

PODLASKI

www.iph.bialystok.pl

MANAGER

IPH

MIESIĘCZNIK INFORMACYJNY
IZBY PRZEMYSŁOWO-HANDLOWEJ
W BIAŁYMSTOKU

NUMER 199 / SIERPIEŃ 2020

MARIUSZ POPLAWSKI

OGROMNY POTENCJAŁ MEDIACJI BĘDZIE SZEROKO WYKORZYSTYWANY WTEDY, GDY SPOŁECZEŃSTWO PRZEKONA SIĘ O SKUTECZNOŚCI TEJ METODY.

STR. 4

EWA KLUCZYK

STR. 10

BOGDAN SADOWSKI

STR. 12

BRONISŁAW WOŹNIALIS

STR. 14

IWONA CZUCHRAJ-JARZEMBOWSKA

STR. 20

PRZEDSIĘBIORCO

ZANIM PODPISZESZ UMOWĘ SPRAWDŹ,
CZY ZAWIERA ONA KLAUZULĘ ARBITRAŻOWĄ:

„Wszelkie spory wynikające z niniejszej umowy lub powstałe w związku z nią będą rozstrzygane ostatecznie przez Wschodni Sąd Arbitrażowy przy Izbie Przemysłowo-Handlowej w Białymstoku zgodnie z Regulaminem tego Sądu, obowiązującym w dacie wniesienia pozwu.”

Wpisanie klauzuli arbitrażowej pozwoli na rozwiązanie sporu w sposób:

- szybszy i tańszy niż w postępowaniu przed sądem powszechnym;
- z zapewnieniem pełnej poufności;
- przy zachowaniu odformalizowanej procedury.

Ponadto w trakcie trwania procedury arbitrażowej możliwe jest podjęcie mediacji, w ramach której, strony mogą wypracować satysfakcjonującą je ugodę.

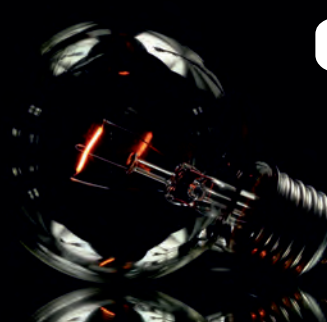
IPH

IZBA PRZEMYSŁOWO-HANDLOWA
W BIAŁYMSTOKU

Chcesz skorzystać z arbitrażu,
masz pytania, zgłoś się do nas:

WSCHODNI SĄD ARBITRAŻOWY
PRZY IZBIE PRZEMYSŁOWO-HANDLOWEJ W BIAŁYMSTOKU
ul. Antoniukowska 7, 15-740 Białystok,
tel. 85 652 56 45, 85 652 72 69.

AGENCJA MARKETINGU INTERNETOWEGO



empem
group

www.facebook.com/empemgroup

www.empem.pl

SOCIAL MEDIA



Nasza agencja przygotowuje kompleksowe strategie komunikacji w mediach. Prowadzone przez nas działania poprzedzone są analizą potrzeb grup docelowych, dzięki czemu komunikacja jest dopasowana do konkretnych potrzeb. Prowadzimy oficjalne profile na portalach społecznościowych. Nieustannie śledzimy zachowania internautów, dzięki czemu przygotowane przez nas komunikaty, grafiki i krótkie filmy video są trafiają do odbiorców w naturalnym dla nich języku.

Dbamy również o efektywne wykorzystanie budżetu reklamowego przeznaczanego na promocję profili społecznościowych. Znamy doskonale środowisko Facebooka oraz Google'a. Od lat podnosimy swoje kompetencje w celu przeprowadzania jak najskuteczniejszych kampanii reklamowych.

STRONY WWW



Oferujemy tworzenie stron internetowych dla firm, marek, instytucji, landing page, stron wizytówek oraz rozbudowanych portali.

Strony internetowe przez nas przygotowane są zawsze indywidualnie zaprojektowane oraz cechują się prostotą obsługi. Proces budowania strony zawsze kończy się przeszkoleniem jej obsługi. Na strony dajemy zawsze dwunastomiesięczny okres gwarancji.

Projektowanie graficzne to jeden z fundamentów naszej działalności.

Lubimy wyzwania, z chęcią stworzymy projekt plakatu, ulotki, katalogu lub folderu. Naszą mocną stroną jest tworzenie kompletnej identyfikacji wizualnej dla konkretnego Klienta.

STUDIO GRAFICZNE



Wymóg dzisiejszych czasów to zdolności do szybkiego dostosowania się do nowych realiów.

Szanowni Państwo, przedsiębiorcy nadal borykają się z nowymi problemami i wyzwaniem w związku z pandemią COVID-19. Tempo zmian legislacyjnych oraz warunki codziennego funkcjonowania firm, zmuszają nas do niełatwego poszukiwania sposobów na odnalezienie się w nowej rzeczywistości z jaką wszyscy musimy się mierzyć i żyć. W sytuacji rynkowej niepewności oraz bezprecedensowego zachwiania stabilności polskiego biznesu, ciężko jest przewidywać, planować. Musieliśmy ocenić i wdrożyć plany utrzymania płynności finansowej, zabezpieczenia pracowników oraz przede wszystkim utrzymać ciągłość działalności biznesowej. Dziennie podejmujemy wiele decyzji, które na nowo ukształtują gospodarkę, branżę w których funkcjonujemy. Dzisiaj zdolność do szybkiego dostosowywania się do nowych realiów jest podstawą dalszego funkcjonowania w obliczu pojawiających się nowych trendów w związku z pandemią koronawirusa.

Nowe trendy obserwujemy również w temacie mediacji jako alternatywnej metody rozwiązywania sporów. Temat mediacji funkcjonuje przy Izbie Przemysłowo – Handlowej w Białymstoku za sprawą Podlaskiego Centrum Arbitrażu i Mediacji. W obecnie szóstym już roku funkcjonowania Centrum widzimy postępujące zaufanie i nie porozumienia w relacjach między środowiskiem prawniczym, sędziowskim, naukowym i mediatorami. Dzisiaj wszystkie te grupy są świadome możliwości wspólnego istnienia na „rynku mediacji” bez postrzegania się przez pryzmat konkurencji. Świadomie podejmują wspólne dialogi, projekty, w celu wypracowania wspólnych korzyści. Ważniejszy jest jednak cel zaimplementowania dobrych praktyk mediacji w stosowaniu tej metody jako pozasądowej alternatywy dochodzenia do porozumienia. Kształtowanie kultury prawnej osadzonej na polubownym rozwiązywaniu sporów, to jeden z celów projektu „Dobrych Praktyk Mediacyjnych na Podlasiu” opracowywanego przez zespół ekspertów z nowo powołanego Zespołu Wydziału Prawa UwB ds. mediacji przy Podlaskiej Radzie Arbitrażu i Mediacji. Zespół opracuje zestaw pożądanych działań, rekomendacji umożliwiających wdrożenie do codziennej praktyki mediacyjnej dobrych wzorców, ułatwiając jednocześnie płynną realizację czynności postępowania mediacyjnego.

W dzisiejszych realiach przedsiębiorcy także przychylniej patrzą w stronę alternatywnych metod rozwiązywania sporów, do których zalicza się m.in.: mediacje i arbitraż. Taką postawę wymogła na nich zarówno trwająca pandemia jak również zastój w sądach oraz koszty związane z prowadzeniem sporu sądowego. Mediacja i arbitraż są szybsze, tańsze i na wyciągnięcie ręki (Wschodni Sąd Arbitrażowy i Podlaskie Centrum Arbitrażu i Mediacji przy IPH w Białymstoku). Doświadczeni mediatorzy oraz arbitrzy są dostępni i gotowi do pomocy skonfliktowanym stronom bez konieczności oczekiwania na wyznaczenie terminu rozprawy. Mediacja i arbitraż nie są nowościami, ale proponują nowoczesny sposób rozwiązania sporu, który będzie satysfakcjonujący dla zważonych stron.



Witold Karczewski
Prezes Izby Przemysłowo-Handlowej
w Białymstoku

W tym numerze

PODLASKI MANAGER

Mariusz Popławski - Ogromny potencjał mediacji będzie szeroko wykorzystywany wtedy, gdy społeczeństwo przekona się o skuteczności tej metody 4-5

INSTYTUCJE OTOCZENIA BIZNESU

Transformacja biznesu to ciągle proces 6-7

WSPARCIE W BIZNESIE

W kierunku uniwersytetu przedsiębiorczego 8-9
Wsparcie firm w dobie koronawirusa 18
Łomża otwarta na nowe inwestycje 19
Szybki i tani sposób na otwarcie sklepu internetowego 22

PODLASKIE PERŁY BIZNESU

Kluczyk Transport Service - wywiad z Ewą Kluczyk 10-11

PODLASKIE PERŁY BIZNESU

SABO - wywiad z Bogdanem Sadowskim 12-13
RESO Europa Service
- wywiad z Bronisławem Woźnialisem 14-15

NAUKA I BIZNES

Przestrzeń - imperatyw dobrego planowania,
wywiad z prof. dr. hab. Tomaszem Komornickim 16-17

MEDIACJE

Mediacje rodzinne mają swoją specyfikę - wywiad
z radcą prawnym Iwoną Czuchraj-Jarzembowską 20-21

WYDAWCA:

Izba Przemysłowo - Handlowa
w Białymstoku
ul. Antoniukowska 7,
15-740 Białystok,
tel. 085 652 56 45,
biuro@iph.bialystok.pl

Nakład: 2000 sztuk
ISSN: 2449-8084
Miesięcznik bezpłatny.

Redaktor Naczelny
dr Bogdan Rogaski





Mariusz Popławski

Ogromny potencjał mediacji będzie szeroko wykorzystywany wtedy, gdy społeczeństwo przekona się o skuteczności tej metody.

Wywiad z dr. hab. Mariuszem Popławskim Profesorem UwB – Dziekanem Wydziału Prawa UwB

Jaką ma Pan wizję roli Wydziału Prawa UwB w rozwoju naszego regionu?

Przede wszystkim powinniśmy najlepiej, jak to tylko możliwe, kształcić naszych studentów. Większość z nich po ukończeniu studiów będzie zapewne szukać pracy w naszym regionie, a to wpłynie na wzmocnienie województwa podlaskiego. Podlascy przedsiębiorcy, ale także inni pracodawcy (m.in. instytucje publiczne), otrzymają bowiem możliwość współpracy z osobami mającymi nie tylko dobre wykształcenie, ale także posiadającymi inne ważne kompetencje i umiejętności przydatne w pracy zawodowej.

Wydział Prawa powinien również czynnie współdziałać z otoczeniem społeczno-gospodarczym naszego regionu przez m.in. Centrum Ekspertki Uniwersytetu w Białymstoku czy Podlaską Radę Arbitrażu i Mediacji.

Nową - i mam nadzieję ważną - inicjatywą będą także „Podlaskie seminaria prawne dla biznesu”, które proponuję organizacjom zrzeszającym przedsiębiorców z naszego regionu takim, jak Izba Przemysłowo-Handlowa, Podlaski Klub Biznesu czy Business Center Club.

Wydział Prawa UwB powinien być zatem i kuźnią elit naszego regionu i podmiotem aktywnie współpracującym z otoczeniem gospodarczym.

Jakie ma Pan pomysły na podniesienie prestiżu wydziału na arenie krajowej i międzynarodowej?

Wydział Prawa musi podejmować usilne starania, aby wzmocnić swoją pozycję w rankingach Wydziałów Prawa polskich uczelni. Bardzo się cieszę, że w ostatnim roku odnotowaliśmy w tym zakresie progres.

W dniu 18 czerwca 2020 r. zostały ogłoszone wyniki XIV Rankingu Wydziałów Prawa Dziennika Gazety Prawnej. W tym roku podnieśliśmy swoją pozycję, zajmując 7 miejsce. W punktacji za jakość i siłę kształcenia plasujemy się na 4 miejscu, co zawdzięczamy rzetelnej pracy naszych pracowników badawczo-dydaktycznych.

W dniu 26 czerwca 2020 r. opublikowany został z kolei Ranking Wydziałów Prawa 2020 Dziennika Rzeczpospolita. W rankingu ogólnym awansowaliśmy z miejsca 10 na 7, przy czym w kategorii „Potencjał naukowy” zajęliśmy 4 miejsce. To oznacza, że nasza kadra naukowa znajduje się w czołówce badaczy prawa w Polsce. Warto także dodać, że w Rankingu Studenckich Poradni Prawnych 2020 Studencka Poradnia Prawna Wydziału Prawa UwB znalazła się na podium, zajmując 3 miejsce.

Współpraca międzynarodowa to także mocna strona Wydziału Prawa. Niech świadczy o tym zasięg umów z partnerami z wielu zakątków świata, na zachód i wschód od nas, popularność szkół prawa obcego prowadzonych wspólnie z zagranicznymi ośrodkami z USA, Niemiec czy Rosji, ponad 70 przedmiotów wykładanych w językach obcych, a co za tym idzie - spora liczba studentów wybierających nasz Wydział jako miejsce do studiowania w ramach programu Erasmus+, a także wymian dwustronnych, w tym z uczelniami chińskimi.

Czy współpraca nauki z biznesem to dla Pana duże wyzwanie?

Jakie ma Pan pomysły na urzeczywistnienie tej idei?

Współpraca nauki z biznesem to nie tylko wyzwanie, ale i konieczność w świetle przepisów prawnych dotyczących działalności naukowej. Mamy kilka interesujących projektów w realizacji i kilka pomysłów na przyszłość. Proponuję „Podlaskie seminaria prawne dla biznesu”. Organizacje zrzeszające przedsiębiorców z naszego regionu takie, jak np. Izba Przemysłowo-Handlowa czy Podlaski Klub Biznesu będą mogły wskazywać najbardziej istotne i skomplikowane problemy prawne, z którymi określona branża lub grupa przedsiębiorców mierzy się i ma poważne kłopoty. Sprawy takie będą przekazywać do analiz przez ekspertów z Wydziału Prawa, którzy przedstawiają wstępne stanowisko/opinię. Następnie na Wydziale Prawa będzie zorganizowane „Seminarium Prawne dla Biznesu” poświęcone danemu zagadnieniu w zakresie np. prawa podatkowego, prawa handlowego, prawa pracy itd. W ramach takiego spotkania ekspert/ekspertki z Wydziału Prawa wraz z zaproszonymi gośćmi (przedsiębiorcami, sędziami, adwokatami, radcami, doradcami podatkowymi, urzędnikami itp.) będą dyskutować na neutralnym gruncie o określonym zagadnieniu, w celu wypracowania ewentualnego wspólnego stanowiska prawnego. Dopuszczalne mogą być oczywiście uwagi, zastrzeżenia czy zdania odrębne. Następnie przygotowany dokument będący pokłosiem seminarium, zostanie przesłany w formie elektronicznej zainteresowanym podmiotom - urzędowi, sądom, organizacjom podlaskim zrzeszającym biznes (np. Izba Przemysłowo-Handlowa, Podlaski Klub Biznesu) oraz mediom. Wydział Prawa będzie także wydawał w cyklu półrocznym lub rocznym publikację pt. „Podlaskie Seminaria Prawne dla Biznesu”, zawierającą wyniki opracowane podczas poszczególnych seminariów.

Potencjał ponad 100 znakomicie wykształconych specjalistów-prawników zatrudnionych na Wydziale Prawa może być niewątpliwie również wykorzystany na potrzeby biznesu, poprzez m.in. przygotowanie opinii prawnych w indywidualnych sprawach zleczanych przez przedsiębiorców Centrum Ekspertki Uniwersytetu w Białymstoku. Usługi świadczone w ramach tej formuły są odpłatne, ale w dużej części mogą być

finansowane ze środków publicznych w związku z umieszczeniem Centrum w ramach IOB (Instytucji Otoczenia Biznesu) <https://centrumekspertckie.uwb.edu.pl>. Specjalistyczne ekspertyzy są także realizowane w ramach działającego na Wydziale Międzynarodowego Centrum Badań i Ekspertyz Kryminologicznych (<http://www.mcbiek.uwb.edu.pl/>)

Co robią władze wydziału, aby ułatwić studentom start w późniejsze życie zawodowe, biznesowe?

Wydział Prawa musi podejmować różne działania, które prowadzić będą do tego, aby zwiększać szanse naszych absolwentów na znalezienie satysfakcjonującej pracy. Oferujemy im praktyki zawodowe, które mogą być realizowane nie tylko w kancelariach prawnych, ale również u przedsiębiorców. Staramy się, aby programy studiów zawierały treści, które pozwolą studentom nabyć umiejętności przydatne w pracy. Zależy mi na tym, aby studenci naszego Wydziału zdobywali np. umiejętność rozwiązywania różnych problemów praktycznych. Służyć ma temu metoda rozwiązywania przypadków, która musi być wykorzystywana w trakcie prowadzonych ćwiczeń w szerszym zakresie niż jest obecnie. Ponadto studenci muszą rozumieć znaczenie alternatywnych metod rozwiązywania sporów i powinni potrafić zastosować te mechanizmy w praktyce (m.in. negocjacje i mediacje).

Jaka jest Pana Dziekana ogólna refleksja na temat niskiego stopnia upowszechnienia w społeczeństwie alternatywnych metod rozwiązywania sporów?

Ubolewam nad tym, ale równocześnie zdaję sobie sprawę z czynników, które mają wpływ na tę sytuację. To przede wszystkim kultura prawna oraz mentalność społeczna naszych obywateli. Dużo pracy przed nami.

Chciałbym podkreślić, że jest to problem złożony, który doczekał się niejednego opracowania naukowego. Jednakże z praktycznego punktu widzenia to nie tylko problem społeczny, ale również ekonomiczny. Z jednej strony, wraz z uwolnieniem zawodów prawniczych, dostęp do usług prawnych stał się nie tylko bardziej powszechny, ale również względnie niedrogi. Doprowadziło to do sytuacji, w której z najmniejszym roszczeniem trafiało się do sądu, co skutecznie opóźniało działanie wymiaru sprawiedliwości. Wbrew powszechnemu rozumieniu mediacja nie jest gorszą alternatywą od sądu, i to jest przekaz, który wyraźnie musi wybrzmiewać przy okazji dyskusji nad reformowaniem wymiaru sprawiedliwości. Uważam, że ogromny potencjał mediacji będzie szeroko wykorzystywany wtedy, gdy społeczeństwo przekona się o skuteczności tej metody.

Wydział Prawa dokłada wszelkich starań, aby już na pierwszym etapie wchodzenia w świat prawa i sporów studenci mieli możliwość zapoznania się z wadami i zaletami zarówno konwencjonalnych metod rozwiązywania sporów, jak i tych alternatywnych. W moim przekonaniu upowszechnianie kultury dialogu poprzez edukację ma szansę upowszechnić alternatywne metody rozwiązywania sporów wśród społeczeństwa.

Jednym z zadań wydziału jest uczyć studentów nowych rozwiązań. Czy alternatywne metody rozwiązywania sporów na stałe zdomowią się na wydziale?

Przedmiot pt. Alternatywne metody rozwiązywania sporów zagościł już na stałe w programie studiów i będzie realizowany obowiązkowo przez wszystkich studentów. Wydział wspiera także wszelkie inicjatywy wzmacniające kompetencje niezbędne w roli mediatora czy arbitra, takie jak udział studentów w turniejach mediacyjnych (także międzynarodowych) oraz organizacja konferencji i warsztatów szkolących takie umiejętności. Dzięki temu szkolimy studentów wielopłaszczyznowo, dbając o rozwój nie tylko kompetencji miękkich, ale również językowych.

Chciałbym podkreślić, że nauczanie o alternatywnych metodach rozwiązywania sporów było dostępne w dotychczasowym programie studiów na Wydziale Prawa UwB. Jednakże były to inicjatywy niejako dodatkowe, takie jak np. Centrum Praktyk Sądowych, w ramach których istnieje sekcja mediacji. Dodatkowo studenci mieli możliwość wyboru przedmiotu o tematyce związanej



z ADR (Alternative Dispute Resolution). Jednakże wciąż były to działania doraźne. Dlatego podjąłem starania, aby przedmiot pt. "Alternatywne metody rozwiązywania sporów" realizowany był przez wszystkich studentów obowiązkowo, a nie fakultatywnie.

Jest Pan Dziekan członkiem Podlaskiej Rady Arbitrażu i Mediacji. Jak Pan widzi swoją rolę w tym gremium?

Zainicjowałem działania mające na celu opracowanie zbioru "Dobrych Praktyk Mediacyjnych na Podlasiu". Mam nadzieję, że dokument ten zostanie opracowany jeszcze w tym roku. Ma on zawierać propozycje modelowych rozwiązań w procesie stosowania mediacji. Takie rekomendacje będą miały na celu uczynienie procesu mediacji powszechnie akceptowanym i stosowanym sposobem rozwiązywania konfliktów w przestrzeni prawnej. Mają one także pomóc w eliminacji zjawisk niepożądanych stanowiących swoistego rodzaju bariery w rozwoju procesów mediacji.

Najlepsze rekomendacje wypływają z doświadczeń praktyki, dlatego zbiór "Dobrych Praktyk Mediacyjnych na Podlasiu" będzie opracowaniem propozycji mediatorów, profesjonalnych pełnomocników oraz środowiska akademickiego z województwa podlaskiego. Podkreślić należy, że dobre praktyki osadzone będą w obowiązujących przepisach prawa, pozostawać będą w zgodzie z poglądami judykatury i oparte będą na aktualnym dorobku doktryny prawa.

Mediacja jako metoda rozwiązywania sporów jest bezspornie ideą o charakterze globalnym, jednakże problemy oraz wyzwania mają charakter lokalny. Dlatego też dobre praktyki powinny być wdrożone przede wszystkim przez zaangażowanie i współdziałanie szeroko rozumianego lokalnego środowiska prawniczego, organizacji i instytucji współpracujących, a szczególnie wykorzystywane przez mediatorów realizujących codzienne czynności postępowania mediacyjnego.

Zapewne ma Pan wiele zainteresowań pozanaukowych. Czym Pan się zajmuje w czasie wolnym?

Bardzo lubię sport. Uprawiałem judo, karate, piłkę ręczną. Obecnie staram się utrzymywać kondycję pływając i korzystając z uroków wycieczek rowerowych i długich spacerów.

Dziękuję za rozmowę i życzę dalszych sukcesów.
Rozmawiał Bogdan Rogaski

TRANSFORMACJA BIZNESU TO CIĄGŁY PROCES

Zmieniająca się rzeczywistość stawia przed wszystkimi organizacjami wymagające wyzwanie: szybkiego reagowania i dostosowania biznesu do nowych, często zaskakujących warunków. Nieprzewidziane zdarzenia powodują nie tylko zmianę zachowań klientów i ich oczekiwań, wpływają także na otoczenie prawno-regulacyjne, a niekiedy wymuszają wprowadzenie zupełnie nowych modeli funkcjonowania przedsiębiorstwa.

Czy w sytuacji nieustannych zmian i niepewności da się zapewnić firmie stabilność? Tak - poprzez kompleksową transformację biznesu, obejmującą zarówno wewnętrzne, operacyjne działania, jak również te dotyczące relacji z klientami. Aby była ona skuteczna powinna obejmować 3 priorytetowe obszary:

- Aktywizację konsumenta
- Wzmocnienie kanałów cyfrowych
- Efektywność operacyjną

W każdym z nich ważną rolę odgrywają nowe technologie i dane, które pomagają m.in.: automatyzować procesy, wzmacniać obszar customer experience i lojalności klienta, optymalizować politykę cenową, wdrażać nowe kanały sprzedaży czy usprawniać działania marketingowe.



Technologiczny skok o dekadę

Transformacja cyfrowa w wyniku pandemii COVID-19 wyrosła na biznesowy priorytet nr 1. Po zapewnieniu bezpieczeństwa pracownikom było to najważniejsze wyzwanie dla właścicieli i menedżerów. Cyfryzacja umożliwiła bowiem nie tylko ciągłość działania większości organizacji, ale też pozwala na ich rozwój w "nowej normalności".

Zdalna praca, wideokonferencje, e-commerce, cyfrowa reklama, media online, płatności bezdotykowe, rozwiązania chmurowe, e-rozrywka, e-learning, e-usługi, e-sport, e-government... w ciągu trwania izolacji wywołanej pandemią stały się masowo wykorzystywanymi rozwiązaniami. Pozwoliły przetrwać niełatwy okres dystansowania społecznego i uświadomić konieczność modyfikacji modeli biznesowych.



Modele wdrażania transformacji cyfrowej

Transformacja cyfrowa to wykorzystanie technologii cyfrowych oraz danych jako dźwigni usprawniających działanie organizacji. Najbardziej dojrzała forma polega na robieniu zupełnie nowych rzeczy w nowy sposób. Może jednak oznaczać także robienie starych rzeczy po nowemu.

Organizacje mogą zarówno wykorzystywać tradycyjne, znane od lat sposoby działania za pomocą nowych, cyfrowych rozwiązań, jak i realizować zupełnie nowe modele biznesowe, produkty, czy usługi cyfrowe w całkowicie nowatorski sposób, niedostępny dotychczas w analogowym świecie.

Należy jednak pamiętać, że transformacja to zawsze proces i ewolucja, a nie rewolucja. Dlatego małe kroki, których w okresie pandemii pojawiło się bardzo wiele, to naturalne działanie dla organizacji, które nie były bardzo dojrzałe cyfrowo, a musiały zareagować na obecny kryzys. Są one świetną bazą do planowania kolejnych ruchów, których efektem będzie szybszy rozwój w obszarze cyfrowym. W efekcie firmy będą w stanie zautomatyzować całe procesy "end2end", wykorzystywać wszystkie dane zbierane przez organizację w czasie rzeczywistym do konkretnego działania, a nie tylko do analityki, optymalizować koszty, zwiększać przychody, docierać do nowych grup klientów czy przygotowywać innowacyjne produkty.

Robienie starych rzeczy w stary sposób to utrzymywanie status quo, z kolei robienie nowych rzeczy w stary sposób nie jest transformacją cyfrową, a jedynie próbą łączenia obu światów (fizycznego i cyfrowego).

Produkty/usługi/funkcjonalności w modelach wdrażania transformacji cyfrowej

	Stare rzeczy	Nowe rzeczy
Stary sposób	<ul style="list-style-type: none"> • sprzedaż towarów bądź usług w sklepie stacjonarnym • podpisywanie umowy i przysyłanie listem do kontrahenta 	<ul style="list-style-type: none"> • sprzedaż w sklepie stacjonarnym kart prepaid do usług, produktów internetowych, wirtualnych • podatki od usług cyfrowych
Nowy sposób	<ul style="list-style-type: none"> • wideokonferencje • e-commerce • sVOD • e-booki • e-learning • obsługa przez voiceboty i chatboty • dostawy produktów przez e-consierge • e-sprzedaż gotowych paczek towarów • prezentacja produktów za pomocą AR • dashboardsy • paczkomaty • transmisje online koncertów, wydarzeń sportowych • rozliczenie PIT przez internet • e-podpis 	<ul style="list-style-type: none"> • sprzedaż wirtualnych towarów bądź usług przez internet (jak np. akcesoria dla awatarów w grach) • gry komputerowe • e-sport • reklama cyfrowa z wykorzystaniem narzędzi typu MA (Marketing Automation), DMP (Data Management Platform) • interaktywne media • e-usługi • rozwiązania Google i Apple dla rządów w zakresie dystansu społecznego w efekcie COVID-19

To właściwy czas na zajmowanie się technologią

Sytuacja wymusiła na firmach głębsze wykorzystywanie technologii. W bardzo krótkim czasie konieczne było udostępnienie, na niespotykaną dotąd skalę, rozwiązań technologicznych pracownikom i szybki upskilling umiejętności tych, którzy do tej pory nie korzystali z narzędzi cyfrowych. W kolejnym kroku widoczne było wykorzystywanie technologii do nawiązywania i utrzymywania relacji z klientami. Wiele organizacji, mniejszych i większych, które do tej pory nie były aktywne w internecie, rozpoczęło swoją działalność w sieci. Stawiały one na proste rozwiązania z ograniczonym spektrum funkcjonalności, ale pozwalające dostarczać usługi, sprzedawać produkty, zapewniać obsługę klientów w nowym dla nich kanale. Krótkoterminowo wszystkie te działania były istotnym elementem strategii ochrony przychodów.

Niepewność jaka wiąże się z "nową normalnością", którą przyniósł nam COVID-19, wymusza planowanie kolejnych kroków. Z jednej strony - długofalowo - mogą ulec zmianie zachowania konsumentów ze względu na poczucie utraty bezpieczeństwa, utrzymania społecznego dystansu, wymóg zdalnej pracy. Z drugiej - część przyzwyczajen, które właśnie się kształtują, będzie miała wpływ na wybory klientów w przyszłości. Paradoksalnie, użytkownicy wrzuceni również na głęboką wodę, przeszli przyspieszony kurs życia w sieci i zdobywania umiejętności cyfrowych. Niewątpliwie jest to szansa dla firm, które dotąd się wahały, nie szukały własnej unikalnej obecności w internecie i nie korzystały więc w większym stopniu z nowoczesnych rozwiązań IT czy pracy zdalnej.

Kluczowe obszary, które będą budować przewagę konkurencyjną

Dane

Wraz z coraz większą aktywnością firm i klientów w świecie cyfrowym zwiększy się ilość danych. Będą to nie tylko dane demograficzne i techniczne nt. urządzeń, jakimi posługują się użytkownicy, ale także ich zachowania w sieci (dane behawioralne). Zarówno na naszych stronach czy w aplikacjach, ale też to w jaki sposób poruszają się i czym się interesują w innych zakątkach internetu.

Ponadto możliwe zaburzenia koniunktury gospodarcze sprawiają, że szczególnie istotne będzie podejmowanie decyzji (np. dotyczących strategii produktowych) w oparciu o dane i jak najwyższa ich skuteczność biznesowa. Efektywne pozyskiwanie, zarządzanie i wykorzystywanie danych stają się kluczowe i niezbędne w walce o uwagę i portfele klientów.



Izabela Wisłocka
Menedżer w zespole ds. transformacji cyfrowej w PwC



Michał Kreczmar
dyrektor w zespole ds. transformacji cyfrowej w PwC

Z pomocą przychodzą tu rozwiązania technologiczne klasy CDP (Customer Data Platform), które umożliwiają nie tylko budowę bazy danych o klientach i zdobywanie "insightów", ale także ich szybką i sprawną aktywację w cyfrowych kanałach marketingowych.

Decyzje dotyczące wdrożenia narzędzi CRM (Customer Relationship Management) i ich integracja w szerszym ekosystemie danowo-marketingowym stają się dziś koniecznością. Wpływają one na naszą codzienną relację z konsumentem i umożliwiają szybką komunikację oraz reakcję na zmienne sytuacje.

Technologie bezdotykowe

Na popularności będą zyskiwać wszystkie rozwiązania wykorzystujące technologie bezdotykowe. Spodziewamy się, że przedsiębiorcy będą w większym stopniu zwracać uwagę na swoje fizyczne bezpieczeństwo i wiele rozwiązań w tym zakresie wejdzie na stałe do zakresu ich nowych zachowań.

Firmy dbające o doświadczenia klientów (Customer Experience) zostaną zmuszone do przeprojektowywania swoich usług i produktów, tak, aby zadbać o ten aspekt, który nie tylko buduje poczucie bezpieczeństwa, ale też faktycznie je zapewnia.

Popularność płatności bezdotykowych, kasy samoobsługowe, czy bezdotykowy odbiór przesyłek z paczkomatów to już funkcjonujące rozwiązania, które w stanie pandemii okazały się szczególnie doceniane przez klientów.

Rozwiązania zdalne

Pojawiły się już nowe przyzwyczajenia konsumentów w zakresie zdalnej rozrywki, edukacji, pracy, zdrowia, komunikacji, konsumpcji mediów, uczestnictwa w wydarzeniach sportowych i rozrywkowych. O ile część firm jest w stanie zdigitalizować dystrybucję oraz sprzedaż produktów, pozyskanie oraz obsługę klienta, czy nawet same produkty bądź usługi (VOD, e-booki, e-subskrypcje, e-szkolenia, e-wydarzenia, e-recepty, e-dowody), to nadal wytwarzanie towarów wymaga pracy ludzkich rąk (często pracy w zespołach w niewielkiej odległości).

Dlatego też większe szanse na poradzenie sobie z kryzysem mogą mieć firmy sprawnie łączące oba światy, przedsiębiorstwa wykorzystujące technologię jako dźwignię we wszystkich obszarach organizacji oraz biznesy natywnie cyfrowe, np. software house'y, dostawcy infrastruktury technologicznej czy platform online. W tym gronie szczególnie ciekawą perspektywę rysują się przed branżą usług finansowych, która w większości została zdigitalizowana w obszarze kontaktu z klientami, a potencjalne nowe projekty - takie jak cyfrowa waluta - tylko tę pozycję umocnią.

Automatyzacja

Dojrzałe cyfrowe rozwiązania zapewniają organizacjom wyższy poziom samoobsługowości, bez potrzeby codziennego wsparcia przez działy IT. Dotyczy to zarówno pracowników (praca grupowa w chmurze, wideokonferencje, wyszukiwanie informacji, reklama cyfrowa, sprzedaż i obsługa klientów, kadry i płace itp.), partnerów (systemy zarządzania projektowaniem, produkcją, zamówieniami, logistyką, magazynowaniem, obieg dokumentów, podpis elektroniczny, etc.) czy też konsumentów (e-commerce, chat/voice boty w obsłudze klienta, selfservice BOK, e-bankowość, e-government).

Automatyzacja umożliwia też integrację przepływów cyfrowych danych oraz procesów pomiędzy różnymi systemami IT w ramach całej organizacji oraz automatyzację procesów np. za pośrednictwem rozwiązań klasy Robotic Process Automation (RPA). W niektórych przypadkach rozwiązania cyfrowe, po etapie wdrożenia i edukacji użytkowników, cechuje praktyczna bezobsługowość w zakresie utrzymania ich działania.

Biorąc pod uwagę potencjalne zmiany w funkcjonowaniu społeczeństwa i firm, tego typu rozwiązania będą zwiększały nie tylko wydajność przedsiębiorstw, ale i ułatwiały organizację pracy.

Infrastruktura

Wszystkie powyższe technologie wymagają jednak stabilnej infrastruktury, która daje możliwość utrzymania wydajności przy zwiększaniu jej obciążenia.. Zaczynając od chmury, dzięki której możliwa jest zarówno zdalna praca grupowa, jak i dostarczanie firmowych aplikacji w modelu SaaS. Przez elastyczny, bezpieczny i nieprzerwany łańcuch dostaw towarów do sklepów, czy też klientów końcowych. Aż po infrastrukturę umożliwiającą firmom nieprzerwaną produkcję dóbr, monitoring, zabezpieczenie przed awariami i przestojami.





W kierunku uniwersytetu przedsiębiorczego

Koncepcja uniwersytetu przedsiębiorczego jest postrzegana jako etap ewolucji podmiotów szkolnictwa wyższego w kierunku zwiększonej synergii pomiędzy nauką, biznesem, administracją i społeczeństwem obywatelskim. Odzwierciedla ona następujące na świecie przemiany w relacjach między „producentami” i „konsumentami” wiedzy. Zmienia się i rozszerza spektrum interesariuszy uczelni wyższych. Do tradycyjnie dominujących interesariuszy (instytucje finansujące badania, władze centralne, grona środowiskowe) dołączają studenci, rodzice, szkoły średnie i instytucje otoczenia biznesu jako grupy mające rosnący wpływ na kształt uniwersytetów. Na znaczeniu zyskują stowarzyszenia absolwentów, agencje międzynarodowe, samorządy, organizacje pozarządowe i – naturalną kolejną rzeczą – przedsiębiorstwa.

Uniwersytet przedsiębiorczy w sposób bezpośredni ma wpływać korzystnie na rozwój gospodarczy regionu i kraju. Jednocześnie, jego działalność ma przynosić wymierne korzyści samej uczelni i jej kadrcze. Paradygmat przedsiębiorczości w kontekście uczelni wyższych nie jest ograniczony jedynie do technologicznych wynalazków. Odzwierciedla się również w innowacyjnym podejściu do kształcenia na wszystkich poziomach: licencjackim, inżynierskim, magisterskim i doktoranckim, a także w inicjatywach kształcenia ustawicznego.

Obecnie, na Wydziale Inżynierii Zarządzania Politechniki Białostockiej realizowane są dwa ogólnouczelniane projekty, które mają na celu wdrożenie elementów koncepcji uniwersytetu przedsiębiorczego do procesu kształcenia. Projekty „PB2020 – Zintegrowany Program Rozwoju Politechniki Białostockiej” oraz „PB 2.0. – Zintegrowany Program Rozwoju” są realizowane w ramach Osi Priorytetowej III. Szkolnictwo wyższe dla gospodarki i rozwoju, Działanie 3.5 Kompleksowe programy szkół wyższych (Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój, Europejski Fundusz Społeczny)

Celem głównym projektów jest wdrożenie kompleksowego Programu Rozwoju Politechniki Białostockiej, który umożliwi restrukturyzację uczelni, podniesie efektywność jej funkcjonowania w obszarze zarządzania oraz dostosuje kształcenie do aktualnych potrzeb gospodarki.

W ramach projektów zaplanowano kompleksowe działania, które umożliwią:

- uruchomienie nowoczesnych kierunków kształcenia;
- zmodernizowanie programów kształcenia do aktualnych

- potrzeb rynku pracy;
- rozwój kompetencji studentów wchodzących na rynek pracy;
- zwiększenie jakości i efektywności kształcenia na studiach III stopnia;
- rozwój kompetencji kadry akademickiej;
- zwiększenie efektywności funkcjonowania Uczelni poprzez wdrożenie nowego systemu informatycznego oraz realizację programu szkoleń skierowanego do pracowników kadr zarządzających i administracyjnych.

Na Wydziale Inżynierii Zarządzania, w ramach projektu PB 2020, zmodernizowano plany studiów na kierunku Logistyka, studia I stopnia, Turystyka i Rekreacja, studia I stopnia oraz Zarządzanie i Inżynieria Produkcji, studia I stopnia. Ponadto, na kierunku Zarządzanie i Inżynieria Produkcji, studia II stopnia wprowadzono nową specjalność – Inżynier procesu. Kierunek ten ma charakter interdyscyplinarny, łączy wiedzę ekonomiczną, prawną i organizacyjną aspektów transferu wybranych technologii. Absolwenci zdobywają gruntowne wykształcenie techniczno-ekonomiczne oraz odpowiednie kwalifikacje do pracy na stanowiskach związanych z zarządzaniem projektami, projektowaniem procesów wytwórczych, wdrażaniem nowoczesnych technologii oraz organizowaniem działalności produkcyjnej w różnych typach zakładów.



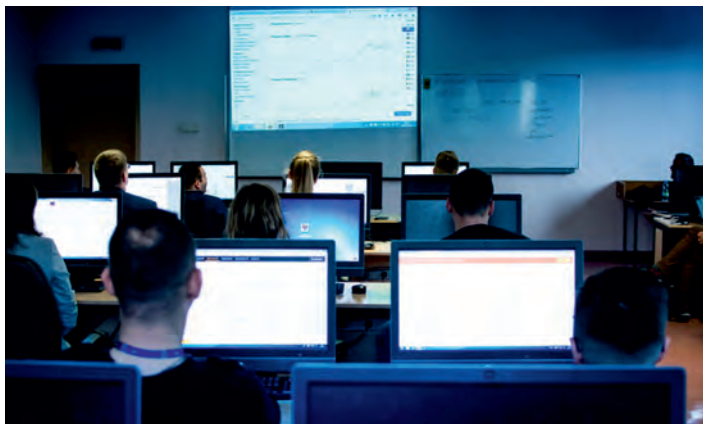
W ramach projektu PB 2020 dostosowano plany studiów we współpracy z lokalnymi przedsiębiorcami oraz zakupiono materiały dydaktyczne i oprogramowanie niezbędne do prowadzenia zajęć w ramach nowych programów kształcenia. Ponadto, uruchomiono Interdyscyplinarne Studia Doktoranckie, na których znaczna część zajęć prowadzona jest przez przedstawicieli otoczenia społeczno-gospodarczego.

Zmodernizowano też plany studiów na kierunku Logistyka, studia II stopnia oraz wyposażono magazyn wysokiego składowania jako element infrastruktury dydaktycznej. Ponadto zmodernizowano plany studiów na kierunku Zarządzanie, studia I stopnia wprowadzając dwie specjalności – Marketing internetowy w biznesie oraz Narzędzia analityczne w zarządzaniu. Potrzebę utworzenia tych specjalności zidentyfikowano w trakcie cyklu prowadzonych spotkań przez zespół pracowników Wydziału pod kierunkiem prof. Joanny Moczydłowskiej z przedsiębiorcami z terenu województwa podlaskiego.

Na kierunku Zarządzanie, studia II stopnia utworzono nową specjalność – Zarządzanie w biznesie. Jest ona specjalnością menedżerską przygotowującą do zarządzania przedsiębiorstwami i innymi projektami biznesowymi. Studenci tej specjalności uzyskują wiedzę dotyczącą podstawowych problemów zarządzania w środowisku biznesowym (założenie, prowadzenie, rozwój działalności biznesowej). Rozwijają również swoje kompetencje menedżerskie i przywódcze związane z kierowaniem ludźmi. Absolwenci tej specjalności to przyszli top menedżerowie, biznesmeni ale także startupowcy. Umiejętnie radzą sobie w rzeczywistości gospodarczej, potrafią analizować otoczenie

organizacji w dobie gospodarki 4.0, dokonują właściwych strategicznych wyborów, potrafią prognozować, ale i kreować przyszłe zdarzenia w prowadzonym biznesie. Są innowacyjni i znają najnowsze trendy prowadzenia biznesu, łącznie z jego elektronicznymi kanałami (e-commerce).

W ramach projektu PB 2.0. zmodernizowano także inne specjalności na kierunku Zarządzanie, studia II stopnia. Pierwszą z nich jest Rachunkowość i zarządzanie finansami ACCA. Absolwent posiada kompleksową i praktyczną wiedzę z zakresu nowoczesnego zarządzania przedsiębiorstwem, audytu, rachunkowości zarządczej, rachunkowości finansowej, zarządzania ryzykiem, planowania strategicznego, prawa i podatków. To najlepszy wybór dla tych, którzy chcą zarządzać finansami firm. Absolwenci są zwolnieni z egzaminów od F1 do F9 w kwalifikacji ACCA dzięki umowie akredytacyjnej zawartej pomiędzy Wydziałem Zarządzania a organizacją ACCA (the Association of Chartered Certified Accountants). Kolejna zmodernizowana specjalność w ramach projektu PB 2.0. to Zarządzanie produktem i sprzedażą. Absolwent tej specjalności wypełnia lukę między działem badań i rozwoju a klientem. Wyposażony w interdyscyplinarną wiedzę aktywnie i skutecznie poszukuje i weryfikuje pomysły na produkty, kreuje nowe potrzeby klienta i je urzeczywistnia, zarządza rynkowym cyklem życia produktu oraz podejmuje decyzje o jego wycofaniu. W szczególności absolwent tej specjalności nabywa praktyczne umiejętności w zakresie: zbierania i analizowania informacji o potrzebach klientów, generowania pomysłów na nowe produkty, przygotowywania analiz o sytuacji i trendach rynkowych, opracowywania, rozwijania i wdrażania strategii produktu, planowania kampanii reklamowych i innych działań promocyjnych, technik sprzedaży, przygotowywania planów sprzedaży, merchandisingu.



Ideę uniwersytetu przedsiębiorczego dobrze odzwierciedla oferta Wydziału Inżynierii Zarządzania w zakresie kształcenia ustawicznego. Na studiach podyplomowych organizowanych przez WIZ zajęcia prowadzone są przez praktyków i ekspertów oraz doświadczonych naukowców zajmujących się daną problematyką. Dużym zainteresowaniem kadry kierowniczej w regionie cieszą się dwusemestralne studia Master of Business Administration (MBA Executive). Na potrzeby lokalnego biznesu odpowiadają też studia podyplomowe z zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy, zarządzania bezpieczeństwem informacji, Lean Management, zarządzania jakością. Studia z rachunkowości i zarządzania finansami ACCA bazują na aktualnych i stale weryfikowanych potrzebach pracodawców oraz wymogach, jakie stawia finansistom zmieniający się świat.

Politechnika Białostocka i Klaster Obróbki Metali (poprzez partnerstwo w projekcie Centrum Promocji Innowacji i Rozwoju) są partnerami w międzynarodowym projekcie „DigiFoF” – Digital Design Skills for Factories of the Future. Jego zasadniczym celem

jest stworzenie sieci współpracy uczelni wyższych, przedsiębiorstw, instytucji okołobiznesowych na potrzeby rozwoju kompetencji cyfrowych pracowników fabryk przyszłości. Dzięki ścisłej współpracy partnerów biznesowych i uczelni wyższych zostaną opracowane spójne z potrzebami i wyzwaniem Przemysłu 4.0 profile kompetencji pracowników fabryki przyszłości. Będą one kształtowane w ramach dedykowanych szkoleń opartych o innowacyjne materiały dydaktyczne i studia przypadku oraz bazujące na narzędziach ICT z zakresu modelowania i digitalizacji procesów. Wymiernym efektem projektu DigiFoF jest utworzenie sieci innowacyjnych laboratoriów OMILAB4FoF wspierających doskonalenie kompetencji przyszłych i obecnych pracowników przedsiębiorstw w zakresie projektowania fabryki przyszłości (projektowania i digitalizacji procesów, projektowania zautomatyzowanych linii produkcyjnych). Praktyczne i interdyscyplinarne podejście do kształtowania kompetencji cyfrowych studentów i pracowników przedsiębiorstw jest próbą sprostania wyzwaniom rynku pracy w dobie Przemysłu 4.0.



Paradygmat uniwersytetu przedsiębiorczego budzi wśród niektórych obawy o zatracenie tradycyjnego etosu uniwersyteckiego. Krytycy koncepcji uniwersytetu przedsiębiorczego podkreślają, że misją nauki i naukowców jest odkrywanie prawdy o świecie oraz krytyczna analiza zjawisk w nim zachodzących. Obawiają się, że ta rola zniknie lub zostanie zagłuszona przez utylitarne cele związane z generowaniem innowacji, komercjalizacją wiedzy i działalnością nastawioną na wynik finansowy. Nie należy tych obaw ignorować.

Na Wydziale Inżynierii Zarządzania staramy się pamiętać o obu elementach misji Politechniki Białostockiej i stoimy na stanowisku, że nasz region i kraj potrzebują szkół wyższych, które bez obaw wchodzi w interakcję z aktorami życia gospodarczego. Aby w pełni zrealizować potencjał drzemący w tych relacjach, do pokonania jest wciąż wiele barier systemowych i mentalnościowych, jednak utrzymywanie separacji kształcenia, badań naukowych i działalności gospodarczej wydaje się dłużej niemożliwe. Potrzebujemy przedsiębiorczo nastawionych naukowców i akademicko nastawionych przedsiębiorców. Nasze doświadczenia pokazują, że aktywna rola biznesu w przedsięwzięciach naszego Wydziału przynoszą wzrost jakości kształcenia i prowadzonych badań naukowych.



Autorzy: **Łukasz Nazarko, Ewa Rollnik-Sadowska, Arkadiusz Jurczuk**
Wydział Inżynierii Zarządzania, Politechnika Białostocka
Źródła: <http://wiz.pb.edu.pl>

Gibb, A. A., & Haskins, G. 2014. *The University of the Future: An Entrepreneurial Stakeholder Learning Organization?* W: A. Fayolle & D. T. Redford (Eds.), *Handbook on the Entrepreneurial University*: 25–63. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

Etzkowitz, H., Webster, A., Gebhardt, C., & Cantisano, R. T. B. 2000. *The Future of the University and the University of the Future: Evolution of Ivory Tower to Entrepreneurial Paradigm*. *Research Policy*, 29(2): 313–330.

OECD. 2012. *A Guiding Framework for Entrepreneurial Universities*. OECD and the European Commission.

Sperrer, M., Müller, C., & Soos, J. 2016. *The Concept of the Entrepreneurial University Applied to Universities of Technology in Austria: Already Reality or a Vision of the Future?*. *Technology Innovation Management Review*, 6(10): 37–44.



Dobra organizacja to podstawa przy prowadzeniu różnego typu działalności.

Wywiad z **Ewą Kluczyk** – współwłaścicielką firmy transportowej **KLUCZYK TRANSPORT SERVICE**.

Jakie były początki Pani działalności biznesowej?

Początki zawsze są trudne. Firmę otworzyliśmy będąc jeszcze w Wielkiej Brytanii. Byłam wtedy na ostatnim roku studiów. Nie ukrywam, miałam obawy, wiadomo duża odpowiedzialność, spora inwestycja, ogromne ryzyko. Dodatkowo branża bardzo wymagająca - transport międzynarodowy. Pracowałam wtedy w dwóch różnych firmach, kończyłam studia i jeszcze prowadzenie firmy. Spore wyzwania! Jednak dzięki temu zdobyłam spore doświadczenie, które zaowocowało w późniejszym prowadzeniu biznesu.

To dzięki pogodzeniu tak wielu rzeczy naraz nauczyłam się tak zwanego "multitasking", który to przydaje się niezmiernie w dzisiejszym szybkim świecie biznesu. Dobra organizacja to podstawa przy prowadzeniu różnego typu działalności.

Początkowo zakupiliśmy jeden 'zestaw', a głównym pracownikiem był mój mąż. To on właśnie zaraził mnie swoją pasją do ciężarówek i transportu. Pierwsze nasze transporty skupiały się głównie na przewożeniu rolek stali, operowaliśmy głównie na zachodzie Europy, co zresztą kontynuowane jest do tej pory. Nasze "biuro" to był nasz laptop i jeden segregator. Teraz patrząc z perspektywy te początki to był jednak najłatwiejszy etap w całej historii działalności firmy.

Jakie momenty były najważniejsze w rozwoju firmy?

Oczywiście powiększanie floty samochodowej, co świadczy o tym, że firma jest stabilna finansowo i ciągle się rozwija. Oprócz tego ważnym czynnikiem jest ustalenie celów i planów, do których dążymy, żeby ciągle iść naprzód. Jednak głównym elementem każdego biznesu są ludzie i to Oni tworzą firmę i przyczyniają się do jej rozwoju. Zaufani

współpracownicy to podstawa. Dzięki ich wsparciu i pracy możemy stworzyć firmę, która prężnie działa na rynku.

Jednym z etapów w rozwoju była też dywersyfikacja firmy, czyli otwarcie BIASTORAGE, wynajmu magazynów samoobsługowych typu SELF STORAGE. Działanie to przyczyniło się do rozłożenia ryzyka i zabezpieczenia finansów poprzez prowadzenie dwóch firm o różnym profilu. Będąc jeszcze w Wielkiej Brytanii, sama wynajmowałam taki magazyn. Tam taka forma najmu jest bardzo popularna. W Polsce to dopiero raczkuje, choć zauważamy coraz większą świadomość i popyt na tego typu usługi. W większych aglomeracjach w kraju, jak na przykład Warszawa, takie magazyny działają już od dawna, w Białymstoku dopiero powstaje takie zapotrzebowanie.

Jakim taborem dysponuje firma i jakie usługi świadczy?

Jesteśmy małą rodzinną firmą, posiadamy auta typu firanka, które głównie jeżdżą na trasach międzynarodowych oraz ruchome podłogi, tak zwane samowytadowce, którymi świadczymy przewóz w transporcie krajowym. Specjalizujemy się w przewożeniu ładunków takich jak: rolki stali i zrębka drzewna. Ponadto jesteśmy w stanie przewieźć wszystko i wszędzie, dzięki dodatkowej działalności spedycyjnej.

Dodatkową odnogą naszej firmy jest wspomniany już wcześniej wynajem kontenerów magazynowych, które są alternatywą dla garaży i piwnic. Wynajem kontenerów magazynowych to tania i wygodna forma magazynowania. Coraz więcej osób czy firm przekonuje się o użyteczności magazynów tego typu. Każdego dnia kilkadziesiąt nowych klientów wynajmuje przechowalnie na dokumenty, towary lub inne rzeczy, na które nie ma miejsca w domu lub biurze. My w swojej ofercie posiadamy magazyny o wielkościach 3, 6, 9 a także 12 m².

Jednak nie tylko brak powierzchni przekonuje wynajmujących do magazynów samoobsługowych. Są to również bezpieczeństwo, łatwa obsługa oraz dostosowanie wielkości schowka do aktualnych potrzeb. Często zdarza się, że klienci zaczynają od najmniejszego magazynu, a potem przenoszą się do coraz większych pomieszczeń. Często też łączą kilka kontenerów, bo nadal jest to dla nich o wiele bardziej korzystne niż wynajem dużego magazynu, gdzie w grę wchodzi dodatkowe koszty takiej jak czynsz, podatki i media.

W BIASTORAGE ceny zaczynają się już od 120 zł netto miesięcznie, a najkrótszy czas wynajmu to zaledwie jeden miesiąc, co jest bardzo komfortowe dla firm, które działają na przykład tylko sezonowo. Z takiego rozwiązania chętnie też korzystają osoby, które są w trakcie przeprowadzki i potrzebują tymczasowo przechować swój dobytek. W trosce o bezpieczeństwo powierzonych nam rzeczy cały obiekt objęty jest 24-godzinnym monitoringiem. W BIASTORAGE klienci mają dostęp do swojego mienia przez całą dobę, siedem dni w tygodniu.

Jakie największe ograniczenia spotykają przedsiębiorcę na polskim rynku transportowym?

Przed wszystkim ogromna biurokracja i skomplikowane, często niejasne przepisy związane z delegowaniem czy rozliczaniem kierowców, a także masą dodatkowych przepisów związanych z posiadaniem floty pojazdów. Delegując kierowcę w trasę międzynarodową trzeba też uwzględnić przez jakie kraje będzie jechał i jakie tam są przepisy. Pomimo tego, iż działamy głównie na terenie krajów Unii Europejskiej, musimy wiedzieć o tym jakie przepisy panują w poszczególnych krajach, aby kierowca zabrał ze sobą odpowiednie dokumenty. Często śmiejemy się w firmie, że niedługo trzeba będzie przeznaczyć jedno miejsce paletowe na dokumenty które kierowca musi zabrać w trasę, gdy wyjeżdża poza granicę kraju.

Która z form działalności stanowi nadal największe wyzwanie? Dlaczego?

Zdecydowanie transport. To bardzo wymagająca branża. Tak jak wspominałam wcześniej wiążą się z nią stale zmieniające się przepisy, biurokracja czy skomplikowane procedury. Dodatkowo jednym z wyzwań są również długie terminy płatności, a także wielu nieuczciwych kontrahentów. Myślę, że to największe problemy dzisiejszego transportu.

Niestety coraz częściej łapię się na tym, że zamiast skupić się na rozwoju swojej firmy jestem zmuszona poświęcać swój czas na dostosowywanie przedsiębiorstwa do ciągle zmieniających się przepisów, czy też walkę z oszustami, którzy świetnie funkcjonują w kraju i za granicą, co gorsza, nic im właściwie nie grozi, bo prawo jest na tyle opieszale, że łatwo uciec im od wszelkich konsekwencji.



Ewa Kluczyk

Absolwentka Sheffield Business School (Sheffield Hallam University) w Wielkiej Brytanii. Od 2011 roku prowadzi z mężem firmę transportowo-spedycyjną oferującą usługi transportu drogowego w całej Europie. Współtworzyła i prowadzi pierwsze samoobsługowe magazyny kontenerowe typu SELF STORAGE w Białymstoku. Członkini Podlaskiego Stowarzyszenia Właścielek Firm Klubu Kobiet Biznesu.

Kluczyk

Twój partner w transporcie



W dzisiejszych czasach kluczyk jest automatyzowanie wszelkich procesów, tak, aby móc jak najmniej czasu poświęcać na czynności związane z obsługą, gdyż są one nie tylko pracochłonne, ale i kosztowne. Dlatego też mogę zdradzić, iż jednym z celów jakie sobie postanowiliśmy będzie wprowadzenie aplikacji, która będzie umożliwiała wynajem magazynu całkowicie bez kontaktu z nami, za pośrednictwem aplikacji przy użyciu telefonu czy komputera. Niestety, trzeba też brać pod uwagę fakt, że nadchodzi spore załamanie gospodarki związane z pandemią. Może teraz jeszcze tego nie widać, ale prognozuję, że za kilka miesięcy wiele firm upadnie bądź będzie w dużo gorszej kondycji niż teraz, co też może szybko zweryfikować nasze plany, gdyż odbije się to na zapotrzebowaniu na usługi transportowe czy magazynowanie.

Jakimi wartościami kieruje się Pani w prowadzeniu biznesu?

Myślę, że najważniejszymi wartościami nie tylko w prowadzeniu biznesu, ale i w życiu codziennym jest przede wszystkim relacja z drugim człowiekiem. Nie ważne czy to pracownik czy klient, to te relacje właśnie są filarem naszych biznesów. Tam gdzie są ludzie, zawsze pojawiają się problemy, dlatego też staram się zawsze patrzeć na danego klienta, pracownika czy kontrahenta indywidualnie i dostosowywać daną usługę, tryb pracy do jego potrzeb. Staram się stwarzać warunki pracy, w których relacje między pracownikami oparte są na uczciwości i współpracy. Dobra atmosfera w pracy sprzyja zaangażowaniu i motywuje do lepszych osiągnięć. Jak już wcześniej wspomniałam jesteśmy firmą rodzinną, dlatego ważne są dla nas zaufanie, wzajemny szacunek i lojalność.

Jaka jest Pani recepta na sukces?

Moją receptą na sukces jest nastawienie się na zwycięstwo, a nie na porażkę. Sukces nie jest dziełem przypadku ani sprzyjającym losem. Nasze marzenia i wizje wprowadzamy w życie i inicjujemy proces prowadzący do ich osiągnięcia. Staramy się wychodzić poza schematy i nie czekamy na sprzyjający uśmiech losu, po prostu realizujemy nasze upragnione cele. Sukces jest w zasięgu naszej ręki. Jak mówi Brian Tracy „kluczem do sukcesu jest skoncentrowanie umysłu na tym czego pragniemy a nie na tym, czego się boimy.” Nie zniechęcają mnie chwilowe trudności lub niepowodzenia, bo zdarzają się one każdemu kto prowadzi biznes. Postrzegam je jako część procesu osiągania długoterminowego sukcesu. Każde niepowodzenie jest dla mnie cenną nauką i powoduje, że nabieram doświadczenia i nowych umiejętności.

Jak Pani spędza wolny czas?

Prowadząc firmę, a właściwie ją rozwijając niestety mam mało wolnego czasu, nad czym ubolewam. Wierzę jednak, że mój upór i ciężka praca doprowadzi do tego, iż w końcu będę miała go więcej. Jestem na etapie życia, gdzie najwięcej czasu poświęcam właśnie pracy zawodowej, ale staram się nie zaniedbywać przy tym mojej rodziny, która jest dla mnie najważniejsza. Podstawą w dzisiejszych czasach jest dobra organizacja pracy. Na co dzień pracuję z kalendarzem co pozwala mi zaoszczędzić dużo czasu. Dzięki temu jestem w stanie wygenerować dodatkowy czas tylko dla rodziny. Uwielbiam również podróżować, poznawać nowe miejsca, ludzi, smaki. Dlatego też każdą wolną chwilę staram się organizować tak, aby móc jak najwięcej zobaczyć. Raczej staram się nie wracać dwa razy w to samo miejsce, świat jest zbyt duży i zbyt piękny, a życie zbyt krótkie, aby tracić czas do powracania w te same miejsca. Jednym z moich marzeń jest zwiedzanie świata. Uważam, że jest to rewelacyjny sposób nie tylko na poznanie nowych kultur, ale także świetną inspirację do tworzenia nowych biznesów, właśnie poprzez obserwację jak to działa w różnych zakątkach świata.

Jakie nowe usługi pojawiły się na przestrzeni kilku ostatnich lat? Jakie są plany na przyszłość?

Działalność rozpoczynaliśmy od standardowych aut, z biegiem lat wyspecjalizowaliśmy się w transporcie ruchomymi podłogami. Jest to dedykowane rozwiązanie do transportu towarów sypkich, objętościowych takich jak: zrębka, kora, odpady, drzewo, trociny, wiór, granulaty, złom rozdrobniony, kolorowy, stalowy, węgle, koks, szkło tłuczone.

Dzięki takiemu systemowi jesteśmy w stanie podnieść efektywność procesu załadunku i ograniczyć czas spędzany na załadunkach. Ponadto producent oszczędza mnóstwo pieniędzy na opakowaniach, ponieważ możemy transportować te towary luzem. Stosowana w naczepach ruchoma podłoga to innowacyjne rozwiązanie, wyraźnie przewyższające wydajnością standardowe naczepy typu wywrotka. Pojemność ruchomej podłogi to 92m3.

Klienci chętnie wybierają ten sposób transportu towarów, gdyż wychodzi im to korzystniej cenowo, nie wspomnę o zaoszczędzonym czasie, który niejednokrotnie, jest więcej warty niż pieniądze. Co więcej, naczepami tego typu można również przewozić ładunki paletowe, a to automatycznie powiększa grono klientów docelowych. Jeśli chodzi o plany to jest ich wiele. W mojej głowie nowe pomysły pojawiają się każdego dnia. Jednak w pierwszej kolejności musimy skupić się na umocnieniu naszej marki na rynku. Dopiero później planować dalszy rozwój.

Dziękuję za rozmowę i życzę dalszych sukcesów.
Rozmawiał Bogdan Rogaski



Biznes jest sztuką nie tylko zarabiania pieniędzy, ale też umiejętnego dzielenia się nimi

Wywiad z Bogdanem Sadowskim
właścicielem firmy SABO

Jakie były początki Pana działalności biznesowej?

Firma „SABO” Bogdan Sadowski powstała w 1990 roku jako jednoosobowa działalność gospodarcza i tak działała przez 25 lat. Zaczynała swoją działalność w Suwałkach w wynajętych pomieszczeniach i zatrudniała 1 pracownika.

Dzisiaj Przedsiębiorstwo Handlowe SABO występuje jako spółka komandytowa, posiada 10 oddziałów, zlokalizowanych w większości we własnych obiektach w niemal całej północno-wschodniej Polsce i zatrudnia 170 osób. Specjalizuje się w handlu materiałami budowlanymi, uczestniczy w projektach developerskich, zajmuje się doradztwem w projektowaniu wnętrz.

Nastąpił dynamiczny rozwój firmy, jakie są dalsze plany?

Głównie chcemy udoskonalać to, co już posiadamy, częściowo rozbudowywać niektóre placówki i spełniać zmieniające się wymagania klientów, być jeszcze bardziej aktywnym na rynku e-commerce.

Modyfikujemy swoją platformę tak, by sprzedaż internetową mocno powiązać z naszymi oddziałami, w których klient odbierając towar nie poniesie kosztów przesyłki. Jestem pewien, że sprzedaż internetowa

będzie się rozwijać, ale z racji kosztów transportu i generowania bardzo duże ilości drogich w utylizacji opakowań nie będzie najtańszą formą zakupów. Dlatego zamierzamy stworzyć platformę, dzięki której klient otrzyma pełną wiedzę o towarze, pozwalającą zdecydować o zakupie i dogodnym terminie odbioru w naszych placówkach.



Jakimi wartościami kieruje się Pan w działalności biznesowej?

Oczywiście, największą wartością w firmie są pracownicy. Dużą wagę przykładamy do szkoleń i podnoszenia kwalifikacji naszej kadry. Chętnie korzystamy z programów dofinansowania szkoleń. Nasza branża jest sezonowa, okres jesienno-zimowy wykorzystujemy na podnoszenie kwalifikacji, szkolenia, na kursy w fabrykach naszych dostawców po to, żeby wiosną i latem skupić się na bieżącej obsłudze klientów.

Dobrze wyszkolony pracownik daje gwarancję usatysfakcjonowanego klienta, a to kolejna z najważniejszych wartości. Biznes jest sztuką nie tylko zarabiania pieniędzy, ale też umiejętnego dzielenia się nimi.

Nie zapominamy o osobach niepełnosprawnych. W 2013 r. firma SABO zaangażowała się w tworzenie stowarzyszenia „Aktywni Tak Samo”, które powstało z inicjatywy rodziców, którzy nie chcieli pogodzić się z tym, że ich niepełnosprawne intelektualnie dzieci po zakończeniu nauki i ukończeniu 23 lat skazane są na izolację domową. Przewodniczącą temu stowarzyszeniu, pomogliśmy w remoncie pomieszczeń i uruchomieniu Domu Dziennego Pobytu, do którego uczęszcza 30 osób. W placówce „Aktywnych Tak Samo” funkcjonują też cztery mieszkania treningowe dla niepełnosprawnych intelektualnie podopiecznych.

Z jakimi wyzwaniem spotyka się Pan w swojej firmie w dobie walki z koronawirusem?

Pandemia w dużym stopniu pokrzyżowała wiele planów i utrudniła normalne funkcjonowanie biznesu. Trzeba było zrezygnować ze spotkań, szkoleń i wystaw targowych, a część działań promocyjnych i reklamowych przenieść do Internetu. Niektóre z wymuszonych obostrzeń zachowań przyniosły efekt i można je przenieść na stałe do normalnego funkcjonowania firmy, bo po prostu się sprawdziły.

Od wielu lat w firmie funkcjonuje zintegrowany system informatyczny klasy ERP Comarch CDN XL, który umożliwia pracę w dowolnym miejscu i czasie poza firmą. To w znacznym stopniu ułatwiło pracę zdalną części załogi, która musiała pozostać w domach.

Nabieramy doświadczeń, wyciągamy wnioski m.in. takie, że pracę można zorganizować w różnych formach. Przez wiele lat kadra menedżerska SABO spotykała się raz w miesiącu w jednym z oddziałów lub w centrali. Dzisiaj widzimy, że większość spotkań możemy przeprowadzić on-line. Daje to oszczędność czasu i obniża koszty.

Jest Pan szefem Izby Przemysłowo-Gospodarczej w Suwałkach. Jakie były początki działalności IPG?

Długo nie było instytucji, która reprezentowałaby suwalskich przedsiębiorców na forum województwa, jak też w lokalnym samorządzie. Przy różnego rodzaju spotkaniach gospodarczych rozmawialiśmy o tym, że należałoby stworzyć instytucję zrzeszającą przedsiębiorstwa działające w naszym regionie. Udało się skupić pełen ich wachlarz – od jednoosobowych i mikroprzedsiębiorstw do firm, które zatrudniają setki osób. Zróżnicowane są również branże. Należą do nas firmy usługowe, produkcyjne, jak też handlowe, turystyczne i hotelarskie.

Suwalska Izba jest dużą organizacją?

Izba Przemysłowo-Gospodarcza w Suwałkach jest regionalną organizacją samorządu gospodarczego działającą na terenie województwa podlaskiego. Powołana została 18 grudnia 2014 r. na Zebraniu Założycielskim przez grupę ponad 70 przedsiębiorców, a obecnie zrzesza około 90 firm, głównie z Suwałk i Augustowa. Izba wpisała się w formułę organizacji samorządu gospodarczego o znaczeniu spotecznym, nie nastawioną na zysk, realizującą misję i cele związane z kreowaniem lokalnego i regionalnego rozwoju gospodarczego.

Jesteśmy organizacją otwartą, zrzeszamy na zasadach dobrowolności, reprezentujemy interesy gospodarcze naszych członków przede wszystkim wobec organów administracji rządowej, samorządu terytorialnego oraz innych instytucji. Od prawie sześciu lat wzmocniamy więzi biznesowe pomiędzy przedsiębiorcami, zachęcamy do podejmowania wspólnych przedsięwzięć i wymiany doświadczeń, do stosowania dobrych praktyk, wspieramy w prowadzeniu działalności.

Zależy też nam na tym, by Izba pomagała w rozwiązywaniu problemów technicznych, ekonomicznych, organizacyjnych i prawnych, związanych z podejmowaniem i prowadzeniem działalności gospodarczej. Celem jej istnienia jest tworzenie procedur i warunków do rozstrzygania sporów pomiędzy swoimi członkami na drodze postępowania polubownego i pojednawczego, a także ochrona dobrego imienia naszych członków.

Przedstawiciele Izby biorą udział w pracach organów administracji rządowej, samorządu terytorialnego, organizacji samorządu gospodarczego, federacji związków pracodawców i instytucji doradczo – opiniodawczych. Przedsiębiorcy mogą wyrażać swoje poglądy i zgłaszać interpelacje na forum lokalnym jak też regionu, a za pośrednictwem Krajowej Izby Gospodarczej także na forum krajowym.

Przyczyniamy się do rozwoju lokalnej oraz regionalnej infrastruktury przedsiębiorczości, instytucji otoczenia biznesu. Współtworzymy założenia lokalnej i regionalnej polityki nie tylko gospodarczej, ale też oświatowej, kulturalnej, ochrony środowiska, ochrony zdrowia, rehabilitacji zawodowej i spotecznej inwalidów i osób niepełnosprawnych.

Nie do przecenienia jest nasza rola w wyborze tematyki przeprowadzanych szkoleń oraz w informowaniu o zmianach w prawodawstwie, na przykład ostatnio o zapisach zawartych w kolejnych Tarczach Antykrzysowych i ich prawidłowej interpretacji.

Jakie projekty realizuje IPG w Suwałkach?

Umożliwiamy udział w szkoleniach pracowników przeprowadzanych w ramach Krajowego Funduszu Szkoleniowego, zorganizowanego przez Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku. Współpracujemy z Izłą Przemysłowo-Handlową w Białymstoku i pomagamy w organizacji wielu działań i inicjatyw związanych ze wspieraniem przedsiębiorczości.

Zgłaszamy kandydatury do Nagrody Prezydenta Miasta Suwałk – „Włócznia Jaćwingów”. Występujemy o nadanie odznaczeń i wyróżnień.

Sztandarowym działaniem Izby w promowaniu suwalskich firm i oferowanych przez nie miejsc pracy wśród młodzieży jest „Tydzień Przedsiębiorczości”, podczas którego uczniowie szkół ponadpodstawowych i studenci odwiedzają przedsiębiorstwa, przyglądają się, jak ich działalność wygląda od środka.

Jak wspominałem, w czasie pandemii organizujemy webinaria poświęcone tarczom kryzysowym oraz interpretacji nowych rozwiązań prawnych. Pocztą elektroniczną przekazujemy wiadomości o zmianie przepisów, o działaniach, produktach i usługach, wykonywanych i oferowanych dla członków Izby.

Najnowszym projektem, który powstał podczas posiedzenia Rady Izby z udziałem przedstawicieli Stowarzyszenia Inicjatyw Społeczno-Kulturalnych "Czarna Hańcza" w Suwałkach, będzie wydanie w ramach obchodów jubileuszu 300-lecia Nadania Praw Miejskich Suwałkom oraz 100-lecia Odzyskania Niepodległości publikacji książkowej pt.: "Suwalska Księga Przedsiębiorczości".

Księga ma pokazać narodziny suwalskiej przedsiębiorczości, jej historię, wyeksponować etapy zmian do rozwoju po transformacji ustrojowej, przedstawić przedsiębiorców i ich firmy. Wstępny termin publikacji to listopad 2020 r. Od 16 do 22 listopada razem z Parkiem Naukowo-Technologicznym Polska-Wschód w Suwałkach zorganizujemy "Tydzień Przedsiębiorczości", który odbędzie się w ramach V Forum Biznesowego Pogranicza, jednej z większych imprez gospodarczych w regionie.

Czy poza pracą zawodową i społeczną ma Pan czas na hobby i rodzinę?

Na początku działalności, w latach 90. ciężko było wygospodarować choćby tydzień urlopu. Z biegiem czasu zmieniała się organizacja firmy, a po przekształceniu w spółkę (do czego wszystkich prowadzących działalność jednoosobową namawiam), kiedy powstał zarząd, prezes nie zawsze musi być „tu i teraz”. Dużo podróżujemy całą rodziną kamperem - od południa Włoch po północ Norwegii, od Hiszpanii po Moskwę, do której w taki sposób dotarliśmy na ostatnie piłkarskie Mistrzostwa Świata.

Jest to ciekawa forma zwiedzania, daje dużą swobodę, a zrazem pełną integrację rodziny. Z tyłu kampera zawsze są umocowane rowery, niezbędne do zwiedzania miejsc, zakamarków do których nie można dojechać samochodem.

Na co dzień jest tenis, latem windsurfing, a zimą narty. Życie w Suwałkach daje tę przewagę nad wielkimi miastami, że już pół godziny po zakończeniu pracy latem można siedzieć w żaglówce, a zimą jeździć na nartach.

Dla tych, którzy jeszcze nie przejechali rowerem Suwalskiego Parku Krajobrazowego i Wigierskiego Parku Narodowego, serdecznie polecam taką wyprawę. Pozostaną wspaniałe wspomnienia, a zdjęcia wyładują na tapecie laptopa czy komputera.

Dziękuję za rozmowę i życzę dalszych sukcesów.
Rozmawiał Bogdan Rogalski





Stawiamy przede wszystkim na wysoką jakość zarówno produktów ubezpieczeniowych, jak i obsługi klienta.

Wywiad z Bronisławem Woźnialisem, Prezesem Zarządu RESO Europa Service Sp. z o.o.

Jakie były początki Pana działalności ubezpieczeniowej?

Od 2003 r. zajmuję się sprzedażą ubezpieczeń. Na początku były to głównie ubezpieczenia OC posiadaczy pojazdów mechanicznych dla osób chcących wjechać na teren Litwy, która wówczas nie należała jeszcze do systemu Zielonej Karty. Oznaczało to, że każdy kierowca wjeżdżający na teren naszych sąsiadów musiał mieć litewskie ubezpieczenie. Rok później, gdy Polska i Litwa weszły do Unii Europejskiej, pojawiła się możliwość sprzedaży produktów zagranicznych zakładów ubezpieczeń na terytorium RP na zasadzie swobody przepływu usług (FOS). Jako pierwszy w kraju skorzystałem z tej możliwości i czynię to aż do dziś. Od 20 października 2005 r. jestem prezesem RESO Europa Service. W 2008 r. moja spółka nawiązała ścisłą współpracę z łotewskim zakładem ubezpieczeń – Balcia Insurance SE, którego jesteśmy partnerem generalnym na terenie Polski. Oprócz samej sprzedaży ubezpieczeń, RESO zajmuje się także obsługą posprzedażową i likwidacją szkód. Na przestrzeni 15 lat spółka bardzo się rozwinęła, stając się największym nieprodukcyjnym pracodawcą z sektora prywatnego na Suwalszczyźnie.

Czym dla Pana spółki było nawiązanie współpracy z Balcją?

Rozpoczęliśmy współpracę, która w kolejnych latach była inspiracją dla niektórych firm z branży ubezpieczeniowej. Wiele podmiotów próbowało kopiować ten model działania. W naszym przypadku on się sprawdził, więc korzystamy z niego nadal. Nawiązując współpracę z łotewskim zakładem ubezpieczeń, RESO pozyskała przede wszystkim stabilnego partnera. Obie spółki tworzą symbiozę i pozytywnie na siebie oddziałują. RESO rozwija się dzięki Balcii, a Balcia rozwija się dzięki RESO. Jak przyznają nasi łotewscy partnerzy, wchodząc na polski rynek potrzebowali kogoś, kto go zna i pomoże im rozwinąć biznes w Polsce. My zaś poszukiwaliśmy partnera, którego ubezpieczenia będziemy mogli sprzedawać. W tym momencie, między innymi dzięki działalności RESO, polski rynek stanowi ponad połowę portfela ubezpieczeniowego Balcii, która prowadzi swój biznes także w Wielkiej Brytanii, Niemczech, Włoszech, Francji i Hiszpanii.

Czym wyróżnia się RESO na tle innych firm ubezpieczeniowych w Polsce?

Przede wszystkim spełniamy wszystkie funkcjonalności zakładu ubezpieczeń oprócz underwritingu i aktuariatu. Nie jesteśmy typowym pośrednikiem ubezpieczeniowym, który ogranicza swoją działalność tylko do sprzedaży ubezpieczeń. Działamy bardzo kompleksowo, wyręczając w większości zadań naszych partnerów. W tym momencie RESO jest największą wyłączną agencją ubezpieczeniową w Polsce. Wyłączną, czyli taką, która sprzedaje ubezpieczenia tylko jednego zakładu ubezpieczeń. Natomiast nie wykluczamy tego, że kiedyś przekształcimy się w multiagencję. Mamy rozwiniętą sieć zaufanych pośredników ubezpieczeniowych w całym kraju, która liczy ok. 9 tys. sprzedawców. W naszej centrali w Suwałkach zatrudniamy również świetnych fachowców od likwidacji szkód.

Chcąc rywalizować z największymi graczami, stawiamy przede wszystkim na wysoką jakość zarówno produktów ubezpieczeniowych, jak i obsługi klienta. W obu przypadkach wyróżniamy się elastycznością. Możemy dostosować każdy produkt do indywidualnych potrzeb nawet najbardziej wymagających klientów. Nasze ubezpieczenia dobrowolne, jak na przykład Biznes Pakiet, mają bardzo dobre warunki w standardzie, a można je jeszcze wzbogacić o dodatkowe zapisy. Z kolei dzięki departamentowi sprzedaży, który jest strukturalnie podzielony na sekcje przypisane poszczególnym produktom ubezpieczeniowym, nasi klienci mają możliwość bezpośredniego kontaktu z fachowcami. Przyczynia się to do szybkiej finalizacji umowy.

Większość firm ubezpieczeniowych lokuje się w Warszawie. RESO ma główną siedzibę w Suwałkach. Jakie korzyści wynikają z tej lokalizacji dla firmy i regionu?

Fakt, że siedziba RESO znajduje się w Suwałkach, wynika z zaszczytów historycznych. Tutaj mieszkali udziałowcy spółki, stąd pochodzimy. Suwalszczyzna jest naszym domem. Żyjemy w XXI wieku i miejsce pracy nie ma większego znaczenia. W ciągu trzech godzin możemy być w Warszawie, w ciągu dwóch dojedziemy na spotkanie do Biłogostoku. Nie bez znaczenia jest także to, że nasi główni partnerzy mieli swoje siedziby w Wilnie i Rydze. Z tego powodu wydaje się, że Suwałki są wręcz idealnym miejscem na siedzibę naszej spółki.

Pracujemy na co dzień w gmachu Parku Naukowo-Technologicznego w Suwałkach. Dzięki temu mamy świetne

warunki infrastrukturalne i nowoczesne biura, a Park ma zaufanego najemcę z dobrą kondycją finansową. Dużą korzyścią dla spółki jest także fakt, że życie w Suwałkach jest dużo tańsze niż np. w Warszawie, dlatego też oczekiwania finansowe pracowników są zupełnie inne. Jest to oszczędność dla spółki, która przy okazji zapewnia pracę dla ok. 150 osób z regionu. Ponadto mniejsze miasto oznacza, że jesteśmy tu bardziej widoczni, a sami też chętniej chcemy angażować się w różnego rodzaju działalność społeczną i sponsoringową. Myślę, że na obecności RESO w Suwałkach korzysta zarówno spółka, jak i samo miasto.

Firma ubezpieczeniowa RESO znana jest z dużej aktywności i wrażliwości społecznej. Czy społeczna odpowiedzialność biznesu jest stałym elementem strategii rozwoju firmy?

Tak, zdecydowanie. Od początku działalności spółki chcieliśmy być aktywni i obecni w życiu społecznym mieszkańców Suwałk i Suwalszczyzny. Jesteśmy wrażliwi i chcemy pomagać otoczeniu, z którego również czerpiemy korzyści. W ostatnich latach zwiększyliśmy naszą aktywność. Jesteśmy sponsorem tytularnym największej imprezy biegowej w północno-wschodniej Polsce - RESO Suwałki Półmaraton, która po czterech bardzo udanych edycjach przekształciła się z ćwierćmaratonu w półmaraton. Ponadto na dużą skalę wspieramy działalność kulturalną – jesteśmy partnerem Suwalskiego Ośrodka Kultury, z którym realizujemy siedem ciekawych projektów, w tym największy bluesowy festiwal w Polsce – Suwałki Blues Festival. Finansujemy również działalność stowarzyszeń, które wychowują dzieci poprzez sport. Nie zapominamy o sporcie amatorskim, stąd pomysł na sponsoring RESO Suwałki Football League. Naszym relatywnie najnowszym partnerem jest Szkoła Bajka, która edukuje dzieci z autyzmem i Zespołem Aspergera. Za całokształt naszej działalności sponsoringowej zostaliśmy wyróżnieni Włóczęnią Jaćwinga w 2017 roku oraz tytułem Mecenas Kultury Suwałk 2018.

Jest Pan Przewodniczącym Rady Gospodarczej przy Prezydencie Miasta Suwałk. Jest to bardzo prestiżowe stanowisko, które Pan zajmują. Czy w ramach działalności rady ma Pan wpływ na rozwój Suwałk? Jakie kierunki rozwoju miasta widzi Pan w przyszłości?

Rada Gospodarcza składa się z kilkunastu osób, które reprezentują lokalny biznes. Rada jest niezależnym organem doradczym przy Prezydencie Miasta, działającym społecznie. Naszym głównym zadaniem jest opiniowanie planów inwestycyjnych miasta, a także kierunków rozwojowych Suwałk.

Obecnie uczestniczę w pracach komisji opracowującej Strategię rozwoju miasta Suwałk do 2030 roku. Pracujemy nad takimi zagadnieniami, jak dalszy rozwój przedsiębiorczości czy ulepszanie infrastruktury. Zastanawiamy się nad programami zachęcającymi młodych ludzi do powrotu do naszego miasta. Nie zapominamy także o seniorach. Chcemy, aby Suwałki były przyjaznym miastem dla tej grupy społecznej.

Motorem rozwoju Suwałk jest przebieg dwóch międzynarodowych korytarzy transportowych przez tereny miasta (Via Baltica i Rail Baltica). Czy miasto planuje w większym zakresie wykorzystać potencjał w tym zakresie?

Miasto Suwałki już teraz jest aktywne i kreuje pozycję lidera ponadregionalnego, co uwidacznia się między innymi przy organizacji Forum Biznesowego Pogranicza, w którym udział biorą przedstawiciele biznesu polskiego, litewskiego, białoruskiego i rosyjskiego.

Suwałki są jednym z większych ośrodków na międzynarodowej trasie do krajów bałtyckich i na Rosję. Trasa Via Baltica, która powinna być zakończona w ciągu najbliższych trzech lat, przybliży nas do Europy. Drogę z Suwałk do Warszawy będziemy mogli pokonać w dwie i pół godziny, do Kowna dojedziemy w półtorej godziny, do Rygi w nieco ponad cztery. Biorąc pod uwagę działającą na naszym terenie Suwalską Specjalną Strefę Ekonomiczną, Suwałki i okolice staną się świetnym miejscem na centrum logistyczno-magazynowe. Już teraz na terenie Strefy swoją działalność z sukcesami prowadzą duże zakłady: Malow, Salag, fabryka płyt Forte i wiele innych. Warto przypomnieć, że od niedawna Suwałki mają swój pas startowy, który daje możliwości ściągnięcia poważnego biznesu. To wszystko powoduje, że znaczenie ekonomiczne Suwałk ciągle wzrasta i miasto wyrasta na faktycznego lidera w regionie. Równoległe rośnie także kulturalne znaczenie, bo impreza taka jak Suwałki Blues Festival nie konkuruje już z wydarzeniami z Polski, ale jest świetną alternatywą dla festiwali europejskich.

Jakie ma Pan ulubione sposoby na spędzanie wolnego czasu?

Bardzo lubię podróżować z rodziną. Wsiadamy do auta i wyjeżdżamy na bezstroskie wakacje. Uwielbiam jazdę motocyklem, ale wyjazdy na dwóch kółkach preferuję już w innym składzie osobowym. Wielką przyjemność sprawia mi czytanie książek historycznych i biograficznych. Zdarza się, że spędzam z lekturą wiele godzin. Poza tym, jak każdy świadomy obywatel, interesuję się polityką.

Dziękuję za rozmowę i życzę dalszych sukcesów.
Rozmawiał Bogdan Rogaski





PRZESTRZEŃ

- imperatyw dobrego planowania



Z prof. dr. hab. Tomaszem Komornickim, przewodniczącym Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju Polskiej Akademii Nauk rozmawia Adam Walicki, prezes Instytutu Kronenberga

Adam Walicki: Panie Profesorze, zacznijmy naszą rozmowę od spojrzenia nieco historycznego. Przez dziesięciolecia kierowany przez Pana Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN był wiodącym ośrodkiem planistycznym w kraju i jednym wiodących centrów analitycznych w Europie. Jaka jest teraz rola KPZK w obecnych, dynamicznych czasach?

Prof. dr hab. Tomasz Komornicki: Komitet ma długą tradycję. Istnieje od 62 lat. Przed 1989 był ośrodkiem niezależnej myśli na temat polityki przestrzennej i regionalnej. Pozycję tę udało się zachować także w kolejnych latach, m.in. poprzez udział przedstawicieli KPZK w przygotowaniu kluczowych dokumentów strategicznych, takich jak koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030. Obecnie w większym stopniu KPZK stał się niezależnym recenzentem polityki przestrzennej. Partnerem Komitetu, obok władz centralnych w rosnącym stopniu są samorządy różnych szczebli. W tym roku podpisaliśmy porozumienie o współpracy ze Związkiem Województw RP. Intensyfikacji uległo także zainteresowanie problemami terytorialnymi w skali europejskiej. Niezmiennie jest natomiast to, że KPZK PAN skupia najlepszych specjalistów z różnych dziedzin. W moim przekonaniu to właśnie różnorodność reprezentowanych dyscyplin stanowi o sile Komitetu. Pozwala na ocenę rozwiązań, zarówno prawnych, jak i tych zachodzących w realnej przestrzeni, z perspektywy szerszej niż to ma miejsce w innych gremiach tak rządowych, jak i badawczych.

Spośród kilku komitetów problemowych PAN, działających bezpośrednio przy Prezydium Akademii, KPZK odznacza się dużą aktywnością. Staramy się szybko włączyć w dyskusję na temat najważniejszych problemów przestrzennych. Tylko w tym roku, mimo utrudnień komunikacyjnych wynikających z pandemii, przyjęte

zostały cztery stanowiska dotyczące takich zagadnień jak: likwidacja Koncepcji Przestrzennego Zagospodarowania Kraju, architektura programów operacyjnych w Polsce w perspektywie 2021-2027, strategiczne studium lokalizacyjne Centralnego Portu Komunikacyjnego, a także nowa Agenda Terytorialna Unii Europejskiej. Są one dostępne na stronie internetowej www.kpz.k.pan.pl

A.W. Samorządowcy, planiści i inwestorzy oczekują licznych zmian w polskim ustawodawstwie dotyczącym planowania przestrzennego. Jak Pan Profesor ocenia te postulaty i kiedy możemy się spodziewać konkretnych nowych rozstrzygnięć legislacyjnych?

T.K. Postulaty środowiska, w tym Komitetu są znane od wielu lat. W skali lokalnej dotyczą np. powstrzymania chaosu przestrzennego, do którego przyczyniła się m.in. obecna Ustawa o Planowaniu i Zagospodarowaniu Przestrzennym z 2003 r. W ostatnich latach, jeszcze pod kierunkiem poprzedniego przewodniczącego – prof. Tadeusza Markowskiego, KPZK PAN opracował trzytomowy Raport na temat Chaosu Przestrzennego. To jedyna tak pełna diagnoza panującej sytuacji, wsparta licznymi badaniami szczegółowymi, a także rekomendacjami dla decydentów.

Propozycje zmian w ustawodawstwie planistycznym pojawiają się od dawna, w tym także na gruncie Komitetu. Jednocześnie w skali makro środowisko skupione w KPZK PAN konsekwentnie wspierało politykę rozwoju zintegrowanego, zakładającą większą integrację polityki przestrzennej z ogólną polityką rozwoju oraz z politykami sektorowymi.

Na chwilę obecną dobra informacja jest taka, że w Polsce toczą się prace legislacyjne nad ustawodawstwem odnośnie planowania przestrzennego. Niestety nie zawsze są one odpowiednio skoordynowane. Korzystnym zmianom nie sprzyja podział kompetencji pomiędzy Ministerstwem Rozwoju a Ministerstwem Funduszy Europejskich i Rozwoju Regionalnego. Obecnie w naszym parlamencie procedowana jest bardzo daleko idąca nowelizacja Ustawy o Zasadach Prowadzenia Polityki Rozwoju. Zakłada ona integrację dokumentów strategicznych i przestrzennych na wszystkich poziomach administracji, w tym na szczeblu krajowym i wojewódzkim. W wielu punktach wychodzi naprzeciw wcześniejszym postulatom Komitetu. Mimo to, we wspomnianym wyżej, stanowisku odnieśliśmy się do niej krytycznie. Nasze obawy budzi przede wszystkim rezygnacja z dokumentu przestrzennego na poziomie krajowym, jakim była dotąd koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030. Ponadto w naszej opinii zmiany w Ustawie powinny być wprowadzone równoległe i w pełnej koordynacji z nową ustawą o planowaniu. Nad tym drugim dokumentem prace nadal trwają. Wiemy jednak, że może być on bardziej kontrowersyjny. Osobiście obawiam się cząstkowych zmian w aktach prawnych. Nawet jeżeli wydają się słuszne, mogą niekiedy powiększyć chaos zarówno legislacyjny, jak i w konsekwencji także ten przestrzenny. W mojej opinii obie kluczowe ustawy powinny być zmieniane wspólnie oraz z zachowaniem zasady nadrzędności polityki rozwoju nad politykami sektorowymi.

A.W. Jednym z kierunków w polityce przestrzennej był przed kilkoma laty model polaryzacyjno - dyfuzyjny. Czy wraz ze zmianą układu politycznego ten model odszedł już na zawsze do historii? Jaki model planowania przestrzennego dla kraju kształtuje się wg. zapisów Strategii Odpowiedzialnego Rozwoju i Biblii Polityki Regionalnej, czyli nowej Krajowej Strategii Rozwoju Regionalnego?

T.K. Po pierwsze nie zawsze poprawnie rozumiemy pojęcie modelu polaryzacyjno - dyfuzyjnego. Przyjęliśmy, za politykami, że oznacza on programową polaryzację i wspieranie różnych rozwojowych między regionami. W moim rozumieniu to raczej opis rzeczywistości (stwierdzenie faktów), a nie sposób interwencji. W tym sensie model ten nie odszedł i zapewne nie odejdzie do historii... Odrębną sprawą jest na ile tym naturalnym procesom chcemy i potrafimy się przeciwstawiać. Dlatego właściwe pytanie brzmi - na jakim poziomie przestrzennym chcemy wyrównywać różnice rozwojowe, na jakim poziomie pragniemy zachować policentryczną strukturę osadniczą? Lub też odwrotnie - jaki poziom najbardziej potrzebuje wsparcia ze strony polityk publicznych? Wiele badań wskazuje, że w Polsce obecnie jest to poziom miast subregionalnych, z których wiele jest zagrożonych utratą dotychczasowych funkcji.



Prof. dr hab. Tomasz Komornicki jest Przewodniczącym Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju przy Prezydium Polskiej Akademii Nauk. Ponadto pełni funkcję Kierownika Zakładu Przestrzennego Zagospodarowania w Instytucie Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania PAN oraz jest profesorem na Wydziale Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej UMCS w Lublinie. Zajmuje się geografiami społeczno-ekonomiczną, polityką transportową oraz planowaniem przestrzennym. Jest autorem ponad 400 publikacji naukowych, z czego około 80 zagranicznych. W latach 2010-2011 był członkiem międzynarodowego zespołu przygotowującego Agendę Terytorialną Unii Europejskiej 2020. W okresie 2006-2011 był członkiem zespołu ekspertów opracowujących Koncepcję Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030. W latach 2014-2015 kierował zespołem, który opracował Wskaźnik Międzygałęziowej Dostępności Transportowej (WMDTII) dla ówczesnego Ministerstwa Inwestycji i Rozwoju.

Istotą zapisów SOR i w ślad za nim KSRR jest bardziej precyzyjne wskazanie obszarów i ośrodków zagrożonych zarówno utratą funkcji, jak też trwałą marginalizacją. Ich delimitacja została dokonana na poziomie gmin (a nie województw, jak to miało miejsce np. w przypadku Programu Operacyjnego Polska Wschodnia). To bardzo zmienia perspektywę. Jest też odpowiedzią na zachodzące w Polsce procesy polaryzacji lokalnej. Niektóre regiony opóźnione w rozwoju odznaczały się w ostatnich latach szybkim rozwojem. W statystykach nadrobiły różnice w skali krajowej i europejskiej. Ceną jaką przyszło im za to zapłacić były rosnące różnice wewnętrzne. Struktura terytorialna coraz częściej ma charakter mozaikowy. Dlatego także pomoc i interwencja publiczna musi być precyzyjniejsza. Jako komitet wyraziliśmy jednocześnie opinie, że o ile wskazanie obszarów potrzebujących specjalnego wsparcia powinno odbywać się na szczeblu rządowym, to już sama pomoc (dystrybucja środków, wybór projektów) powinien pozostać w kompetencji samorządowych władz regionalnych. To ważny punkt dyskusji o architekturze przyszłej perspektywy finansowej UE.

A.W. W trakcie realizacji jest wiele inwestycji drogowych i kolejowych: Via Baltica, Rail Baltica, Via Carpatia, ale pojawiają się wciąż nowe inicjatywy. Kiedy, zdaniem Pana Profesora, Polska Wschodnia może osiągnąć taki stan, by można powiedzieć, że ułomność transportowa jest przeszłością?

T.K. Najważniejsze inwestycje drogowe są obecnie gotowe lub domykane. To bez wątplenia przede wszystkim trasy łączące ośrodki wojewódzkie oraz miasta subregionalne Polski Wschodniej z największymi metropoliami kraju i dalej z Europą Zachodnią. Pamiętajmy, że kierunki powiązań zarówno gospodarczych, jak i społecznych Polski Wschodniej biegną na zachód. Czasem ulegamy stereotypom o szczególnej roli partnerów wschodnich w gospodarce tej części kraju. To teza prawdziwa, ale musimy zachować odpowiednie proporcje. W całości obrotów z Białorusią lub Litwą, faktycznie województwo podlaskie jest bardzo istotne, ale już gdy spojrzymy z perspektywy województwa, to okaże się, że najważniejszymi partnerami handlowymi są kraje Unii Europejskiej, zwłaszcza te położone na zachód od Polski. Dlatego to właśnie te relacje transportowe pozostają najważniejsze. W tym kontekście ważne wydaje się przyspieszenie kilku inwestycji planowanych, ale, nie ujętych w obecnym planie finansowym. To np. droga S12 z Puław do Radomia i dalej Piotrkowa lub S74 z Niska do Kielc. Ponadto wraz z kończeniem systemu tras ekspresowych coraz ważniejsze jest ich lepsze dowiązanie do układów regionalnych, m.in. poprzez budowę nowych węzłów na trasach szybkiego ruchu. Oprócz tras wojewódzkich, odcinkami szczególnej troski wydają się tu niektóre drogi krajowe, których nie przewidziano do przebudowy w trasy ekspresowe.

To takie „zapomniane dzieci” polskiego drogownictwa. Programy operacyjne UE koncentrowały się dotąd albo na głównych trasach tranzytowych (autostrady, drogi ekspresowe), albo na drogach wojewódzkich (RPO). Być może dobrym pomysłem na zadania transportowe dla nowego Programu Operacyjnego Polska Wschodnia 2021-2027 byłaby oś priorytetowa „integracja krajowych i regionalnych systemów transportowych”. Mogłyby się w niej znaleźć środki na takie inwestycje jak np. brakujący węzeł Piłzno na autostradzie A4, lub modernizacja dróg krajowych rozprzeczających ruch z tras ekspresowych w stronę regionów turystycznych (jak DK63 od Via Baltica przez Kolno do Piszcu).

Odrębny problem to sieć kolejowa. Jak wiemy jej rozbudowa jest w Polsce opóźniona względem infrastruktury drogowej. To niestety nie sprzyja oczekiwany przesunięciom modalnym, czyli przenoszeniu się ładunków i pasażerów z transportu samochodowego na szynowy. W sensie przestrzennym cele są podobne – sprawne powiązanie

z resztą kraju i z Europą. Różnica polega na konieczności staranniej doboru całych projektów. Dostępność drogową można czasem, poprawić poprzez budowę kilku obwodnic, bez modernizacji całej trasy. W przypadku kolei najczęściej nie jest to możliwe. Inwestycje muszą być systemowe, związane z organizacją ruchu, a w ostatecznym rozrachunku z taborem, rozkładem jazdy itd. Najważniejsze jest wybranie takich przedsięwzięć, które mogą dać najbardziej wymierny efekt z punktu widzenia zwiększenia roli przewozów kolejowych. To w pierwszej kolejności tranzyt towarów, przewozy pasażerskie między dużymi aglomeracjami oraz przewozy codzienne wewnątrz tych aglomeracji. Dla Polski Wschodniej oznacza to potrzebę modernizacji terminali na granicy z byłym ZSRR oraz znaczące zwiększenie prędkości na szlakach w stronę Warszawy, Krakowa, Gdańska. Niektóre miasta regionalne Polski Wschodniej mają także potencjał aby włączyć kolej w system transportu aglomeracyjnego. To dzieje się już np. w Rzeszowie. W kontekście przewozów towarowych, nowych szans upatrujemy w połączeniach lądowych z Chinami (tzw. Nowy Jedwabny Szlak). Niezależnie od wątpliwości geopolitycznych (spotęgowanych obecnie w czasie epidemii) należy mieć świadomość zagrożenia, że przewozy te dotrą koleją tylko na Białoruś. Dalej do Europy pojadą już samochodami obciążając dodatkowo polski układ drogowy. Podejmując inwestycje kolejowe powinniśmy mieć na uwadze dążenie aby tak się nie stało.

A.W. Czy w obliczu wielu zagrożeń kryzysami gospodarczymi i społecznymi planowanie, a zwłaszcza planowanie strategiczne w miastach i regionach ma sens? Jaka powinna być rola eksperta i pozycja planisty w kształtowaniu przyszłości regionów, miast i np. obszarów cennych przyrodniczo?

T.K. Sens planowania bezwzględnie rośnie. Rośnie bowiem złożoność problemów kształtujących przestrzeń. To problemy środowiskowe, ekonomiczne, społeczne i wreszcie polityczne. Analizy prowadzące do decyzji terytorialnych muszą uwzględniać jednocześnie wszystkie te elementy. To wymaga odpowiedniego przygotowania. Myślę, że mamy coraz większą świadomość tych potrzeb. Świadczy o tym stale wysokie zainteresowanie kierunkiem gospodarka przestrzenna wśród studentów zarówno uniwersytetów, jak też uczelni technicznych. To wymusza poszerzenie oferty (a także zatrudnianie wykładowców) w pierwszym przypadku w stronę nauk technicznych, a w drugim przeciwnie w kierunku dziedzin społecznych. Będziemy więc mieli coraz większą grupę dobrze przygotowanych specjalistów. To czego potrzebujemy równoległe to system planowania, o którym mówiliśmy wcześniej. Raz jeszcze podkreślę, że przestrzeń (lub terytorium, jak to opisują dokumenty europejskie) to miejsce, w którym skupiają się polityki sektorowe. To najlepszy, a może jedyny „sposób” na ich efektywną integrację. Integracja ma też swój wymiar horyzontalny. Coraz istotniejsze jest planowanie w układach funkcjonalnych. Tradycyjny podział na miasto i wieś jest już pewnym anachronizmem. To obszary funkcjonalne oparte o miasta średniej wielkości skupiają ludność korzystającą z jednego rynku pracy oraz z usług publicznych, a także z usług ekosystemowych świadczonych przez obszary cenne przyrodniczo. Zachęty do podejmowania poziomej współpracy przy tworzeniu dokumentów powinny być upowszechniane. Dobrym przykładem są unijne Zintegrowane Instrumenty Terytorialne.

Reasumując rozwój gospodarczy miast i regionów potrzebuje planowania terytorialnego w stopniu większym niż w przeszłości. Jest to naturalna konsekwencja wspomnianego wyżej „mozaikowienia” polskiej przestrzeni, a także efekt niekorzystnych procesów, które już zaszły, takich jak suburbanizacja lub szybka depopulacja niektórych obszarów. Efektywność działania specjalistów zależy jednak od dobrze dopracowanego systemu planowania przestrzennego i zarządzania terytorialnego.

WSPARCIE FIRM W DOBIE KORONAWIRUSA

Epidemia COVID-19 całkowicie zmieniła warunki rynkowe. Wiele firm i wiele branż dotknął znaczący spadek lub całkowite pozbawienie przychodów z prowadzonej działalności. Na pomoc w tej nadzwyczajnej sytuacji ruszyły fundusze unijne z Regionalnego Programu Operacyjnego.

W związku z epidemią koronawirusa pojawiła się nagła potrzeba wsparcia nie tylko sektora ochrony zdrowia, ale i gospodarki – co było dużym wyzwaniem w świecie funduszy europejskich.

Poprzez szereg zmian aktów prawnych uelastycznione zostały przepisy UE oraz przepisy krajowe, co pozwoliło zaangażować środki europejskie do walki z negatywnymi skutkami pandemii. Dzięki inicjatywie Marszałka Województwa oraz wysiłkom pracowników urzędu i podległych jednostek przygotowany został na tej bazie Podlaski Pakiet Gospodarczy.

Preferencyjne pożyczki i dopłaty do wynagrodzeń

Najsprawniej uruchomiona część pakietu dotyczy dopłat do wynagrodzeń, których celem jest utrzymanie miejsc pracy oraz dopłat do kosztów prowadzenia działalności przez osoby fizyczne. Wsparcie jest realizowane za pośrednictwem powiatowych urzędów pracy, zaś nabory wniosków są uruchamiane cyklicznie – tak aby firmy, których spadek obrotów doświadczył w różnym czasie mogły skorzystać ze wsparcia.

Ułatwienia wprowadzono również w obszarze pożyczek udzielanych ze środków europejskich – chociażby poprzez możliwość korzystania z zerowego oprocentowania, 12-miesięcznej karencji w spłacie czy też możliwości wydatkowania środków pożyczki nie tylko na cele inwestycyjne, ale również na kapitał obrotowy. Korzystną pożyczką dla MŚP, ale i dużych przedsiębiorstw, ma oferować również Podlaski Fundusz Rozwoju Sp. z o.o. Dane kontaktowe do wszystkich pośredników finansowych można znaleźć na stronie www.rpo.wrotapodlasia.pl w zakładce [Poznaj zasady działania programu/Listę pośredników finansowych](#).

Dotacje na kapitał obrotowy

Kolejną częścią pakietu są bezzwrotne dotacje na kapitał obrotowy, czyli koszty bieżące prowadzenia działalności. Zasady na jakich ogłoszono nabór oraz metodologia wsparcia została wynegocjowana przez Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej z Komisją Europejską. Urząd Marszałkowski w pierwszym naborze przeznaczył 35 mln zł na dofinansowanie kapitału obrotowego dla mikro i małych przedsiębiorstw oraz osób samozatrudnionych.

Dotację można przeznaczyć na bieżącą działalność firmy, której sytuacja pogorszyła się w związku z COVID-19, m.in. na spłatę zobowiązań kredytowych, czynsz, opłaty licznikowe, usługi telekomunikacyjne, artykuły sanitarne czy zakup środków ochrony.

Aktualnie trwa jeszcze ocena wniosków, które zostały złożone w ramach pierwszego naboru (o wsparcie ubiega się blisko 4 000 firm). Niezwłocznie po ich rozpatrzeniu, mając na względzie również sytuację epidemiologiczną, podjęta zostanie decyzja o terminie kolejnego naboru na dotacje na kapitał obrotowy. Wszelkie aktualne informacje w tym zakresie publikowane będą na stronie www.rpo.wrotapodlasia.pl

5 milionów na usługi doradcze

Pod koniec lutego tego roku ruszył nabór wniosków na usługi doradcze w ramach Poddziałania 1.4.1. Nabór ma charakter ciągły i będzie otwarty aż do końca 2020 roku. Wsparciem w ramach niniejszego konkursu

obejmowane są projekty polegające na realizacji/zakupie prorozwojowych usług doradczych świadczonych przez instytucje otoczenia biznesu.

Usługi doradcze mogą nabrać w tym czasie szczególnego znaczenia, firmy mają do wyboru szeroki wachlarz usług związanych chociażby z audytami technologicznymi, strategiami wejścia na nowe rynki, strategiami ochrony własności intelektualnej, jednakże w dobie koronawirusa szczególnie pomocne mogą się okazać usługi związane z wdrażaniem nowych kanałów dystrybucji czy transformacją cyfrową przedsiębiorstw.

Wsparcie skierowane jest do mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw. Jedno przedsiębiorstwo może otrzymać dofinansowanie na maksymalnie 2 usługi. Maksymalna wartość wydatków na jedną usługę doradczą wynosi 50 000 zł, zaś poziom dofinansowania ze środków UE wynosi do 85% dla firm mikro i małych oraz 75% w przypadku firm średnich.

Zapraszamy do składania wniosków w ramach 3 rund, które czekają nas jeszcze do końca tego roku: rundy trwają do 31 sierpnia, do 31 października oraz 31 grudnia.

Koronawirus a wsparcie firm po 2021 roku

Epidemia koronawirusa wypadła w czasach coraz bardziej zaawansowanych prac nad obszarami wsparcia, na które skierowane zostaną środki Unii Europejskiej w latach 2021-2027.

Stan epidemii nie spowodował zatrzymania prac na perspektywę finansową, która czeka nas po 2021 roku. Nakreślone już zostały obszary, w których można oczekiwać wsparcia UE. Najistotniejsze znaczenie w obszarze gospodarki przypisuje się działalności badawczo-rozwojowej oraz innowacyjnej. Podkreślana jest również konieczność zwiększenia zakresu współpracy pomiędzy przedsiębiorstwami oraz między przedsiębiorstwami a sektorem nauki. Wsparcie tak jak dotąd będzie skoncentrowane na sektorze MŚP, ale duże przedsiębiorstwa nadal będą mogły oczekiwać wsparcia w zakresie prowadzenia badań czy tworzenia infrastruktury B+R.

Unia Europejska dostrzega również w coraz większym stopniu konieczność inwestycji w technologie cyfrowe, a także przyspieszenie procesów automatyzacji i robotyzacji. Przekrojową zasadą ma być wspieranie działań na rzecz gospodarki obiegu zamkniętego – w tym celu wspierane będą wszelkie działania prowadzące do zmniejszenia zasobo- i materiałochłonności procesów produkcyjnych i logistycznych, rozwój i wdrażanie ekoinnowacji.

Informacje co do bieżących instrumentów wsparcia, jak i te dotyczące przyszłości publikujemy na naszej stronie internetowej: www.rpo.wrotapodlasia.pl W kwestii aktualnych naborów zapraszamy do kontaktu i odwiedzania naszych punktów informacyjnych: w Białymstoku przy ul. Poleskiej 89 oraz w Łomży i Suwałkach.



Autor: Emilia Malinowska
- Dyrektor Departamentu Innowacji i Przedsiębiorczości
Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego
źródło: rpo.wrotapodlasia.pl

ŁOMŻA OTWARTA

na nowe inwestycje

Miasto Łomża przygotowuje ofertę nowych terenów inwestycyjnych. To około 150 ha terenów prywatnych w ograniczeniu ul. Wojska Polskiego, Meblowej i zachodnio-południowej granicy Miasta, tzw. Strefy Aktywności Gospodarczej, dla których aktualnie procedowane jest uchwalenie miejscowego planu przewidującego cały obszar pod inwestycje. Pod tym kątem już w czerwcu 2019 r. zmienione zostało studium uwarunkowań.

Zgodnie z obecnymi zapisami studium, na terenie tym przewiduje się zabudowę przemysłową, produkcyjną, składową magazynową i usługową wraz z obiektami handlowymi o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m². Na całym obszarze dopuszcza się realizację przedsięwzięć mogących znacząco oddziaływać na środowisko, a także lokalizację nowoczesnych technologii. Parametry zabudowy są bardzo korzystne: intensywność zabudowy 80%, wysokość zabudowy do 45 m. Miejscowy Plan Zagospodarowania Przestrzennego zawierający powyższe zapisy zostanie uchwalony we wrześniu 2020 r.

Położenie Łomży w centrum regionu północno-wschodniego, w połowie drogi pomiędzy stolicą, a wschodnimi granicami kraju, na skrzyżowaniu dróg krajowych i międzynarodowych, sprzyja lokowaniu inwestycji.

Obszar 150 ha położony jest bezpośrednio przy drodze krajowej nr 61 w odległości 1.500 m od węzła Łomża-Zachód transeuropejskiego korytarza transportowego E-67 VIA BALTICA.



Dojazd do terenu zapewniony jest ulicami Meblową i Cieśliewskiego, stanowiącymi wewnętrzną obwodnicę miasta. Jest to droga gminna oznaczona 3KD-G o szerokości 35 m, posiadająca nawierzchnię utwardzoną, asfaltową dostosowaną do obsługi ruchu pojazdów o podwyższonej ładowności.

Teren uzbrojony jest w niezbędną infrastrukturę techniczną. W pasie drogowym istnieje:

- sieć wodociągowa o średnicy 160 mm,
- kanalizacja sanitarna – grawitacyjna o średnicy 200 mm
- kanalizacja deszczowa – o średnicy 200 mm oraz zaprojektowana o średnicy 600 mm,
- linie energetyczne, stacje trafo, GPZ - umożliwiające wykonanie przyłącza energetycznego i zapewnienie dostawy energii elektrycznej o wymaganej przez inwestora mocy według warunków PGE Polska Grupa Energetyczna S.A,
- infrastruktura teletechniczna.

Teren 150 ha w rejonie ul. Wojska Polskiego (DK 61) i Meblowej, razem z Podstrefą Łomża Suwalskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej oraz istniejącym w tym rejonie obszarem około 70 ha terenów, na których miejscowy plan przewiduje już zabudowę produkcyjną i usługową, tworzą Łomżyńską Strefę Inwestycji. To nie tylko w doskonale skomunikowane przez wewnętrzną obwodnicę miasta oraz drogę krajową nr 61 w pełni uzbrojone tereny inwestycyjne, ale również system ulg wynikający z Polskiej Strefy Inwestycji.

Ustawa o wspieraniu nowych inwestycji z dnia 10 maja 2018 r. oraz Rozporządzenie Rady Ministrów w sprawie pomocy publicznej z 28 sierpnia 2018 r. wprowadziły w Łomży nowe warunki inwestowania.

Przedsiębiorcy lokujący swoje inwestycje na terenie Podstrefy Łomża Suwalskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej czy obejmując decyzją o wsparciu własne grunty w ramach PSI mogą uzyskać zwolnienie z podatku dochodowego do wysokości 70% poniesionych nakładów inwestycyjnych lub dwuletnich kosztów pracy na okres 15 lat (średnie przedsiębiorstwa 60%, duże przedsiębiorstwa 50%). Wymagane minimalne nakłady inwestycyjne dla dużych przedsiębiorców to tylko 10 mln zł i odpowiednio mniej dla średnich - 2 mln, małych - 0,5 mln zł czy mikro - 0,2 mln zł. Należy spełnić tylko 4 z 10 kryteriów jakościowych.

Dodatkowo miasto oferuje najkorzystniejsze w regionie zwolnienie z podatku od nieruchomości na okres 6 lat.

Wsparcie administracyjne i techniczne na każdym etapie procesu inwestycyjnego oraz opiekę poinwestycyjną zapewnia inwestorom działające w Urzędzie Miejskim Centrum Obsługi Przedsiębiorców. Jest to miejsce pierwszego kontaktu lokalnych przedsiębiorców czy potencjalnych inwestorów z administracją w mieście. Przedsiębiorca uzyska tutaj informację o dostępnych terenach inwestycyjnych, ulgach czy zwolnieniach od podatku, możliwościach finansowania przedsięwzięć. Inwestorom przydzielany jest „pilot inwestycyjny” zapewniający administracyjne wsparcie na każdym etapie procesu inwestycyjnego.

Miasto tworzy przyjazny klimat dla przedsiębiorców i potencjalnych inwestorów poprzez platformę dialogu administracji z biznesem podczas czwartkowych śniadań biznesowych, czy konkursu gospodarczego Łomżyńskie Anioły Biznesu, doceniającego lokalnych przedsiębiorców. W sprawach inicjowania i wspierania rozwoju społeczno-gospodarczego miasta doradza Prezydentowi Rada Gospodarcza.

Wsparciem dla biznesu jest również Park Przemysłowy Łomża. Wraz z Inkubatorem Przedsiębiorczości tworzy ekosystem pozwalający na rozwój pomysłów biznesowych oraz wspiera aktywność małych i średnich przedsiębiorców.

Inwestycjom w mieście sprzyja położenie w sercu regionu północno-wschodniego w połowie drogi pomiędzy Warszawą a wschodnimi i północnymi granicami kraju, na skrzyżowaniu dróg krajowych i międzynarodowych.

Ważnym atutem jest dobra dostępność kadry pracowniczej. To nie tylko świetnie wykształceni absolwenci działających w Łomży uczelni wyższych czy szkół branżowych, ale także prężnie działające centrum kształcenia zawodowego i ustawicznego w Łomży umożliwiające pracownikom nabycie konkretnych kwalifikacji podczas organizowanych zgodnie z zapotrzebowaniem kilkutygodniowych kursów. Niskie koszty pracy wpływają na niższe koszty produkcji.

Położenie Łomży na obszarze Zielonych Płuc Polski sprzyja rozwojowi przemysłu nieuciążliwego ekologicznie. Doskonałe warunki do rozwoju znalazły tutaj firmy z branży przetwórstwa spożywczego, meblowej, budowniczej, energetycznej czy zielonych technologii. Intensywnie rozwija się przemysł 4.0 i firmy z branży IT. We współpracy z działającymi w mieście uczelniami wyższymi, firmy wprowadzają innowacyjne technologie i produkty unikalne na skalę Europy.

Rozwój miasta, dostępność komunikacyjna, nowoczesna infrastruktura i korzystne warunki inwestycyjne sprawiają, że Łomża to miasto otwarte na biznes i nowe inwestycje.

Zainwestuj tutaj, zasmakuj w Łomży.



Wywiad z radcą prawnym Iwoną Czuchraj - Jarzembowską mediatorem sądowym i mediatorem Podlaskiego Centrum Arbitrażu i Mediacji przy IPH w Białymstoku

Jakie były Pani pierwsze doświadczenia w roli mediatora?

Zanim zostałam mediatorem, uczestniczyłam w mediacji, jako pełnomocnik i miałam szczęście obserwować przy pracy wspaniałych mediatorów. Potem skończyłam kurs mediacji gospodarczej organizowany przez Krajową Izbę Radców Prawnych oraz Studia Podyplomowe Negocjacje i Mediacje na WSPS w Warszawie. Pierwszą mediację prowadziłam w sprawie gospodarczej. Wtedy nie była to dla mnie łatwa sprawa. Ciężko było mi zachować neutralność. Rozwiązanie wydawało mi się oczywiste. Jednak w mediacji niczego nie można przyspieszać. Każda ze stron musi mieć czas i przestrzeń. Czasem prawdziwy interes stron nie jest tym, sformułowanym w petitum pozwu. Ostatecznie strony wypracowały bardzo korzystną ugodę, która w dalszej perspektywie otwierała im również drogę do ponownego podjęcia współpracy.

Ma Pani duże doświadczenie w prowadzeniu mediacji rodzinnych. Czy są to trudne mediacje?

Nie powiedziałaby, że są to „trudne mediacje”. Każda mediacja jest inna. Nie można powiedzieć rodzinne są trudne, gospodarcze są łatwe. Przy stole mediacyjnym zawsze spotykają się ludzie, a ludzie są po prostu różni. Zawsze mają swoje emocje, aspiracje, oczekiwania. Choć oczywiście mediacje rodzinne mają swoją specyfikę. Przy stole spotykają się ludzie, którzy świetnie się znają. Doskonale wiedzą co powiedzieć, żeby drugą stronę wyprowadzić z tak zwanej równowagi. Każda ze stron dysponuje całym wachlarzem zarzutów pieczołowicie uzupełnianym przez lata. Jednak właśnie Ci ludzie, tak dobrze potrafiący się zranić, tak świetnie znający wzajemne żale i oskarżenia, bardzo często nie słyszą się nawzajem. Jeśli mediator pomoże im się usłyszeć, to jest już połowa drogi do wypracowania ugody. Jeśli potem jeszcze strony wyjdą z rzeczywistości procesowej, gdzie są nastawione na wzajemne oskarżenia i szukanie tak zwanych haków, a skupią się na wspólnym problemie do rozwiązania, to już jest szansa na wypracowanie przez nich trwałej i satysfakcjonującej ugody.

W mediacjach rodzinnych w konflikcie rodziców biernie uczestniczą dzieci. Czy jako mediator stawia Pani interes dzieci na pierwszym miejscu?

Jako mediator nie mogę stawiać niczyjego interesu na pierwszym miejscu. I to jest bardzo trudne. Mam oczywiście potrzebę, aby otoczyć opieką słańszych, a zwłaszcza dzieci. Często z wypowiedzi rodziców poznają również sytuację ich dzieci. Sytuację bardzo trudną. Jednak nie jest moją rolą stawianie interesu dzieci na pierwszym miejscu, bo to jest powinność ich rodziców. Moim zadaniem, a przynajmniej ja tak to postrzegam, jest sprawienie, aby skonfliktowani

Mediacje rodzinne mają swoją specyfikę

matłonkowie, spojrzeli na swoje dzieci, aby przypomnieli sobie, że siedzą przy tym stole nie tylko jako byli partnerzy, lecz również jako rodzice. Taka zmiana perspektywy przynosi efekt. Ciężko jest być rodzicem w rozwodzie, kiedy zjadają cię własne emocje. Zwłaszcza, że proces sądowy te emocje podgrzewa i sprawia, że ludzie skupiają się na własnej krzywdzie. Staram się wówczas sprawić, aby strony wyszły z rzeczywistości procesowej i weszły w rolę rodzica. Prawda jest taka, że ludzie mający wspólne dzieci będą z sobą związani do końca życia, i kiedyś będą mieli również wspólne wnuki, o czym bardzo często zapominają.

Czy nadrzędną rolą mediatora jest zachowanie bezstronności w mediacjach rodzinnych?

Nie stopniuję ról mediatora, nie uważam, aby bezstronność była ważniejsza od neutralności. Bezstronność jest niezwykle ważna dla zachowania równości stron. Jeśli któraś ze stron uzna, że mediator jest stronniczy, to nie będzie chciała dalej pracować. Stół mediacyjny musi być miejscem bezpiecznym. Mediator nie jest pełnomocnikiem żadnej ze stron. Nie jest również sędzią. Nikogo nie ocenia. To strony pracują nad rozwiązaniem swojego problemu. Mediator ma im pomóc, a często w odpowiednim momencie wyłączyć się i nie przeszkadzać.

Czy w trakcie mediacji dochodzi do wypracowania rozsądnego planu wychowawczego?

Tak, w czasie mediacji rodzice wypracowują plan wychowawczy odpowiadający potrzebom ich dzieci, i uwzględniający specyfikę ich rodzin. Jeśli dzieci są starsze również mogą uczestniczyć w budowaniu nowych zasad funkcjonowania rodziny. Zwłaszcza w zakresie kontaktów. Zdarzyło mi się, że czternastolatek sam chciał określić sposób i czas kontaktu z rodzicem. Chłopiec również złożył swój podpis pod dokumentem. Rodzice podczas mediacji wysłuchali go i uszanowali jego potrzeby. Było to bardzo ważne i niewątpliwie dowartościowało tego młodego człowieka. Sąd również wyraził zgodę na takie rozwiązanie.

Podczas prowadzenie mediacji rodzinnych, rozwodowych często dochodzi do zawarcia projektu ugody podziału majątku. Czy mediacje są dobrą metodą do ułożenia spraw majątkowych w trakcie rozwodu?

Mediacje są dobrą metodą na ułożenie wszelkich spraw, również tych majątkowych. Generalnie, co do zasady, sąd zajmie się podziałem majątku przy okazji sprawy o rozwód, tylko wtedy gdy nie przedłużą to postępowania. W praktyce oznacza to, że jedynie zgodny, przygotowany przez strony podział majątku będzie procedowany w sprawie o rozwód. Przyznam, że niezwykle często sprawy majątkowe leżą również u podstaw konfliktów rozwodzących się małżonków. Niejednokrotnie zdarza się, że temat podziału majątku wpływa w trakcie rozmów stron, choć nie jest on objęty postępowaniem w sprawie. Jeśli strony są gotowe, aby również o tym rozmawiać, to mają takie prawo. Jednak należy pamiętać, że w pierwszej kolejności trzeba

wypracować porozumienie co do warunków rozwodu.

Niewątpliwie dokonanie zgodnego podziału majątku dorobkowego jest tańszym i szybszym rozwiązaniem, niż wieloletni proces sądowy. W każdej chwili strony mogą zwrócić się do mediatora o przeprowadzenie mediacji w zakresie podziału majątku. Mogą to zrobić zarówno w trakcie sprawy rozwodowej, jak i po jej zakończeniu. Ponieważ sprawy majątkowe bywają skomplikowane pod względem prawnym, dobrze jest gdy w takiej mediacji uczestniczą również pełnomocnicy stron, którzy wyjaśnią swoim klientom prawne zagadnienia. Ugoda zawarta przed mediatorem, jeśli nie obejmuje przejścia własności nieruchomości, po jej zatwierdzeniu przez sąd ma moc wyroku sądowego. Jeśli przedmiotem mediacji będzie podział nieruchomości, wówczas wypracowana ugoda stanowi podstawę do wystąpienia przez strony do sądu z wnioskiem o zgodny podział majątku dorobkowego, co stanowi podstawę do zastosowania opłaty sądowej jedynie w wysokości 300 zł. Tak więc ugodowe rozwiązanie kwestii majątkowej jest szybsze i tańsze.

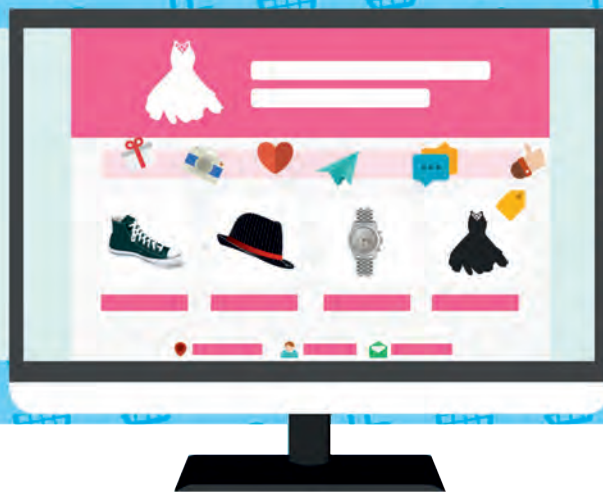
Poza mediacjami rodzinnymi prowadzi Pani z sukcesem mediacje cywilne, gospodarcze. Czy doświadczenie z mediacji rodzinnych pomaga w prowadzeniu mediacji gospodarczych?

Zawsze doświadczenie zdobyte przy jednych mediacjach pomaga w prowadzeniu kolejnych. Do stołu mediacyjnego zasiadają ludzie, którym należy stworzyć warunki do wypracowania porozumienia. Bez wątplenia w mediacjach gospodarczych jest mniej emocji, lecz i tam strony w pierwszej kolejności muszą odbudować wzajemne zaufanie. Przy stole zasiadają profesjonalści, lecz nie zawsze zasiadają z wiarą w moc wypracowanego porozumienia. Bywa, że nie dość, że sami mają ograniczone zaufanie do drugiej strony, to jeszcze co do ostatecznego kształtu porozumienia są zależni od swoich mocodawców, i muszą mieć na uwadze ich zdanie i potrzeby. Trudność polega na tym, że bardzo często owi mocodawcy nie są obecni przy stole mediacyjnym. Rola pełnomocnika w mediacji gospodarczej wcale nie jest łatwa. Nie dość, że negocjuje on ze stroną przeciwną, to jeszcze ze swoim mocodawcą, którego musi przekonać do wypracowanych rozwiązań. Nie jest też łatwa rola mediatora, ponieważ przy stole nie zasiadają decyzyjne strony konfliktu. Mediator musi rozumieć, że poza salą mediacyjną, również toczą się rozmowy. W mediacji gospodarczej bardzo ważny jest czas. Biznes nie lubi go tracić.

Jaka jest przyszłość mediacji?

W moim przekonaniu mediacje z czasem na stałe zaistnieją w świadomości ludzi, jako alternatywny sposób rozwiązywania sporów. Myślę, że ludzie nabiorą przekonania, że proces sądowy nie jest jednym sposobem na zakończenie konfliktu. Mediacje stwarzają bowiem szansę skonfliktowanym stronom na odbudowę relacji. Jest to ważne nie tylko w sprawach rodzinnych, ale również w biznesie.

SZYBKI I TANI SPOSÓB NA OTWARCIE SKLEPU INTERNETOWEGO



Ostatnie zmiany w gospodarce spowodowane pandemią koronawirusa spowodowały, że sprzedaż i komunikacja z klientami w wielu branżach przeniósł się całkowicie do sieci. Firmy, które do tej pory nie interesowały się sprzedażą online zaczęły doceniać jej potencjał, a Internet stał się szansą nie tylko na utrzymanie biznesu, ale również na rozwój.

Sklep internetowy to w przypadku wielu firm głównie dywersyfikacja (urozmaicenie, rozszerzenie) źródeł przychodu. Jednak w czasie pandemii stał się często jedynym możliwym sposobem sprzedaży. By przybliżyć proces powstawania sklepu internetowego postaram się skupić uwagę na kilku niezbędnych etapach, które pozwolą Ci „postawić” sprawny sklep z najważniejszymi funkcjonalnościami szybko (nawet do dwóch tygodni) i za nieduże pieniądze.

1. DOMENA

Wybór domeny, czyli nazwy, pod którą znajdzie się sklep to jeden z najważniejszych elementów. Musi być łatwa do przeliterowania. W przypadku polskich znaków zawsze należy wykupić dwie domeny: pisane z polskimi znakami i bez nich.

Na rynku istnieje wiele firm oferujących domeny internetowe w cenie 1 zł netto za pierwszy rok. Niestety późniejszy koszt przekracza kwotę 100 zł netto. Warto jest więc przy wyborze firmy oferującej domeny zwrócić uwagę na późniejsze koszty jej utrzymania. Istotna będzie również łatwość przeniesienia domeny pomiędzy różnymi dostawcami.

Średni koszt utrzymania domeny z końcówką “.pl” za pierwszy rok to 9,90 PLN netto, przy koszcie 49,90 PLN netto w kolejnych latach. Warto też pamiętać, że to firma – właściciel sklepu, a nie agencja wykonująca platformę musi być właścicielem domeny.

2. WYBÓR SERWERA

Kolejnym krokiem jest wybór serwera/hostingu, na którym stanie cały sklep. Warto w tym przypadku zwrócić uwagę na możliwości i sprawność kontaktu z firmą, która oferuje usługę hostingu. Niebezpieczeństwo pojawia się, gdy wielkość serwera okazuje się niewystarczająca w trakcie dużej promocji i trzeba ją szybko zwiększyć, a z firmą nie ma kontaktu. Koszt serwera przy niedużym sklepie wynosi około 150 zł netto za rok.

3. WYBÓR PLATFORMY SKLEPU

Najważniejszym elementem sklepu internetowego jest silnik. Jego wybór będzie wpływał na późniejsze koszty utrzymania oraz możliwości rozwoju. Część widziana przez klientów to modyfikacje silnika (wygląd, funkcje, możliwości prezentacji i sprzedaży produktów).

Najpopularniejszym silnikiem do tworzenia sklepów jest PrestaShop. Sklep uruchomiony na PrestaShop wymaga zatrudnienia administratora (informatyka), który będzie dbał o bezpieczeństwo i aktualizacje. W przypadku małych sklepów jest to często stały koszt abonamentowy w wysokości od 500 do 700 zł netto lub od 150 zł netto za godzinę. W przypadku platformy PrestaShop koszt uruchomienia prostego sklepu przez firmę zewnętrzną w oparciu o darmowy layout zaczyna się od 2000 zł netto.

Dla małych sklepów polecamy platformy w modelu SaaS, czyli dzierżawione. Nie stajesz się wówczas właścicielem sklepu, ale dzierżawisz go. Na rynku jest wiele firm oferujących tego typu usługę.

Największą zaletą sklepów opartych na modelu dzierżawionym jest brak problemów z bezpieczeństwem i aktualizacją sklepu. Za średni miesięczny koszt dzierżawy sklepu od 150 zł netto, dostawca usługi zapewnia bezpieczeństwo platformy oraz niezbędne aktualizacje. Nie musimy dodatkowo zatrudniać administratora. Jeśli chciałbyś wprowadzić w sklepie jakieś zmiany, koszt godziny pracy programisty rozpoczyna się od 150 zł netto. Jeżeli chcemy uruchomić prosty sklep przez firmę zewnętrzną w oparciu o darmowy layout, koszt zaczyna się od 1200 zł netto. W przypadku sklepu dzierżawionego w ciągu dwóch tygodni od momentu dostarczenia przez zamawiającego wszystkich materiałów i treści otrzymujemy działający sklep internetowy. Wystarczy tylko dodać produkty, podpiąć system płatniczy i rozpocząć sprzedaż.

Uruchomienie sklepu to pierwszy krok w sprzedaży online. Musisz pamiętać, że nie należy za bardzo ufać własnej wizji perfekcyjnego sklepu. Najważniejsze jest, by zaczął sprzedawać, czyli podać klientom mapę w postaci reklam płatnych, mediów społecznościowych i pozycjonowania. To będzie niezbędny wkład finansowy przez kilka pierwszych miesięcy. Potem można zmieniać wygląd sklepu i dodawać kolejne funkcjonalności. Pamiętaj, że najważniejsze jest znalezienie klientów i wypromowanie twojego nowego źródła przychodu.

Marta Molska

współwłaściciel agencji marketingu internetowego DO IT crew sp. z o.o.



marta.molska@doitcrew.pl
tel. 509 796 443
www.doitcrew.pl



DOBRY PR TO NASZA SPECJALNOŚĆ

Agencję Opublikowani
Creative Communication Advisors
dziś tworzy zespół 11 specjalistów.

Firma odpowiada za kompleksową komunikację takich firm jak:
Podlaskie Zakłady Zbozowe, Krynką, Koku Sushi, Lody Bonano,
Wytwórnia Łodów Polskich „u Łodziarzy”, Humana Medica Omeda,
Metal - Fach czy TaniaKsiążka.pl

OPUBLIKOWANI
Creative Communication Advisors



Media relations, social media, doradztwo wizerunkowe - to trzy filary, na których opiera się agencja Opublikowani - Creative Communication Advisors, która w tym roku obchodzi swoje 10-lecie. O tym jak branża PR zmieniła się na przestrzeni ostatniej dekady i jak powstała jedyna dziś w północno-wschodniej Polsce firma, która w swoim portfolio ma tak szeroki zakres usług opowiada jej założyciel i właściciel – Janusz Mroczkowski.

Jak to się wszystko zaczęło?

Janusz Mroczkowski: Po skończonych studiach dziennikarskich przypadek sprawił, że trafiłem do Białegostoku i również przypadek sprawił, że trafiłem do Urzędu Marszałkowskiego. Nie przypadkiem natomiast znalazłem się w biurze prasowym i jednocześnie w portalu Wrota Podlasia, który de facto tworzył się na moich oczach. Bardzo ciepło i miło wspominam ten czas „urzędowania”. Jednak po 6 latach nadszedł moment zmian i radykalnych decyzji. Własna firma, a konkretnie agencja PR – to wówczas by mój cel. 10 lat temu usługi tego typu nie były ani popularne, ani powszechne. Minęła dekada, podczas której zmieniło się w zasadzie wszystko! Zaryzykuję stwierdzenie, że dziś jesteśmy jedyną firmą w północno-wschodniej Polsce świadczącą tak szerokie spektrum usług – od strategii komunikacyjnej, przez jej realizację za pomocą wszystkich dostępnych narzędzi i kanałów, po bieżące doradztwo strategiczne i wizerunkowe, którym wspieramy zarządy spółek.

Jak wspominasz pierwszy okres swojej pierwszej własnej i jak dotąd jedynej działalności?

Sentymentalnie...Wszystkiego musiałem nauczyć się sam. Bardzo szybko okazało się bowiem, że teoria, której uczyłem się na studiach nie miała właściwie nic wspólnego z praktyką. Pamiętam pierwsze spotkania z potencjalnymi klientami, kiedy prawie zawsze słyszałem: „No dobrze, chce Pan nam robić PR? Ale my już mamy firmowe długopisy i breloczki...”. Nie mówię, że było to złe, ale tak to po prostu wyglądało. A ja chciałem dać firmom coś więcej, czego nikt inny nie mógł im zaoferować.

Pierwszy klient...

Był to właściciel jednej z białostockich firm z branży medycznej, dla którego po godzinach i po koleżeńsku, pomagałem pouklądać kwestie marketingowe. W pewnym momencie zadał mi proste pytanie: „Ile zarabiasz w urzędzie?”. Na moją odpowiedź zareagował mniej więcej tak: „Zostaw to chłopie, załóż działalność, pierwszego klienta już masz...”

Tak zrobicieś?

Tak! Stwierdziłem: to jest ten czas. Przez dwa lata pracowałem sam. Przełomowym momentem było podjęcie decyzji o rozbudowie zespołu. Pierwszym, który dołączył do zespołu był Patryk. Bałem się tego strasznie, bo czułem że biorę na siebie dodatkową odpowiedzialność. Przez kolejne 2 lata pracowaliśmy we dwóch aż przyszedł kolejny moment, kiedy pojawiło się wielu nowych klientów. I zapadła kolejna decyzja o powiększeniu drużyny. Dołączył Mateusz, który miał już za sobą kilka lat doświadczenia w największej w Polsce firmie zajmującej się mediami społecznościowymi oraz Agnieszka, ceniona dziennikarka, która rozstała się po wielu latach pracy z jedną z białostockich redakcji. W ten sposób powstał trzon zespołu, który dziś współdecyduje o kierunkach rozwoju firmy.

Czy pozyskiwanie klientów wtedy i dzisiaj się różni?

Bardzo. Wynikało to z poziomu świadomości. Przez pierwsze 2, może nawet 3 lata odbywałem wiele spotkań z potencjalnymi klientami przedstawiając im swoją ofertę,

ale wszystkie sprowadzały się do edukacji i tłumaczenia czym jest PR, jakie korzyści przyniesie i jakie są wartości dodane. To było trudne, wręcz karkołomne bo tak naprawdę to sprzedawałem ideę. Nie miałem sukcesów i zwyczajnie nie miałem czym się pochwalić. Oczywiście z każdym kolejnym klientem było już łatwiej. Dziś jesteśmy w zupełnie innej sytuacji, ponieważ poziom świadomości przedsiębiorstw jest zupełnie inny. Dziś wielu klientów trafia do nas z polecenia. To świadczy tylko o tym, że robimy dobrą robotę.

Zaczęło się od współpracy z mediami. Czy w tej dziedzinie usługi PR zmieniły się na przestrzeni ostatniej dekady?

Niewiele. Nadal przygotowujemy materiały prasowe, które nie są ani tekstami sponsorowanymi, ani reklamowymi. Ich zadaniem jest komunikacja na temat danej marki i zbudowanie jej pozytywnej historii w internecie. Po co firmy zlecają nam takie działania? Powody bywają przeróżne. Czasem jest to chęć poinformowania „świata” o tym, co dobrego firma robi na polu biznesowym, ale też np. w obszarach Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. W innym wypadku to potrzeba usystematyzowania przekazu, w jeszcze innym to chęć budowy wizerunku dobrego pracodawcy lub odpowiednia ekspozycja w mediach ekspertów - przedstawicieli danej firmy. Przede wszystkim jednak chodzi o budowę widoczności i wiarygodności w internecie.

Media społecznościowe rodziły się na Twoich oczach...

Można tak powiedzieć. Doskonale pamiętam pierwszy profil firmowy, który założyłem dla jednego z klientów - białostockiej sieci marketów budowlanych (nota bene ten profil znajduje się na Facebooku do dziś!). To nie był typowy fanpage, tylko profil personalny - taki jak osoby prywatnej... Podglądałem jak robią to inni, firmy na Zachodzie. Próbowałem zrozumieć na czym polega ta innowacyjna wówczas komunikacja.

Najtrudniejszy moment tych dziesięciu minionych lat...

Jak dotąd mamy na swoim koncie wiele udanych projektów, ale oczywiście nie obyło się bez sytuacji trudnych. Chyba najtrudniejsze w tym co robimy, to spora nieprzewidywalność efektów. Przez co dla niektórych ta praca może się wydawać wręcz frustrująca. Ale za to przynosi gigantyczną satysfakcję.

Jakie masz plany na najbliższych 10 lat?

Życzę sobie i zespołowi, aby Opublikowani rozwijali się w takim tempie jak dotąd. Zespół jaki udało mi się stworzyć to fantastyczni ludzie, bez których nasza firma nie byłaby w tym miejscu, w którym jest. Zaufałem im i ufam nawet bardziej niż sobie. Ale też o to chodzi, aby otaczać się ludźmi mądrzejszymi i bardziej doświadczonymi od siebie. Uważam, że wielkość zespołu mamy optymalną i nie zależy mi na tym aby za 10 lat być właścicielem kilkudziesięciosobowej organizacji. W takim składzie pracuje się znakomicie, rozumiemy się i dogadujemy. Zakładam, że mogą do nas dołączyć jeszcze trzy, maksymalnie cztery osoby. W większym gronie łatwo jednak można zatracić radość i pasję do tego, co robimy. A my wciąż lubimy to, co robimy i lubimy ze sobą pracować i przebywać...



MEDIACJA

— droga, która łączy —

www.podlaskiecam.pl

