

PODLASKI

www.iph.bialystok.pl • www.podlaskiecam.pl

MANAGER

IPH

DWUMIESIĘCZNIK INFORMACYJNY
IZBY PRZEMYSŁOWO-HANDLOWEJ
W BIAŁYMSTOKU

NUMER 213
STYCZEŃ – LUTY 2023

Fundusze Europejskie dla Podlaskiego 2021-2027 Ambitnie i realnie

Małgorzata Jarosińska-Jedynak,
Sekretarz Stanu w Ministerstwie
Funduszy i Polityki Regionalnej

Przemysł 5.0. Co zmienia w zakresie podejścia do procesu transformacji?

Mariusz Hetmańczyk, Zastępca Dyrektora
Działu Zarządzania Wiedzą
Fundacji Platforma Przemysłu Przyszłości



Maciej Dec

Wiceprezes BIACOMEX S.A.

**BIACOMEX podejmuje wyzwania,
a wyniki które osiąga potwierdzają
słuszność obranej drogi**

Sąd Arbitrażowy

przy Krajowej Izbie Gospodarczej
z miejscem arbitrażu w Białymstoku

Wyłącz sąd powszechny z orzekania w Twojej sprawie, wybierz Sąd Arbitrażowy przy Krajowej Izbie Gospodarczej z miejscem arbitrażu w Białymstoku, jako właściwy w Twojej sprawie:


1. Wpisz klauzulę arbitrażową do umowy z kontrahentem (zapis na sąd polubowny).
2. Nie wpisałeś w umowie głównej klauzuli arbitrażowej? Nadal możesz poddać istniejący już spór pod rozstrzygnięcie sądu polubownego – sporządź umowę o arbitraż, która dotyczy sporu istniejącego (klauzula kompromisarska).

„Wszelkie spory wynikające z tej umowy lub pozostające w związku z nią będą rozstrzygane ostatecznie na podstawie Regulaminu Arbitrażowego Sądu Arbitrażowego przy Krajowej Izbie gospodarczej w Warszawie z miejscem arbitrażu w Białymstoku obowiązującego w dniu wszczęcia postępowania, przez arbitra lub arbitrów powołanych zgodnie z tym Regulaminem.”

„Any disputes arising out of or related to this agreement shall be finally settled under the Arbitration Rules of the Court of Arbitration at the Polish Chamber of Commerce in Warsaw with the place of arbitration in Białystok in force on the date of commencement of the proceeding by an arbitrator or arbitrators appointed in accordance with the said Rules.”

ul. Antoniukowska 7, 15-335 Białystok
tel. 85 652 56 45
email: biuro@wsarb.pl
www: <http://iph.bialystok.pl/arbitraz/>


CAM
PODLASKIE
CENTRUM ARBITRAŻU I MEDIACJI


IZBA PRZEMYSŁOWO-HANDLOWA
W BIAŁYMSTOKU

Po 25-latach pracy na rzecz budowania i promowania podlaskiej gospodarki w gremiach krajowych jak i na niwie samorządowej, przyszedł czas na przekazanie sterów w Izbie Przemysłowo – Handlowej w Białymstoku innym. Bardzo chcę, aby Izba była nadal liderem w naszym województwie. Będę służył wsparciem oraz pomocą nowemu Prezesowi, Panu Jarosławowi Antychowiczowi.



WITOLD KARCZEWSKI

PREZES IZBY
PRZEMYSŁOWO-HANDLOWEJ
W BIAŁYMSTOKU

Jest to zmiana zaplanowana, która wprowadzi nowe elementy do działalności i będzie jak najlepiej służyć naszym przedsiębiorcom. Symboliczne przekazanie obowiązków nastąpi podczas XVII Dorocznego Koncertu Biznes – Kultura – Społeczeństwo, w czerwcu. Jako Prezes Honorowy Izby Przemysłowo – Handlowej w Białymstoku pozostają do Państwa dyspozycji w zakresie pomocy, rad, spotkań i działań na rzecz podlaskich przedsiębiorców.

Za nami lata pracy niełatwej, jednak pełnej wyzwań i obfitującej w satysfakcję z dokonań. Mamy za sobą wspaniałe czasy, ale i trudne momenty. Zmieniały się koncepcje, cele i strategie. Jedyne co się nie zmieniało, to chęci do działania i wiara, że razem możemy działać w imieniu i na rzecz środowiska gospodarczego Podlasia.

Dziękuję za okazane zaufanie i z tego miejsca chciałbym podziękować przedsiębiorcom, którzy przez wszystkie lata pełnienia przeze mnie funkcji Prezesa Izby Przemysłowo – Handlowej w Białymstoku, wspierali mnie i powierzali niejednokrotnie trudne, ale ambitne zadania. Dziękuję także Włodarzom naszego województwa, miast, powiatów i gmin, przedstawicielom samorządu gospodarczego, środowiskom nauki, środowiskom prawniczym, instytucji okołobiznesowych, bez których pomocy ta misja byłaby niemożliwa. Szczególne podziękowania kieruję również w stronę przedstawicieli Kościołów, Korpusu Dyplomatycznego oraz osób, które poznałem w trakcie mojej działalności społecznej.

Przede nami nowe wyzwania, nowe plany, które będę realizował w ramach struktur Podlaskiego Forum Gospodarczego, którego Prezesem zostałem wybrany na kadencję 2023 – 2025. Będziemy dalej aktywnie działać na rzecz wsparcia naszych przedsiębiorców i polepszenia warunków prowadzenia działalności gospodarczej. Szczególnie ważnym sukcesem w tym temacie jest zatwierdzenie inwestycji infrastrukturalnych w Polsce wschodniej i przyjęcie do realizacji budowy odcinka S8 od Białegostoku przez Suchowolę i Augustów do węzła Raczki pod Suwałkami oraz budowę drogi Białystok – Knyszyn – Ełk na odcinku Via Carpatia. Izba wielokrotnie zabiegała o uznanie tych obu inwestycji jako priorytetowych i kluczowych z punktu widzenia naszych przedsiębiorców.

Izba aktywnie promuje region na forum krajowym jak i międzynarodowym. Gościliśmy właśnie ponownie na Dyplomatycznym Otwarcium Roku, wydarzeniu rok rocznie organizowanym przez Krajową Izbę Gospodarczą. Wspólnie z Urzędem Marszałkowskim Województwa Podlaskiego reprezentowaliśmy podlaskich przedsiębiorców na spotkaniu z przedstawicielami placówek dyplomatycznych. Mieli oni możliwość poznania oferty naszego województwa, w tym walorów turystycznych i kulinarnych. Prawdopodobnie w tym roku będziemy również gościć w naszym województwie ambasadorów Państw akredytowanych w Polsce.

W TYM NUMERZE

PODLASKI MANAGER	
BIACOMEX podejmuje wyzwania, a wyniki które osiąga potwierdzają słuszność obranej drogi	4
WSPARCIE BIZNESU	
Fundusze Europejskie dla Podlaskiego 2021-2027	6
4Szpaki – droga lokalnych rzemieślniczych kosmetyków naturalnych na półki w Europie i Azji ...	10
Dom na drzewie nowym hitem turystycznym	14
Przemysł 5.0. – co zmienia w zakresie podejścia do procesu transformacji?	16
NAUKA I BIZNES	
„Przemysł 4.0 (?) Ludzie i technologie”. Nowa książka prof. dr hab. Joanny Moczydłowskiej	18
PRAWO I FINANSE	
Zmiany w Polskiej Strefie Inwestycji od 2023 r.	20
PODLASKI BIZNES	
My kobiety w większym stopniu musimy łączyć role zawodowe i rodzinne. Wywiad z Panią Małgorzatą Sokolewicz z Eko Centrum Gięda na Andersa	22

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

Dwumiesięcznik bezpłatny.

Redaktor Naczelny

Joanna Morawska

Redakcja nie odpowiada za treść reklam, zastrzega sobie prawo do wprowadzania skrótów i zmian w nadesłanych materiałach. Niezamówionych materiałów redakcja nie zwraca.



KRAJOWA IZBA GOSPODARCZA

Decyzja z ostatniej chwili o zamknięciu granicy w Bobrownikach spowodowała, że w województwie podlaskim nie funkcjonuje żadne przejście drogowe. Spowoduje to ogromne straty wśród przedsiębiorców współpracujących z kierunkiem wschodnim, m.in. z Gruzją, Uzbekistanem, Kazachstanem. Także przewoźnicy napotkają ograniczone pola działania, jak również firmy pracujące na rzecz zaopatrzenia i utrzymania granicy.

Niedawno otrzymaliśmy informację o alokacji środków w ramach programu regionalnego Fundusze Europejskie dla Podlaskiego 2021 – 2027. Zachęcam Państwa do przeczytania m.in. wywiadu z Panią wiceminister Małgorzatą Jarośnińską – Jedynek, która precyzuje na co będzie przeznaczone wsparcie w ramach tego budżetu.



BIACOMEX podejmuje wyzwania, a wyniki które osiąga potwierdzają słuszność obranej drogi

Wywiad z Maciejem Dec, Wiceprezesem BIACOMEX S.A.

BIACOMEX to rozpoznawalna marka na rynku podlaskim, od czego się zaczęło?

BIACOMEX to firma rodzinna, której początki sięgają przełomu lat 80 i 90 ubiegłego wieku. Był to okres kształtowania się zrębów przedsiębiorczości w Polsce, powstawania i rozkwitu rodzinnych firm, które dzięki ciężkiej pracy, a także wyjątkowej zdolności przewidywania rynku, z małych biznesów rozwinęły się w marki o zasięgu regionalnym a nawet ogólnopolskim.

Spółka BIACOMEX jest dobrze znana na rynku podlaskim, kojarzona z turystyką, transportem oraz branżą automotive. W 1989 roku otworzyliśmy pierwsze biuro podróży, które obsługiwało ruch turystyczny z krajami Europy Wschodniej. W tym samym czasie rozpoczęliśmy również działalność w zakresie transportu autokarowego, a w szczególności regularne, międzynarodowe połączenia autobusowe. Niezależnie od tego, BIACOMEX rozwijał się także w zakresie działalności motoryzacyjnej.

Jak to wygląda teraz?

W chwili obecnej przeważającą działalność stanowi szeroko pojęta motoryzacja: autoryzowane salony, serwisy oraz warsztaty blacharsko – lakierniczy. Dotychczas posiadaliśmy autoryzację sprzedaży aut dwóch marek: FORD i SEAT. W ostatnim czasie do portfolio dołączyły dwie kolejne marki: koreański SSANGYONG oraz hiszpańska marka premium CUPRA. Ponadto w BIACOMEXie można skorzystać z autoryzowanych serwisów: FORD, SEAT, CUPRA

i SSANGYONG. Od niedawna również jesteśmy Autoryzowanym Serwisem marki SKODA. Mimo dużej konkurencji firma prężnie rozwija się, inwestując, rozszerzając i unowocześniając zakres świadczonych usług.

Skąd pomysł na dywersyfikację działalności?

Lata doświadczeń pokazały, że różnicowanie jest jednym ze sposobów utrzymania się na rynku i fundamentem zrównoważonego rozwoju. Rozszerzenie działalności o nowe produkty, usługi, wiąże się ze zwiększeniem bezpieczeństwa finansowego firmy. Drugą ważną zaletą takiego działania, jest większa rozpoznawalność na rynku, a co za tym idzie – wzrost zaufania klientów. Dywersyfikacja poprzez połączenie różnych zasobów i umiejętności, przyczynia się do osiągania przez firmę lepszych wyników. Autoryzowane dealerstwo jest bardzo złożonym biznesem, to mnogość informacji i zagadnień z wielu dziedzin: sprzedaży, serwisowania, finansowania, ubezpieczeń, kwestii prawnych, podatkowych, informatycznych oraz zarządczych

Ostatnie lata nie były sprzyjające przedsiębiorcom. Jak ocenia pan kondycję rynku motoryzacyjnego? Co przyczyniło się do tego, że firma BIACOMEX nadal prężnie działa na rynku?

Obecna sytuacja gospodarczo-polityczna znacząco wpływa na prowadzoną działalność. Mamy wojnę na Ukrainie, sankcje wobec Rosji, rekordową inflację, kryzys energetyczny... wymieniać można by długo.

Wyzwaniem dla kadry zarządzającej są nieprzewidywalne warunki rynkowe branży. Podczas pandemii nie zabrakło zmiennych niewiadomych, z którymi należało sobie poradzić. Brak podzespołów do produkcji samochodów powodował ograniczenie dostępności aut, długi czas oczekiwania na nowe samochody, zniecierpliwienie klientów.

Dostosowywaliśmy na bieżąco model zarządzania firmą, określaliśmy krótkoterminowe cele wyznaczające kierunek działalności przedsiębiorstwa. Dzięki wartościom takim jak: praca zespołowa, doświadczenie, otwartość na nowe pomysły oraz wiara w sukces; osiągnęliśmy postawione cele.

W czasach postpandemicznych zarządzanie głównie skupione jest na optymalizacji biznesu, opartego na wskaźnikach związanych z rentownością, skutecznością sprzedaży czy efektywnością pracowników. Konieczne jest wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań, takich jak: korzystanie z nowoczesnych systemów informatycznych, digitalizacja obiegu dokumentacji, inwestycja w nowoczesny sprzęt, dostosowywanie oferty do aktualnych potrzeb klientów, tworzenie skutecznych kampanii reklamowych. Bardzo ważnym czynnikiem wymiennie wpływającym na podnoszenie jakości świadczonych usług są cykliczne szkolenia pracowników i kadry zarządzającej.

W okresie pandemii wyraźny, wzrostowy trend zarysował się w świadczeniach:

- **door to door** – pełna usługa spedycyjna, od momentu odbioru auta, wykonaniu wszelkich napraw i dostarczeniu go klientowi
- **wirtualne salony sprzedaży**, czyli korzystanie z usług salonów bez wychodzenia z domu. Prosto z kanapy można zobaczyć auta dostępne od ręki w formie wideoprezentacji, otrzymać ofertę, załatwić wszelkie formalności z zakupem. Na życzenie klienta, zakupiony samochód jest dostarczany pod wskazany adres
- **krótkoterminowy wynajem samochodów** – zwiększyliśmy i zróżnicowaliśmy flotę dostępnych aut w naszej Wypożyczalni.

Dobra strategia, sprawne zarządzanie i odwaga w inwestowaniu są tym, od

czego może za chwilę zależeć „być albo nie być” niejednej firmy. BIACOMEX podejmuje wyzwania, a wyniki, które osiąga, potwierdzają słuszność obranej drogi. Pod koniec 2021 roku otworzyliśmy nowoczesny salon hiszpańskiej marki premium – CUPRA, jako drugi w Polsce.

Porozmawiajmy chwilę o tych inwestycjach... dwie marki to było już za mało?

Zauważyliśmy, że na podlaskim rynku brakuje aut marki premium z „pazurem i charakterem”, był to strzał w 10. Wybudowaliśmy nowy obiekt, o wyjątkowym formacie, jakim jest CUPRA Studio. To innowacyjny showroom, z wyrafinowanym designem, wysublimowanym rzemiosłem i przestrzenią cyfrową, w pełni oddający charakter marki i jej filozofię. Wydatki przeznaczone na kampanie marketingowe, wizerunkowe i produktowe, przyniosły korzyści w postaci znaczącego udziału w sprzedaży aut marki CUPRA w naszym regionie.

W szybkim czasie marka została zauważona przez miłośników aut sportowych, dopieszczonych nie tylko pod względem designerskim, ale i parametrami pojazdu. W szczególności zainteresowanie Formentorem, flagowym modelem, przerosło nasze oczekiwania.

Jednocześnie uzyskaliśmy autoryzację sprzedaży i serwisowania aut – koreańskiej marki SSANGYONG. To najstarszy południowokoreański producent samochodów, który stanowi ciekawą alternatywę dla europejskich i japońskich marek. Ponadto zaskakuje jakością wykonania, każde auto posiada zaawansowany system bezpieczeństwa, wsparcia kierowców, a co najistotniejsze – 5-letnią gwarancję. Istnieje również możliwość fabrycznego montażu instalacji LPG. Producent oferuje SUV-y: Korando, Tivoli, Tivoli Grand, Rexton oraz Musso. W połowie roku planowana jest premiera pierwszego w pełni elektrycznego modelu SSANGYONG – Korando e-Motion.

Z jakimi wyzwaniami zmierza się branża motoryzacyjna?

Jest silna presja na wdrożenie mobilności zeroemisyjnej, czyli tak zwanej elektromobilności.

Naszym celem jest rozwijać się w nowych kierunkach, podążać za zmianą,

dostosowywać się do trendów ekologicznych. Podczas pandemii były ogromne trudności w dostępie podzespołów do produkcji samochodów spalinowych, więc producenci „zmuszają” do przesiadki na elektryki, które są łatwiej dostępne i dotowane przez państwo. Obecnie każda marka wypuszcza na rynek modele elektryczne. W naszych salonach dostępne są całkowicie zelektryfikowane auta: FORD Mustang Mach-E, FORD Explorer oraz CUPRA Born, jak również półelektryczne (hybrydy). W ostatnim czasie, szczególnym zainteresowaniem cieszą się hybrydy typu Plug-in, które posiadają silnik spalinowy i elektryczny, a baterie można ładować przy użyciu prądu z sieci elektrycznej. Przykładowe modele hybryd Plug-in, to: FORD Kuga, FORD Puma, SEAT Leon, CUPRA Formentor, CUPRA Leon.

Elektromobilność to nie tylko środki transportu zasilane energią elektryczną, lecz także związana z nim infrastruktura. BIACOMEX podjął to wyzwanie, tworząc komercyjny, publiczny punkt ładowania pojazdów elektrycznych. To sprzęt, który zapewnia również kompatybilność z wieloma modelami aut.

Jeśli porównamy BIACOMEX ten sprzed 34 lat i dzisiejszy – to co zobaczymy?

Przez ponad trzy dekady zmieniał się zarówno zakład, rynek jak i klient. Dynamiczny rozwój firmy spowodował, że wraz z upływem lat stawiliśmy się coraz większym przedsiębiorstwem. Zaczynaliśmy z jednym biurem podróży i jednym autokarem, a dzisiaj posiadamy 6 biur podróży z pokaźną, nowoczesną flotą autobusową. Na przestrzeni lat zmieniał się sposób zarządzania biznesem, pojawiły się nowe kadry menadżerskie i ewoluowały modele zarządzania. Dzięki temu z kiluosobowej załogi, stworzyliśmy prężnie działającą spółkę, zatrudniającą 130 pracowników, tym samym majątek firmy rozrastał się, posiadamy osobne salony sprzedaży, serwisy i biura. Naszą historię charakteryzuje stała, systematyczny, zrównoważony rozwój. W przyszłości planujemy dalsze inwestycje, ale jeszcze za wcześnie by o nich opowiadać.

Rozmawiała Joanna Morawska



Fundusze Europejskie dla Podlaskiego 2021-2027 Ambitnie i realnie



Z Panią Małgorzatą Jarosińską-Jedynak, Sekretarzem Stanu w Ministerstwie Funduszy i Polityki Regionalnej rozmawia Adam Walicki, prezes Instytutu Kronenberga

Miejsce polityki regionalnej w systemie planowania rozwoju kraju

Adam Walicki – Pani Minister, czy dziś w dobie gorących debat i gospodarczych polemik można ze spokojem mówić o „polskiej polityce regionalnej”, czy też bliższe prawdy jest określenie „polska polityka regionalna w oparciu o dyrektywy UE”? Które priorytety polityki regionalnej UE są dla Polski najbardziej istotne?

Małgorzata Jarosińska – Jedynak – Na przestrzeni lat niezmiennie głównym celem polityki regionalnej Unii Europejskiej jest niwelowanie różnic rozwojowych. Razem ze wszystkimi państwami członkowskimi UE podejmujemy wszelkie działania, by zmniejszyć dysproporcje gospodarcze i społeczne, a także terytorialne, które powstają między państwami i wewnątrz nich, czyli między regionami. To co zmienia się, to okoliczności w jakich realizujemy ten główny cel polityki spójności. Dlatego w każdej kolejnej perspektywie finansowej UE swoje wysiłki koncentrujemy na ustalonych razem priorytetach. Należy zauważyć, że nasza krajowa polityka regionalna wpisuje się w ten cel, bowiem przyjęta w 2019 r. przez rząd Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego (KSRR) zorientowana jest w szczególności na zwiększanie spójności rozwoju kraju. Naszym zamiarem jest także wzrost konkurencyjności regionów oraz wzmacnianie kompetencji administracji samorządowej.

A.W. – Jaka rolę w tym złożonym procesie odgrywają polskie samorzady? Co jest najważniejsze w podejmowaniu decyzji przez samorzady w Nowej Perspektywie UE 2021-2027?

M.J.J. – W kontekście kształtowania polityki regionalnej ważny jest fakt, że w obecnej

perspektywie 2021-2027 samorzady zarządzają aż 44% środków dostępnych dla Polski w ramach polityki spójności. To kolejny wzrost udziału samorządu lokalnego i regionalnego w porównaniu do poprzedniej perspektywy. Sukcesywnie rośnie zatem też rola samorządów w kształtowaniu polityki spójności, a także ich współodpowiedzialność za realizację tej polityki. Pokładamy wielkie nadzieje w samorządach, aby prawidłowo ustalały swoje cele rozwojowe i trafnie dobierały projekty, które je w pełni zrealizują. Warto pamiętać, że sztuką jest nie tylko pozyskiwanie i wydatkowanie środków, ale zapewnienie aby te środki przyczyniały się do zmniejszania dysproporcji między regionami i podnosiły jakość życia każdego obywatela UE, co jest przedmiotem interwencji polskiej polityki regionalnej.

A.W. – Polityka regionalna od wielu lat jest silnie powiązana z funduszami europejskimi. Które działania i które programy w latach 2021 – 2027 będą zdaniem Pani Minister kluczowymi instrumentami wspierającymi konkurencyjność regionalnych gospodarek?

M.J.J. – W okresie programowania 2021-2027 Polska będzie realizować działania w ramach wszystkich pięciu celów polityki spójności. Dodatkowym celem będzie łagodzenie skutków transformacji w kierunku osiągnięcia celów energii i klimatu, które wpływają na społeczeństwo, zatrudnienie, gospodarkę i środowisko wybranych regionów. W związku z tym zaplanowane zostały następujące programy: Fundusze Europejskie na Infrastrukturę, Klimat i Środowisko (FENIKS), Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki (FENG), Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego (FERS), Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej (FEPW), Fundusze Europejskie na Rozwój Cyfrowy (FERC), Fundusze Europejskie na Pomoc

Żywnościową, Fundusze Europejskie dla Rybactwa, Pomoc Techniczna dla Funduszy Europejskich, Programy Interreg oraz 16 programów regionalnych. Wszystkie te programy w istotnym stopniu będą przyczyniały się do wspierania konkurencyjności gospodarki. Nowym instrumentem polityki spójności i zarazem dodatkowym źródłem finansowania będzie dla regionów górniczych Fundusz na rzecz Sprawiedliwej Transformacji.

A.W. – Co jest podstawowym celem planowanej transformacji? Zielony Ład, klimat, cyfryzacja, gospodarka? Czy w naszych programach uwzględniamy zagrożenia epidemiczne, zjawiska migracyjne i zjawiska demograficzne?

M.J.J. – Nowa perspektywa polityki spójności posłuży realizacji wizji rozwoju Polski wyrażonej w Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju z perspektywą do 2030 r. (SOR) oraz KSRR. Dotychczasowe postępy we wdrażaniu SOR tworzą silne fundamenty do formułowania celów w większym stopniu uwzględniających transformację polskiej gospodarki zgodnie ze wspólnymi dla UE celami Zielonego Ładu i Agendy Cyfrowej, jak i z uwzględnieniem trendów demograficznych, rozwoju technologii i funkcjonowania rynków dóbr i usług.

Działania podejmowane przez Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej dążą do możliwie największego wykorzystania potencjału gospodarczego regionów oraz poprawy ich konkurencyjności. Celem jest tu ochrona regionów przed procesami marginalizacji i poprawa standardu życia ich mieszkańców, ale kluczowym priorytetem pozostaje rozwój polskiej gospodarki. W obecnej sytuacji działania te będą zmierzać również do zminimalizowania negatywnego wpływu skutków pandemii i kryzysu wojennego na gospodarkę najsłabszych regionów.

Smart City w Nowej Perspektywie UE

A.W. – Pani Minister, w dialogu o przyszłości coraz silniej akcentowana jest fraza, że świat staje się coraz bardziej

miejski. Jak Pani ocenia dotychczasowe działania polskich miast na rzecz wprowadzania inteligentnych rozwiązań smart city?

M.J.J. – To niezwykle ważny problem. Procesy urbanizacji w Polsce wciąż postępują. Trendy wznoszące zauważamy szczególnie w obszarach podmiejskich. Taka sytuacja wymaga rozważnych działań nie tylko na obszarze poszczególnych miast, lecz całych miejskich obszarów funkcjonalnych. Problematyka smart city jest wieloaspektowa i wielopłaszczyznowa, gdyż obejmuje zagadnienia społeczne, przyrodnicze, czy techniczne oraz związane z zarządzaniem miastem. Jedynie całościowe podejście do problemu akcentuje faktyczne znaczenie słowa smart.

O tym, czy wdrożenie innowacyjnych koncepcji faktycznie się udaje, przesądza wzrastająca jakość życia mieszkańców oraz ich poczucie bezpieczeństwa. Dziś polskie miasta coraz bardziej umiejętnie wykorzystują i aktywnie promują swoje wewnętrzne zasoby i potencjały, dzięki czemu tworzą dogodne warunki do inteligentnego rozwoju. Równie ważne jest budowanie poczucia mieszkańców, że miasto kształtowane jest z myślą o nich, dla nich i przy ich udziale. Te wszystkie elementy umiejętnie i „mądrze” łączone w codziennym funkcjonowaniu miasta, składają się na wizerunek prawdziwie inteligentnego miasta – smart city.

A.W. – Od kilku lat rozwiązania smart city są silnie promowane i wspierane przez Unię Europejską. Jakie jest zainteresowanie polskich samorządów tego typu wsparciem? Czy kryzys gospodarczy może wpłynąć na zainteresowanie programami wspierającymi rozwiązania smart city?

M.J.J. – Obecna sytuacja gospodarcza, nie tylko naszego kraju, ale i międzynarodowa powoduje, że potrzeby inwestycyjne rosną. Wsparciem w poszukiwaniu odpowiedzi na zdefiniowane potrzeby w miastach mogą być środki europejskie polityki spójności. Bardzo pomaga ona miastom budować swoją pozycję jako miasta „smart”. W perspektywie 2021-2027 zaplanowanych jest szereg działań

w sferze gospodarczej, społecznej i środowiskowej, które wspomagają miasta nie tylko w zakresie inwestycyjnym, ale także zarządczym.

Uruchamiane programy krajowe są wsparciem dla samorządów lokalnych w zakresie przygotowania i realizacji projektów w kluczowych obszarach z punktu widzenia UE. Wszystkim powinno zależeć, na wypracowaniu modelowych rozwiązań w takich obszarach jak np.: inteligentne miasta, innowacyjność, cyfryzacja, inteligentne specjalizacje, polityka miejska, ochrona różnorodności biologicznej, rewitalizacja i renaturyzacja terenów. Istotne są także procesy adaptacji do zmian klimatu, wdrażanie elektromobilności, gospodarki o obiegu zamkniętym i wiele innych. Poza tym w każdym województwie w programach regionalnych zaplanowane są środki, z których samorządy będą mogły korzystać, aby wesprzeć inteligentną przemianę miast. Jestem przekonana, że środki te umożliwią kontynuację wsparcia wdrażania idei smart city i szerokiego podejścia do rozwiązywania problemów i wyzwani ekologicznych, środowiskowych oraz społecznych miast. Zainteresowanie tego typu wsparciem jest bardzo duże, bo właśnie czasy kryzysów stawiają za priorytet inwestowanie w działania przynoszące jak najwięcej korzyści i oszczędności polskim miastom.

A.W. – Gdy przyglądamy się strategiom smart city przygotowanym przez polskie miasta wiodący obszarem zmian są rozwiązania dot. smart environment, smart mobility i smart governance. Czy doczekamy się realizacji idei smart city 3.0 z silną partycypacją mieszkańców?

M.J.J. – Rzeczywiście miasta w trakcie realizacji swoich działań, powinny zwrócić szczególną uwagę na włączanie społeczności lokalnej (rozumianej jako mieszkańcy/użytkownicy miasta, organizacje społeczne i gospodarcze, lokalny biznes, nauka itd.) w swoje działania. Aktywny udział społeczności lokalnej oraz innych interesariuszy inteligentnych rozwiązań w mieście powinien być zagwarantowany konkretnymi działaniami projektowymi i zakłada stosowanie różnych technik

i narzędzi partycypacyjnych. Tylko poprzez aktywizację obywatelską oraz promowanie lokalnych liderów możliwe jest kreowanie dalszego rozwoju rozumianego jako smart city generacji 3.0.

A.W. – Jakie miejsce w polityce regionalnej zajmuje polityka miejska? Czy mamy ustalone kierunki transformacji polskich miast, które uwzględniają trendy i zjawiska rozwojowe ośrodków miejskich?

M.J.J. – Ważnym krokiem w tak wyznaczonym kierunku jest przyjęta w czerwcu 2022 r. przez rząd Krajowa Polityka Miejska 2030 (KPM 2030). Nakreślone w niej cele rozwoju miast: kompaktowych, zielonych, produktywnych, cyfrowych, dostępnych i sprawnych wpisują się w dzisiejszy model inteligentnego rozwoju miejskiego. Wśród najważniejszych zasad wskazanych w dokumencie jest konieczność upowszechniania partycypacji społecznej, rozumianej jako udział mieszkańców miasta i obszaru funkcjonalnego w definiowaniu i rozwiązywaniu problemów lokalnych i podejmowaniu kluczowych decyzji dotyczących społeczności lokalnej. W tym kontekście partycypację należy przedstawić jako platformę budowania relacji i więzi na poziomie społeczności lokalnych. Inspirowanie procesu zwiększania znaczenia partycypacji w procesie decyzyjnym leży po stronie władz miejskich. Tylko rzeczywiste nastawienie na współuczestnictwo przy podejmowaniu decyzji może w szerszym zakresie prowadzić do większego zaangażowania obywateli w działania na obszarach miejskich, nadając sprawczy charakter wysiłków na rzecz realizacji idei smart city 3.0.

Fundusze Europejskie dla Podlaskiego – wsparcie dla przedsiębiorstw i branż

A.W. Pani Minister, z jakimi doświadczeniami wchodzimy w nową Perspektywę Finansową UE na lata 2021 – 2027?

W nową perspektywę finansową UE wchodzimy z dużym doświadczeniem poprzednich perspektyw. Widzimy co udało nam się już osiągnąć, ale

dostrzegamy również, w jakim zakresie nie uzyskaliśmy do końca zakładanych efektów. Nowa perspektywa finansowa to również nowe wyzwania, związane głównie z celami klimatycznymi i środowiskowymi. Wszystkie te kwestie zostały ujęte w Umowie Partnerstwa na lata 2021-2027 oraz w samych programach. Jest ich zbyt dużo by je wszystkie szczegółowo omówić.

W nowej perspektywie planujemy w większym zakresie wspierać rozwiązania cyfrowe, w tym w zakresie usług publicznych, wzmocnić współpracę sektora nauki z biznesem, która nadal jest niewystarczająca. Konieczna będzie również realizacja niezbędnych projektów w zakresie gospodarki wodno-ściekowej, ochrony zasobów wodnych i przeciwdziałaniu suszy. Nadal istnieją duże potrzeby w zakresie budowy i modernizacji dróg i kolei, a także budowy ścieżek rowerowych. W nowych programach będzie również wspierany rozwój mobilności miejskiej, w tym m.in. zakup niskoemisyjnego taboru na potrzeby transportu publicznego. Środki unijne zostaną również przeznaczone na edukację, ochronę zdrowia, włączenie społeczne czy zatrudnienie.

A.W. – Nowy program Fundusze Europejskie dla Podlaskiego na lata 2021-2027 to rekordowa kwota 1,3 mld euro. Struktura i wysokość programu zostały przychylnie przyjęte przez samorządowców i przedsiębiorców. Które komponenty programu FEdP pozwolą zmniejszyć dysproporcje rozwojowe między subregionami, miastami, czy gminami województwa podlaskiego?

M.J.J. – Program Fundusze Europejskie dla Podlaskiego na lata 2021 – 2027 ma na celu przede wszystkim dalszy dynamiczny rozwój województwa podlaskiego z wykorzystaniem środków unijnych. Zakres wsparcia z programu jest bardzo szeroki od projektów twardych o charakterze infrastrukturalnym, np. projekty B+R, efektywność energetyczna w budownictwie, rozwój odnawialnych źródeł energii, modernizacja dróg, po projekty miękkie, które skierowane są bezpośrednio do mieszkańców województwa podlaskiego, np. edukacja, integracja społeczna, wsparcie rynku pracy.

FEdP zakłada również wdrażanie różnych instrumentów terytorialnych, które z jednej strony mają sprzyjać współpracy między jednostkami samorządu terytorialnego i jednocześnie niwelować wewnętrzne różnice w poziomie rozwoju poszczególnych części województwa podlaskiego. W FEdP zakłada się wdrażanie zintegrowanych instrumentów terytorialnych (ZIT), które będą odpowiedzią na wyzwania dotyczące miejskich obszarów funkcjonalnych (MOF) Białegostoku, Łomży i Suwałk. Natomiast na interwencję w obszarach zdegradowanych będą skierowane inne instrumenty terytorialne (IIT), które będą wspierać gminne programy rewitalizacji. W FEdP planuje się również realizację Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność (RLKS), w ramach którego będą wspierane projekty na obszarach wiejskich, wynikające z lokalnych strategii rozwoju opracowanych przez Lokalne Grupy Działania. Program FEdP ma wspomagać rozwój województwa podlaskiego, z wykorzystaniem różnych instrumentów, których celem jest również niwelowanie dysproporcji rozwoju między różnymi obszarami wewnątrz samego województwa.

A.W. – Wiemy już, że województwo podlaskie będzie objęte kontynuacją Programu Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej na lata 2021-2027 (FEPW). Jakie korzyści dla regionu podlaskiego może dać ten program?

M.J.J. – Program Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej 2021-2027 będzie naturalną kontynuacją inwestycji w obszarach, o których rozwój dbaliśmy do tej pory. Przede wszystkim to korzyści dla samorządów, które będą największymi beneficjentami tego programu. Otrzymają z FEPW ponad 1,3 mld euro. Będą mogły je przeznaczyć na rozwój infrastruktury dróg wojewódzkich, zrównoważonej mobilności miejskiej, adaptację miast do zmian klimatu oraz tworzenie atrakcyjnych ponadregionalnych produktów turystycznych. Co ważne – w tej edycji programu ze wsparcia będą mogły skorzystać nie tylko miasta wojewódzkie, ale również miasta średnie wschodnich województw.

O wsparcie budowy lub przebudowy dróg wojewódzkich będą mogły ubiegać się województwa Polski Wschodniej

– zarządcy dróg wojewódzkich, a więc także woj. podlaskie. Finansować będziemy też budowę lub przebudowę obwodnic w ciągu tych dróg. Na dofinansowanie inwestycji związanych ze zrównoważoną mobilnością miejską, tak jak w poprzednim programie Polska Wschodnia, również i teraz będzie mógł liczyć Białystok, ale – co jest nowością – nie tylko, bo również Suwałki i Łomża – jako miasta średnie, napotykające na szczególne problemy społeczno-gospodarcze.

Dodatkowo Augustów, Bielsk Podlaski, Zambrów, Grajewo, Hajnówka, a także uzdrowisko Supraśl będą mogły liczyć na wsparcie inwestycji, które pomogą przystosować przestrzeń miejską do zmian klimatu. Planujemy także dofinansować stworzenie centrów edukacyjnych w wybranych parkach narodowych Polski Wschodniej, w tym w Biebrzańskim Parku Narodowym. Podmioty odpowiedzialne za obszary NATURA 2000 będą mogły otrzymać środki na aktywną ochronę przyrody – stworzenie korytarzy ekologicznych oraz ukierunkowanie ruchu turystycznego, w taki sposób, aby mniej szkodził przyrodzie. Powstaną ponadregionalne szlaki turystyczne, które staną się atrakcją regionu, a jednocześnie będą pozytywnie oddziaływać na rozwój lokalnych społeczności i gospodarek.

Oczywiście nie zapominamy też o przedsiębiorcach z Polski Wschodniej. To łącznie 500 mln euro, które będą mogli przeznaczyć na inwestycje w swoich firmach na każdym etapie rozwoju. Kontynuowane będzie wsparcie start-upów w ramach platform startowych oraz wsparcie ukierunkowane na nowe inwestycje w zakresie wzornictwa. Będą też nowości, odpowiadające nowym wyzwaniom rynkowym i środowiskowym, jak dotacje na zmiany w firmie w zakresie Gospodarki Obiegu Zamkniętego, czy

procesy automatyzacji i robotyzacji produkcji. Na dedykowane wsparcie będą mogły też liczyć firmy z branży turystycznej, a także operatorzy sieci dystrybucji energii elektrycznej.

Na drodze do efektywnej współpracy

A.W. – Unia Europejska wyznacza swoimi dyrektywami kierunki zmian w wielu dziedzinach życia społecznego i gospodarczego. Jak będzie wyglądało wdrożenie do polskiego prawa dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady Europejskiej nr 2019/882 z kwietnia 2019 roku w sprawie wymogów dostępności produktów i usług. Co to oznacza dla sektora przedsiębiorców?

M.J.J. – Europejski Akt o Dostępności (EAA) nazywany jest aktem przełomowym ze względu na zasięg swojej regulacji – obejmuje różnorodne branże, najpowszechniejsze produkty i usługi podstawowe dla swobodnego funkcjonowania osób z niepełnosprawnościami w życiu codziennym, które w coraz większym stopniu opierają się na korzystaniu z nowoczesnych technologii i usług cyfrowych. Nowymi wymogami dostępności zostaną objęte m.in. komputery, smartfony, bankomaty, automaty biletowe, e-książki, terminale płatnicze, usługi handlu elektronicznego, usługi telekomunikacyjne, usługi cyfrowe w transporcie pasażerskim oraz usługi bankowości detalicznej.

Dotąd koncentrowaliśmy się na dostępności przestrzeni publicznej, jako administracja zaczęliśmy od siebie, teraz wkraczamy na rynek firm prywatnych. Zapewnienie dostępności będzie nowością, a przez to wyzwaniem dla wielu firm. Chcemy jednak, aby firmy zaczęły dostrzegać w dostępności szansę na rozwój – odkrycie nowych

nisz, poszerzenie rynku zbytu, impuls do rozwoju technologicznego i odkrywania innowacyjnych rozwiązań, które będą decydować o przewagach konkurencyjnych. Dyrektywa zostanie przeniesiona do polskiego prawa jednym aktem, tj. ustawą o zapewnianiu spełniania wymogów dostępności niektórych produktów i usług przez podmioty gospodarcze. Jesteśmy na końcowym etapie rządowego procesu legislacyjnego. Nowe przepisy będą obowiązywać od połowy 2025 r. Wierzę, że ustawa wdrażająca dyrektywę zmieni podejście do dostępności w biznesie i da impuls do poszukiwania innowacyjnych rozwiązań technologicznych odpowiadających na potrzeby osób z niepełnosprawnościami i szczególnymi potrzebami, a w gruncie rzeczy – na potrzeby całego społeczeństwa.

A.W. – Pani Minister, konkurencyjność regionu to efekt dobrej polityki regionalnej, realizacji działań prorozwojowych przedsiębiorstw i samorządów, wsparcia regionu środkami krajowymi i unijnymi, oraz zaangażowania społeczności lokalnych. Co jest kluczem do lepszej tak bardzo potrzebnej współpracy samorządów, biznesu i nauki?

M.J.J. – Myślę, że kluczem do skutecznej współpracy jest przede wszystkim otwartość na nią samą, bo czasami wymienione w pytaniu podmioty mają przeciwstawne interesy. Pamiętajmy, że gospodarka to nie tylko tworzące ją instytucje, ale także efekt synergii, jaki powstaje w wyniku ich współpracy. W resorcie mamy wiele obszarów takiego współdziałania oraz gremia zrzeszające różne instytucje i myślę, że jest to wielką wartością dodaną dla funduszy europejskich. Z tego też miejsca zachęcam do takiej współpracy i dyskusji, a co za tym idzie wypracowywania kompromisowych rozwiązań.



Małgorzata Jarosińska-Jedynak, Sekretarz Stanu w Ministerstwie Funduszy i Polityki Regionalnej. Nadzoruje tematykę wdrażania funduszy unijnych w ramach programów: Rozwoju Społecznego, Polski Wschodniej oraz Programów Regionalnych. Do jej obowiązków należy także koordynacja wdrażania nowego okresu programowania na lata 2021-2027 oraz nadzór nad programem Dostępność Plus (była współautorką ustawy o dostępności). Od 15 listopada 2019 r. do 6 października 2020 r. pełniła funkcję ministra funduszy i polityki regionalnej. Od kilkunastu lat zajmuje się funduszami unijnymi, rozwojem regionalnym i kwestiami samorządów.



4Szpaki – droga lokalnych rzemieślniczych kosmetyków naturalnych na półki w Europie i Azji



PODLASKA FUNDACJA
ROZWOJU REGIONALNEGO



Wspieranie dla Biznesu w zasięgu ręki



Rozmowa Anny Wrześcińskiej z Grzegorzem Sienkiewiczem –
Dyrektorem Zarządzającym w firmie 4Szpaki Sp. z o.o. Sp.k.

AW. Cześć Grzegorz, bardzo się cieszę, że znalazłeś chwilę by porozmawiać. W ostatnich latach Wasza firma zaczęła się mocno rozwijać i zdobywać klientów na nowych rynkach zagranicznych. Powiedz mi, co przyczyniło się do decyzji o ekspansji zagranicznej akurat teraz?

GS. Niezależnie od tego w jakim momencie rozwoju firmy jesteśmy, chcemy się dywersyfikować w 3 obszarach: rozbudowa oferty produktowej, rozwój portfolio klientów oraz ekspansja zagraniczna.

Pierwszy obszar dywersyfikacji jaki wprowadzamy to dywersyfikacja produktowa. Wyrośliśmy na

mydłach w kostce i przełomowych na rynku polskim dezodorantach w kremie i szamponach w kostce. W 2022 roku rozpoczęliśmy nowy rozdział w naszej działalności, bo uzyskaliśmy kompetencje oraz infrastrukturę do produkcji emulsji. Nasz kreatywny dział B+R sprawia, że rocznie jesteśmy w stanie wprowadzić na rynek ok. 30 nowych produktów, które zapewniają bezpieczną i zdrową pielęgnację ciała, twarzy i włosów. Nie podążamy za trendami, szukamy własnej drogi, dzięki czemu nasza oferta jest oryginalna i świeża, a czasem się okazuje, że wprowadzone przez nas produkty stają się nie

tylko polskim, ale też światowym trendem. Dla nas mniej znaczy więcej, co oznacza, że nasze produkty są bardzo uniwersalne, sprawdzają się w różnych warunkach i z powodzeniem mogą być stosowane przez całą rodzinę, bez względu na wiek i płeć.

W kontekście produktowym jesteśmy też na finiszu certyfikacji GMP (Good Manufacturing Practices), czyli normy określającej „dobre praktyki produkcyjne”. W teorii wszyscy producenci kosmetyków w Polsce zobowiązani są do przestrzegania tej normy, ale my postanowiliśmy pójść krok dalej, czyli przejść przez proces adaptacji naszej firmy do wszystkich wymogów tej normy. Chcemy przez to powiedzieć światu, że mimo krótkiego rodowodu, jesteśmy w stanie dostarczać najlepsze produkty kosmetyczne w najwyższym standardzie.

Drugi obszar to dywersyfikacja pod kątem klientów. I tu mam na myśli rynek polski, na którym obecnie działamy w coraz większej skali. Zawirowania ekonomiczne i polityczne na przestrzeni ostatnich 2 lat tylko potwierdziły, że

musimy mieć dosyć szeroki wachlarz klientów. Przez niemal 7 lat naszej działalności doświadczyliśmy dynamicznego wzrostu i jednocześnie kryzysów, które dla wielu firm z były druzgocące w skutkach, a dla nas okazały się trampoliną do jeszcze szybszego rozwoju. Jesteśmy wierni naszym zasadom i sprawiedliwie podchodzimy do współpracy zarówno z małymi, jak i największymi podmiotami na rynku polskim. Rozwijamy program lojalnościowy i narzędzia marketingowe wspierające sprzedaż za pośrednictwem naszej platformy B2B. Tworzymy ekskluzywne linie dla wybranych partnerów i angażujemy się w wiele przedsięwzięć wizerunkowych, by świadomość naszej marki wciąż rosła. Dzięki temu nasza oferta jest już dostępna w bardzo szerokim zakresie i wciąż się rozwija, mimo coraz wyraźniejszych symptomów zmniejszenia siły nabywczej polskiego konsumenta. Wierzymy, że używanie naturalnych, rzemieślniczych i wegańskich kosmetyków nie jest modą, a stylem życia, po którego zasmakowaniu nie będziemy już chcieli wrócić

do niskiej jakości mass marketowych produktów, które wcale nie musiały być też w niskiej cenie.

Trzecim obszarem jest dywersyfikacja rynkowa – czyli internacjonalizacja. Poza rynkami Unii Europejskiej jesteśmy już obecni w Wielkiej Brytanii i Japonii. Doświadczenia zdobyte za granicą pokazują, że jesteśmy już gotowi na eksport. Rok 2022 poświęciliśmy na budowanie gotowości eksportowej, zatrudnianie ludzi, dostosowywanie oferty, niezbędne tłumaczenia oraz przede wszystkim szukanie najbardziej perspektywicznych rynków do otwarcia. Dzięki współpracy z Podlaską Fundacją Rozwoju Regionalnego (PFRR) i Polską Agencją Inwestycji i Handlu (PAIH) mogliśmy wyłonić rynki o największym potencjale dla naszej marki, oferty i wartości. Stworzyliśmy 2 projekty ekspansji: Czechy, Słowacja i Litwa oraz Hiszpania i Singapur. W ramach tych przedsięwzięć będziemy mogli wziąć udział w najważniejszych na świecie targach COSMOPROF BOLONIA i COSMOPROF ASIA w 2023 roku oraz przeprowadzić kilka misji gospodarczych.



Od lewej: Dorota Isajuk Menadżer Projektu Enterprise Europe Network, Marek Dźwigaj Prezes Zarządu PFRR, Grzegorz Sienkiewicz Dyrektor Zarządzający 4Szpaki, Anna Wrzesińska Główny specjalista ds. współpracy międzynarodowej Enterprise Europe Network.

AW. Rynki Czech, Słowacji i Litwy to nasze rynki sąsiednie, Hiszpania może leży trochę dalej, ale też jest w obszarze UE, więc wybór ich jako pierwszy obszar internacjonalizacji jest oczywisty, ale dlaczego odległy rynek Singapuru?

GS. Rok 2022 traktujemy jako budowanie gotowości eksportowej. Oznacza to, że poprzez doradztwo Enterprise Europe Network funkcjonującego przy PFRR oraz misje wyjazdowe PAIH jesteśmy w stanie namierzyć rynki o największych dla nas potencjale w najbliższej perspektywie czasowej. Bez wsparcia UE i wyjazdów na misje do Malezji, Singapuru, Filipin i Wietnamu nie byłibyśmy tak pewni naszych decyzji. Słuszność naszego myślenia zdaje się też potwierdzać Japonia, która tak naprawdę jest dla nas pierwszym zagranicznym rynkiem, z którym zaczęliśmy współpracę już w 2020 roku.

AW. No właśnie, dlaczego zatem Azja? Dlaczego taki, a nie inny kierunek?

GS. Przyszłość jest w Azji ;) Tam właśnie zachodzą największe zmiany, społeczeństwa się bogacą i zyskują coraz większą świadomość własnego wpływu na otoczenie. Nie chcą być już niewolnikami globalnych marek, masowych i lokalnie produkowanych

kosmetyków niskiej jakości opakowanych w zachodnie luksusowe etykiety. Klienci chętniej wybierają marki niezależne, innowacyjne i z misją. Po pierwszych konfrontacjach naszej marki i produktów w poszczególnych krajach azjatyckich oraz na podstawie współpracy z naszym partnerem w Japonii wiemy, że zarówno uwarunkowania klimatyczne, potrzeby pielęgnacyjne, estetyka oraz reprezentowane przez na wartości niemal idealnie synchronizują się z tym, czego azjatyccy świadomi konsumenci potrzebują.

Poza tym marka Polski nam pomaga. Azjaci nas lubią, sporo o nas wiedzą i mają świadomość, że jako społeczeństwo mamy tak samo wysokie aspiracje, jak oni, dzięki czemu możemy sobie wzajemnie pomagać, być partnerami na lata. Oby tylko rozchwiana sytuacja geopolityczna nie stała nam na przeszkodzie.

AW – Jak klienci z Azji postrzegają Wasze produkty? Co o nich sądzą? Czy mieliście okazję poznać opinię swoich potencjalnych przyszłych klientów?

GS. Podczas każdej misji zagranicznej mamy ze sobą bardzo dużo testerów w formacie nie jednorazowym, a kilkutodniowym, gdzie osoba może w dłuższym przedziale czasowym przekonać

się na własnej skórze, w swoim klimacie i codziennym rytuale o wartości naszych produktów. Z dumą i bez cienia fałszywej skromności mogą potwierdzić, że recenzje zbieramy bardzo dobre. Nie zapominamy też o pierwszym wrażeniu z kontaktu z naszymi zapachami bez syntetycznych kompozycji zapachowych, etykietami, które przyciągają wzrok swoją oryginalnością oraz opakowaniami, które są wyłącznie szklane, papierowe i aluminiowe.

Doświadczenia z Japonią nauczyły nas cierpliwości w budowaniu pozycji na rynku. Proces rejestracji, pozycjonowania cenowego oraz budowania świadomości marki w bardzo konkurencyjnym otoczeniu, gdzie najwyższa jakość, transparentność i autentyczność w każdym działaniu stanowią dopiero próg wejścia na rynek, a o przewadze na nim zdecyduje dopiero cała sekwencja innych podjętych kroków.

AW – Ostatnie lata to Wasz aktywny udział w misjach i targach. Czy są istotne w Waszej strategii podboju rynków? Czy warto w nich uczestniczyć? Co chcecie osiągnąć biorąc udział w misjach i targach?

GS. Misje i targi to ważny element, nie tylko w branży kosmetycznej – mam doświadczenie również z innych branż,



które tylko potwierdza, że kontaktu bezpośredniego nic nie zastąpi. Nawet najlepiej zorganizowane targi wirtualne nie zastąpią kontaktu osobistego. To ludzie biznes ze sobą prowadzą i nie da się tego w 100% z informatyzować. Udział w targach – jestem na tak, jak najbardziej, ale trzeba pamiętać jak bardzo kosztowne potrafią być. Bez pomocy Enterprise Europe Network przy PFRR w pozyskaniu dofinansowania i wybraniu najlepszych targów nie moglibyśmy sobie pozwolić aby, np. na targach w Bolonii wystąpić jako wystawca. Pomoc PAIH i Enterprise Europe Network przy PFRR pozwala nam śmiało i szeroko podchodzić do wydarzeń targowych. W październiku tego roku w tym samym czasie byliśmy w Helsinkach, Poznaniu i Madrycie, czyli 3 imprezach jednocześnie. W naszym przypadku, targi to najlepsza formuła promocji. Ale wiemy też, że potrzebujemy wsparcia zewnętrznego, dlatego bierzemy udział w misjach organizowanych przez PAIH oraz jeździmy na misje handlowe na targi, na których później chcemy się wystawić, badając wcześniej na miejscu czy opłaca się nam inwestować w daną imprezę. Warto korzystać ze wsparcia zewnętrznego i korzystać z pomocy ekspertów, to nieco upraszcza całą organizację udziału w tych wydarzeniach.

AW – Nawiązując do targów, wiem, że ostatnio braliście udział m.in. w targach Nordic Organic Food Fair and Eco Living Scandinavia w Malmö w Szwecji. Podczas tych targów organizowane były spotkania B2B, jako jedna z możliwości rozmowy z potencjalnym partnerem biznesowym. Podkreślasz, że nic nie zastąpi bezpośredniego kontaktu z partnerem zagranicznym i, że jest on ogromnie wartościowy przy budowaniu relacji, więc chciałabym poznać Twoją opinię na temat spotkań B2B. Czy myślisz, że warto brać w nich udział i czy takie spotkania mogą być pierwszym

krokiem do budowania relacji z potencjalnym partnerem biznesowym?

GS. Bez wsparcia z zewnątrz (PAIH i dotacje na internacjonalizację) nie moglibyśmy tak szeroko wyjść na świat. W ciągu zaledwie dwóch miesięcy mogliśmy zaprezentować naszą ofertę podczas targów kosmetycznych w Helsinkach, Malmö, Madrycie, a także w Kuala Lumpur, Singapurze, Manili i Sajgonie. Spotkania B2B to jeden ze sposobów na nawiązanie pierwszego kontaktu, ale też wymagający przygotowania. Na szczęście mamy mocny zespół zaprawiony w bojach podczas konsumenckich targów w Polsce, mówimy po angielsku i hiszpańsku, a przede wszystkim wierzymy w to, co robimy i wszystko wskazuje na to, że jesteśmy w tym wiarygodni.

Przy ekspansji i dywersyfikacji rynków musimy bardzo mocno uzbroić się w cierpliwość i włożyć dużo pracy oraz pamiętać, że jej efekty będą rozłożone w czasie. Nasza marka w Polsce jest mocna, stoi na solidnych fundamentach, a klienci B2B sami do nas przychodzą i zapraszają do współpracy. Rynki zagraniczne musimy otwierać zupełnie od zera. Istotne jest, że możemy liczyć na wsparcie ze strony Enterprise Europe Network przy PFRR i PAIH i zdecydowanie nie jest to wymuszona laurka. Bez wsparcia instytucjonalnego bardzo trudno jest zakładać długofalową perspektywę na dużą skalę jednocześnie na kilku rynkach. Liczymy, że przy pomocy Enterprise Europe Network przy PFRR i PAIH zyskamy w oczach potencjalnych partnerów w Europie i Azji, zdobędziemy ich zaufanie, które przetransmituje się w wieloletnią współpracę.

AW – Czy według Ciebie każdy rynek wymaga innych umiejętności od pracowników? Czy masz dedykowany zespół na rynek polski, a inny na rynek zagraniczny? Czy warto mieć podział rynków i wyspecjalizowany personel?

GS. Działamy zgodnie z zasadą „myśl globalnie – działaj lokalnie”. Doświadczenia i zasady wypracowane na rynku polskim na pewno będziemy chcieli zaszczepiać również na rynkach zagranicznych. Ogromnym wsparciem w budowaniu naszych kompetencji eksportowych jest oczywiście Japonia, w której jesteśmy już obecni ponad 2 lata. Mamy dużo szacunku do różnych zwyczajów konsumenckich i biznesowych na rynkach, na których próbujemy zaistnieć. Nawet jeżeli są to rynki ościenne. Stąd bez wątplenia chęć znalezienia lokalnych partnerów, którzy pomogą nam lepiej dostosować się do tej specyfiki. Małymi krokami budujemy też eksportowy zespół, ale na tym etapie jest zdecydowanie za wcześnie, by dzielić globus na strefy naszego oddziaływania.

AW – Ostatnio, dzięki Sieci Enterprise Europe Network, znaleźliśmy Wam dostawcę surowca do produkcji aż w mroźnej Finlandii. Czym się kierujecie przy wyborze dostawców?

GS. Wiarygodność, niezawodność, jakość i cena. W tej kolejności. W obecnej skali działania, w przypadku wielu surowców możemy już sobie pozwolić na bezpośredni kontakt z producentem. Nie zawsze tak było. Oczywiście korzystamy ze specjalnych baz dostawców, bierzemy udział w targach surowców, ale czasem nawet i to nie wystarcza. I tu wchodzi Sieć Enterprise Europe Network cała ubrana na białą i pomaga nam znaleźć dostawcę surowca, który jest jednym z kluczowych w naszej ofercie i do tego ma wpływ na wygląd i poczucie własnej wartości nastolatków. Dziękujemy!

AW. Bardzo dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała Anna Wrzesińska



PODLASKA FUNDACJA
ROZWOJU REGIONALNEGO



Wsparcie dla biznesu w zasięgu ręki





Dom na drzewie nowym hitem turystycznym

Inspiracja przyszła z życia, a Polska Fundacja Przedsiębiorczości pomogła w realizacji



– Dzięki pożyczce z Polskiej Fundacji Przedsiębiorczości mogliśmy zrealizować ten projekt – mówi Beata Ciuklin, autorka nowego produktu turystycznego, czyli... Domku na drzewie. Firma Pani Beaty jest jednym z beneficjentów Instrumentu Finansowego Pożyczka na Rozwój Turystyki, wdrażanego przez Polską Fundację Przedsiębiorczości. Szansę na preferencyjne pożyczki

mają przedsiębiorcy planujący rozwój gospodarczy oraz ekspansję. – Turystyka jest jednym z naszych priorytetów – mówi Marcin Pawłowski, Prezes PFP. Maksymalna kwota pożyczki to 500 tysięcy złotych, a jej oprocentowanie jest zdecydowanie niższe niż w bankach komercyjnych.

Dom na Drzewie. Idealny na wypoczynek i obcowanie z przyrodą. Czy będzie to agroturystyczny przebój?

Żeby odnieść sukces w biznesie musi nastąpić korelacja pewnych czynników – doskonały pomysł, optymalne zarządzanie i wystarczający do realizacji zadania kapitał. Kiedy spotkają się wszystkie te elementy to szansa na zdobycie klientów i poszerzenie działalności jest gigantyczna, a sukces realnie na wyciągnięcie ręki. Co jest najtrudniejsze? Kreacja pomysłu czy może pozyskanie środków? Zdecydowanie to drugie. Stąd Polska Fundacja Przedsiębiorczości proponuje przedsiębiorcom z województwa podlaskiego wsparcie w postaci pożyczek w ramach strategii finansowej Przedsiębiorcza Polska Wschodnia – Turystyka.

Jednym z pomysłów zrealizowanych dzięki naszemu wsparciu jest bardzo atrakcyjny produkt turystyczny, czyli domki na drzewie. Jak mówi Beata Ciuklin, inicjatorka powstania firmy, to inspiracja z życia, która okazała się wymiernym pomysłem biznesowym.

– To jest agroturystyka na działce w Lipowym Moście – mówi przedsiębiorczyni. – To obiekt wypoczynkowy, ale i świetne obserwatorium przyrody. Jesteśmy w samym sercu parku krajobrazowego. Polska Fundacja Przedsiębiorczości pomogła mi ten projekt stworzyć. Dzięki Pożyczce na Rozwój Turystyki miałam fundusze na ten cel. Dom powstał, a obecnie pracujemy nad jego wyposażeniem i komercjalizacją. Powstała także wiata, gdzie będziemy organizować spotkania integracyjne, warsztaty

kulinarne czy rodzinne ogniska. Zależało nam na tym, by było to ukocone miejsce spotkań w „podlaskim stylu” – mówi Beata Ciulkin.

– Warunki tej pożyczki okazały się bardzo osiągalne dla mnie, jako młodego przedsiębiorcy. Kredyt bankowy nie byłby opłacalny, nie wiem jak musiałabym się zadłużyć, by zbilansować biznes z kosztami kredytowymi. Polska Fundacja Przedsiębiorczości dała mi pewność, że będę w stanie zrealizować swoje biznesowe marzenie – mówi Beata Ciulkin.

Przedsiębiorczyni zapewnia, że jej domek na drzewie już w najbliższym czasie będzie mógł przyjąć pierwszych gości.

Szukamy przedsiębiorców z pasją i pomysłów inicjatyw

25 lat istnienia Polskiej Fundacji Przedsiębiorczości to tysiące udzielonych pożyczek, setki szkoleń dla przedsiębiorców i ogromna ilość dowodów na to, że organizacje otoczenia biznesu są w Polsce przedsiębiorcom bardzo potrzebne.

Od kilku lat PFP prowadzi aktywną ekspansję, której celem jest obecność we wszystkich regionach w Polsce. Oferta dla firm jest dopasowywana do konkretnych potrzeb. Fundacja oferuje pożyczki na rozwój biznesu, wsparcie obrotowe, bezpłatne szkolenia online za pośrednictwem nowoczesnej platformy szkoleniowej czy możliwość ubiegania się o środki finansowe w ramach projektów społecznych. Pożyczka na Rozwój Turystyki to szansa dla turystyki, ale i dla przedsiębiorców planujących rozwój i gospodarczą ofensywę.

– Region podlaski rozpoznajemy z punktu widzenia na przykład sektora turystycznego, który ze względu na bliskość granicy białoruskiej został bardzo mocno doświadczony. Rozmawiamy z przedsiębiorcami jak dokapitalizować ich biznes i jak sprawić, by wciąż mogli działać. Mamy klientów z Białegostoku, Augustowa, Suwałk, Łomży czy Siemiatycz. Projekt „Domku na drzewie” nas zachwycił dzięki swojej innowacyjności,

oryginalności, a jednocześnie przekonaniu, że takiej agroturystyki na Podlasiu potrzeba turystom – mówi Marcin Pawłowski, Prezes Polskiej Fundacji Przedsiębiorczości.

Co dla podlaskich przedsiębiorców? Propozycje dla turystyki, ale i dla podmiotów ekonomii społecznej

Działanie Polskiej Fundacji Przedsiębiorczości tym różni się od oferty komercyjnych banków, że nasze oprocentowanie jest bardzo niskie, a decyzyjność jest skrócona do minimum. Celem statutowym fundacji jest wspieranie przedsiębiorców, a nie działalność zarobkowa. Na przedsiębiorców z Podlasia czeka Pożyczka na Rozwój Turystyki, która w swoich ramach zawiera szeroką możliwość wsparcia przedsiębiorców.

– Maksymalna kwota pożyczki to 500 tysięcy złotych. Oprocentowanie jest na stałym, bardzo niskim poziomie od 1,905%. Maksymalny czas spłaty to 7 lat. O wsparcie mogą się ubiegać między innymi obiekty hotelowe, lokale

gastronomiczne, firmy oferujące sport i rekreację, pośrednicy turystyczni, firmy transportowe, producenci produktów ekologicznych czy regionalnych – mówi Marcin Pawłowski. – Ta pożyczka to na ten moment nasz produkt flagowy dla regionu podlaskiego – zapewnia Prezes PFP.

Warto dodać, że przedsiębiorcy z województwa podlaskiego mogą liczyć także na Pożyczkę Płynnościową dla Podmiotów Ekonomii Społecznej. To kwota 50 tysięcy złotych do wykorzystania na wydatki związane z utrzymaniem bieżącej działalności tych organizacji. Podlascy przedsiębiorcy coraz aktywniej biorą udział w szkoleniach oferowanych przez Polską Fundację Przedsiębiorczości na naszej platformie szkoleniowej. Oferta jest bogata, udział bezpłatny.

– Jesteśmy coraz bardziej obecni na Podlasiu i gorąco zachęcamy przedsiębiorców do zapoznania się z naszą ofertą – mówi Marcin Pawłowski, Prezes Polskiej Fundacji Przedsiębiorczości.





Przemysł 5.0. – co zmienia w zakresie podejścia do procesu transformacji?



Platforma
Przemysłu
Przyszłości

Mariusz Hetmańczyk – Zastępca Dyrektora
Działu Zarządzania Wiedzą
Fundacji Platforma Przemysłu Przyszłości

W trzeciej dekadzie XXI wieku Europa stoi przed gospodarczą i geopolityczną koniecznością osiągnięcia bardziej efektywnego modelu rozwoju. Zarówno Unia Europejska, jak i poszczególne kraje członkowskie, przygotowują nowe lub aktualizują dotychczasowe strategie, polityki i działania. Wszystko, by jak najlepiej odpowiedzieć na potrzebę zmian, których konieczność determinują zarówno czynniki zewnętrzne, takie jak pandemia COVID-19 i agresja Rosji na Ukrainę, ale i te wewnętrzne, m.in. rosnąca i powszechna świadomość liderów oraz społeczeństw wobec konieczności sprostania wyzwaniom wynikającym ze zmian klimatu i zaniku różnorodności biologicznej.

Przemysł 4.0 w kontekście nowej wizji zmian

Przemysł 4.0 możemy zdefiniować jako technologiczny paradygmat, skupiony wokół zastosowania systemów cyberfizycznych i oferujący obietnicę zwiększonej wydajności dzięki łączności cyfrowej i sztucznej inteligencji (oraz szeregu innych rozwiązań technicznych, technologicznych czy cyfrowych).

Jednak paradygmat Przemysłu 4.0, w obecnym kształcie, nie stanowi odpowiedzi na kryzys klimatyczny i biologiczną katastrofę planety. Nie odnosi się również do występujących obecnie głębokich napięć społecznych. Obecna gospodarka cyfrowa to model typu „zwycięzca bierze

wszystko”, który tworzy monopol technologiczny i gigantyczną nierówność majątkową.

W obliczu niedoskonałości koncepcji Przemysłu 4.0, Unia opracowała cele, których realizacja przyczyni się do zwiększenia odporności i efektywności gospodarek państw członkowskich, czyniąc je bardziej zrównoważonymi. Strategie zostały skonkretyzowane w dwóch kluczowych dokumentach: programie „**Droga ku cyfrowej dekadzie**” oraz w rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady Europejskiej w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje (potocznie zwanego **Taksonomią UE**). Osiągnięcie ambitnych celów zdefiniowanych w tych aktach możliwe będzie poprzez:

- zwiększenie wewnętrznej spójności i zdolności do promowania kompleksowej transformacji gospodarki na poziomie globalnym,
- budowanie odporności gospodarek w oparciu o reorganizację ekosystemów gospodarczych, które będą bardziej odporne na przyszłe wstrząsy i nieoczekiwane zdarzenia losowe,
- ukierunkowanie rozwoju przemysłu na elastyczność przy jednoczesnym umożliwieniu i przyspieszeniu przejścia do ery zrównoważonego dobrobytu dla wszystkich,
- skoncentrowanie strategii przemysłowej na celach związanych z uwolnieniem potencjału przemysłowego Europy,
- politykę nagradzania działalności gospodarczej w nowej formie (zrównoważonej, odnawialnej, o obiegu zamkniętym), zamiast krótkoterminowych

modeli nadprodukcji i konsumpcji określonych przez obecny paradygmat wzrostu.

Przywołane kierunki i działania tworzą fundamentalne obszary transformacji, których realizacja pozwoli na zaspokajanie potrzeb teraźniejszości przy jednoczesnym zapewnieniu przyszłym pokoleniom podobnych warunków rozwoju. Podejście to opiera się na idei gospodarowania regeneracyjnego. Zwykle minimalizowanie szkód nie rozwiązuje problemu. Konieczne jest odwracanie degradacji planety i dążenie do przywrócenia zdrowych relacji między ludźmi a ekosystemem. Rozwój regeneracyjny zachęca do projektowania systemów służących ludziom, które ewoluują z systemami ekologicznymi, aby generować wzajemne korzyści. Najbardziej znaną koncepcją urzeczywistniającą tę ideę jest tzw. gospodarka o obiegu zamkniętym. Jej celem jest utrzymanie wartości produktów, materiałów i zasobów tak długo, jak to tylko możliwe (poprzez przywrócenie ich do cyklu produktowego po zakończeniu ich użytkowania, przy jednoczesnej minimalizacji wytwarzania odpadów).

Przemysł 5.0 – zmiana paradygmatu Przemysłu 4.0

Wszystkie wspomniane powyżej cele i wartości składają się na Europejski Zielony Ład, który jest w tym momencie ideą definiującą i kształtującą politykę przemysłową UE. Została ona oparta na trzech filarach. Po pierwsze; wdrożenie głębokiej polityki sprawiedliwej transformacji, po drugie; poparcie wdrożenia poprzez długoterminową strategię przemysłową, która przygotowuje przemysł na

cyfrową, niskoemisyjną gospodarkę oraz pozwoli przemysłowi pozostać konkurencyjnym i sprawiedliwym podczas dekarbonizacji, po trzecie; skierowanie przemysłu w stronę wielkich wyzwań społecznych (gospodarki o zerowej emisji netto, wzrostu sprzyjającego włączeniu społecznemu, zdrowia, spójności społecznej i regionalnej, zrównoważonej mobilności i regeneracji środowiska).

Wizja Przemysłu 5.0 wykracza poza wąskie i tradycyjne skupienie się na rozwoju (technologicznym lub ekonomicznym) istniejącego modelu gospodarczego. Przemysł 5.0 najlepiej w praktyce realizuje wartości i cele ukryte pod pojęciem „społecznej gospodarki rynkowej”. Koncepcja Przemysłu 5.0 uwzględnia wnioski wyciągnięte z pandemii i potrzebę zaprojektowania systemu przemysłowego, który byłby z natury bardziej odporny na przyszłe wstrząsy i stresy, integrując jednocześnie zasady społeczne i środowiskowe Europejskiego Zielonego Ładu.

Zapewnienie, że przemysł stanie się filarem i siłą napędową zrównoważonego rozwoju, regeneracji przyrody i integracji (a nie zagrożeniem), stawia radykalnie nowe wymagania wobec rządu, polityki publicznej i interakcji między przemysłem oraz państwem. W wielu państwach istnieje znaczna rozbieżność w tempie zmian pomiędzy firmami, branżami czy osobami fizycznymi. Wejście na ścieżkę transformacji systemowej wymaga od wszystkich aktorów zaangażowanych w gospodarkę równie silnego zaangażowania, nastawienia i ukierunkowania celów na zagadnienia Przemysłu 5.0.



Mariusz Hetmańczyk – Zastępca Dyrektora Działu Zarządzania Wiedzą Fundacji Platforma Przemysłu Przyszłości, odpowiedzialny za zarządzanie grupą Ekspertów FPPP. Specjalizuje się w doradztwie z zakresu automatyki i robotyki, sterowania, mechatroniki, diagnostyki przemysłowej, predykcji maszyn oraz metodzie ADMA. Autor oraz współautor ponad 120 publikacji naukowych w czasopiśmie naukowych, materiałach konferencyjnych oraz rozdziałów monografii, a także artykułów i opracowań publikowanych na portalu FPPP. Współautor wdrożeń przemysłowych (w tym innowacyjnych maszyn, linii technologicznych oraz stanowisk do kontroli jakości). Uczestnik 12 staży przemysłowych z obszaru Przemysłu 4.0. Od 2007 roku związany z różnymi branżami przemysłowymi w zakresie projektowania, wdrożeń, projektów naukowo-badawczych oraz szkoleń inżynierskich.



„Przemysł 4.0 (?) Ludzie i technologie”

Nowa książka
prof. dr hab. Joanny
Moczydłowskiej

Niemal dwadzieścia książek na koncie. Prof. dr hab. Joanna Moczydłowska, kierownik Katedry Zarządzania, Ekonomii i Finansów na Wydziale Inżynierii Zarządzania Politechniki Białostockiej często zaskakuje nas interesującymi publikacjami.

Tym razem ukazała się jej książka zatytułowana „Przemysł 4.0 (?) Ludzie i technologie”, która analizuje, bada i odpowiada na wiele pytań dotyczących rzeczywistości, w której maszyny funkcjonują obok nas.

– *Recenzowana praca jest wartościowym opracowaniem naukowym poświęconym zagadnieniom Przemysłu 4.0 w kontekście zagadnień ludzi i technologii. Interesującym zabiegiem jest postawienie w tytule znaku zapytania, bowiem prawdą jest – co autorka eksponuje we wstępie i w zakończeniu, że «mimo iż od ogłoszenia czwartej rewolucji przemysłowej minęło zaledwie kilkanaście lat, już podnoszą się głosy mówiące o tym, że mamy do czynienia z piątą rewolucją, a zatem należy analizować Przemysł 5.0, a nawet N.0». Autorka przekonująco uzasadniła, dlaczego konsekwentnie stosuje pojęcie Przemysł 4.0 – recenzowała książkę prof. dr hab. inż. Agnieszka Bitkowska.*

Książka może stanowić podręcznik – pigułkę wiedzy dla osób zatrudnionych w sektorze biznesu, jak i w sektorze publicznym np. w ochronie zdrowia – wszędzie tam, gdzie dynamicznie zachodzą procesy cyfryzacji i robotyzacji. Adresatami publikacji są w pierwszym rzędzie studenci studiów licencjackich, magisterskich oraz podyplomowych, zwłaszcza takich kierunków jak zarządzanie, inżynieria produkcji, ale także przedsiębiorcy, managerowie, kadra kierownicza, czyli osoby, które zarządzają organizacjami, zespołami.

Zapraszamy do rozmowy z autorką.

Proszę powiedzieć skąd pomysł na tematykę, która może trafić do tak szerokiego grona odbiorców?

Prof. dr hab. Joanna Moczydłowska: Geneza tej książki jest dość złożona. Badam te trendy. To jest po prostu element mojej pracy naukowej. Na Wydziale Inżynierii Zarządzania prowadzimy studia na drugim stopniu na kierunku zarządzanie. Mamy tam niezwykle ciekawą specjalność zarządzanie w biznesie i w ramach tej specjalności są zajęcia: zarządzanie w gospodarce 4.0. Osoby prowadzące ten przedmiot zgłosiły mi taką potrzebę, mówiąc, że owszem – są artykuły, są publikacje, ale nie ma zwartej książki o charakterze podręcznika, którą moglibyśmy rekomendować

studentom. I zainspirowana tą potrzebą napisałam właśnie tę książkę.

Jak sugeruje tytuł, publikacja dotyczy ludzi i technologii. Jakże konkretnie zagadnienia nam przybliży?

J.M.: Książka została podzielona na dwie części: ludzie i technologie. W części poświęconej technologii opisuję zmiany technologiczne. Warto dodać, że one nie tylko są wykorzystywane w pracy przedsiębiorstw, inteligentnych fabryk, ale zmieniają życie nas wszystkich. Druga część książki dotyczy ludzi w tej nowej rzeczywistości, np. analizuję zjawiska związane z ryzykiem bezrobocia technologicznego. Dzisiaj nasz rynek pracy to rynek pracownika. Pracodawcy potrzebują

kompetentnych, wykwalifikowanych pracowników, ale być może już za chwilę będziemy mieli do czynienia z odwrotną sytuacją. Zastąpi nas sztuczna inteligencja. Wiele zawodów, o których dzisiaj mówi się, że są ważne, zniknie. Zastąpią je oczywiście nowe zawody, ale czy wszyscy się na tym nowym rynku pracy odnajdziemy? To jest na pewno bardzo ważne pytanie, na które nie ma jednoznacznej odpowiedzi. Kiedy mówimy o ludziach w Przemysle 4.0, to też trzeba powiedzieć o współpracy z robotami.

Przyspieszona cyfryzacja i robotyzacja w różnych sferach naszego życia, powoduje, że pojawiają się nowe możliwości, ale i nowe obawy. Jak wygląda rzeczywistość, w której coraz częściej polegamy na algorytmach?

J.M.: Na ile jesteśmy na to gotowi, żeby powiedzieć, że moją koleżanką z pracy, moim kolegą z pracy jest robot? Na ile jestem w stanie zaufać temu partnerowi robotycznemu? Jakie są wyzwania psychologiczne, etyczne, związane z taką współpracą? Jaki rodzaj lęku odczuwamy przed tą sytuacją? To są wszystko, jak sądzę, niezwykle ważne i chyba ciekawe obszary badań. To są tak naprawdę pytania o charakterze aksjologicznym. Dochodzimy nawet do pytania w rodzaju, czym dzisiaj właściwie jest człowiek? Dlatego, że przez całe lata wydawało nam się, że tam, gdzie potrzebna będzie empatia, kreatywność, tam jesteśmy niezastąpieni. To nieprawda. Mamy dzisiaj już samouczące się algorytmy, sytuację, w której robotem zarządza robot wyposażony w wyższy poziom sztucznej inteligencji. Mamy zawody, które wydawałoby się są nie do zastąpienia, np. terapeuta, pielęgniarka w szpitalu, ktoś, kto trzyma pacjenta za rękę, okazując empatię. Nieprawda. Są

szpitale, gdzie pacjentowi, który umiera, towarzyszy robot trzymający go za rękę. To są fakty. To nie jest czas przyszły. To się dzieje na naszych oczach. Używa się określenia sztuczna inteligencja, ale coraz częściej używa się również określenia sztuczna kreatywność.

Czy czarne scenariusze science fiction ziszczą się? Czy wizja świata, w którym roboty panują nad ludźmi mają szansę na urzeczywistnienie?

J.M.: Dynamika i intensywność rozwoju technologii zaczyna wywoływać pewne nieuzasadnione poczucie zagrożenia. Na ile my w ogóle jesteśmy niezastąpieni? Może mniej niż nam się wydaje. Ja jako wykładowca też tego doświadczam. Być może za chwilę zamiast Joanny Moczydłowskiej na wykład pójdzie hologram, który zrobi to równie dobrze, a może nawet lepiej. Nie ma granic. A właściwie inaczej, to my wyznaczamy te granice. Pytanie czy rzeczywiście wyznaczamy? Ja oczywiście nie chcę siać jakiegoś rodzaju lęku przed wykorzystywaniem nowych technologii, ale aktualne jest pytanie, na ile my mamy nad tym kontrolę i na ile w sposób absolutnie świadomy i celowy korzystamy z innowacji technologicznych, które mają nas wspierać?

Robotyzacja może rodzić wiele dylematów, w tym o charakterze etycznym, ale tam gdzie liczą się względy finansowe, postępująca cyfryzacja może przynieść wiele korzyści, prawda?

J.M.: Czynniki finansowy staje się coraz mniej istotny. Nagle okazuje się, że to nie są jakieś bardzo drogie rozwiązania, na które stać tylko wielkie międzynarodowe korporacje. Proszę zauważyć, że wszelkie prace, które wymagają np. ogromnej precyzji albo prace po prostu

ciężkie fizycznie, monotonne, mogą być wykonywane właśnie przez automaty, przez roboty. Nagle okazuje się, że mamy nowego „pracownika”, który nie pójdzie na zwolnienie, który nie założy związku zawodowego, który nie będzie domagał się premii, podwyżki. Pracodawcy zaczynają w tym dostrzegać również korzyści natury ekonomicznej. Przedsiębiorca myśli o tym nie w kategorii kosztu, tylko właśnie w kategorii inwestycji. Wykorzystywanie nowych technologii, to również podniesienie jakości wytwarzanych produktów i personalizacja dóbr dla coraz bardziej wymagającego klienta.

Uważny czytelnik zauważy, że tytuł zawiera w sobie znak zapytania. Co się za tym kryje?

J.M.: Ten znak zapytania ma swoje uzasadnienie merytoryczne, dlatego, że w literaturze przedmiotu coraz częściej mówi się o tym, że Przemysł 4.0 jest już za nami, że mamy do czynienia z Przemysłem 5.0. Wreszcie pojawia się taki postulat, abyśmy w ogóle odeszli od numerowania i mówili o N.0, ponieważ dynamika, tempo, intensywność tych zmian jest tak duże, że być może nadawanie kolejnym zmianom kolejnych numerów, przestaje mieć rację bytu. Książka na samym końcu zawiera część, która kieruje w stronę Przemysłu 5.0. To, co ma różnić 5.0 od 4.0., to po pierwsze człowiek – żebyśmy właśnie w tej pogoni za nowoczesnością, redukcją kosztów nie zgubili tego, co w istocie jest najważniejsze. Przecież technologia ma służyć człowiekowi. To człowiek jest tą centralną postacią naszego świata.

Dziękujemy za rozmowę.

Tekst opracowała Magdalena Grzęda-Zajkowska

Prof. dr hab. Joanna Moczydłowska: profesor tytularny w dziedzinie nauk społecznych. Doktor nauk humanistycznych w dyscyplinie psychologia, habilitacja z dziedziny nauk ekonomicznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu. Pracownik Wydziału Inżynierii Zarządzania Politechniki Białostockiej, wykładowca w Instytucie Nauk Ekonomicznych PAN oraz Uczelni Łazarskiego w Warszawie. Specjalizacja: zarządzanie kapitałem ludzkim oraz psychologia organizacji. Nauczyciel akademicki, autorka licznych programów studiów podyplomowych i wykładowca EMBA, MBA HR oraz MBA w ochronie zdrowia. Doradca personalny, konsultant, trener, ekspert w wielu projektach badawczych. Członek honorowy Fundacji „Europa Donna”. Autorka licznych prac naukowych i popularno-naukowych dotyczących, m.in.: nowych koncepcji zarządzania ludźmi, a zwłaszcza zarządzania talentami, zarządzania relacjami, motywowania i budowania zaangażowania pracowników, zarządzania kompetencjami zawodowymi, roli intuicji i kreatywności w zarządzaniu.



Zmiany w Polskiej Strefie Inwestycji od 2023 r.

obniżenie kryteriów ilościowych i późniejsze rozliczenie ulgi



Pod koniec 2022 roku opublikowano treść nowego Rozporządzenia Rady Ministrów w sprawie pomocy publicznej udzielanej niektórym przedsiębiorcom na realizację nowych inwestycji. Rozporządzenie zastąpiło z dniem 1 stycznia 2023 r. Rozporządzenie w sprawie pomocy publicznej udzielanej niektórym przedsiębiorcom na realizację nowych inwestycji (Dz. U. poz. 1713, z późn. zm.) z 2018 r. wprowadzając zmiany m.in. w zakresie terminu nabycia prawa do zwolnienia, czy korzystania z preferencyjnych warunków wejścia do Polskiej Strefy Inwestycji (PSI) w przypadku reinwestycji, a także doprecyzowując i porządkując przepisy dotyczące PSI.

Zmiany warunków korzystania ze zwolnienia podatkowego

Nowe brzmienie przepisów zasadniczo zmienia warunki korzystania z ulgi podatkowej. Przedsiębiorcy, którzy uzyskają decyzję o wsparciu (DoW) na podstawie nowych przepisów będą musieli czekać na skorzystanie z przysługującego im zwolnienia w podatku dochodowym do momentu zakończenia inwestycji. Co ciekawe, opublikowane uzasadnienie do Rozporządzenia przemilcza tę istotną zmianę przepisów. Prawdopodobnie ustawodawca chciał ostatecznie zażegnać spory interpretacyjne w tym zakresie i zakończyć dyskusję o momencie nabycia prawa do zwolnienia.

W praktyce, wprowadzona zmiana znacznie ogranicza czas, w którym przedsiębiorca może skorzystać ze zwolnienia z podatku dochodowego (co konsekwentnie może też wiązać się z mniejszym wykorzystaniem limitu tego zwolnienia, ze względu na krótszy czas na jego użycie). Przypomnijmy, że DoW wydawana jest na określoną liczbę lat, liczoną od jej wydania. **Zmiana nie powinna być tak dotkliwa dla przedsiębiorcy z województwa podlaskiego, dla którego okres ważności DoW wynosi aż 15 lat.** Zakładając, że planowana inwestycja będzie trwała 4 lata, to efektywnie pozostanie jeszcze 11 lat na wykorzystanie dostępnego zwolnienia podatkowego.

Niestety w gorszej sytuacji będą przedsiębiorcy np. z województwa wielkopolskiego czy dolnośląskiego, gdzie maksymalny okres zwolnienia wynosi 10 lat. Wątpliwości budzi, czy prawodawca dokonując zmiany tak istotnie ograniczającej możliwość wykorzystywania prawa do zwolnienia, nie powinien również dokonać zmian w okresie obowiązywania decyzji o wsparciu, wskazując np. że wydawana jest ona na określoną liczbę lat, ale liczoną od terminu zakończenia inwestycji (i konsekwentnie nabycia prawa do zwolnienia).

Co istotne, przepis ten referuje do terminu zakończenia inwestycji określonego w decyzji o wsparciu, a nie faktycznego momentu zakończenia inwestycji. Oznacza to, że przedsiębiorca nawet kończąc inwestycję wcześniej, i tak będzie musiał czekać do terminu wskazanego w decyzji. Jest to szczególnie problematyczne, ponieważ termin zakończenia inwestycji stanowi jeden z warunków, z których inwestor jest rozliczany (do tego terminu musi ponieść określoną wartość nakładów inwestycyjnych i oddać do użycia wszystkie środki trwałe i wNiP z którymi związane były te nakłady). Przedsiębiorcy więc, deklarując termin zakończenia inwestycji, często prognozują ten termin z pewnym buforem czasowym, aby uniknąć problemów związanych ze zdarzającymi

się w toku inwestycji opóźnieniami. Takie podejście aktualnie będzie się wiązać z odroczeniem terminu nabycia prawa do zwolnienia podatkowego.

Dobre informacje dla mikro – i małych przedsiębiorców

Zgodnie z opublikowaną treścią Rozporządzenia preferencyjne warunki dla reinwestycji (czyli inwestycji w ramach już istniejącego zakładu) zostały wprowadzone bez ograniczeń czasowych i są dostępne dla **wszystkich przedsiębiorców, niezależnie od ich wielkości**. Przypomnijmy, że reinwestycja pozwala na obniżenie minimalnej wartości nowej inwestycji aż o 50% (względem standardowych wysokości kosztów kwalifikowanych wymaganych w danej lokalizacji/w odniesieniu do danego typu inwestycji). Możliwość zastosowania obniżonych kryteriów ilościowych będzie dotyczyło inwestycji, które polegają na:

- zwiększeniu zdolności produkcyjnej istniejącego zakładu lub
- dywersyfikacji produkcji zakładu przez wprowadzenie produktów uprzednio nieprodukowanych w zakładzie lub
- zasadniczej zmiany dotyczącej procesu produkcyjnego istniejącego zakładu.

Nowoczesne usługi z łagodniejszym kryterium

Pozytywna zmiana dotyczy także dużych i średnich przedsiębiorców, którzy zamierzają realizować inwestycję w sektorze nowoczesnych usług. Od 1 stycznia 2023 r. ustawodawca postanowił złagodzić warunki dopuszczający obniżenie minimalnej wysokości wydatków kwalifikowanych o 95% w przypadku, gdy **główną działalnością określoną w DoW** są te usługi. Zatem przedsiębiorca nie będzie musiał prowadzić działalności **wyłącznie** w ramach wskazanych kodów, by skorzystać ze wskazanego obniżenia. Zastosowanie preferencji jest możliwe również, gdy inwestor uwzględni we wniosku pozostałą działalność gospodarczą realizowaną w ramach nowej inwestycji, ale nie wymienioną w Rozporządzeniu WNI.

Uszczelnienie kosztów kwalifikowanych

Obecne przepisy doprecyzowują, że wytworzone bądź nabyte środki trwałe muszą być kompletne i zdadne do użytku w dniu przyjęcia do użytkowania. Wprowadzenie tego zapisu wydaje się powtórzeniem wynikającym z samej definicji środka trwałego. Istnieją obawy, że **poprzez dokonaną zmianę Ministerstwo Finansów dążyło do usankcjonowania forsowanej od 2020 roku przez Dyrektora KIS tzw. metody OT w odniesieniu do momentu uznawania kosztów za kwalifikowane**.

W naszej ocenie z literalnego brzmienia przepisu nadal jednak nie wynika, że koszty kwalifikowane identyfikowane będą dopiero po przyjęciu środka trwałego do ewidencji i wystawienia dokumentu OT, a jedynie postawiono warunek, że zaliczenie takie jest niezbędne, aby można było dany wydatek traktować jako koszt kwalifikowany. Wydaje się wobec tego, że nadal w zakresie ustalenia momentu poniesienia kosztu kwalifikowanego przedsiębiorcy będą musieli toczyć spory z organami podatkowymi.

Najem lub dzierżawa

Od 1 stycznia 2023 r. wprowadzono zmianę wyczekiwaną przez przedsiębiorców, którzy w ramach kosztów kwalifikowanych chcieli uwzględnić najem lub dzierżawę gruntów, budynków i budowli. Obowiązujące w 2022 roku przepisy ograniczały okres kwalifikowalności tych kosztów wyłącznie do 5 lat (w przypadku dużych przedsiębiorców) albo 3 lat (w przypadku mikro-, małych lub średnich przedsiębiorców) liczonych od dnia zakończenia nowej inwestycji. Obecnie zmodyfikowano niekorzystne dla inwestorów przepisy, w ten sposób, że koszty najmu lub dzierżawy będą mogły być kwalifikowane w toku realizacji inwestycji a także po jej sfinalizowaniu aż do zakończenia okresu utrzymania inwestycji, trwającego przez okres 5 lat, a w przypadku mikroprzedsiębiorców, małych przedsiębiorców i średnich przedsiębiorców przez okres 3 lat, licząc od dnia zakończenia nowej inwestycji.

Leasing

Ustawodawca doprecyzował również okres kwalifikowalności kosztów związanych z leasingiem finansowym aktywów innych niż grunty, budynki i budowle wskazując, że koszty te mają być poniesione w okresie obowiązywania umowy leasingu finansowego. Niestety, w przypadku tych kosztów utrzymano sygnalizowaną w lipcu 2022 r. zmianę dla dużych przedsiębiorców wprowadzającą kryterium nowości aktywów objętych leasingiem finansowym. Dotychczasowe przepisy dopuszczały kwalifikowanie rat leasingowych również na używane środki trwałe, ponoszone przez dużych przedsiębiorców.

Infrastruktura OZE ze wsparciem

Ważne informacje płyną dla firm, które w ramach planowanych inwestycji chciały realizować wydatki na infrastrukturę OZE (np. instalacja fotowoltaiczna). Zmienione kryteria jakościowe już nie wykluczają wsparcia na ten rodzaj inwestycji. Wprowadzone zmiany odzwierciedlają stanowisko zarówno Komisji Europejskiej, jak i UOKiK, w tym zakresie.

Podsumowanie

Niektóre z wprowadzonych zmian, jak np. zniesienie ograniczenia czasowego dla obniżenia minimalnych nakładów inwestycyjnych dla reinwestycji czy dodatkowe obniżenie minimalnych nakładów inwestycyjnych w przypadku mikro – i małych przedsiębiorców ocenić należy pozytywnie – z pewnością wpłyną na zwiększenie dostępności pomocy publicznej dla większej ilości podmiotów. Niestety rewolucyjne zmiany w zakresie warunków korzystania ze zwolnienia podatkowego i odroczenie jego momentu do terminu zakończenia inwestycji mogą wpłynąć negatywnie na atrakcyjność tej formy wsparcia realizacji nowych inwestycji. Zachęcamy Państwa do kontaktu z naszymi ekspertami w celu szczegółowego omówienia planowanych inwestycji i możliwości wykorzystania dostępnych form wsparcia.

Grzegorz Kuś

Director

Tel.: 519 507 208

Agnieszka Szymczyk

Manager

Tel.: 519 507 663

Sebastian Galant

Senior Associate

Tel.: 519 504 103

Katarzyna Welzant

Senior Associate

Tel.: 571 778 616



My kobiety w większym stopniu musimy łączyć role zawodowe i rodzinne

Z Panią Małgorzatą Sokolewicz, absolwentką Wydziału Prawa Uniwersytetu w Białymstoku, właścicielką rodzinnej firmy prowadzonej w Eko Centrum Giełda na Andersa rozmawia Wioletta Burnos.

Jakie były Pani początki działalności na Giełdzie na Andersa?

Swoją przygodę z handlem rozpoczęłam w 1992 r. z tatą jako mała, rodzinna firma działając na własną rękę zajmowaliśmy się sprzedażą mięs z żywca gospodarczego.

Chociaż tak naprawdę moja pierwsza styczność z tym rzemiosłem miała miejsce, gdy jako kilkunastoletnia dziewczynka miałam za zadanie sama w zastępstwie taty sprzedać przygotowane mięso. Moja skuteczność i charyzma przerosły najśmielsze oczekiwania wszystkich domowników i już wtedy wiadomo było, że jest to coś do czego mam smykałkę. Nazywana żartobliwie starą handlarą, szybko odnalazłam się w tym biznesie zyskując rozpoznawalność i zdobywając rzeszę klientów głównie dzięki swojej determinacji, pracowitości i pasji. Od 1999

r. handlowałam na własny rachunek – na hali przy ulicy Bema. Tu już sama zajmowałam się rozbiorem mięs oraz sprzedażą i dystrybucją do współpracujących ze mną restauracji.

W 2009r. przenieśliśmy swoją działalność na teren Giełdy Rolno-Towarowej przy ulicy Andersa 40 i założyłam sklep „U Małgosi” – prężnie prosperujący do dzisiaj, który jest moją dumą i ważnym punktem na mapie Podlasia. W swojej pracy zajmuję się sprzedażą i dystrybucją mięsa, we współpracy z lokalnymi rzeźniami i ubojniami, skąd pozyskuje sprawdzone i najwyższej jakości surowce.

Jak sobie Pani radzi w branży bardziej męskiej niż damskiej?

Uważam, że nie ma męskiej branży i damskiej branży tylko odpowiednie predyspozycje przydzielane nam odgórnie w momencie narodzin. Odkąd pamiętam pracowałam głównie z mężczyznami i bardzo sobie cenię tę współpracę. Nigdy nie byłam z tego powodu inaczej traktowana, a wręcz często odczuwałam podziw dla mojej osoby, że wybrałam takie rzemiosło. Nie da się jednak ukryć, że kobietom w tej branży bywa trudniej, gdyż jest to ciężka praca, potrzeba wiele siły fizycznej oraz wpasowania się w „męski” świat. My kobiety w większym stopniu musimy łączyć role zawodowe i rodzinne. To nas zresztą uczy lepszego zarządzania czasem. Jednak niewątpliwie kluczem do mojego sukcesu było odnalezienie w sobie i zrównoważenie energii męskiej oraz kobiecej, które każdy z nas posiada. Z reguły mam w sobie wojownika, jestem zadaniowa, zdeterminowana, a dodatkowo lubię konkretną i ciężką pracę. Może dlatego branża, w której jestem tak bardzo pasuje do mojego temperamentu.

Dlaczego zdecydowała się Pani na prowadzenie handlu na Giełdzie na Andersa?

Ponieważ jest to miejsce przyjazne dla członków lokalnych społeczności oraz zrzeszające przedsiębiorców, którzy zajmują się różnymi rzemiosłami ze sporą liczbą konsumentów, dzięki czemu możemy wspólnie współpracować i współistnieć na mapie Podlasia.

Co jest w ofercie waszych sklepów?

W ofercie sklepu „U Małgosi” posiadamy cielęcinę, wołowinę, jagnięcinę oraz wieprzowinę. Oprócz pełnego asortymentu mięs z własnego rozbioru oferujemy również tradycyjne wyroby wędliniarskie przygotowywane z własnego mięsa przez współpracujących z nami wędzarnie. Nasze wyroby wyróżniają się składem, smakiem i przede wszystkim jakością. Nie są rozwodnione ani jałowe – jak to często się

zdarza w przypadku marketowych przy-smaków. Stawiamy na jakość i zadowo-lenie klienta dlatego nasze wyroby nie posiadają zbędnych barwników i ulep-szaczy, są produkowane z większej ilości mięsa dzięki czemu reprezentują jakość premium. Tworzymy i sprzeda-jemy takie wędliny, po które my sami chętnie sięgamy co oznacza, że są one nie tylko świeże i smaczne, ale przede wszystkim zdrowe. Oferowany przez nas szeroki wybór towarów oraz codzienne dostawy świeżego mięsa pozwalają zaspokoić potrzeby – nawet najbardziej wymagających konsument-ów. Od początku istnienia firmy stawia-my na świeżość, jakość, indywidualne podejście do klienta oraz miłą i kompet-entną obsługę dzięki czemu możemy pochwalić się wieloletnią współpracą z wieloma lokalami gastronomicznymi. Dodatkowo można nas znaleźć na EKO BAZARKU prosperującym przy nowej hali Eko Centrum. Na stoisku mięsnym oferowany jest pełen asortyment spe-cjałów litewskich.

Rok temu otworzyliśmy również sklep monopolowy w nowej hali Eko Centrum, w którym dużą popularno-ścią cieszą się okolicznościowe kosze prezentowe.

Czy widzi Pani zmiany na giełdzie? W jakim kierunku podążają?

Handluję na giełdzie już 14 lat i przez ten czas wiele się zmieniło. Począwszy od zmian porządkowych, wyglądu boksów i pawilonów po wybudowanie nowej hali oraz powstanie Eko Bazaru. Obecnie są organizowane spotkania tematycz-ne z różnymi specjalistami z dziedziny zdrowia, akcje charytatywne oraz rodzin-ne festyny. W niedzielę działa Giełda Sa-mochodowa, która również świetnie pro-speruje i sprawia, że coraz więcej ludzi odwiedza Eko Centrum. Na pewno jest to ogromny rozwój w stosunku do tego co było, jak zaczynałam stawiać tutaj swoje pierwsze kroki. Wszystko zmierza w kierunku rozwoju i dostosowania się do obecnych standardów oraz polepszenia warunków jaki i przyciągnięcia jak największej ilości klientów.

W rodzinie siła – jakie zalety ma biznes rodzinny?

Na pewno jednym z takich ogromnych plusów jest możliwość częstego spędzania ze sobą czasu i bycie na bieżąco w rodzinnych sprawach. Dodatkowo ryzyko oszustwa jest w dużej mierze wyeliminowane, ponieważ jako rodzina ufamy sobie bezgranicznie.

Do tego duża swoboda i elastycz-ność pracy – w rodzinnej firmie o wiele łatwiej jest się dogadać co do podziału obowiązków czy godzin pracy. Rodzinny biznes, co zostało potwierdzone bada-niami, budzi wysokie zaufanie wśród konsumentów co powoduje częstsze wybieranie produktów od rodzinnych i lokalnych firm bez względu na cenę..

Kiedy dzieci dołączyły do firmy i w jaki sposób pomagają?

Oprócz obdarowania dzieci ogromną miłością, zaraziłam je duchem pracowitości i samodzielności, od najmłod-szych lat zabierając je ze sobą do pracy i ucząc tym samym szacunku i pokory, a także rozwijając w nich odwagę do podążania za marzeniami. Będąc młod-szymi często przyjeżdżali i pomagali w przeróżnych czynnościach od mycia pojemników począwszy po rozbieranie mięsa skończywszy. Z wiekiem coraz mniej pojawiali się w sklepie, skupieni byli na swoim rozwoju. Dzisiaj, gdy jest potrzeba chętnie służą pomocą i handlują czasami lepiej niż ja. Dziś są to dorośli, bardzo dobrze wychowani, młodzi ludzie z perspektywami na piękne życie. Córki nauczone samodzielności i samowy-starczalności odnalazły swoje pasje w innych zawodach, nie związanych z handlem. Natomiast syn przejął smy-kałkę do handlu i przedsiębiorczości. Zajmuje się sprzedażą owoców i warzyw w sezonie letnim, a także sprzedażą cho-iniek w sezonie zimowym na Giełdzie.

Jak udało się Pani przekształcić dzia-łalność w firmę rodzinną i zaangażo-wać członków rodziny?

Była to naturalna kolej rzeczy, ponieważ od początku była to firma rodzinna. Naj-pierw ja z tatą, potem brałam ze sobą

dzieci do pracy, a teraz syn samodzieln-ie zaczyna prowadzić biznes.

Czy widzi Pani możliwość przejęcia w przyszłości biznesu przez członków rodziny?

Oczywiście, że tak, wręcz powiedziała-bym, że to już się powoli zaczyna dziać. Mój syn łąda chwila otwiera swoją działalność i będzie prowadził własną sprzedaż owoców i warzyw. W przy-szłości może zechce przejąć także schedę po mnie. Wszystko jest możliwe, zwłaszcza, że wszystkie moje dzieci są zaznajomione z branżą w taki sposób, że w razie czego, w każdej chwili mogą tu przyjść i pracować.

Prowadzenie biznesu jest w dzisiej-szych czasach sporym wyzwaniem głównie ze względu na wszechobecną konkurencję. Co jest podstawą sukce-su, który Pani osiągnęła?

Myślę, że wyróżnia mnie determinacja, pracowitość, upór oraz konsekwencja. Z ogromną łatwością i lekkością łączę funkcje biznesowe, społeczne oraz to-warzyskie. Łapie każdą chwilę, nawet stojąc w korku albo czekając na załadunek w rzeźni. W takich momentach udaję mi się załatwić większość spraw. Zaráżam tłumy ludzi swoją pasją do tego co robię oraz otwartością na czło-wieka – dzięki temu mam wielu stałych klientów od lat, a niejednokrotnie są to pokolenia rodzin. Jestem kobietą nie-złomną i bardzo profesjonalnie podcho-dzę do swojej pracy. Nie zasną dopóki nie zrealizuje przyjętych zamówień, dla-tego można mnie spotkać w sklepie do późnych godzin nocnych.

Jakie ma Pani plany na najbliższe lata?

Zamierzam dalej rozwijać swoją markę, nadal dbając o jakość i pozyskiwać no-wych klientów zarówno detalicznych jak i hurtowych. W najbliższym czasie star-tuję z nowym asortymentem – wysokiej klasy dziczyzną. Każdy z pewnością znajdzie coś dobrego dla siebie!

Dziękuję za rozmowę i życzę dalszych sukcesów.

rozmach

**DZIAŁAJ
Z ROZMACHEM!**

✉ biuro@rozmach.pl

☎ 791 001 459

🌐 www.rozmach.pl