolenia na pobyt. Sytuacja ta wiąże się z osiąganiem wyższych dochodów, wysokiej jakości opieką medyczną, poziomem edukacji, większym wyborem ofert pracy na rynku.

Polska jest krajem gościnnym dla migrantów i dla niektórych staje się prawdziwym domem. Oczywiście zdarza się, że niektórzy po kilku latach życia na obczyźnie wracają do domu. Życie emigranta ma swoje własne trudności psychologiczne, ale z własnego doświadczenia wiem, że są one do pokonania. A ja osobiście ani przez chwilę nie żałowałam, że zostałam w Polsce na stałe.

Z czym najtrudniej jest zmierzyć się przeciętnemu migrantowi w naszym kraju? Czy jest to różnorodne w zależności od pochodzenia danego obywatela?

Na to pytanie nie można odpowiedzieć jednoznacznie, gdyż to nie jest takie proste. Na pewno mogę stwierdzić, że nie ma znaczenia, skąd pochodzi dana osoba. Różnica polega tylko na tym, jakie cele realizuje. Jeśli ktoś przyjechał pracować i zarabiać i jest gotów nauczyć się przynajmniej podstaw języka polskiego, to nie powinien mieć problemów. Oczywiście istnieje ryzyko pracy u pozbawionego skrupułów pracodawcy. Niestety widzę takie sytuacje, kiedy ludzie pozostają bez pieniędzy, bez mieszkania. Mam takiego pracownika, który został oszukany przez Agencję zatrudnienia i przez cztery dni koczował na dworcu w Katowicach bez pieniędzy. Tacy nieuczciwi "pracodawcy" korzystają z tego, że ludzie nie znają języka, swoich praw, nie wiedzą, gdzie się zwrócić i gdzie zgłosić tę sytuację. Wstydę się za moich kolegów z innych Agencji.

Ludzie traktują nas po takich przeżyciach z rezerwą i brakiem zaufania. Ale warto też podkreślić, że z drugiej strony, jeśli mówimy o pracownikach, wśród nich są również niezbyt uczciwi i sumienni ludzie. Ryzyko i trudności istnieją wszędzie.

Powszechnie wiadomo, że społeczeństwo polskie starzeje się i coraz bardziej odczuwamy odpływ polskich sił roboczych. Napływ siły roboczej ze wschodnich krajów z roku na rok jest coraz większy. Czy

w związku z napływem pracowników zza granicy może pojawić się jakieś zagrożenie, z którym będziemy musieli zmierzyć się w przyszłości?

Ja też jestem emigrantką. Przyjechałam z Białorusi. Są ludzie, którzy już uważają emigrantów za zagrożenie i mówią, że wszyscy powinniśmy spakować walizki i wrócić do domu, ale na szczęście nie każdy tak myśli. W większości polskie społeczeństwo jest gotowe na napływ nowych sił robotniczych.

Ludzie ze wschodu wypełniają te nisze na polskim rynku pracy, które pozostają puste. Przyjeżdżają tutaj, ponieważ jest popyt i przyzwoite wynagrodzenie.

Jakie trudności natury prawnej spotykacie Państwo w prowadzeniu swojej działalności gospodarczej? Czy polityka migracyjna w naszym kraju jest dostosowana do występujących realiów? Jakie są Wasze życzenia w tym obszarze?

Polityka migracyjna jest bardzo lojalna i dostosowana do obecnej sytuacji w Polsce.

Polityka migracyjna jest bardzo lojalna i dostosowana do obecnej sytuacji w Polsce.

Jedynym problemem jest bardzo długi okres oczekiwania na zezwolenie na pracę. To aż trzy do czterech miesięcy, kiedy dana osoba musi funkcjonować bez pracy i czekać. Stąd też pojawia się kwestia nielegalnego zatrudnienia. Ludzie nie mają wyboru.

Jeśli chodzi o prowadzenie swojej działalności, to zdecydowanie na początku nie było łatwo. Robiłam wszystko sama, a największą trudnością było dla mnie znalezienie współwłaściciela. Nie będąc obywatelem Polski, nie mogłam sama otworzyć firmy, dlatego potrzebuję współzałożyciela. Jest to pewne utrudnienie, jednak jak mój przykład pokazał, do zrealizowania.

Bernadetta Holak



PAŃSTWOWA INSPEKCJA PRACY

Państwowa Inspekcja Pracy odpowiada na pytania przedsiębiorców.

Pracownik złożył wniosek z prośbą o rozwiązanie umowy o pracę bez wypowiedzenia w trybie art. 30 par. 1 pkt. 3 Kodeksu pracy. Jaki powinien być zapis w świadectwie pracy dotyczący trybu i podstawy prawnej rozwiązania umowy o pracę?

Przepis art. 30 par. 1 pkt. 3 Kodeksu pracy mówi o rozwiązaniu umowy o pracę przez oświadczenie jednej ze stron bez zachowania okresu wypowiedzenia (rozwiązanie umowy bez wypowiedzenia).

Pracownik może rozwiązać umowę o pracę bez wypowiedzenia tylko w dwóch przypadkach określonych w art. 55 Kodeksu pracy. Pracownik może rozwiązać umowę o pracę bez wypowiedzenia, jeżeli zostanie wydane orzeczenie lekarskie stwierdzające szkodliwy wpływ wykonywanej pracy na zdrowie pracownika, a pracodawca nie przeniesie go w terminie wskazanym w orzeczeniu do innej pracy odpowiedniej ze względu na stan jego zdrowia i kwalifikacje zawodowe.

Pracownik może rozwiązać umowę o pracę w trybie par. 1 art. 55 K.p. także wtedy, gdy pracodawca dopuścił się ciężkiego naruszenia podstawowych obowiązków wobec pracownika. Tylko w tych przypadkach pracownik może rozwiązać umowę o pracę bez wypowiedzenia.

Jeżeli nie zachodzi żadna z wymienionych przyczyn, pracownik nie ma podstaw, aby skorzystać z tego typu rozwiązania umowy o pracę i powinien wybrać inny sposób rozwiązania - za porozumieniem stron (art. 30 par. 1 pkt. 1 K.p.) lub za wypowiedzeniem (art. 30 par. 1 pkt. 2 K.p.).

Jeżeli pracodawca wyraża zgodę na propozycje pracownika na rozwiązanie umowy z konkretnym dniem to rozwiązanie następuje na mocy porozumienia stron - art. 30 par. 1 pkt. 1 Kodeksu pracy.

Jak udzielić pracownikowi urlopu wypoczynkowego, jeżeli pracuje po 12 godzin według harmonogramu?

Zgodnie z art. 154(2) par. 1 Kodeksu pracy, bez względu na obowiązujący pracownika system czasu pracy urlop wypoczynkowy jest mu udzielany w dni, które są dla tego pracownika dniami pracy, zgodnie z obowiązującym go rozkładem czasu pracy w wymiarze godzinowym, odpowiadającym dobowemu wymiarowi czasu pracy pracownika w danym dniu. Urlop jest udzielany w wymiarze godzinowym, a przy udzielaniu urlopu jeden dzień odpowiada 8 godzinom pracy. Oznacza to, że pracownik zatrudniony w pełnym wymiarze czasu pracy, któremu przysługuje 26 dni urlopu, może go wykorzystać w wymiarze 208 godzin. W przypadkach, gdy dobowy wymiar czasu pracy pracownika nie wynosi 8 godzin pracodawca udzielając pracownikowi urlopu, odejmuje od przysługującej pracownikowi puli godzin urlopu tj. 208 godzin) liczbę godzin urlopu, jaką pracownik przepracowałby, gdyby nie korzystał z urlopu.

Czy ja jako pracodawca mogę w okresie pandemii nakazać pracownikowi wykorzystanie urlopu wypoczynkowego za zaległy rok, gdy pracownik nie wyraża na to zgody?

Do przedstawionego stanu faktycznego, zastosowanie znajdują następujące przepisy prawa:

Art. 159c ustawy z dnia 2 marca 2020 r. o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych (tj. Dz.U.2020.1842) stanowi, że w okresie obowiązywania stanu zagrożenia epidemicznego lub stanu epidemii, ogłoszonego z powodu COVID-19, pracodawca może udzielić pracownikowi, w terminie przez siebie wskazanym, bez

uzyskania zgody pracownika i z pominięciem planu urlopów, urlopu wypoczynkowego niewykorzystanego przez pracownika w poprzednich latach kalendarzowych, w wymiarze do 30 dni urlopu, a pracownik jest obowiązany taki urlop wykorzystać.

Art. 163 Kodeksu pracy stanowi:

§ 1. Urlopy powinny być udzielane zgodnie z planem urlopów. Plan urlopów ustala pracodawca, biorąc pod uwagę wnioski pracowników i konieczność zapewnienia normalnego toku pracy. Planem urlopów nie obejmuje się części urlopu udzielanego pracownikowi zgodnie z art. 1672.

§ 11. Pracodawca nie ustala planu urlopów, jeżeli zakładowa organizacja związkowa wyraziła na to zgodę; dotyczy to także pracodawcy, u którego nie działa zakładowa organizacja związkowa. W takich przypadkach pracodawca ustala termin urlopu po porozumieniu z pracownikiem. Przepis § 1 zdanie drugie i trzecie stosuje się odpowiednio.

§ 2. Plan urlopów podaje się do wiadomości pracowników w sposób przyjęty u danego pracodawcy.

§ 3. Na wniosek pracownicy udziela się jej urlopu bezpośrednio po urlopie macierzyńskim; dotyczy to także pracownika - ojca wychowującego dziecko lub pracownika - innego członka najbliższej rodziny, o którym mowa w art. 1751 pkt 3, który korzysta z urlopu macierzyńskiego.

Z powyżej wskazanych przepisów wynika, że w okresie obowiązywania stanu zagrożenia epidemicznego lub stanu epidemii, ogłoszonego z powodu COVID-19, pracodawca może udzielić pracownikowi, w terminie przez siebie wskazanym, bez uzyskania zgody pracownika, urlopu wypoczynkowego niewykorzystanego przez pracownika w poprzednich latach kalendarzowych, w wymiarze do 30 dni urlopu. W takiej sytuacji pracodawca udziela pracownikowi urlopu z



pominięciem planu urlopów o którym mowa w art. 163 Kodeksu pracy.

Jednocześnie z przepisów jasno wynika, że pracownik obowiązany jest taki urlop wykorzystać.

Czy pracodawca może wypowiedzieć umowę o pracę poprzez wysłanie do pracownika swojego oświadczenia w tym przedmiocie pocztą?

Zgodnie z Kodeksem pracy oświadczenie o rozwiązaniu umowy o pracę powinno zostać złożone pracownikowi na piśmie. Wymóg ten zostanie spełniony w sytuacji, kiedy nastąpi osobiste jego wręczenie, przesłanie pracownikowi oświadczenia pocztą, a także po spełnieniu określonych warunków - przesłanie go drogą elektroniczną.

Dotychczas ułatwieniem dla pracodawcy była tzw. fikcja doręczenia, która polegała na tym, że w sytuacji, gdy pracownik nie odebrał przesyłki poleconej po dwukrotnym awizowaniu, to z upływem ostatniego dnia terminu do odbioru działało domniemanie, że złożone przez pracodawcę oświadczenie zostało skutecznie doręczone. Zgodnie bowiem z art. 61 § 1 Kodeksu cywilnego: oświadczenie woli, które ma być złożone innej osobie, jest złożone z chwilą, gdy doszło do niej w taki sposób, że mogła zapoznać się z jego treścią.

Fikcja doręczenia została jednak wyłączona na mocy ustawy z dnia 16 kwietnia

2020 r. o szczególnych instrumentach wsparcia w związku z rozprzestrzenianiem się wirusa SARS-CoV-2. Zgodnie z art. 98 § 1 tejże ustawy: nieodebranych pism podlegających doręczeniu za potwierdzeniem odbioru przez operatora pocztowego w rozumieniu ustawy z dnia 23 listopada 2012 r. - Prawo pocztowe, których termin odbioru określony w zaawizowaniu o pozostawieniu pisma wraz z informacją o możliwości jego odbioru przypadał w okresie stanu zagrożenia epidemicznego lub stanu epidemii, nie można uznać za doręczone w czasie obowiązywania stanu zagrożenia epidemicznego lub stanu epidemii oraz przed upływem 14 dni od dnia zniesienia tych stanów. Istnieją pewne wyłączenia określone w art. 98 § 2, ale dotyczą one między innymi do przesyłek wysyłanych do/wysyłanych przez sądy i Trybunały, prokuraturę i inne organy ścigania.

W związku z powyższym pracodawca może wysłać wypowiedzenie umowy o pracę pocztą, ale musi pamiętać, że w obowiązującym aktualnie stanie prawnym związanym z wystąpieniem na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej stanu epidemii, w przypadku nieodebrania danej przesyłki, nie można uznać, że oświadczenie to zostało skutecznie doręczone i pracodawca powinien skorzystać z innym dostępnych środków.

Czy pracownikowi zatrudnionemu na stanowisku serwisanta wykonującego pracę w warunkach stałego

przemieszczania się i którego miejscem pracy zgodnie z umową o pracę jest obszar geograficzny obejmujący województwo lubuskie i kujawsko – pomorskie, w przypadku skierowania do usunięcia awarii, czas przeznaczony na dojazd samochodem służbowym z miejsca zamieszkania do miejsca usunięcia awarii w obiektach zlokalizowanych w miejscowości będącej siedzibą Oddziału pracodawcy – w Luboniu (województwo wielkopolskie) lub w Poznaniu i z powrotem, powinny być wliczane do czasu pracy i pracownik powinien otrzymać wynagrodzenie za pracę?

Do tak przedstawionego stanu faktycznego, zastosowanie znajdują następujące przepisy prawa:

1) art. 29 § 1 pkt 2, art. 77 § 1, art. 128 § 1 ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks pracy (Dz. U. z 2020 r., poz. 1320) zwaną dalej: „Kodeksem pracy”;

2) art. 1, art. 10 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 13 kwietnia 2007 r. o Państwowej Inspekcji Pracy (Dz. U. z 2019 r., poz. 1251).

Obowiązek wskazania w umowie o pracę, miejsca pracy wynika z art. 29 § 1 pkt 2 Kodeksu pracy. Zgodnie z tym przepisem, umowa o pracę określa strony umowy, rodzaj umowy, datę jej zawarcia oraz warunki pracy i płacy, w szczególności: miejsce wykonywania pracy.

W związku z tym, że w Kodeksie pracy brakuje szczegółowej definicji miejsca pracy, Sąd Najwyższy sprecyzował to pojęcie w swoich orzeczeniach. Przez miejsce pracy przyjęło się rozumieć stały punkt w znaczeniu geograficznym bądź pewien oznaczony obszar, strefę określoną granicami jednostki administracyjnej podziału kraju lub w inny dostatecznie wyraźny sposób, w którym ma nastąpić świadczenie pracy (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 1 kwietnia 1985 r., sygn. akt sprawy I PR 19/85). A zatem określenie miejsca pracy powinno wskazywać na jakiś stały, określony punkt, który może zostać zlokalizowany, może to być np. siedziba zakładu pracy czy miejscowość, na której terenie wykonywana jest praca.

Istotny problem z określeniem miejsca pracy, a tym samym niemożność stwierdzenia, czy pracownik znajduje się w podróży służbowej, istnieje w przypadku pracowników stale przemieszczających się. W tym przypadku podróżą służbową nie jest stałe wykonywanie zadań w różnych miejscowościach i terminach, których wyboru dokonuje każdorazowo sam pracownik w ramach uzgodnionego rodzaju pracy. Ponadto miejsce wykonywania pracy pracowników powinno być tak ustalone, aby pracownicy mieli możliwość wykonywania zadań, wliczając w to czas dojazdu do miejsca ich wykonywania, w ramach umówionej dobowej i tygodniowej normy czasu pracy w przyjętym okresie rozliczeniowym (wyrok z dnia 11 kwietnia 2001 r., sygn. akt I PKN 350/00).

Sposób określenia miejsca pracy ma istotne znaczenie dla ustalenia podróży służbowej pracownika stale przemieszczającego się. Zgodnie art. 775 § 1 Kodeksu pracy, pracownikowi wykonującemu na polecenie pracodawcy zadanie służbowe poza miejscowością, w której znajduje się siedziba pracodawcy, lub poza stałym miejscem pracy przysługują należności na pokrycie kosztów związanych z podróżą służbową.

Należy mieć na uwadze, iż w orzecznictwie sądowym dominuje pogląd, zgodnie z którym pracownicy stale przemieszczający się w trakcie wykonywania swoich zwykłych obowiązków służbowych, nie są w podróży służbowej.

W uzasadnieniu uchwały składu siedmiu sędziów Sądu Najwyższego z dnia 19 listopada 2008 r., o sygn. akt II PZP 11/08 (OSNP 2009 nr 13-14, poz. 166) Sąd Najwyższy wyjaśnił, iż art. 775 § 1 Kodeksu pracy odnosi się jedynie do zadania służbowego rozumianego jako zdarzenie incydentalne w stosunku do pracy umówionej i wykonywanej zwykle w ramach

stosunku pracy. Z art. 775 § 1 Kodeksu pracy wynika bowiem wprost, że podróż służbowa, która jest swoistą konstrukcją prawa pracy, ma charakter incydentalny. Jej podstawę formalną stanowi polecenie wyjazdu służbowego, które powinno określać zadanie oraz termin i miejsce jego realizacji.

Zadanie musi być skonkretyzowane i nie może mieć charakteru generalnego. Nie jest zatem podróżą służbową wykonywanie pracy (zadań) w różnych miejscowościach, gdy przedmiotem zobowiązania pracownika jest stałe wykonywanie pracy (zadań) w tych miejscowościach. W konsekwencji wykonywaniem zadania służbowego w rozumieniu art. 775 § 1 Kodeksu pracy nie jest wykonywanie pracy określonego rodzaju, wynikającej z charakteru zatrudnienia. Taka praca bowiem nigdy nie jest incydentalna, ale permanentna.



Sąd Najwyższy w uzasadnieniu tej uchwały wywiódł przy tym, że nie jest sprzeczne z prawem wskazanie w umowie o pracę pewnego obszaru geograficznego jako miejsca wykonywania pracy. Takie ukształtowanie miejsca świadczenia pracy jest możliwe, bowiem nie wyklucza tego żaden przepis prawa. Istnieje jednak zastrzeżenie polegające na tym, że miejsce świadczenia pracy pracownika mobilnego oznaczające pewien obszar jego aktywności zawodowej musi odzwierciedlać prawdziwy (a nie fikcyjny) stan rzeczy. Ma to być więc obszar, na którym pracownicy mobilni będą na stałe zobowiązani do przemieszczania się. Tym samym, użyte w art. 29 § 1 pkt 2

Kodeksu pracy określenie „miejsce wykonywania pracy” należy utożsamiać z zamieszczonym w art. 775 § 1 Kodeksu pracy określeniem „stałe miejsce pracy”, bowiem to rozróżnienie nie ma doniosłości normatywnej. Użyta w art. 775 § 1 Kodeksu pracy wzmianka o stałym miejscu pracy wskazuje przy tym, że za punkt odniesienia należy przyjąć właśnie miejsce wykonywania pracy określone w umowie o pracę zgodnie z art. 29 § 1 pkt 2 Kodeksu pracy.

W rzeczywistości, faktyczne miejsce wykonywania pracy może być jednak inne niż określone w umowie. Uznanie, że stałe miejsce pracy jest równoznaczne z faktycznym miejscem pracy (miejscem wykonywania czynności pracowniczych) - nie zaś z umówionym miejscem pracy - powodowałoby negatywne konsekwencje dla pracownika, na przykład w postaci niewypłaconych diet. Przyjęte w tej

uchwale stanowisko prowadzi do ogólniejszego wniosku, że pracownik mający wskazany w umowie o pracę określony obszar jako miejsce wykonywania pracy, nie jest w podróży służbowej, jeżeli tego obszaru nie opuszcza.

Powyższe stanowisko znalazło również swoje potwierdzenie w uzasadnieniu wyroku Sądu Najwyższego z dnia 10 października 2012 r. w sprawie o sygn. akt II UK 72/12, w którym tenże Sąd wypowiedział się w sposób następujący, cyt.: „Nie jest podróżą służbową wykonywanie przez pracownika zatrudnionego na stanowisku serwisanta maszyn przemysłowych usług serwisowych u użytkujących te maszyny klientów, których siedziby

znajdują się na określonym w umowie o pracę obszarze, będącym miejscem wykonywania pracy.”.

W myśl art. 128 § 1 Kodeksu pracy, czasem pracy jest czas, w którym pracownik pozostaje w dyspozycji pracodawcy w zakładzie pracy lub w innym miejscu wyznaczonym do wykonywania pracy.

W wyroku z dnia 11 sierpnia 2015 r. w sprawie o sygn. akt III PK 152/14 Sąd Najwyższy wypowiedział się w sposób następujący, cyt.: „Czasem pracy (art. 128 § 1 Kodeksu pracy) pracownika wykonującego obowiązki pracownicze na określonym obszarze, do czego niezbędne jest stałe przemieszczanie się, jest także czas poświęcony na niezbędne przejazdy. W czasie tych przejazdów pracownik pozostaje bowiem w dyspozycji pracodawcy a świadczenie pracy (wykonywanie obowiązków pracowniczych) polega na samym przemieszczaniu się, bez którego nie byłoby możliwe wykonanie podstawowych zadań pracowniczych. Z tego punktu widzenia jest więc obojętne, jakim środkiem transportu pracownik się przemieszcza (własnym, dostarczonym przez pracodawcę, czy publicznym), jak również czym się zajmuje w czasie przejazdu (prowadzi samochód, świadczy pracę możliwą do wykonania w czasie przejazdu, czy też odpoczywa).

Za czas pracy może być również uznany czas poświęcony na wykonywanie obowiązków pracowniczych w miejscu zamieszkania pracownika, jeżeli nie ma on zorganizowanego przez pracodawcę żadnego miejsca ("biura"), które mogłoby

być traktowane jako filia siedziby pracodawcy.”.

Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 27 stycznia 2009 r. w sprawie o sygn. akt II PK 140/08 wypowiedział się w sposób następujący, cyt.: „Pozostawanie w dyspozycji” w rozumieniu art. 128 § 1 Kodeksu pracy wymaga przebywania (fizycznej obecności) w zakładzie pracy lub innym miejscu, które w zamyśle pracodawcy jest wyznaczone (przeznaczone) do wykonywania pracy. Jeśli podróż służbowa wiąże się z fizyczną obecnością w miejscu wykonywania pracy (na określonym obszarze geograficznym), to pracownik pozostaje przez ten czas w dyspozycji pracodawcy.”.

Przenosząc powyższe rozważania na grunt rozpoznawanej sprawy należy stwierdzić, iż rozstrzygnięcie kwestii zaliczenia czasu przejazdu pracownika z miejsca zamieszkania do miejsca wykonania usług serwisowych u klienta, którego siedziba zakładu zlokalizowana jest w miejscowości będącej jednocześnie siedzibą Oddziału pracodawcy i z powrotem do miejsca zamieszkania pracownika, zależy każdorazowo od okoliczności indywidualnej sprawy, w tym też od obowiązującego pracownika systemu czasu pracy i nie jest jednolicie ujmowana w doktrynie i orzecznictwie sądowym.

Dokonując rozważań fragmentarycznie tylko przedstawionego stanu faktycznego, nie popartego dokumentami źródłowymi, należy rozróżnić dwie sytuacje mianowicie, czy pracownik dojeżdża z miejsca zamieszkania do siedziby

pracodawcy przed rozpoczęciem realizacji zadania służbowego - serwisowania instalacji u klienta, czy też jedzie z miejsca zamieszkania bezpośrednio do miejsca, gdzie będzie wykonywał zadania służbowe i w związku z tym:

- w sytuacji, gdy pracownik z miejsca zamieszkania jedzie najpierw do siedziby pracodawcy, a dopiero stamtąd jedzie do miejsca/miejsc, gdzie będzie wykonywał swoje obowiązki służbowe, do czasu pracy powinien być wliczany czas od wyjazdu z siedziby pracodawcy do chwili powrotu do tej siedziby, natomiast czas przejazdu z miejsca zamieszkania do siedziby pracodawcy nie powinien być traktowany jako czas pracy;

- natomiast w sytuacji, gdy pracownik jedzie z miejsca zamieszkania, z pominięciem siedziby pracodawcy, bezpośrednio do miejsca/miejsc, gdzie będzie wykonywał swoje obowiązki służbowe, do czasu pracy powinien być (co potwierdza orzecznictwo Sądu Najwyższego w tym przedmiocie) wliczany czas przejazdu z miejsca zamieszkania do miejsca, gdzie będą wykonywane obowiązki pracownicze oraz czas przejazdu z powrotem, oraz czas spędzony na faktycznym wykonywaniu pracy. Należy bowiem uznać, że czynności te zostały bowiem podjęte w celu realizacji normalnych, stałych obowiązków służbowych, stąd już z momentem wyjazdu z domu, pracownik pozostawał w dyspozycji pracodawcy. Stan takiej dyspozycji, zgodnie z art. 128 § 1 Kodeksu pracy, winien być zaliczony do czasu pracy.



Z EKSPERTAMI



PAŃSTWOWA INSPEKCJA PRACY

68 451 39 34

13 LIPCA | 28 LIPCA | 11 SIERPNIA | 26 SIERPNIA

W GODZ. 10:00 – 12:00

BEZPŁATNE

PORADY PRAWNE INSPEKTORA PRACY
DLA PRACODAWCÓW ZRZESZONYCH W OPZL

(Po)covidowy rynek pracy

Covid, koronawirus, pandemia, epidemia były, i są nadal, odmieniane w różnych przypadkach. Ogłoszony stan zagrożenia epidemiologicznego oraz wprowadzane, i wycofywane, obostrzenia mocno wpływały na prowadzenie działalności gospodarczej, a tym samym i rynek pracy. W ubiegłym roku najtrudniejszy dla gospodarki i rynku pracy był II kwartał. Stało się wtedy jasne, że pandemia nie ominie naszego województwa i kraju. Wprowadzony lockdown był szokiem dla wszystkich. Wskaźniki gospodarcze dołowały. Wskaźnik koniunktury o połowę, a PKB – o 8%. Nastroje przedsiębiorców uległy radykalnej zmianie. Oceniali zdecydowanie negatywnie sytuację swoich przedsiębiorstw. Wśród barier wzrosła niepewność i brak popytu. Szykowały się zwolnienia grupowe. Liczba osób przewidzianych do zwolnienia szybko rosła, przekraczając w kwietniu i maju 500 osób.

Mocny wpływ na ograniczenie negatywnych zjawisk, w tym masowego bezrobocia, było uruchomienie kolejnych edycji Tarcz Antykryzysowych. Wsparcie dla firm zostało uruchomione już w kwietniu 2020 roku. Pierwszą formą były pożyczki dla mikroprzedsiębiorstw. Stopniowo form pomocy przybywało. Wojewódzki Urząd Pracy (WUP) udzielał wsparcia z tytułu przestoju ekonomicznego oraz udzielał świadczeń z tytułu obniżonego wymiaru czasu pracy. Natomiast Powiatowe Urzędy Pracy (PUP) udzielały dofinansowania do wynagrodzeń i składek społecznych, dofinansowania do działalności gospodarczej oraz przyznawały mikropożyczki. Wszystko odbywało się to w sposób ciągły, w zależności od potrzeb pracodawców.

Do dnia dzisiejszego WUP wsparł ponad 2 tys. przedsiębiorców (głównie małych i średnich), zatrudniających ponad 83 tys. pracowników na kwotę ponad 291 mln zł, natomiast PUP – odpowiednio blisko 75 tys. firm (głównie mikro i małych), zatrudniających dodatkowo ponad 38 tys. pracowników, na kwotę blisko 461 mln zł. Pozwoliło to na wyhamowanie niekorzystnych trendów. Liczba nowych zgłoszeń zwolnień grupowych malała, a te które były już zgłoszone – nie odbywały się. Liczba bezrobotnych po wzroście w II kwartale ustabilizowała się w dalszej części 2020 roku na poziomie 23-24 tysięcy osób.

Pierwsze miesiące 2021 roku przyniosły ożywienie na lubuskim rynku pracy. Pomimo wprowadzonych kolejnych pandemicznych ograniczeń, liczba ofert pracy, zgłaszanych do powiatowych urzędów pracy w okresie od stycznia do maja, wzrosła (wzrost o ponad 29% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego). Jednocześnie napływ do bezrobocia był mniejszy niż rok temu (odpowiednio o 23%), co wskazuje, że mniej Lubuszan traciło pracę. W efekcie na koniec maja odnotowano mniejszą liczbę bezrobotnych niż rok wcześniej (mniej o 971 osób, tj. o 4,2%).

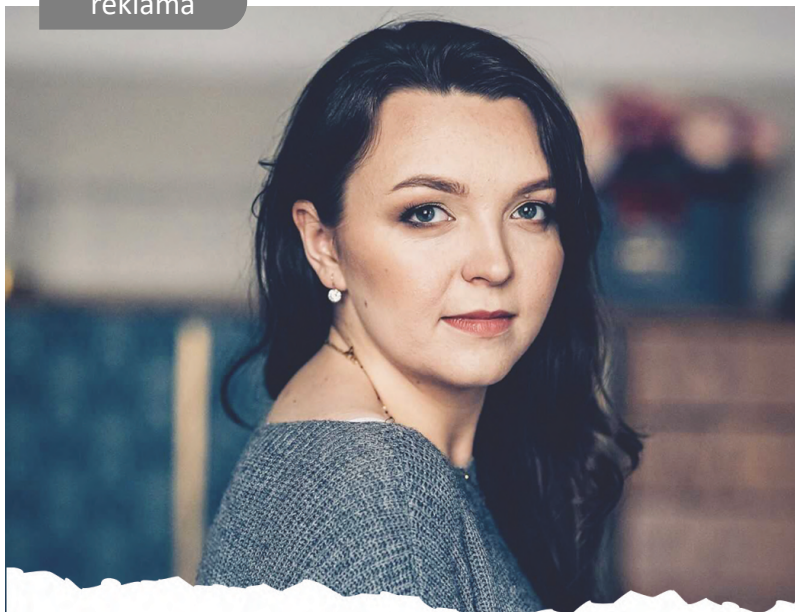
Sytuacja poprawia się w większości powiatów naszego regionu. Najszybciej w powiecie sulcińskim i strzelecko-dreźnieńskim, gdzie liczba bezrobotnych na koniec maja 2020 roku była niższa niż rok wcześniej o ponad 20% (odpowiednio o ponad 26% i ponad 21%). Generalnie poprawę odnotowuje się w ośmiu powiatach na czternaście. Niestety w

sześciu nie odrobiono strat, przy czym najtrudniejsza sytuacja jest w powiecie zielonogórskim grodzkim, gdzie nadal jest więcej bezrobotnych niż rok wcześniej (więcej o blisko 21%).

Pomimo trudności, powyższe potwierdza dobre podstawy lubuskiego rynku pracy, który stosunkowo szybko zaabsorbował szok wywołany pandemią i wprowadzanymi kolejnymi obostrzeniami. Aktualnie zaś, po okresie stabilizacji w II połowie 2020 roku, odrabia straty i pojawiają się pierwsze oznaki ożywienia.

*Edwin Gierasimczyk
Naczelnik Wydziału Rynku Pracy
Wojewódzki Urząd Pracy w Zielonej Górze*

reklama



WWW.KOKOSZKA-LASSOTA.PL

» konsultacje marketingowe

» szkolenia i wystąpienia

» blog i podcast marketingowy

 Kokoszka Lassota
#ZMILOSCIDOMARKETINGU



Niemal 4,5 mln zł trafiło do lubuskich przedsiębiorców w ramach Polskiego Bonu Turystycznego

Polski Bon Turystyczny to wsparcie zarówno dla polskich rodzin, jak i krajowej branży turystycznej, która najbardziej ucierpiała podczas pandemii koronawirusa. Odmrażanie turystyki spowodowało, że Polacy chętnie korzystają z wypoczynku. W naszym województwie aktywowano już ponad 45 tys. bonów.



fot. Gmina Bytnica

Bon turystyczny to jednorazowe świadczenie, które wynosi 500 zł na każde dziecko do 18. roku życia. Dzieci z orzeczoną niepełnosprawnością otrzymają dodatkowy bon, czyli w sumie 1 tys. zł. Rodzice i opiekunowie mogą aktywować bony i opłacić nimi atrakcje do końca marca 2022 r. Dotychczas w województwie lubuskim aktywowano przeszło 45 tys. bonów turystycznych, z wygenerowanych dla nich 214 tys.

Bonem można płacić za usługi hotelarskie i imprezy turystyczne na terenie Polski. Mogą one też służyć do opłacania jednodniowych wycieczek wraz z wszelkimi atrakcjami, przewidzianymi przez organizatorów w ramach danej oferty.

Bonem można płacić do końca marca 2022 r. Nie znaczy to jednak, że do tego czasu trzeba skorzystać z noclegu czy imprezy. Nie ma przeszkód, by opłacić w ten sposób rezerwację pobytu w późniejszym terminie.

Płatność bonem mogą przyjmować podmioty, które zarejestrowały się na liście prowadzonej przez Polską Organizację Turystyczną. Obecnie jest ich ponad 22 tys. w całym kraju, a w Lubuskiem 267. To najmniej w Polsce. Przedsiębiorcy turyści i organizacje pożytku publicznego, które chcą przyjmować płatności bonem muszą wpisać się na listę prowadzoną przez POT. Można to zrobić

wyłącznie za pośrednictwem Platformy Usług Elektronicznych ZUS. Jeśli ktoś jeszcze nie posiada profilu na PUE, może to zrobić w każdej chwili przez internet (w celach bezpieczeństwa należy potwierdzić swoją tożsamość) lub w każdej placówce Zakładu.

Aby przystąpić do programu Polski Bon Turystyczny, na PUE ZUS trzeba wypełnić „Oświadczenie przedsiębiorcy turystycznego lub organizacji pożytku publicznego w celu przystąpienia do programu Polski Bon Turystyczny” (PBT). Poprzez Platformę, podmiot turystyczny może także upoważniać swoich pracowników do przyjmowania płatności bonem. Ma również dostęp do swoich rozliczeń. Przelewy w ramach płatności bonem przychodzą na konto przedsiębiorcy w ciągu 14 dni.

Lista zarejestrowanych przedsiębiorców turystycznych oraz organizacji pożytku publicznego uprawnionych do przyjmowania płatności za pomocą bonu jest dostępna na stronie www.bonturystyczny.gov.pl, www.pot.gov.pl oraz www.polska.travel.

Rodziny z całego kraju wykorzystały do tej pory na w naszym województwie ponad 6,2 tys. bonów na kwotę przeszło 4,5 mln. zł. Oznacza to, że te pieniądze zasiliły konta przedstawicieli lubuskiej branży turystycznej.

Obsługa bonu odbywa się wyłącznie na Platformie Usług Elektronicznych (PUE ZUS). Można go aktywować w dowolnym momencie (np. na kilka dni przed planowanym wypoczynkiem), po podaniu danych kontaktowych (adres e-mail i numer telefonu komórkowego).

Po wpisaniu danych otrzymamy kilkunasto cyfrowo-liczbowy kod, który należy podać przy rezerwacji pobytu lub wycieczki. Gdy to zrobimy, na numer naszego telefonu przyjdzie sms-em jednorazowy kod weryfikacyjny, który w ciągu kilku minut należy podać obsłudze. Jeśli tego nie zrobimy, płatność nie zostanie zrealizowana.

Dla wszystkich, którzy mają pytania związane z funkcjonowaniem bonu, Zakład Ubezpieczeń Społecznych uruchomił specjalną całodobową infolinię pod numerem 22 11 22 111. Pytania można też zadawać pisząc na adres: bon@zus.pl

*Agata Muchowska
lubuska rzecznik ZUS*

Rodzaj:	W całym kraju:	Lubuskie:
Liczba bonów turystycznych przysługujących:	4 148 074	214 445
Liczba aktywowanych bonów:	1746363	45 211
Kwota zrealizowanych do tej pory płatności:	484 652 098 zł	12 868 296 zł
Liczba podmiotów turystycznych przyjmujących płatności bonem:	24 741	267
Liczba bonów turystycznych wykorzystanych u podmiotów turystycznych w danym regionie:	7000 126	6227
Kwota, jaka trafiła do podmiotów turystycznych w ramach bonu:	490 989 770 zł	4 402 213 zł



fot. Gmina Bytnica

Problemy finansowe – i co dalej?



Epidemia SARS-CoV-2 i przedłużający się okres ograniczeń w swobodzie prowadzenia biznesu doprowadziły wiele firm do poważnych problemów finansowych. Jakie działania podjąć w takiej sytuacji?

Miniony rok był okresem mało przewidywalnym dla biznesu. Powstaje pytanie, jak zachować się w przypadku znacznych przestojów płatniczych – gdy zobowiązania rosną, należności nie spływają, a kolejna potencjalna fala pandemii stawia pod znakiem zapytania istnienie firmy?

Najgorsza jest bierność

Najgorsze możliwe podejście do problemów finansowych w firmie można podsumować stwierdzeniem: „jakoś to będzie”. To niestety bardzo częsty sposób

działania małych i średnich firm, które szukają pomocy w rozwiązaniu ich problemów dopiero, kiedy sytuacja staje się krańcowo zła. Problem nierozwiązany i odłożony na bok ma to do siebie, że wraca po czasie ze zwielokrotnioną siłą. Czasem proste działania mogą przynieść ogromne rezultaty, o ile w odpowiednim czasie zostaną wdrożone.

Ściągnij wierzytelności

Przed wszystkim należy zadbać o bieżące odzyskiwanie zaległych płatności. Tutaj często działa zasada „kto pierwszy, ten lepszy” – kontrahenci w początkowym etapie problemów finansowych są

jeszcze skłonni rozmawiać o ugodach, częściowych płatnościach lub rozliczać zaległości w barterze. Czasami lepiej jest odzyskać należną płatność w części lub w towarze, niż narażać się na ryzyko bezskutecznej egzekucji komorniczej po procesie sądowym. Często spotykam się z bardzo długim oczekiwaniem klientów na choćby wysłanie wezwania do zapłaty. Trudno to racjonalnie uzasadnić.

Zawieraj ugody

W przypadku zatorów w regulowaniu zobowiązań warto rozmawiać z wierzycielami. Początek problemów to dobry moment na rozmowy ugodowe –

szczególnie z długoletnimi współpracownikami. Dobrze wynegocjowana ugoda pozwoli nie tylko na dopasowanie sposobu spłaty do rzeczywistych możliwości. Często takie ugody prowadzą do uspokojenia sytuacji i pozwalają na prowadzenie dalszej współpracy między firmami. W biznesie liczy się uczciwość, a jasne przedstawienie sytuacji może pomóc zachować kontrahentów również w trudnych czasach.

Zainicjowanie postępowania upadłościowego nie musi oznaczać wyłącznie likwidacji majątku firmy. Możliwe jest przeprowadzenie postępowania sanacyjnego, które pozwoli na naprawę złej sytuacji firmy i umożliwi jej dalsze funkcjonowanie na rynku.

Czy zbywać majątek?

Ucieczka z majątkiem firmy może spowodować wiele negatywnych konsekwencji. Doprowadzenie do pokrzywdzenia wierzycieli wiąże się z odpowiedzialnością karną. Pogłębienie niewypłacalności poprzez zbycie składników majątku może zostać zakwestionowane co do swojej skuteczności w drodze skargi

Pauliańskiej. W przypadku poważnych problemów finansowych i zagrożenia wypłacalności firmy nieprzemyślane ruchy majątkowe mogą być początkiem bardzo poważnych problemów. Warto mieć to na uwadze.

Upadłość czy restrukturyzacja?

Zainicjowanie postępowania upadłościowego nie musi oznaczać wyłącznie likwidacji majątku firmy. Możliwe jest przeprowadzenie postępowania sanacyjnego, które pozwoli na naprawę złej sytuacji firmy i umożliwi jej dalsze funkcjonowanie na rynku. Istotny jest tu czynnik czasu – możliwe jest m.in. uniknięcie osobistej odpowiedzialności za długi spółki przez członków zarządu sp. z o.o. Ważne jest, żeby podjąć odpowiednie działania we właściwym czasie.

Podsumowując – wystąpienie problemów finansowych jest wpisane w ryzyko związane z prowadzeniem działalności gospodarczej. Znaczna część problemów może zostać rozwiązana, o ile odpowiednio szybko zostaną podjęte profesjonalne działania związane z naprawą finansów firmy. W takich przypadkach działanie na własną rękę może okazać się zgubne.

Sławomir Wojciechowski



Sławomir Wojciechowski

Radca prawny, certyfikowany księgowy, mediator. Absolwent studiów Executive MBA. Specjalista z zakresu prawa spółek, prawa gospodarczego i procesów restrukturyzacyjnych. Zawodowo zaangażowany w obsługę biznesu.

www.kancelaria-wojciechowski.pl



o posmaku sushi *Frutti di mare*



Człowiek uczy się całe życie i dopóki czegoś nie spróbuje, nie powinien myśleć, że tego nie lubi.

Ja tak miałem z samochodami typu kabriolet. Jakoś tak z założenia miałem wewnętrzne przekonanie, że samochód bez dachu to zupełnie nie moja bajka. Aż pewnego dnia doświadczyłem tego, o czym z taką ekstazą rozprawiają samochodowi easy riders. Powolny cruising, wiatr we włosach, zjarana słońcem twarz i łokcie oraz odczucie kierowcy otwartego bolidu wyścigowego (chyba), czyli nisko przy drodze, bez dachu nad głową, dość ciasno (ale przytulnie). Bliskość pasażerki w takim samochodzie pozwala przeżywać podróż w zupełnie innym wymiarze.

Pomimo miłości do kilku automobilowych marek, jestem zdecydowanym wyznawcą kultury ABARTH. Sportowy styl we włoskim wydaniu, zadziorność niepozornego samochodu, zdziwienie wyprzedzanych kierowców zwykłych, ale szybkich samochodów. Dlatego też swoją

przygodę z kabrioletem rozpocząłem od ABARTH 124 SPIDER, takiego nowoczesnego nawiązania do klasycznych rajdowych spiderów Abarth z lat siedemdziesiątych. No i wpadłem, po uszy.

Oczywiście napisać trzeba otwarcie, że delektując się tym frutti di mare, poczujemy dość mocny posmak sushi. ABARTH 124 Spider to właśnie takie włoskie doprawienie japońskiej technologii. MAZDA MX5 jest tutaj bazą, zmieniamy przód, tył, trochę linię boczną, doprawiamy to silnikiem 1.4 Turbo o mocy 170 KM, zmieniamy zupełnie nastawy zawieszenia na bardziej agresywne, szperujemy dyfer (tylny napęd oczywiście), tło obrotomierza traktujemy krwistą czerwienią, dorzucamy hamulce Brembo i na koniec wszystko finezyjnie przyozdabiamy jadowitymi skorpionami. Dla mnie MX5 mogłoby nie istnieć (choć tutaj oczywiście jest ważnym elementem). Dodatki tak doskonale dopasowane tutaj przez ABARTH, powodują że ten samochód naprawdę stał się wnukiem ABARTH Spider z najlepszych rajdowych czasów (oczywiście dzisiejszy 124

Spider również został homologowany w rajdowej klasie RGT i z powodzeniem startuje w FIA ERC – Mazdy MX5 tam nie zobaczycie).

Jeżeli chodzi o technikę, nie będę się tutaj rozpisywał. Dla mnie ten samochód, w swojej klasie jest samochodem doskonałym. Świetnie przyspiesza (170 KM i masa około 1000kg), doskonale się prowadzi (jak to roadster), jest wygodny (co wcale nie jest takie oczywiste w tych rozmiarach nadwozia), cudownie brzmi (o tak wydech RECORD MONZA zachwyca, polecam zawsze doposażyć ABARTH w to akcesorium), zabójczo hamuje (Brembo – ta marka tutaj wystarczy), fajnie gra (system dźwiękowy BOSE) – tutaj zatrzymam się na dłuższą chwilę, BOSE ma głośniki zabudowane w zagłówkach, gra bardzo dobrze i najważniejsze, w momencie kiedy używamy zestawu głośnomówiącego wyłączone są wszystkie głośniki i naszego rozmówcę słyszymy tylko w zagłówku kierowcy, super temat – przechodnie nas nie podsłuchają przy otwartym dachu.



Oczywiście zauważyłem także kilka wad, brak schowków w drzwiach (przynajmniej nic się nie wała), brak schowka przed pasażerem (i słusznie nie będziemy mu przeszkadzać, jest schowek pomiędzy siedzeniami), mały bagażnik ma tylko 140 l pojemności (mały? Po co większy, jak jedziesz na wycieczkę wystarczy karta kredytowa, espresso w przydrożnym barze nie jest drogie, a koszulkę dokupisz sobie w designerskim outlecie – w ostateczności na dodatkowym bagażniku na klapie przytroczysz skórzaną torbę). Tak... wszystkie wypisane wady dodają mu bezapelacyjnie uroku, to prawdziwe

turismo, do cieszenia się drogą, podróżą, słońcem i widokami górskich przełęczy. W ostateczności zamkniesz dach i razem z pasażerką poczujesz się jeszcze przytulniej w kabinie ze wstawkami z ałkantary i delikatną muzyką Bocellego w tle. ABARTH w Polsce sprzedaje tylko dwa modele samochodów, ABARTH 500 gdzie 180 KM to najwyższa moc w modelu 595 Competizione i właśnie ABARTH 124 Spider. Ja osobiście się z tego cieszę, dokładnie te samochody to przyszłe klasyki, nie sprzedaje się tego masowo, a 124 Spider właśnie został wycofany z produkcji. Kilka nowych

egzemplarzy jest jeszcze do kupienia w Polsce. Mi osobiście ABARTH 124 Spider tak się spodobał, że jako zabawka do Slow Ride Turismo (ależ wymyśliłem określenie #trendsetter) zagościł w moim garażu na stałe. 595 Competizione pewnie jest małym agresorem, zobaczmy... miejsce w swoim garażu jeszcze mam.

Tak naprawdę Porsche 911 jest w naszym kraju więcej niż ABARTH'ów – tak więc kto tu jest niszowy czytaj ekskluzywny. Ciao! Ci vediamo!

Tomasz Kamiński



Nowe firmy członkowskie

Organizacji Pracodawców Ziemi Lubuskiej



Agencja Rozwoju Przemysłu S. A.

Agencja Rozwoju Przemysłu S.A. (ARP S.A.) jest spółką akcyjną w nadzorze Prezesa Rady Ministrów ze 100-procentowym udziałem Skarbu Państwa. Wspierając przedsiębiorstwa w prowadzeniu i rozwijaniu działalności, a także w realizacji procesów restrukturyzacji, odgrywa ważną rolę w zwiększaniu konkurencyjności polskiej gospodarki. Dzięki wieloletniemu doświadczeniu i wyjątkowym kompetencjom ARP wypracowała indywidualne podejście do oceny projektów, które pozwala dostrzec szanse biznesowe w obszarach, które inni postrzegają jako mało atrakcyjne lub zbyt ryzykowne.

Agencja Rozwoju Przemysłu S. A.
ul. Nowy Świat 6/12
Centrum Bankowo Finansowe
wejście "C"
00-400 Warszawa
tel. +48 734 214 121
www.arp.pl

Biuro Rachunkowe Ekspert Elwira Teśluk

Biuro Rachunkowe Ekspert Elwira Teśluk identyfikuje się z potrzebami swoich Klientów. Firma w zależności od zapotrzebowania Klientów współpracuje z kancelarią adwokacką, bankami, firmami leasingowymi czy towarzystwami ubezpieczeniowymi. Dodatkowo świadczy pomoc w usługach finansowych, organizacyjno-rejestrowych oraz rachunkowych. Firma wychodząc naprzeciw oczekiwaniom swoich Klientów proponuje innowacyjne działanie - odbiór i dostarczanie dokumentacji w siedzibie klienta.

Biuro Rachunkowe Ekspert
Elwira Teśluk
Plac Jana Matejki 3/2
65-056 Zielona Góra
tel. +48 694 432 093
kontakt@ekspert.zgora.pl



Foreign Personnel Service sp. z o.o.

Foreign Personnel Service sp. z o.o. jest wiodącą polską agencją rekrutacyjną, która specjalizuje się w pozyskiwaniu pracowników z Polski, krajów wschodniej Europy oraz Azji. FPS rekrutuje masowo personel linii montażowych oraz specjalistów średniego szczebla do pracy w przedsiębiorstwach z branży produkcyjnej (m.in. AGD, automotive, elektronika), a także przetwórczej, logistycznej i wielu innych. Klientami FPS są największe polskie zakłady pracy, dzięki czemu spółka dysponuje szerokim doświadczeniem rekrutacyjnym i operacyjnym.

Foreign Personnel Service sp. z o.o.
ul. Wierzbowa 21/1
90-227 Łódź
tel. + 48 696 666 839
office@fps-work.pl
www.fps-work.pl



Gigaprint. Piotr Gołaszewski

Gigaprint. Piotr Gołaszewski dostarcza swoim Klientom kompleksowe usługi druku i reklamy. Wykonuje druki cyfrowe oraz cyfrowe - wielkoformatowe. W jego ofercie można znaleźć wszystko, co jest potrzebne do stworzenia profesjonalnego wizerunku firmy. Służy pomocą w tworzeniu stron internetowych, wysokiej jakości projektów oraz innych materiałów promocji. Dzięki GigaPrint. Piotr Gołaszewski Twoja firma w pełni wykorzysta swój potencjał oraz wzmocni wizerunek.

Gigaprint. Piotr Gołaszewski
ul. Piłsudskiego 1a
67-100 Nowa Sól
tel. +48 792 005 414
www.gigaprint.pl



MJ Trans Jarosław Horaczek Sp. z o.o.

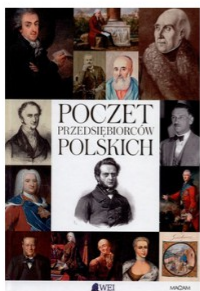
Firma MJ Trans Jarosław Horaczek Sp. z o.o. to firma z branży TSL. Zajmuje się kompleksową organizacją transportów krajowych i zagranicznych, w szczególności transportów ponadnormatywnych, w których się specjalizuje. Firma organizuje zezwolenia na przejazdy ponadgabarytowe, objazdy tras, pilotaże i załadunki. Zajmuje się także doradztwem i szkoleniami z zakresu transportu, spedycji i logistyki.

MJ Trans Jarosław Horaczek
Sp. z o.o.
ul. Ptasia 14
66-003 Droszków
tel. + 48 504 800 669
jaroslaw.horaczek@mj-trans.pl
www.mj-trans.pl

KĄCIK INSPIRACJI

DAWKA BIZNESOWYCH MOTYWACJI

Ten nowy cykl poleceń rozpocznę od zwięźle (i z pomysłem!) opisanej historii polskich przedsiębiorców oraz dziejów własności prywatnej. Nie zabraknie też ciekawej propozycji dla najmłodszych, w ramach Klubu Młodego Przedsiębiorcy. Zaczynamy!



Poczet Przedsiębiorców Polskich

wyd. Warszawa Enterprise Institute

To biograficzna opowieść o polskich twórcach biznesu od czasu średniowiecza do 1939 roku, przedstawiająca sylwetki 72 wybitnych osób działających w różnych branżach – od finansów po wszelkie rzemiosło. Autorzy publikacji, wspólnie z wydawcą, w intrygujący sposób pokazali historię Polski dobierając ciekawych bohaterów polskiej przedsiębiorczości, a właściwie ludzi, którzy przez wieki cenili swoją wolność oraz pragnęli zbudować coś z niczego. Przybliżają czytelnikowi realia poszczególnych epok i pokazują, jak budowano wtedy sukces – własny, rodzinny, ale też publiczny. Obowiązkowa pozycja dla każdego. Do kupienia również w formie e-book.

Dzieje własności prywatnej. Od starożytności do współczesności

Dariusz Jurus



Dziś własność prywatna jest dla nas czymś zwyczajnym, a gospodarki kapitalistyczne to raczej globalny standard. Jednak autor tej publikacji otworzył przed nami inną perspektywę, którą z całą pewnością warto zweryfikować i prześledzić kształtowanie się tego zjawiska na przestrzeni prawie 3000 lat. Ta pozycja pomoże wam zdobyć wiedzę, która ułatwi dyskusję ze zwolennikami socjalizmu, komunizmu i innych kolektywizmów, których założenia coraz większymi krokami zakradają się do systemu kapitalistycznego. Z uwagi na zmiany zachodzące na świecie, czas na lekturę wydaje się być idealny. Tym bardziej, że aktualnie temat własności prywatnej jest gorący, dla przedsiębiorców zwłaszcza w kontekście podatków oraz praw i wolności człowieka.



KLUB MŁODEGO PRZEDSIĘBIORCY

Od najmłodszych lat uczmy postaw przedsiębiorczych

Na rynku pojawia się coraz więcej publikacji zaspokajających wiedzę ekonomiczną i finansową młodych odbiorców. A może właściwiej będzie napisać ich rodziców, którzy chętnie szukają treści spełniających wymagania przedsiębiorczego podejścia do życia i jednocześnie dostosowanych do konkretnego wieku swoich pociech. Jednak jak dotrzeć do tych najlepszych? Obserwujcie nasz najnowszy cykl!



Kot Biznesik. Jak pewien zwykły kot został biznesmenem

Arakadiusz Błażyca

Sugerowany wiek: 5-10 lat

Pięknie wydana, bogato ilustrowana pouczająca bajka dla dzieci o tym, jak pewien kot zaraz po zakończeniu nauki musi zmierzyć się z rzeczywistością. Bohater książki wyrwał się z obowiązującego szkolnego schematu edukacyjnego, wziął życie we własne ręce i stworzył własny biznes. Jak do tego doszło i co z tego wynikło? Zapewniam, że ta historia zacieka również dorosłych!

opzi

ORGANIZACJA PRACODAWCÓW
ZIEMI LUBUSKIEJ

30
LAT
1991-2021

