

Biznes Lubuski

Magazyn Organizacji Pracodawców Ziemi Lubuskiej

Droga do sukcesji
Wyzwania i rozwiązania dla firm rodzinnych

**Przyszłość Zielonej Góry -
Wywiad z Prezydentem Miasta**

**Nowa rzeczywistość
rekrutacyjna**



Stacje ładowania samochodów elektrycznych

#NaładowaniDoświadczeniem



- Sprzedaż
- Montaż
- Serwis



604 687 041



kontakt@stacjeladowania.com



www.stacjeladowania.com





06

06

WYWIAD NUMERU

Przyszłość Zielonej Góry – o kierunkach rozwoju miasta. Rozmowa z Marcinem Pabierowskim, Prezydentem Zielonej Góry.

07

TEMAT NUMERU

Droga do sukcesji: Wyzwania i rozwiązania dla firm rodzinnych. Historia MAZEL S.A. Sukcesja w GAMP Sp. z o.o.



07

13

WYWIAD

Powrót mody na NORDIS. Rozmowa z nowym właścicielem firmy - Kostiantynem Valchuk CEO.

15

KOBIETA I KARIERA

Kochaj to, co robisz! Karolina Przewoźna - Możdżanowska, Dyrektor ds. logistyki i rozwoju w firmie Dakpol.



27

22

STORY BIZNES

Paweł Dąbrowski, Dyrektor Generalny, Członek Zarządu AB Foods Polska o budowaniu strategii i pokonywaniu wyzwań.

27

KSIĘGOWOŚĆ

Od 1 stycznia zmieniły się: PIT, CIT, VAT, akcyza, a także podatek od nieruchomości. Zmiany w podatkach omawia Sylwia Śramkiewicz.



33

28

PSYCHOLOGIA

Psychologiczna diagnoza w Organizacji, czyli Ania Andrysiak omawia, jak łącząc psychologię z biznesem możesz odpowiadać na potrzeby pracowników.

33

MARKETING I REKLAMA

Jak zmieniać klientów w fanów własnej marki? Prezentuje Krzysztof Skotnicki @pan.odbrandingu.

Wydawca:



Organizacja Pracodawców

Ziemi Lubuskiej

Biuro Główne

ul. Reja 6, 65-076 Zielona Góra



+48 794 300 104



www.opzl.pl



biuro@opzl.pl



facebook.com/pracodawcy



<https://pl.linkedin.com/company/opzl>



www.instagram.com/opzl_lubuskie

Drodzy Czytelnicy!

Rok 2025 to czas dynamicznych zmian i nowych wyzwań dla przedsiębiorców. Wzrost kosztów energii, zmieniające się regulacje prawne oraz nieprzewidywalne warunki geopolityczne sprawiają, że firmy muszą stawiać na elastyczność, innowacje i skuteczne zarządzanie ryzykiem.

W tym kontekście nie można pominąć wpływu najnowszych wydarzeń na scenie politycznej i gospodarczej. Objęcie urzędu przez Donalda Trumpa wywołuje wiele pytań o przyszłość relacji handlowych na linii USA-Europa oraz perspektywy globalnej gospodarki. Jak te decyzje i inicjatywy podjęte przez nową administrację mogą wpłynąć na polskie przedsiębiorstwa oraz eksport? Jak zmiany w polityce celnej, podatkowej i regulacyjnej za oceanem wpłyną na globalne łańcuchy dostaw i inwestycje zagraniczne?

Niepewność geopolityczna i zmieniające się uwarunkowania gospodarcze to także szansa na przededefiniowanie strategii rozwoju dla polskich firm.

Eksperti przewidują, że przedsiębiorcy, którzy postawią na dywersyfikację rynków zbytu oraz inwestycje w nowoczesne technologie, mogą zyskać przewagę konkurencyjną.

W najnowszym wydaniu Biznesu Lubuskiego przyglądamy się temu, jak firmy członkowskie radzą sobie w tej wymagającej rzeczywistości. Rozmawiamy z liderami biznesu o strategiach rozwoju, inwestycjach w nowe technologie oraz budowaniu silnych zespołów. Prezentujemy inspirujące historie przedsiębiorstw, które dzięki odwadze i wizji nie tylko przetrwały trudne czasy, ale także znalazły sposoby na dalszy rozwój. Przed nami również wiele interesujących inicjatyw w naszej Organizacji, na które Was – firmy członkowskie OPZL, serdecznie zapraszamy. Warto śledzić nadchodzące zmiany, aby z sukcesem dostosować się do nowej rzeczywistości biznesowej.

Zapraszamy do lektury – razem stworzymy silny, nowoczesny biznes w regionie Lubuskim!



Joanna Zielińska
Dyrektor Biura OPZL

**Biznes
Lubuski**
Magazyn Organizacji Pracodawców Ziemi Lubuskiej

Wydawca

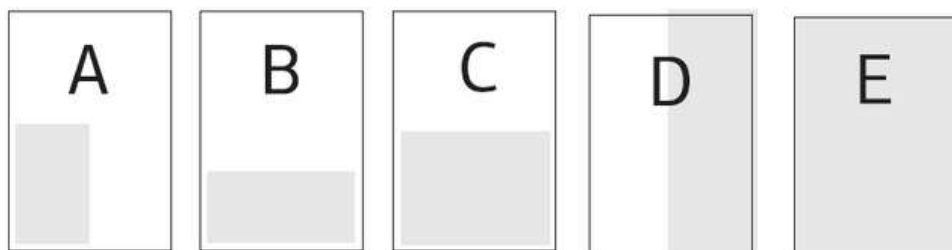
**Organizacja Pracodawców
Ziemi Lubuskiej**
ul. Reja 6, 65-076 Zielona Góra
biuro@opzl.pl
tel. +48 794 300 104

Skład

Maciej Prządka

Reklama w Biznesie Lubuskim

Szeroka gama możliwości i formatów



**cenę od 357zł netto
za moduł!**



**Więcej informacji oraz zamówienia:
+48 792 722 552**



Kongres HR 2025

Mental Health – Inwestycja w ludzi i firmę



Wojewódzki Urząd Pracy
w Zielonej Górze



12.06.2025, Zielona Góra



Kongres HR to wyjątkowe wydarzenie, które zgromadzi liderów HR, ekspertów, psychologów oraz praktyków w zakresie wellbeing i zdrowia psychicznego w miejscu pracy, a także właścicieli, liderów i osoby z kadry zarządzającej ze środowiska pracodawców oraz ze środowiska edukacji.



Ta branżowa konferencja koncentruje się na tworzeniu środowiska pracy wspierającego zdrowie psychiczne pracowników i liderów, z naciskiem na praktyczne rozwiązania oraz innowacyjne podejście do dobrostanu w miejscu pracy.

Kongres HR 2025

Mental Health - Inwestycja w ludzi i firmę,
to wydarzenie, które kształtuje przyszłość HR
z myślą o zdrowiu psychicznym i dobrostanie
pracowników i pracodawców!

***Możesz zostać Business Partnerem
naszego wydarzenia!***

dowiedz się więcej: +48 792 722 552





Przyszłość Zielonej Góry – kierunki rozwoju miasta

Jakie są kluczowe priorytety dla Zielonej Góry w nadchodzących latach? Jak miasto planuje przyciągnąć inwestorów? O nowych inicjatywach, wyzwaniach gospodarczych oraz strategii rozwoju miasta z Marcinem Pabierowskim, Prezydentem Miasta Zielona Góra rozmawia Joanna Zielińska z OPZL.

Intensywnie pracujemy nad wyznaczeniem nowych stref gospodarczych, co umożliwi rozwój sektora przemysłowego i logistycznego.

Równie istotna jest rewitalizacja przestrzeni miejskiej. Udało nam się pozyskać środki na modernizację amfiteatru, a starówka zyska nową dynamikę jako centrum kulturalne. Stawiamy na promocję Zielonej Góry poprzez rozwój winiarstwa oraz renowację zabytkowych kamienic. Te działania zwiększą atrakcyjność miasta.

► Jakie gospodarcze wyzwania stoją przed miastem w najbliższych latach?

Kluczowym zadaniem jest integracja sektora publicznego z biznesem i nauką. Do tej pory miasto nie wykorzystywało w pełni potencjału instytucji takich jak Park Technologii Kosmicznych. Zamierzamy to zmienić, tworząc przyjazne środowisko dla rozwoju technologii i innowacji w naszym mieście.

Istotnym elementem mojej strategii jest także zatrzymanie w mieście zdolnych absolwentów. Planujemy wdrożenie programów wsparcia, takich jak dofinansowywane mieszkania komunalne dla absolwentów. Dodatkowo rozwijamy Branżowe Centra Umiejętności, aby lepiej dostosować ofertę edukacyjną do potrzeb rynku pracy.

► Czy w planach są nowe strefy przemysłowe lub biznesowe, które mogłyby przyciągnąć inwestorów?

To jedno z naszych priorytetowych działań na kolejne lata. Zielona Góra dysponuje ograniczonymi gruntami miejskimi, dlatego kluczowym elementem strategii jest współpraca z prywatnymi właścicielami terenów oraz stworzenie atrakcyjnych warunków ich przekształcenia w strefy inwestycyjne. Planujemy organizację wydarzeń biznesowych, targów miejskich i forum biznesowego, by przyciągnąć nowych inwestorów.

► W jaki sposób miasto wspiera rozwój nowoczesnych technologii i innowacyjnych przedsiębiorstw?

Przede wszystkim inwestujemy w analizę danych i prognozy, aby określić kluczowe sektory wzrostu. Zielona Góra powinna stać się liderem w zakresie obsługi administracyjnej, edukacyjnej i zdrowotnej, co przyciągnie nowych mieszkańców oraz przedsiębiorców. W planach mamy wsparcie start-upów, uproszczenie procedur administracyjnych oraz utworzenie centrów innowacji. Dążymy do tego, aby Zielona Góra stała się gospodarczym sercem południowej części regionu.

Dziękuję za rozmowę,
Joanna Zielińska

► Panie Prezydencie, jakie są Pana kluczowe priorytety na ten rok dla Zielonej Góry?

Moim nadrzędnym celem jest stabilizacja budżetu miasta. Wiarygodność finansowa stanowi kluczowy czynnik dla inwestorów i przedsiębiorców. Wdrożyłem już konkretne działania, takie jak redukcja wynagrodzeń w miejskich spółkach, ograniczenie kosztów administracyjnych oraz restrukturyzacja zarządzania. Te kroki pozwoliły zaoszczędzić około 1,3 mln zł rocznie. Dodatkowo udało nam się wypracować nadwyżkę operacyjną, co po raz pierwszy od trzech lat umożliwi stopniową redukcję zadłużenia miasta. To uspokaja, daje pewien start, aby wymodelować finanse miasta i schodzić z zadłużenia, które jest gigantyczne.

Drugim istotnym aspektem jest oferta inwestycyjna. Pracujemy nad nowym planem ogólnym miasta, który określi strefy gospodarcze i przemysłowe, a jednocześnie zabezpieczy tereny o znaczeniu kulturowym. Pragniemy wdrożyć nowe rozwiązania w obsłudze inwestora i przedstawić inwestorom spójną wizję rozwoju Zielonej Góry na nadchodzące dekady.

Nie bez znaczenia pozostają również kwestie podatkowe. Po raz pierwszy od wielu lat nie wzrosły podatki od nieruchomości, a ceny biletów komunikacji miejskiej utrzymano na dotychczasowym poziomie. Chcę wdrożyć bardzo odważny plan wprowadzenia darmowej komunikacji miejskiej, co poprawi komfort życia mieszkańców i przyczyni się do ochrony środowiska, a także podniesie atrakcyjność Zielonej Góry.

► Jak ocenia Pan obecny stan rozwoju miasta na tle innych ośrodków regionu?

Zielona Góra posiada wiele atutów, ale stoi także przed poważnymi wyzwaniami. Jednym z kluczowych problemów jest ograniczona dostępność terenów inwestycyjnych, co wynika z niedociągnięć planistycznych po połączeniu miasta z gminami.



fot. Izabella Garbarz, Bellove Studio



Droga do sukcesji: Wyzwania i rozwiązania dla firm rodzinnych

Sukcesja w firmach rodzinnych to wyzwanie pełne emocji, często ignorowane lub źle planowane. Brak przygotowania może powodować problemy. Agata Kowalska, radczyni prawna, przedstawia narzędzia, które pomogą zapewnić płynne przekazanie władzy i majątku kolejnemu pokoleniu.

Agata Kowalska

Radczyni prawna, założycielka CK LEGAL Chabasiewicz Kowalska i Wspólnicy

Zapewnienie płynnego przekazania władzy w firmie kolejnemu pokoleniu to temat, który często jest bagatelizowany, a jego zaniedbanie może prowadzić do poważnych trudności.

Dlaczego prawidłowo przeprowadzona sukcesja stanowi tak trudny proces? Wynika to najczęściej z braku wcześniejszego planowania oraz niekonfrontowania pomysłów i oczekiwań związanych z sukcesją z rodziną, współpracownikami czy partnerami biznesowymi. Brak świadomości, że sukcesja to nie jest zwykła zmiana w zarządzaniu firmą, sprawia, że jest ona obciążona dużym ładunkiem emocjonalnym. To właśnie te emocje sprawiają, że proces sukcesji jest wyzwaniem zarówno dla osoby przekazującej władzę, jak i dla sukcesorów.

W obliczu zmieniających się realiów gospodarczych, rosnącej konkurencji i wymagań prawnych, zapewnienie ciągłości i efektywne zarządzanie majątkiem wymaga nie tylko wizji, ale również odpowiednich narzędzi. Jak skutecznie przekazać dorobek życia przyszłym pokoleniom?

Testament

Testament to najprostsze narzędzie, które umożliwi precyzyjne określenie, kto zostanie spadkobiercą po zmarłym. Testament umożliwia również wprowadzenie precyzyjnego wskazania kto przejmie przedsiębiorstwo po śmierci jego właściciela. Bez niego dziedziczenie odbywa się zgodnie z ustawą, co często prowadzi do podziału majątku między wielu spadkobierców, a to może prowadzić do trudności w zarządzaniu firmą. Testament w formie aktu notarialnego z zapisami windykacyjnymi zmniejsza ryzyko przyszłych sporów.

Umowa spółki

Sukcesję można również uregulować w umowie (statucie) spółki. Odpowiednie zapisy mogą określać, co stanie się z udziałami po śmierci jednego ze wspólników, a także jakie kroki mają zostać podjęte w celu zapewnienia płynnego zarządzania. Jednym z najważniejszych aspektów, które można uregulować w umowie spółki, jest sposób, w jaki spadkobiercy mogą wstąpić do spółki

po śmierci właściciela udziałów. Taki zapis pozwala na płynne przejęcie firmy przez wybrane osoby, jednocześnie chroniąc interesy pozostałych wspólników.

Fundacja rodzinna

Fundacja rodzinna to szczególny wehikuł prawny umożliwiający gromadzenie, ochronę oraz zarządzanie majątkiem na rzecz wyznaczonych beneficjentów. Fundacja może być założona tylko przez osobę fizyczną, a wniesiony majątek może pochodzić tylko z zasobów prywatnych fundatora. Sama fundacja staje się niezależnym podmiotem prawnym po zarejestrowaniu w rejestrze fundacji rodzinnych.

Fundator ustala zasady funkcjonowania fundacji, określając składniki majątku, które wnosi do fundacji, cele statutowe oraz prawa i obowiązki beneficjentów. Dzięki temu może zabezpieczyć majątek przed ryzykami związanymi z podziałem w wyniku dziedziczenia i precyzyjnie określić zasady korzystania z majątku przez beneficjentów, co zmniejsza ryzyko konfliktów. Majątek zgromadzony w fundacji jest chroniony przed roszczeniami osób trzecich, co stanowi istotny element ochrony kapitału rodzinnego.

Fundacja nie tylko przechowuje majątek, ale także powinna go pomnażać, inwestując w aktywa, takie jak nieruchomości, papiery wartościowe lub inne instrumenty finansowe. Może również pełnić rolę wspólnika lub akcjonariusza w spółkach, dzięki czemu wypracowane zyski trafią bezpośrednio do fundacji, a następnie mogą być reinwestowane.

Przy odpowiednim zaplanowaniu struktury fundacji, jej celów i zasad działania, fundacja rodzinna staje się skutecznym sposobem ochrony majątku oraz realizacji długoterminowych celów rodziny.

Agata Kowalska

Doradca przy zakładaniu i działalności fundacji rodzinnych, fuzjach i przejęciach w Polsce i zagranicą, inwestycjach VC i PE, reorganizacjach, podziałach i przekształceniach spółek.

Sukcesja w GAMP

– zmiana, która dzieje się naturalnie

Czy sukcesję można zaplanować od A do Z? A może to proces, który rozwija się sam, jeśli tylko damy mu przestrzeń? W GAMP zmiana pokoleniowa nie była jedną decyzją, ale stopniowym przejmowaniem odpowiedzialności przez nowe pokolenie. Jak wyglądał ten proces? Jakie wyzwania pojawiły się po drodze? I dlaczego zaufanie do zmiany okazało się kluczowe? O tym, jak sukcesja stała się naturalnym etapem rozwoju firmy, opowiada jej wieloletni lider.

Dlaczego zdecydowaliście się na sukcesję?

Prowadzę GAMP od 25 lat. To kawał mojego życia. Zaczynaliśmy skromnie, potem rozwijaliśmy się krok po kroku, często ucząc się na błędach. Nigdy nie myślałem o sukcesji jako o czymś, co trzeba w pewnym momencie „odpalić”, bo „tak wypada”. Przez lata po prostu działałem, rozwijałem firmę, podejmowałem decyzje. I nagle zaczęło się coś zmieniać.

Nie było jednego momentu, w którym stwierdziliśmy: „Dobra, czas na sukcesję”. To przyszło naturalnie. Nowe pokolenie samo zaczęło interesować się firmą – najpierw pojedynczymi tematami, potem coraz większymi obszarami, które wymagały poukładania. Zaczęły się pytania, rozmowy, propozycje zmian. Na początku traktowałem to jako ciekawostkę – „fajnie, że się angażują”. Ale w pewnym momencie dotarło do mnie, że to już się dzieje. Sukcesja nie jest decyzją jednego dnia – to proces, który zaczął się, zanim jeszcze zdaliśmy sobie z tego sprawę. Nie oznaczało to jednak, że wszystko poszło gładko.

Jakie były największe wyzwania?

Kiedy oddajesz komuś odpowiedzialność, naturalnym odruchem jest chęć kontroli. Chciałem mieć pewność, że to, co budowaliśmy przez lata, nie zostanie przewrócone do góry nogami.

Na początku było sporo tarć – nie dlatego, że mieliśmy różne cele, ale dlatego, że działaliśmy w różny sposób. Ja zawsze polegałem na doświadczeniu, intuicji i ludziach, których znam od lat. Nowe pokolenie przyszło z innym podejściem – bardziej analitycznym, nastawionym na procesy, dane i technologie.

Było sporo dyskusji. Nie zawsze się zgadzaliśmy, ale kluczowe było to, że wszyscy chcieliśmy tego samego – żeby GAMP się rozwijał. Najtrudniejsze było zaufanie. Nie w ludzi, tylko w zmianę. Bo w pewnym momencie trzeba było zaakceptować, że firma, którą budowałem przez lata, zacznie działać trochę inaczej. I to było okej.

Jak przygotowaliście firmę na zmiany?

Nie zaczęliśmy od wielkich deklaracji, tylko od rzeczy, które wymagały uporządkowania. Strategia biznesowa, sprzedaż, marketing – to były pierwsze obszary, które zaczęliśmy układać na nowo.

Potem przyszła kolej na procesy. Szukaliśmy miejsc, w których coś nam kuleje, gdzie brakuje struktury, gdzie decyzje podejmowane są chaotycznie. Wdrożyliśmy CRM, SCRUM, Jiry, zaczęliśmy lepiej komunikować się w zespole. Nie dlatego, że ktoś nam kazał, tylko dlatego, że nagle wszystko zaczęło działać sprawniej. I co ważne – nie robiliśmy tego sami. Współpracowaliśmy z zewnętrzną z firmą, która pomogła nam nie tylko wyznaczyć kierunek, ale też dopilnować, żebyśmy konsekwentnie robili postępy. Małe kroki, regularna praca – to działało lepiej niż jakakolwiek rewolucja.



fot. GAMP

Piotr Gawara

Założyciel i Prezes GAMP Sp. z o.o.

Co zrobiłbyś inaczej?

Gdybym miał cofnąć czas, jedną rzecz zrobiłbym szybciej – zaangażowałbym cały zespół na wcześniejszym etapie. Początkowo skupiliśmy się na wąskiej grupie ludzi, ale sukcesja nie dotyczy tylko tych, którzy przejmują zarządzanie. To zmiana, którą odczuwa cała firma, więc każdy powinien wiedzieć, w jakim kierunku idziemy.

Druga rzecz – zaufanie do procesu. Długo miałem w głowie, że sukcesja to coś, co „muszę dobrze zaplanować”, zamiast pozwolić, żeby rozwijała się w swoim tempie. A prawda jest taka, że jeśli masz w firmie ludzi, którzy chcą brać odpowiedzialność, to wszystko dzieje się naturalnie.

Jaka jest Twoja rada dla innych firm rodzinnych?

Nie czekajcie, aż ktoś wam powie, że pora na sukcesję. Ona zacznie się sama – pytanie tylko, czy dacie jej przestrzeń na rozwój.

Nie bójcie się zmian. Firma to żywy organizm – jeśli chcecie, żeby rosla, musicie pozwolić jej się zmieniać.

I przede wszystkim – rozmawiajcie. Nie tylko o tym, kto przejmie jakie stanowisko, ale o tym, jak wspólnie widzicie przyszłość firmy. Bo to jest klucz.

Sukcesja w GAMP nadal trwa. To nie jest koniec, to proces. I co najważniejsze – idzie w dobrym kierunku.

A jeśli ktoś upiera się, że jego sposób jest najlepszy – czasem lepiej odpuścić i pozwolić młodym przekonać się na własnej skórze. Jak wyjdzie? Super. Jak nie? Przynajmniej będzie z czego się pośmiać na firmowych spotkaniach. Każdy z nas kiedyś wymyślił coś „genialnego”, co potem trzeba było ratować. Ważne, żeby umieć się do tego przyznać, wyciągnąć wnioski i robić swoje.

Dziękuję za rozmowę,
Joanna Zielińska

Piotr Gawara

Założyciel i Prezes GAMP Sp. z o.o., firmy technologicznej z Zielonej Góry, która od 27 lat wspiera biznes i sektor publiczny w cyfrowej transformacji. GAMP projektuje i wdraża innowacyjne rozwiązania IT, optymalizując procesy w branżach transportowej, logistycznej, handlowej i medycznej.



Sukcesja w firmie rodzinnej - jak przekazać stery? Historia Mazel S.A.

Katarzyna Chrzanowska

Prezes Zarządu Firmy MAZEL S.A.

Sukcesja w firmach rodzinnych to jedno z najtrudniejszych wyzwań, z jakimi mierzą się przedsiębiorcy. Jak skutecznie przekazać stery kolejnemu pokoleniu, zachowując ciągłość działania i wartości firmy? MAZEL S.A., rodzinne przedsiębiorstwo z wieloletnią tradycją, dzieli się praktycznymi doświadczeniami z procesu sukcesji, ujawniając wyzwania, które musieli pokonać oraz rozwiązania, które zapewniły firmie stabilny rozwój.

Co skłoniło Państwa firmę do rozpoczęcia procesu sukcesji?

Proces sukcesji rozpoczął się w naszej rodzinie właściwie już na samym początku, kiedy tylko tata założył firmę. Jako dzieci byliśmy wychowywani i dorastaliśmy razem z MAZEL'em. Czułam, że firma to nasz brat, mój brat. Jako mała dziewczynka chodziłam do taty i mamy do pracy; przybijałam pieczątki, porządkowałam biurka, a mój brat malował płot. Uczylam się pracy, uczyłam się szacunku do pracy i zaangażowania w firmę.

Kolejnym ważnym, świadomym momentem wejścia na drogę sukcesji było moje absolutorium. Gdy rodzice przyjechali, przyglądali się, jak rzucam przysłowiowym biretem i odbieram dyplom, powiedziałam im: „Szykujcie się, to kiedyś będzie moja firma, ja będę nią zarządzać”.

Od tego momentu minęło dwadzieścia kilka lat mojej zawodowej pracy w MAZEL'u, a wypowiedziane słowa stały się faktem. Ten czas był bardzo trudną, ale też bardzo ciekawą drogą. Tak, myślę, że to właśnie tamten moment można uznać za rozpoczęcie procesu sukcesji.

Jakie były największe wyzwania, z którymi musieliście się zmierzyć na początku tego procesu?

Wiedzieliśmy, że ten proces będzie podzielony na kilka etapów, czyli na ważne „trzy razy W”, tj. wiedza, władza i własność. Początek sukcesji przypadł na trudny czas dla firmy i zbiegł się z wahaniem na rynku zewnętrznym oraz problemami również w firmie. Spadek zysków i płynności finansowej spowodował, że zastanawialiśmy się nad dokapitalizowaniem czy sprzedażem udziałów zewnętrznemu inwestorowi. Rozpoczęliśmy próby wyceny spółki, ale wtedy powiedziałam tacie: „Nie, zostawmy firmę w rękach rodzinnych”. Różne warianty były wtedy brane pod uwagę. Tata doradzał się innych doświadczonych biznesowo osób, tzw. siwych głów. Ja jednak wtedy byłam już pewna, że chcę się podjąć zadania utrzymania firmy, że to właśnie ten trudny moment jest tym, w którym mogę rozpocząć naukę, jak

być prezesem, jak zarządzać tą firmą, jak poznać ją jeszcze lepiej. Ostatecznie podjęliśmy kroki związane ze zmianą formy działalności ze spółki jawnej w spółkę akcyjną, jednak postanowiliśmy zostawić ją w gronie rodzinnym i nie emitować akcji na szerszy rynek.

Jak przygotowaliście następcę lub następców do objęcia kluczowych ról w firmie?

Tak jak już mówiłam, do roli prezesa przygotowywana byłam prawie od rozpoczęcia pracy w firmie. Taką miałam intencję, tak chciałam, to był mój życiowy i zawodowy cel. Pod okiem rodziców szłam swoją ścieżką od pracownika administracyjnego, przez księgową, do stanowiska dyrektora finansowego. Dostałam ogromny kredyt zaufania, dzięki czemu, wspinając się po ścieżce awansu, mogłam się rozwijać i nabierać doświadczenia.

Uczyłam się firmy, uczyłam się jej procesów, uczyłam się ludzi. Poznawałam MAZEL wewnątrz, ale poznawałam również klientów i rynek. Uczylam się sposobu, w jaki w branży tak naprawdę męskiej, budowlanej, ma się zachować kobieta-prezes. Nie było to łatwe i do tej pory tak do końca nie jest. Z wykształcenia jestem ekonomistką, a branża jest inżynierska, elektroenergetyczna, dlatego potrzebuję wsparcia najlepszych specjalistów i branżystów. Zarządzając spółką, dbając o to, żeby dobrze prosperowała, nie muszę być inżynierem, ale muszę mieć w swoim zespole wybitnych fachowców, i takich mam. Trzon kadry, który towarzyszył mi w procesie sukcesji stanowią długoletni pracownicy, specjaliści bez których cały proces nie miałby szans powodzenia.

W procesie sukcesji nie jestem sama, jest również mój mąż Paweł i brat Miłosz. Paweł pracuje w firmie 20 lat, a sporą część tego czasu zarządzał realizacjami zagranicznymi. W momencie podjęcia decyzji o pozostawieniu firmy w rękach rodzinnych wspólnie uznaliśmy, że Paweł powinien z nami współtworzyć dalszą jej historię, stając wspólnie ze mną na jej czele. Jest z nami

również mój młodszy brat, Miłosz, reprezentujący pokolenie, które szuka miejsca dla siebie w wąskich specjalizacjach. Jest on wykwiutnym mistrzem baz danych. Uwielbia optymalizować, nadzorować i udoskonalać procesy, jest detalistą i właśnie te jego największe atuty chcemy wykorzystać w zarządzaniu spółką.

Ważnym aspektem przygotowywania do objęcia kluczowych ról w firmie było i jest stałe podnoszenie naszych kwalifikacji i zdobywania wiedzy na zewnątrz firmy. Uczenie się od doświadczonych menedżerów i znanych wykładowców teorii i praktyki w zakresie zarządzania.

Co, z perspektywy czasu, zrobilibyście inaczej w procesie sukcesji?

To dość trudne pytanie. Naturalny proces sukcesji trwa długo i tak też było w naszym przypadku. W momencie, kiedy zdecydowaliśmy się na dość dynamiczne kroki sukcesyjne, wpadliśmy w czas COVID-u i problemów z nim związanych. Zamiast skupić się na procesie sukcesji, na długofalowym i strategicznym myśleniu, musieliśmy skupić się przede wszystkim na gaszeniu przystoiowych pożarów. Najważniejsze było wówczas znajdowanie szybkich, operacyjnych rozwiązań. Wszystkim nam zależało, aby firma wyszła obronną ręką z tych trudnych i newralgicznych momentów, które zaskoczyły nas na rynku gospodarczym i społecznym.

Co zrobilibyśmy inaczej? Myślę, że więcej uwagi poświęcilibyśmy temu, by odizolować się od bieżących codziennych kryzysów, aby myśleć o strategii, o sukcesji i ludziach, którzy również byli częścią tego procesu.

Jakie macie rady dla innych firm rodzinnych, które dopiero rozpoczynają planowanie sukcesji?

Moje, nasze rady, to na pewno odpowiednio wcześniej rozpoczęta szczerza rozmowa w rodzinnym gronie, by dobrze sukcesję zaplanować. Ważne, aby usłyszeć każdego, kto, czy i jak widzi

siebie w firmie. Zrozumieć każdą ze stron – nestorów jak i sukcesorów. Poznać ich oczekiwania, obawy, jakie widzą zagrożenia, jakie widzą przeszkody, ale też jak widzą firmę po zmianach. To wszystko po to, aby każdy w planowaniu i realizacji sukcesji mógł odnaleźć siebie za x lat, aby to było coś, do czego każdy chce dążyć i jest do tego przekonany.

W momencie, kiedy my zaczynaliśmy sukcesję, nie było tak szeroko dostępnej wiedzy i wielu wypracowanych rozwiązań, żeby się do tego przygotować.

Nie było Akademii Sukcesora, która w tej chwili, uważam, jest świetnym narzędziem do nauki i przygotowania się do tego procesu. Nie było fundacji rodzinnych, nie było legislacji w tym zakresie. Dzisiaj te narzędzia pozwalają lepiej zaplanować i zrealizować sukcesję. Jednak mimo tych dobrodziejstw myślę, że wszystko trzeba zacząć od siebie i od tego, czego każdy z nas sukcesorów i nestorów tak wewnętrznie chce i co czuje. Nie zapominajmy, że proces sukcesji to wielki ładunek emocjonalny i trzeba, by każdy właściwie poukładał go sobie w głowie. Być może ze wsparciem kogoś z zewnątrz, kto będzie umiał spojrzeć na proces sukcesji, bez bagażu powiązań zawodowych, rodzinnych i emocjonalnych. Każdy z uczestników sukcesji powinien odpowiedzieć sobie na pytania: Czy oby na pewno to jest dla mnie? Jak ja to widzę i czego chcę!

Moja rada dla innych firm rodzinnych, pamiętajcie, że, „sprawiedliwie nie znaczy po równo, a po równo nie znaczy sprawiedliwie”.

Dziękuję za rozmowę,
Joanna Zielińska



fot. Mazel S.A.

Katarzyna Chrzanowska

Sukcesor spółki. Z wykształcenia ekonomista. Całą swoją karierę zawodową związała z rodzinną firmą. Pasjonatka tańca i śródziemnomorskiej kuchni.

Innowacyjne połączenie nauki i biznesu - ITECH

Sieć Badawcza Łukasiewicz jako katalizator współpracy nauki i biznesu na przykładzie ITECH Instytut Innowacji i Technologii.

Współpraca nauki z biznesem jest kluczowym czynnikiem napędzającym rozwój innowacyjnej gospodarki. W Polsce jednak relacje między tymi sektorami wciąż napotykają na bariery. Przedsiębiorstwa często nie są świadome potencjału naukowego, a uczelnie i instytuty badawcze potrzebują skuteczniejszych mechanizmów wdrażania wyników swoich badań do praktyki rynkowej. Sieć Badawcza Łukasiewicz powstała jako odpowiedź na te wyzwania, oferując kompleksowe wsparcie w zakresie innowacji, badań i rozwoju technologii.

Dane rynkowe wskazują na stały odnotowany wzrost liczby małych i średnich przedsiębiorstw angażujących się w działalność B+R. Jednak mimo tego pozytywnego trendu, poziom innowacyjności polskich firm nadal pozostaje poniżej średniej europejskiej. Niemniej jednak, wyzwania związane z transferem technologii i wiedzy pozostają aktualne. Konieczne jest dalsze wzmacnianie mechanizmów współpracy oraz tworzenie sprzyjających warunków dla przedsiębiorstw do inwestowania w działalność B+R, aby w pełni wykorzystać potencjał innowacyjny polskiej gospodarki.

Sieć Badawcza Łukasiewicz to trzecia co do wielkości sieć badawcza w Europie, skupiająca 22 instytuty i zatrudniająca blisko 7000 pracowników, w tym czołowych specjalistów, naukowców i inżynierów. Jej misją jest dostarczanie innowacyjnych rozwiązań technologicznych, które wspierają przedsiębiorstwa w optymalizacji procesów produkcyjnych, wprowadzaniu na rynek nowych produktów oraz zwiększaniu konkurencyjności poprzez wykorzystanie wyników najnowszych badań naukowych. Działalność Łukasiewicza koncentruje się na kluczowych dla gospodarki i społeczeństwa obszarach badawczych, takich jak zaawansowane technologie medyczne i diagnostyka przyszłości oraz transformacja cyfrowa, obejmująca rozwój sztucznej inteligencji, automatyzacji procesów oraz innowacyjnych systemów wspierających cyfryzację przemysłu. Równie istotnym kierunkiem działań są badania nad zrównoważoną gospodarką i energią, które koncentrują się na technologiach wspierających odnawialne źródła energii, poprawie efektywności energetycznej oraz opracowywaniu rozwiązań pozwalających na skuteczny recykling materiałów i ograniczenie wpływu przemysłu na środowisko. Sieć Badawcza Łukasiewicz odgrywa również kluczową rolę w rozwijaniu innowacji w obszarze inteligentnej

mobilności, obejmującej zaawansowane technologie transportowe, elektromobilność oraz nowoczesne rozwiązania logistyczne i systemy zarządzania ruchem.

Na przestrzeni lat Sieć Łukasiewicz wypracowała liczne sukcesy we współpracy z przedsiębiorstwami, realizując przełomowe projekty w wielu branżach. Dzięki synergii nauki i biznesu możliwe stało się opracowanie nowoczesnych materiałów kompozytowych, innowacyjnych metod magazynowania energii, a także zaawansowanych systemów wspierających automatyzację procesów przemysłowych. Przykładem efektywnego wykorzystania potencjału naukowego w praktyce jest rozwój nowoczesnych technologii bazaltowych, które dzięki inicjatywie Łukasiewicza znajdują zastosowanie w przemyśle budowlanym i lotniczym. Takie inicjatywy pokazują, że współpraca między nauką a biznesem, wspierana przez dobrze zorganizowane struktury badawcze i innowacyjne mechanizmy współdziałania, może przynieść realne korzyści zarówno przedsiębiorstwom, jak i całej gospodarce.

Jednym z instytutów wchodzących w skład Sieci Badawczej Łukasiewicz jest ITECH – Instytut Innowacji i Technologii, który specjalizuje się w wsparciu przedsiębiorstw w zakresie suwerenności technologicznej, technologii wodorowych, strategii komunikacyjnych oraz integracji patentowej. ITECH aktywnie angażuje się w budowanie relacji między nauką a przemysłem, oferując badania dostosowane do potrzeb nowoczesnych przedsiębiorstw. Przykładem udanej współpracy nauki i biznesu w ramach Łukasiewicza – ITECH jest Klaster Polskie Technologie Bazaltowe (KPTB) liczący obecnie około 50 członków to dynamiczna platforma współpracy nauki, biznesu oraz instytucji wspierających rozwój innowacyjnych technologii w obszarze bazaltu. Polska dysponuje bogatymi złożami bazaltu, co czyni ten surowiec strategicznym dla gospodarki. Zaletami bazaltu są jego wysoka wytrzymałość, odporność na korozję i niska emisja dwutlenku węgla podczas przetwarzania. Klaster skupia się na opracowywaniu i wdrażaniu nowoczesnych rozwiązań dla sektora budowlanego, motoryzacyjnego, kosmicznego oraz rolnictwa. Działania te mają kluczowe znaczenie dla polskiej gospodarki, która coraz bardziej docenia unikalne właściwości bazaltu jako surowca o wysokiej trwałości i odporności na warunki ekstremalne.

Do grona członków klastra należą zarówno instytucje naukowe, jak i przedstawiciele biznesu oraz strategiczni partnerzy a udział instytutów Sieci Łukasiewicz oraz innych jednostek naukowych jest niezbędny dla rozwoju branży bazaltowej w Polsce z kilku powodów:

1 Transfer technologii: Instytuty naukowe wspierają rozwój nowych produktów i technologii bazaltowych, które mogą konkurować na rynkach międzynarodowych.

2 Współpraca badawcza: Realizacja projektów badawczo-rozwojowych wymaga zaplecza laboratoryjnego oraz kompetencji naukowych, które zapewniają m.in. jednostki Łukasiewicza.

3 Ekologia i zrównoważony rozwój: Ekspertyzy naukowe pomagają opracować ekologiczne technologie przetwarzania bazaltu, co wpisuje się w światowe trendy Klastr

KPTB angażuje się w liczne inicjatywy badawczo-rozwojowe, m.in.:

- Rozwój mączki bazaltowej jako nawozu rolniczego w tym tworzenie nawozów dedykowanych przykładowo dla winorośli czy buraka cukrowego – we współpracy z Sieć Badawcza Łukasiewicz – Instytut Nowych Syntez Chemicznych,
- Zbrojenia w tym zbrojenia rozproszone dla sektora budowlanego, które zwiększają trwałość konstrukcji we współpracy z Sieć Badawcza Łukasiewicz – Instytut Ceramiki i Materiałów Budowlanych,
- Innowacyjne elementy hutnicze z wykorzystaniem kompozytów i tkanin bazaltowych – projekty Sieć Badawcza Łukasiewicz – Instytut Metali Nieżelaznych z przedstawicielami biznesu,
- Projekty badawcze dla cementowni i producentów budowlanych dotyczące produkcji zaawansowanych betonów we współpracy z przedstawicielami biznesu,
- Kamizelki i ubrania ochronne z włóknami bazaltowymi – we współpracy z przedstawicielami biznesu

Działalność Sieci Badawczej Łukasiewicz, w tym ITECH, pokazuje, jak skutecznie można łączyć potencjał nauki i biznesu. Dzięki wsparciu w zakresie badań i rozwoju, przedsiębiorstwa zyskują dostęp do nowoczesnych technologii, unikalnej infrastruktury badawczej oraz ekspertów gotowych do współpracy. Innowacyjne projekty i programy realizowane przez instytuty Łukasiewicza przyczyniają się do zwiększenia konkurencyjności polskich firm oraz umacniają pozycję kraju na arenie międzynarodowej jako ośrodka zaawansowanych technologii.

Zapraszamy do współpracy i kontaktu:



fol. ITECH

Halina Sitko

Ekspertka z bogatym doświadczeniem. Specjalizuje się we wdrażaniu strategii rozwoju przedsiębiorstw oraz budowaniu długofalowych relacji biznesowych. Obecnie pełni funkcję Eksperta ds. Rozwoju Biznesu oraz Kierownika Biura Klastra KPTB w Sieci Badawczej Łukasiewicz – ITECH.

REKLAMA

> www.lfp.region.zgora.pl

LUBUSKI FUNDUSZ POŻYCZKOWY



LFP



AGENCJA ROZWOJU REGIONALNEGO S.A.

Fundusze Europejskie dla rozwoju Lubuskiego

Pożyczki inwestycyjne i obrotowe dla przedsiębiorstw



Województwo
Lubuskie

Umowa zrealizowana przy pomocy środków finansowych
Zarządu Województwa Lubuskiego

Powrót mody na NORDIS®



fot. Nordis Chłodnie Polskie Sp. z o.o.

Kostiantyn Valchuk
CEO Nordis Chłodnie Polskie Sp. z o.o.

29 września 2023 roku to ważna data i punkt zwrotny w 57-letniej historii zielonogórskiego Nordisu. Nowym właścicielem znanego i cenionego polskiego producenta lodów i mrożonek zostaje lider branżowy na Ukrainie, firma Trzy Niedźwiedzie. Z Kostiantynem Valchuk CEO Nordis Chłodnie Polskie Sp. z o.o. rozmawia Agnieszka Pożniak z OPZL.

Mija właśnie drugi rok od tej zmiany. Co ona oznacza dla zielonogórskiego przedsiębiorstwa? Jak wpłynęła na jego działalność?

Za nami kilkanaście trudnych i wymagających miesięcy. Przejście tak skomplikowanej spółki to nie lada wyzwanie organizacyjne. Musimy szczerze przyznać, że nie zastaliśmy poukładanego i sprawnie funkcjonującego przedsiębiorstwa. Do dziś nie rozruszaliśmy tej maszyny w 100%. Skupiliśmy się na kluczowych elementach infrastruktury i budowie zespołów, które miały przywrócić pełne moce produkcyjne i sprzedażowe. Dziś, mimo, iż linie produkcyjne pracują 5 dni w tygodniu w trybie 3 zmian, to wciąż ciężko mówić o pełnej sprawności i płynności procesów produkcyjnych. Wytwarzanie produktów to jedno, zbudowanie ich dostępności dla odbiorców to drugie. Równolegle do wszystkich działań wewnętrznych odważnie ruszyliśmy do odbudowy struktur dystrybucyjnych. W tym zakresie, mimo wielu pozytywnych akcentów, też musimy przełknąć pozostawioną pigułkę. Trzeba pamiętać, że ostatnie kilkanaście miesięcy funkcjonowania Nordisu pod zarządem poprzedniego właściciela było także bardzo trudne, co przełożyło się na napięte relacje z partnerami. Na szczęście większość problemów zostało już rozwiązanych i do sezonu 2025 przystępujemy z solidną siecią dystrybucji w kanale tradycyjnym oraz perspektywicznymi kontraktami z sieciami ogólnopolskimi. Jakbym miał podsumować ten okres w jednym zdaniu to powiedziałbym, że odrodzenie Nordisu przyniosło wiele wyzwania, ale zaangażowana grupa pracowników i wsparcie nowego właściciela pozwoliło na sprawny powrót rynkowy.

Jaka jest długofalowa strategia zielonogórskiej spółki?

Przez blisko 60 lat Nordis miał jeden cel. Dostarczać wyjątkowe produkty i zaskakiwać klientów ciekawymi nowościami. Strategia Nordisu na najbliższe 3-5 lat jest dość prosta. Chcemy wrócić na podium w kategorii lodów impulsowych, czyli popularnych lodów na patyku, rożków czy kanapek. To ambitny plan, bo regres w udziałach rynkowych przez ostatnie kilka lat wzmocnił naszych konkurentów, którzy weszli na nasze rynki domowe silniej, niż było to kiedyś. Dziś, aby się rozwinąć potrzebujemy wrócić do pełnej dostępności produktów na rynku lokalnym i sukcesywnie rozwijać sprzedaż w pozostałych regionach Polski. Chcemy także podjąć rękawice w kontekście zmian pokoleniowych i preferencji smakowych konsumentów. Nordis od zawsze był silny w tradycyjnych smakach i mocno jest kojarzony z bardziej dojrzałymi konsumentami. To oczywiście naturalne, bo kilka pokoleń Polaków z zachodu Polski wychowało się na naszych lodach i daniach gotowych. Dziś w dobie zmian generacyjnych, wpływu multikanalowości komunikacji oprócz smaku trzeba robić „coś” więcej, żeby zainteresować młodsze grupy konsumentów. Mamy na to kilka pomysłów i już w 2025 roku będziemy proponować nowości, które w naszej ocenie będą dobrą odpowiedzią na aktualne trendy. Nie zapominamy oczywiście o naszej tożsamości i produkty, z którymi kojarzony jest Nordis pojawiają się w swoich oryginalnych wersjach, ale i ciekawych wariantach. Wszystkie te działania mają wspólny cel, czyli powrót mody na Nordis. Mamy piękną historię, a wielu konsumentów wspomina nasze produkty z sentymentem. Ciężko o lepszy fundament do dalszego rozwoju.

Z jakimi wyzwaniem mierzy się obecnie nowy zarząd?

Produkcja lodów i mrożonych dań gotowych to bardzo energochłonna działalność. Nie jest więc zaskoczeniem, że dziś tematem głównym jest optymalizacja energetyczna produkcji i całego ciągu chłodniczego. Infrastruktura produkcyjna jest sprawna, ale ma już swoje lata, więc wymaga dość solidnych inwestycji. Mamy zaplanowany kalendarz inwestycyjny i zamierzamy w najbliższych latach z jednej strony poprawić wydajność i jakość produkcyjną, z drugiej poszukać rozwiązań, które obniżą koszty, głównie energii. Z rynkowego punktu widzenia czeka nas ekscytująca rywalizacja z wiodącymi producentami. Nie mamy kompleksów i przystępujemy do tej zdrowej rywalizacji pełni odwagi, ale i z odpowiednią dozą pokory. Preferujemy rozwój w małych krokach, więc priorytetem na ten moment jest rynek lokalny i regiony, gdzie Nordis miał silną pozycję. To filozofia, którą wyznaje cały zespół jak i właściciel firmy. To trochę jak w życiu. Jesteś silny, gdy w domu masz dobrze poukładane sprawy. Dlatego Zielona Góra, zielonogórzanie i mieszkańcy regionu są dziś dla nas priorytetem na wielu poziomach. Nordis dla wielu mieszkańców, to całe życie i solidny bagaż pięknych wspomnień i doświadczeń. Chcemy dalej budować swoją pozycję w życiu lokalnych konsumentów. Planujemy mocno zaangażować się w społeczne, kulturalne i sportowe inicjatywy w Zielonej Górze i okolicy. To naszym zdaniem najlepsza inwestycja w przyszłość.

Czy planowane są zmiany w asortymencie? Wejście na nowe rynki?

Rynek lodów wręcz wymusza zmiany w asortymencie. Można powiedzieć, że bez nowości żaden producent lodów nie może myśleć o rozwoju. Wynika to ze specyfiki samego produktu jakimi są lody. Według oficjalnych badań 99,8% Polaków przynajmniej raz w roku je lody. W większości są to jednak impulsy, potrzeba chwili. Wtedy następuje rywalizacja o uwagę konsumenta. Bez ciekawych nowości, zaskakujących połączeń, ciężko włączyć się skutecznie w taką rywalizację. W związku z tym szykujemy kilka nowości 2025, ale i wrócimy do promowania naszych „nowych” propozycji z 2024 roku, które ze względu na ograniczoną dostępność nie wyczerpały swoich możliwości sprzedażowych. Jeżeli chodzi o dania gotowe, to powoli wracamy do pełnego asortymentu. Jest to zdecydowanie grupa produktów tradycyjnych, dobrze znanych i lubianych. Być może w drugiej połowie roku zaskoczymy klientów jakimiś nietypowymi nowościami w tej kategorii.

Ekspansja zagraniczna to także jeden z celów rozwoju firmy. Już dziś możemy się pochwalić, że nasze lody w sezonie 2025 będą dostępne w Grecji, Serbii czy Izraelu. Mamy także bardzo egzotyczne zapytania z dalekich zakątków świata takich jak Australia. Na dziś mamy otwartych kilkanaście projektów zagranicznych co pokazuje, że wiadomości o powrocie Nordisu do czołówki producentów lodów dotarły już do wielu miejsc w Europie i na świecie.

Dziękuję za rozmowę!

Agnieszka Poźniak

opzl 
ORGANIZACJA PRACODAWCÓW
ZIEMI LUBUSKIEJ



GIEŁDA OPZL

Poznaj atrakcyjne
oferty naszych
firm!

więcej informacji:

@ m.przadka@opzl.pl

+48 533 322 619





Kobieta i kariera: kochaj to, co robisz!

Z Karoliną Przewoźną - Możdzanowską, Dyrektorką ds. logistyki i rozwoju w firmie Dakpol Sp. z o.o. z Wolsztyna, rozmawia Joanna Zielińska z OPZL.

Twoje mocne strony w biznesie, to?

Moją siłą jest ciągły rozwój, zaangażowanie i otwartość na zmiany. Jestem uparta i jeśli na czymś mi zależy – nie odpuszczam. Kreatywność to moja supermoc – nowe projekty i wyzwania napędzają mnie do działania. Uwielbiam także sprzedaż, bo to nie tylko oferowanie usług, ale przede wszystkim budowanie relacji.

Co najbardziej motywuje Ciebie do pracy i ciągłego doskonalenia swojego warsztatu?

Moją największą motywacją jest rozwój, nowe wyzwania i inspirowanie innych. Uwielbiam dynamiczne środowisko pracy – monotonia mnie zabija. Nie ukrywam, że pieniądze też są motywatorem – traktuję je jako narzędzie do realizacji celów.

Z którego projektu jesteś najbardziej dumna?

Każdy projekt wniósł coś ważnego do mojego życia, ale szczególnie wyróżniam trzy:

- ✓ Pozyskanie unijnej dotacji na jeden z pierwszych magazynów firmy Dakpol Sp. z o.o. – mimo że wielu uważało to za niemożliwe.
- ✓ Rozbudowa powierzchni magazynowej z 0 do 50 000 m² – ogromne wyzwanie logistyczne i strategiczne.
- ✓ Założenie własnej firmy, w której wspieram kobiety w budowaniu pewności siebie i osiąganiu celów. Pomagam im odkrywać ich moc i działać z odwagą.

Jakie są Twoje dalsze plany? Czym zaskoczysz nas w przyszłości?

Mój nowy projekt to Kobieta Akademia Pewności Siebie – przestrzeń dla kobiet na różnych etapach kariery. Akademia pomoże im rozwijać się, zdobywać pewność siebie i przekraczać własne ograniczenia. Planuję także organizację warsztatów, networkingów i sesji mentoringowych z inspirującymi liderkami. Chcę, by kobiety miały miejsce, w którym mogą rozwijać swoje talenty, budować wewnętrzną siłę i wspierać się nawzajem. Wierzę, że to dopiero początek czegoś wielkiego!

Dziękuję za rozmowę,
Joanna Zielińska

Karolina Przewoźna – Możdzanowska

Praktyczka biznesu. Jej królestwo to magazyny. Dodatkowo CEO własnej firmy, w której wspiera kobiety w osiąganiu ich celów, pomagając im budować pewność siebie oraz wiarę w to, że absolutnie wszystko jest możliwe.

fot. Dakpol Sp. z o.o.

Karolina Przewoźna – Możdzanowska
Dyrektorka ds. logistyki i rozwoju Dakpol Sp. z o.o.

Jaka jest Twoja recepta na sukces?

Od ponad 20 lat rozwijam się zawodowo w branży logistycznej. Zaczynałam jako Logistic Manager w firmie produkcyjnej, a dziś pełnię funkcję Dyrektorki ds. logistyki i rozwoju w Dakpol Sp. z o.o. – firmie specjalizującej się w transporcie, spedycji i logistyce magazynowej. To moja pasja i przestrzeń, w której od lat buduję swoje doświadczenie. Przez ten czas przeszedłam przez cały łańcuch logistyczny – od zakupów, sprzedaży i pracy operacyjnej po strategiczne zarządzanie. Prowadzę również szkolenia i warsztaty, dzieląc się wiedzą, zwłaszcza z kobietami, które chcą rozwijać swoje kariery.

Moja recepta na sukces:

- ✓ **Kochaj to, co robisz** – Pasja do pracy jest kluczowa.
- ✓ **Rozwijaj się nieustannie** – Po latach pracy zauważyłam, że szczególnie ważny jest rozwój kompetencji miękkich. Komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna, pewność siebie, wiara w swoje możliwości – to elementy, które mogą decydować o sukcesie.
- ✓ **Pracuj nad swoim mindsetem** – Nasz sposób myślenia wpływa na wszystko: decyzje, działania, relacje z ludźmi. W kontekście awansów i rozwoju kluczowy jest tzw. „upgrade mindsetu”.
- ✓ **Dbaj o dobrostan i kobiecą energię** – Kobięca moc tkwi w kreacji i intuicji. Działanie w zgodzie z ciałem, słuchanie siebie i unikanie wpadania w „męski” tryb działania („szybciej, więcej, mocniej”) przynosi dużo lepsze rezultaty.
- ✓ **Celebrowaj sukcesy** – Nawet te najmniejsze.
Zachowaj balans między pracą a życiem prywatnym – Zaangażowanie w pracę jest ważne, ale życie poza nią również.
- ✓ **Kochaj i akceptuj siebie** – Nawet gdy popełnisz błąd. Warto stworzyć sobie „apteczkę mocnych stron”.
- ✓ **Nie przejmuj się opinią innych** – Często krytyka wynika z projekcji cudzych lęków i ograniczeń.
- ✓ **Miej hobby** – Pasja poza pracą pozwala naładować baterie i zyskać nową perspektywę.
- ✓ **Poznaj swoje talenty**
- ✓ **Gdy dopadnie Cię stres** – Ja polecam piosenkę „Niemiłość” zespołu Micromusic.

Wywiad



fol. FAF Polska Sp. z o.o.

Nowe wyzwania - nowe rozwiązania



AF Polska Sp. z o.o.

Janusz Brzezinka
Prezes Zarządu firmy FAF Polska Sp z o.o.

O konieczności szukania nowych rozwiązań w celu uniknięcia kryzysu w Polsce, z Prezesem Zarządu firmy FAF Polska Sp z o.o. rozmawia Beata Przybylska z OPZL.

Firma FAF działa na rynku od 30 lat, a w Polsce od blisko 23 lat. Zajmujecie się państwo produkcją przenośników taśmowych oraz systemów dozowania dla wytwórni mieszanek mineralno-asfaltowych, a Wasze produkty trafiają do firm na całym świecie. Jak na przestrzeni tych kilkudziesięciu lat zmienił się rynek? Jego zapotrzebowanie? Wymagania?

Wszystko się zmieniło, dzisiaj jest to inny świat niż ten dwadzieścia parę lat temu. Wcześniej nie byliśmy w Unii Europejskiej, a teraz w niej jesteśmy. Kiedyś nie było warunków dotyczących ochrony środowiska, a w tej chwili są. Ochrona środowiska poszła bardzo do przodu, w związku z czym instalacje do wytworzenia mieszanki mineralno-asfaltowej są o wiele droższe, robi się ich mniej, ale są o wiele większe, bardziej ekonomiczne i nowocześniejsze. Dziś nie robi się już asfaltu z kruszyw wydobywanych w kopalniach czy materiałów mineralnych, które się wydobywa z ziemi tylko kładzie się nacisk na materiały budowlane z recyklingu, destruktu asfaltowego, który może być ponownie użyty w budownictwie. To jest duża zmiana w tej branży.

Zmiany w gospodarce, pandemia COVID 19, wojna na Ukrainie, jak wpłynęły na prowadzoną przez państwa działalność?

Pandemia COVID 19 nie wpłynęła istotnie na naszą branżę, natomiast wojna na Ukrainie i rosnąca inflacja wpłynęła w gigantyczny sposób. Ostatnie dwa lata to były najgorsze dwa lata w historii naszej firmy. Inwestorem końcowym w naszej branży są gminy i państwo jako takie, w wyniku wzrostu inflacji

inwestorzy stracili pieniądze, które „zjadła” inflacja. I tak założmy inwestor posiadający 10 mln zł na wykonanie 10 km drogi, w wyniku wzrostu inflacji za te same 10 mln może sobie pozwolić na wykonanie 5 km drogi - ceny oczywiście podają jako pokazujące proporcje nie rzeczywiste koszty. Z kolei wykonawca, czyli firma wykonująca zlecenie dla danego inwestora, przy realizacji zamówienia na 10 km drogi musiałby zakupić nową maszynę, natomiast przy zamówieniu o połowę mniejszą, taka inwestycja w nową maszynę byłaby dla niego nieopłacalna i będzie próbował zrealizować dane zlecenie starą, podreperowaną maszyną. A z drugiej strony duża część budżetu państwa pochodząca z podatków została przeznaczona na zbrojenia, od dwóch lat zostały zredukowane środki na drogownictwo i infrastrukturę, co spowodowało dość duże zahamowania w inwestycjach infrastrukturalnych. Myślę tutaj o szeroko pojętym rynku europejskim, nie tylko polskim.

W tej chwili trochę się to zmienia, ten rok jest lepszy. Udział naszego obrotu w Polsce to zaledwie 1-2%, czyli 98% wyprodukowanych przez nas maszyn i urządzeń eksportujemy od Australii po Stany Zjednoczone. Tak więc, to co mówię dotyczy tak naprawdę całego świat. Jeśli chodzi o Polskę, to mamy jakieś ożywienie, ale to jest tylko lokalnie, zaledwie kilka inwestycji. Trochę realizujemy zleceń związanych z budową infrastruktury wokół przyszłej elektrowni atomowej, a także dróg związanych z trasą Via Baltica oraz obwodnicami miast Polski.

Czy Pana zdaniem wzrost kosztów zatrudnienia w Polsce wpływa na poziom zatrudnienia w Polsce?

Produkcja z Polski zaczyna uciekać. Ostateczna wartość wyrobu zależy m.in. od kosztów pracy i jego wytworzenia, a te w Polsce stale rosną. Co z tego, że dam komuś 100 zł więcej zarobić, jeśli on finalnie otrzyma zaledwie 40 zł na rękę? Kiedyś zatrudnialiśmy 150 osób w Polsce i 49 w Niemczech, dzisiaj zatrudniamy niecałe 50 osób w Polsce i 19 w Niemczech. Od 13 lat jestem szefem w tej firmie i przez 10 lat dobrze funkcjonowaliśmy. A w tej chwili tracimy rynek, bo jesteśmy za drodzy. Produkcja w Polsce przestaje się opłacać, a to spowoduje, że produkcja pójdzie dalej. Teraz tracimy prostą produkcję na rzecz Turcji.

Jeśli nie zainwestujemy w nowoczesne Know How, w nowe technologie czy nowe sposoby wytwarzania, czy w ogóle się nie przebrznowimy na coś innego, to ja w perspektywie najdalej 10-ciu lat widzę w Polsce kryzys. Z taką sytuacją obecnie mamy do czynienia w Niemczech. My produkujemy de facto na eksport, mamy niewiele swoich produktów z czystą myślą techniczną „Made in Poland”, raczej produkujemy dla kogoś, ale jeśli ten ktoś ma „czkawkę”, to my będziemy mieć duży problem.

Dziękuję za rozmowę,

Beata Przybylska



fol. FAF Polska Sp. z o.o.

Janusz Brzezinka

Absolwent Politechniki Śląskiej w Gliwicach, Wydziału Mechanicznego Technologicznego i Prezes Stowarzyszenia Wychowanków Politechniki Śląskiej w Gliwicach Wydziału Mechanicznego Technologicznego.

REKLAMA



50 DNI PREZYDENTURY DONALDA TRUMPA

Perspektywy dla polskiej i światowej gospodarki



12 marca 2025
Hotel Ruben
w Zielonej Górze



- ✓ Gra biznesowa
- ✓ Panel dyskusyjny



PROGRAM RABATOWY

ważne do 30.06.2025

FIRMA firmie

BONUS

**Bank Spółdzielczy
w Nowej Soli**



Bank Spółdzielczy
w Nowej Soli

tel. +48 68 387 52 71

e-mail: sekretariat@bsnowasol.pl

Kredyt inwestycyjny z marżą 1,6% i prowizją 0 zł*
*dla firm, które otworzą w Banku rachunek bieżący
Oferta ważna do 30.06.2025 r.

**OFERTA
SPECJALNA**



-15%

**C-partner Grzegorz Łochowski
Zewnętrzny Dyrektor Finansowy**



C-PARTNER

tel. +48 513 144 398

e-mail: glochowski@c-partner.pl

Analiza rentowności, optymalizacja struktury kosztów,
prognozowanie przepływów pieniężnych,
budżetowanie i kontrola kosztów, automatyzacja procesów
finansowych

**RABAT
15%**



-10%

incomtech

incomtech

tel. +48 885 655 333

e-mail: n.polak@incomtech.eu

10% zniżki dla nowych klientów w pierwszych trzech
miesiącach na obsługę IT i 1h darmowych konsultacji dla
wszystkich członków OPZL

**RABAT
10%**





PROGRAM RABATOWY

FIRM _a firmie

-20%

Sela Sp. z o.o.



tel. +48 509 127 746

e-mail: biuro@selabhp.pl

Absolutny must have - Pierwsza pomoc w Twojej Firmie.
Skorzystaj z promocji - 20% na szkolenia z pierwszej pomocy dla grup zamkniętych

**RABAT
20%**



100%

**Kancelaria Prawno-Podatkowa
Adwokat Agnieszka Piętak**



tel. +48 690 600 570

e-mail: kancelaria@pietak.pl

Wstępna konsultacja w zakresie restrukturyzacji,
oddłużania, upadłości

**RABAT
100%**



Ten biznes robimy, bo jesteśmy w tym dobrzy...

Ale chcemy iść krok dalej i połączyć go z pasją – mówią Magda Bubik i Marcin Bubik. O branży chemicznej, innowacyjnych suplementach diety i poszukiwanych kooperantach, z właścicielami BHM Chemicals, rozmawia Łukasz Rut z OPZL.

Jak to się stało, że zainteresowałeś się branżą chemiczną, która w regionie jest mało znana?

Marcin: Nie patrzyłem na geografie. Otworzyłem firmę w związku z naszym doświadczeniem. Pracowaliśmy w dystrybucji chemikaliów do przemysłu farmaceutycznego i kosmetycznego w Anglii, w Irlandii przez prawie 15 lat. Zdecydowaliśmy się wrócić z emigracji do Polski i zająć się tu tym, co potrafimy najlepiej.

Czyli ty również jesteś z branży?

Magda: Miałam różne prace w Anglii i w Irlandii, w tym w handlu suplementami diety i zdrową żywnością. Marcin mnie namówił na tę branżę.

Dlaczego Nowa Sól?

Magda: Marcin jest stąd. Tutaj się urodził i tutaj ma rodzinę. Jego tata nam pomógł wystartować, zapewnił biuro. Mieliśmy odłożone pieniądze, ale mogliśmy je przeznaczyć na rozwój firmy.

A ty skąd jesteś?

Magda: Ja jestem z Redy. To małe miasto kaszubskie. Dlatego czasami mówię jo. Poznaliśmy się w Anglii. Potem Marcin dostał propozycję przeniesienia się do Irlandii biznesowo, bo dostał awans w pracy. No to pojechałam z nim. A potem zamiast na Kaszuby wróciliśmy do Nowej Soli.

Przyjechaliście tu i co dalej?

Marcin: Wróciliśmy do Polski z konkretnym pomysłem. Długo się do tego przygotowywaliśmy. Otworzyliśmy spółkę zajmującą się dystrybucją surowców chemicznych. Głównie dostarczamy nasze produkty na eksport, ponad 90 proc. naszego obrotu to zagranica.



fol. BHM Chemicals Sp. z o. o.

Magda Bubik i Marcin Bubik
BHM Chemicals Sp. z o. o.

Jakie kraje są waszymi kontrahentami?

Marcin: Biznes prowadzimy obecnie z klientami z 18 państw, a najwięcej z krajów arabskich oraz Wielkiej Brytanii. W branży wszystko obraca się o dostęp do produktów. Są ludzie, którzy szukają różnych surowców, a my wiemy, gdzie je kupić. Bo pracujemy z wieloma dostawcami. Mamy więcej dostawców, niż klientów. Chiny i Indie to są dwa największe kraje produkujące chemię na świecie.

I wy od nich kupujecie?

Marcin: Tak, około połowy produktów, jakie importujemy pochodzą z Indii i Chin. Tam są tysiące firm. Każdy może znaleźć np. popularny paracetamol w Indiach. Ale czy ten producent jest naprawdę godny zaufania? Czy trzyma jakość? Czy ma wszystkie certyfikaty? My to wiemy i to jest nasza przewaga. Kolejna, że mamy dostęp do produktów, mniej oczywistych, które trudno znaleźć.

Czy to jest to, co daje wam satysfakcję i chcecie to rozwijać?

Marcin: Ten biznes nie jest czymś, czym pasjonujemy się najbardziej, tylko czymś, co robimy, bo jesteśmy w tym dobrzy. Ale chcemy iść krok dalej. Połączyć pasję z biznesem. Planujemy

otworzyć drugą spółkę, która będzie skupiona na suplementach diety i sporcie. Interesujemy się nim od wielu lat. Na siłowni jesteśmy codziennie. Spędzamy do 10 godzin tygodniowo ćwicząc.

Tym chcecie się zająć?

Magda: Tak. Na początku produkcją i sprzedażą suplementów diety. Później dietetyką sportową i szkoleniami sportowymi.

Marcin: Interesujemy się zdrowym stylem życia. Chcielibyśmy otworzyć biznes, który będzie produkować suplementy, ponieważ sami ich używamy, a Polska jest dużym rynkiem. Suplementy diety są tu o wiele bardziej popularne i promowane niż w innych krajach, w których żyliśmy. Według nas wiele z nich jest jednak niewystarczająco poparte badaniami naukowymi. My chcemy produkować tylko suplementy, które działają. I są poparte odpowiednimi badaniami oraz w rekomendowanych i efektywnych dawkach. Czy macie jakieś potrzeby w zakresie kooperacji, szukać jakichś dostawców?

Marcin: Mamy surowce do produkcji suplementów diety. Mamy dostęp praktycznie do wszystkiego. Teraz pracujemy nad smakami. Nie chcemy używać sztucznych środków, aby poprawić smak. Szukamy więc różnych naturalnych składników.

Magda: Dużo pracujemy też nad opakowaniami. Chcemy być jak najbardziej ekologiczni. Chcemy używać jak najlepszych materiałów. Szukamy dostawców, najlepiej lokalnych.

Mamy ambicje być zeroemisyjni. Jesteśmy także zainteresowani nawiązywaniem kontaktów z lokalnymi trenerami i miłośnikami sportu oraz dietetyki, abyśmy mogli razem pracować nad stworzeniem jak najlepszych produktów dla sportowców.

Dziękuję za rozmowę,

Łukasz Rut



foto: BHM Chemicals Sp. z o.o.

REKLAMA



Jesteś mikro, małym lub średnim przedsiębiorcą działającym w Lubuskim?

NASZE PRODUKTY SĄ WŁAŚNIE DLA CIEBIE!

Co zyskasz współpracując z LFPK?

- Nie angażujesz swojego kapitału,
- możesz przystąpić do wielu przetargów jednocześnie bez konieczności zamrażania gotówki,
- możesz obniżyć leasingową opłatę wstępną,
- zyskujesz dodatkowe zabezpieczenie kredytu/ pożyczki, które pozwoli ci zwiększyć twoją zdolność kredytową,
- nie musisz ustanawiać zabezpieczenia na majątku osobistym lub firmowym.



www.lfpk.pl

#WspieramyLubuskiBiznes

Szukaj nas na Facebook'u!
Lubuski Fundusz Poręczeń Kredytowych

POZNAJ NASZE PRODUKTY!



Poręczenia wadium



Poręczenia kredytów i pożyczek



Poręczenia leasingów



Poręczenia należytego wykonania umowy oraz rękojmi za wady

CO NAS WYRÓŻNIA?

- PORĘCZENIA DO 100%
- DO 120 MIESIĘCY Z MOŻLIWOŚCIĄ PRZEDŁUŻENIA
- SZYBKOŚĆ DECYZJI
- KONKURENCYJNE STAWKI A NAWET DARMOWE PORĘCZENIA UDZIELANE W RAMACH POMOCY DE MINIMIS
- PORĘCZENIA W FORMIE PISEMNEJ I ELEKTRONICZNEJ



O budowaniu strategii i pokonywaniu wyzwań



fot. Paweł Dąbrowski

Paweł Dąbrowski
Dyrektor Generalny, Członek Zarządu
AB Foods Polska

Jak radzić sobie z presją i odpowiedzialnością związaną z zarządzaniem dużym przedsiębiorstwem? Jakie decyzje strategiczne miały największy wpływ na rozwój firmy i które trendy kształtują przyszłość branży? Paweł Dąbrowski, dyrektor zarządzający w dziale Story Biznes, dzieli się swoimi doświadczeniami, opowiada o największych wyzwaniach oraz zdradza, co uważa za swój największy sukces jako lider.

Jakie były Pana pierwsze kroki po objęciu funkcji Dyrektora Generalnego?

Przejście z funkcji Dyrektora Zakupów grupy AB World Foods do wyzwań operacyjnych fabryki wymagało przemodelowania mojego Leadership-u. Pierwsze 30 dni spędziłem na obserwacjach, zadawaniu pytań i słuchaniu. Transformację rozpoczęliśmy od przebudowania spotkań, skupiając się na rozwiązywaniu problemów. Po 3 miesiącach przyszła pandemia i przebudowę funkcjonowania firmy rozpoczęliśmy na nowo.

Jakie Pana strategiczne decyzje miały największy wpływ na rozwój firmy?

Kluczowe było zbudowanie wizji rozwoju oddziału w Polsce spójnej ze strategią grupy AB World Foods. Priorytetem była skuteczność i optymalizacja kosztów. Po 12 miesiącach parametry operacyjne poprawiły się, co otworzyło drogę do rozbudowy zakładu. Zacieśniliśmy współpracę z działami komercyjnymi w UK i opracowaliśmy solidny business plan. W lipcu 2024 rozpoczęliśmy prace budowlane nad rozbudową zakładu.

Jak radzi Pan sobie z presją i odpowiedzialnością związaną z prowadzeniem dużego przedsiębiorstwa?

Kluczem do radzenia sobie z presją jest jej akceptacja i świadomość własnej roli. Presja pochodzi z czynników, na które nie mamy wpływu oraz tych, na które wpływać możemy. Skupienie się na rozwiązaniach sprawia, że nie ma czasu na płacz nad rozlanym mlekiem. Należy dbać o zdrowie, sen, ruch i właściwe odżywianie. Zdrowe relacje prywatne i w pracy są nadrzędne.

Jakie trendy w branży uważa Pan za kluczowe dla dalszego rozwoju firmy?

Innowacyjność produktów, jakość, zdrowa żywność oraz łatwość w przygotowaniu posiłków to kluczowe trendy. Tak w AB World Foods Inspirujemy klientów do odkrywania niesamowitych smaków z całego świata.

Jakie największe wyzwania napotkała firma podczas Pana kierownictwa?

Pandemia, blokada kanału sueskiego i zerwane łańcuchy dostaw, inflacja i presja kosztowa oraz nieprzewidywalność nowej prezydentury USA.

Co uważa Pan za największy sukces firmy pod swoim kierownictwem?

Wspaniały, zaangażowany zespół oraz poprawa parametrów operacyjnych. Rozbudowa zakładu o 100% i zwiększenie mocy produkcyjnych.

Jakie lekcje wyniósł Pan ze swojej kariery, które okazały się najważniejsze w drodze na szczyt?

Wierność swoim wartościom pozwala być autentycznym i zgodnym ze sobą. Skupienie na człowieku, jego potrzebach i motywacjach jest kluczowe.

**Dziękuję za rozmowę,
Joanna Zielińska**

Paweł Dąbrowski

W firmie AB Foods Polska od 2007, z 24-letnim doświadczeniem w branży spożywczej. Absolwent Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Członek Zarządu OPZL. Prywatnie mąż i ojciec 4 dzieci, miłośnik jazdy motocyklem i książek.

Dyrektywa NIS 2 – kluczowe zmiany i obowiązki dotyczące cyberbezpieczeństwa w firmach

Nowa dyrektywa NIS 2 wzmacnia cyberbezpieczeństwo w UE, wprowadzając surowsze wymogi i rozszerzając zakres regulacji. Poniżej omawiamy kluczowe aspekty prawne oraz obowiązki, jakie nakłada na przedsiębiorstwa.

Nowa unijna dyrektywa NIS 2 (Network and Information Systems Directive 2) ma na celu wzmocnienie poziomu cyberbezpieczeństwa firm i instytucji w krajach członkowskich. Nowe przepisy wprowadzają bardziej rygorystyczne wymogi dotyczące cyberbezpieczeństwa oraz poszerzają zakres podmiotów objętych regulacjami. Implementacją dyrektywy w Polsce będzie nowelizacja ustawy o Krajowym Systemie Cyberbezpieczeństwa (KSC), która wkrótce zostanie uchwalona i zacznie obowiązywać. Czasu na dostosowanie się firm do wymogów zostało już niewiele.

Rozszerzenie zakresu podmiotów objętych dyrektywą

Nowa dyrektywa znacząco poszerza katalog podmiotów objętych jej regulacjami. O ile poprzednia obejmowała głównie usługi kluczowe (m.in. energetyka, transport, finanse czy ochrona zdrowia), to NIS 2 i nowelizacja KSC rozszerza swoje działanie na nowe sektory, takie jak:

- Operatorzy sieci łączności elektronicznej;
- Producenci sprzętu medycznego, elektrycznego i elektronicznego;
- Gospodarowanie odpadami;
- Odprowadzanie ścieków;
- Producenci i dystrybutorzy chemikaliów;
- Producenci i dystrybutorzy żywności.

Obowiązki podmiotów objętych dyrektywą

Podmioty objęte dyrektywą NIS 2 są zobowiązane do wdrożenia szeregu środków bezpieczeństwa oraz spełnienia określonych obowiązków prawnych, takich jak:

- Ocena ryzyka i zarządzanie nim - regularne przeprowadzanie analizy ryzyka i wdrażanie środków minimalizujących skutki zagrożeń;
- Raportowanie incydentów - zgłaszanie incydentów o istotnym wpływie na działalność do odpowiednich organów w ciągu 24 godzin od ich wykrycia;
- Wdrożenie polityki ciągłości działania - opracowanie i wdrożenie planów zapewniających ciągłość działania w przypadku wystąpienia incydentu.

Kary za naruszenia

NIS 2 wprowadza surowsze sankcje za nieprzestrzeganie wymogów dyrektywy. Przewidziane są kary administracyjne, które mogą sięgać nawet 10 milionów euro lub 2% rocznego globalnego obrotu przedsiębiorstwa, w zależności od tego, która kwota jest wyższa.

Wyzwania dla przedsiębiorców

Implementacja dyrektywy NIS 2 wiąże się dla firm z licznymi wyzwaniami, w tym:

- Konieczność dostosowania wewnętrznych procedur i systemów IT do nowych wymogów;
- Zwiększenie nakładów finansowych na cyberbezpieczeństwo;
- Potrzeba przeszkolenia personelu, w tym kadry zarządzającej, w zakresie wykrywania i reagowania na incydenty oraz podstawowych zasad cyberhigieny.

Dyrektywa NIS 2 to kolejny krok w kierunku wzmocnienia bezpieczeństwa przedsiębiorstw w obliczu rosnących zagrożeń cyberatakami, kradzieżą danych i pieniędzy. Nowe regulacje nakładają szereg obowiązków na przedsiębiorstwa, ale jednocześnie tworzą spójne ramy ochrony przed cyberzagrożeniami. Firmy, które odpowiednio wcześniej dostosują się do nowych przepisów, zyskają większą odporność na cyberzagrożenia oraz unikną wysokich kar finansowych za nieprzestrzeganie regulacji.



Arkadiusz Stawczyk

Audytor, trener, doradca. Audytor wiodący ISO 27001. Autor licznych polityk i procedur związanych z cyberbezpieczeństwem. W zakresie szkoleń i doradztwa, specjalizuje się w tematach związanych z cyberzagrożeniami, bezpieczeństwem informacji i ochroną danych osobowych.



Urszula Gierczarz

Kancelaria Prawna Anna Gierczarz, prawniczka, specjalistka ds. ochrony danych osobowych i NIS 2.



Zmieniam liczby w wizję, a marzenia w rzeczywistość

Joanna Słowik
tel. 721-950-758 <http://rachasist.pl/>

Wywiad z Joanną Słowik, wizjonerką biznesu 2025 roku.

Pani Słowik, rok 2025 przynosi ogromne wyzwania dla przedsiębiorców. Jednak patrząc na Pani osiągnięcia, jedno jest pewne – potrafi Pani zamieniać trudności w sukcesy. Co Panią wyróżnia?

Kieruję się zasadą: „Nie wystarczy działać – trzeba działać z wizją”. Moje biuro rachunkowe to centrum strategii, w którym liczby stają się mapą prowadzącą do celów klientów. Szkolenia, które prowadzę, dostarczają praktycznych wskazówek, zmieniając biznesy w sprawnie funkcjonujące organizacje. Z pasją zarządzam restauracjami, gabinetami kosmetycznymi i fryzjerskimi, a także wspieram rozwój wyjątkowej winnicy. Dzięki temu znam wyzwania przedsiębiorców z perspektywy codziennej pracy operacyjnej. Nie tylko dbam o ich księgowość, ale również doradzam strategicznie i dzielę się wiedzą. Dla mnie sukces to rozwój firm, które wspieram, oraz spełnianie marzeń ich właścicieli.

Z jednej strony biuro rachunkowe – świat liczb i analiz, z drugiej – restauracje, gabinety fryzjerskie czy winnica, pełne pasji i kreatywności. Jak udaje się Pani łączyć te tak różne światy w jeden sukces?

Na pierwszy rzut oka może się tak wydawać, ale w rzeczywistości te obszary mają ze sobą wiele wspólnego. W biurze rachunkowym liczą się precyzja, strategiczne myślenie i dbałość o szczegóły – dokładnie tak samo jak w prowadzeniu restauracji czy gabinetów. Jednak w każdej z tych dziedzin kluczowe są także relacje – zarówno z klientami, pracownikami, jak i partnerami biznesowymi.

Pani Słowik, wiele osób uważa Panią za prawdziwą inspirację w biznesie. Czy zawsze czuła Pani, że różnorodność działań to Pani sposób na sukces?

Nie zawsze. Zaczynałam od księgowości, ale szybko dostrzegłam, że przedsiębiorcy potrzebują nie tylko księgowej, lecz także partnera biznesowego. Szkolenia były naturalnym krokiem, wynikającym z chęci dzielenia się wiedzą. A winnica? To była okazja, by stworzyć coś od podstaw, z myślą o przyszłości – w moim stylu, z rozmachem.

Co według Pani najbardziej inspiruje Pani klientów i współpracowników? Dlaczego chcą pracować właśnie z Panią?

W rachunkowości widzę przyszłość firmy, w szkoleniach – rozwój uczestników, a w winnicy – potencjał każdego winogrona. Klienci

doceniają, że prowadzę ich i inspiruję do odwagi w działaniu. Pokazuję im, że można działać inaczej – skuteczniej, mądrzej i z większą pewnością siebie.

Jak wygląda Pani dzień? Trudno uwierzyć, że można jednocześnie prowadzić biuro, szkolić i zarządzać innymi biznesami.

Mój dzień to dobrze zaplanowana układanka, w której każdy element ma swoje miejsce. Rano zajmuję się biurem rachunkowym – analizami i kontaktami z klientami. Po południu prowadzę szkolenia lub pracuję nad nowymi materiałami, bo uwielbiam inspirować innych. Mój sekret? Dyscyplina, świetny zespół i pasja do tego, co robię.

Co uważa Pani za swoje największe osiągnięcie?

Największym osiągnięciem jest dla mnie to, że inspiruję innych do działania. Kiedy słyszę od ludzi, że dzięki mnie uwierzyli w siebie i swoje możliwości – to najlepsza nagroda.

Jaki jest Pani największy cel na rok 2025?

Chcę, by moje biuro stało się symbolem nowoczesnego podejścia do biznesu – miejscem, gdzie przedsiębiorcy znajdują rozwiązania i uczą się, jak unikać problemów. Planuję także rozwinąć szkolenia i stworzyć platformę online, by dotrzeć do jeszcze większej liczby osób.

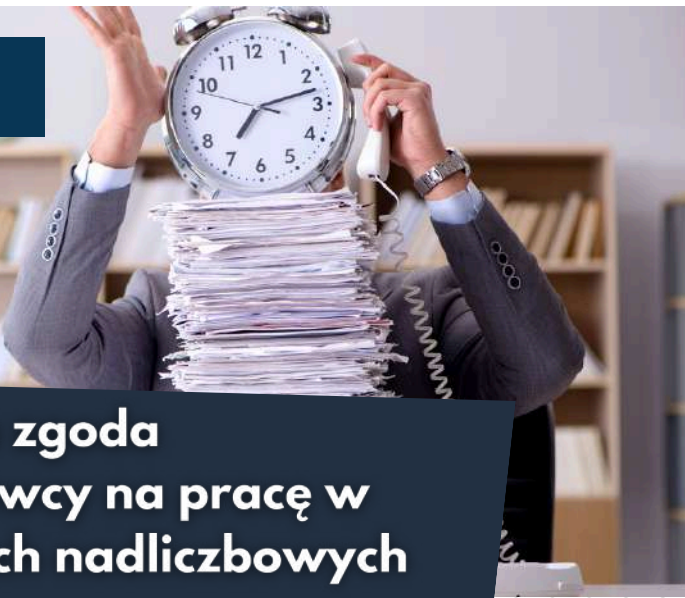
Jakie przesłanie ma Pani dla naszych czytelników?

Nie bójcie się być sobą i marzyć odważnie. Sukces to efekt codziennych decyzji, a nie kwestia szczęścia. Jeśli czujecie, że utknęliście – zmieńcie kurs. Życie jest zbyt krótkie, by nie realizować swoich pasji.

Ostatnie pytanie: Jak chciałaby Pani, by zapamiętano Panią za 20 lat?

Jako osobę, która nie tylko osiągała sukcesy, ale także inspirowała innych do działania. Chciałabym, by mówiono: „Dzięki niej uwierzyłem, że mogę więcej.”

Biuro Rachunkowe RACHASIST



Michał Szuszczyński
SZUSZCZYŃSKI KAMIŃSKA
Kancelaria Prawa Pracy

Milcząca zgoda pracodawcy na pracę w godzinach nadliczbowych

Choć przyjęło się uważać, iż szczególne potrzeby pracodawca wyraża poleceniem, to wykonywać pracę nadliczbową można także za wiedzą i zgodą (choćby milcząca) pracodawcy, gdy pracownik działa w jego interesie. Polecenie pracy w godzinach nadliczbowych nie wymaga bowiem szczególnej formy – wystarczająca jest dorozumiana zgoda pracodawcy. Takie stanowisko wyraził Sąd Najwyższy w postanowieniu z 11 stycznia 2024 r. (III PSK 38/23).

✓ Stan faktyczny:

Pracownik był zatrudniony na stanowisku nadsztygara i obowiązywała go szczególna, 7,5 godzinna norma czasu pracy. W toku procesu pierwszoinstancyjnego ustalono, iż pracownik w rzeczywistości rozpoczynał pracę o godz. 6:00 i kończył po godz. 14:00. W zakładzie pracy przez większość okresu zatrudnienia pracownika była prowadzona ewidencja czasu pracy poprzez sporządzanie przez kierownika komórki organizacyjnej raportów dobowych, które następnie były przekazywane do działu personalnego. W ostatnich miesiącach zatrudnienia pracownika czas pracy był ewidencjonowany przy użyciu elektronicznej aplikacji. W związku z przejściem pracownika na emeryturę stosunek pracy został rozwiązany za porozumieniem stron. Pracownik wystąpił następnie do sądu z powództwem o przyznanie mu wynagrodzenia za pracę w godzinach nadliczbowych i o wyrównanie innych świadczeń, m.in. nagrody jubileuszowej oraz nagrody z zysku.

✓ Stanowisko sądów:

Sąd I instancji uznał, iż pracownik wykonywał pracę w godzinach nadliczbowych i zasądził na jego rzecz wynagrodzenie z tego tytułu. Ww. rozstrzygnięcie sąd poparł tym, iż pracownik pracował przez ponad 8 godzin dziennie (mimo, iż obowiązywała go 7,5 godzinna dobową normą czasu pracy). Sąd ten wskazał, iż ww. okoliczności potwierdziły raporty dobowe i dane z logowania komputera pracownika, uznając jednocześnie, iż pracownik – pomimo, iż nigdy nie otrzymał pisemnego polecenia wykonywania pracy w nadgodzinach – otrzymywał takie polecenia w formie ustnej.

Sąd II instancji nie zgodził się z wyrokiem pierwszoinstancyjnym i powództwo oddalił, stając na stanowisku, iż to pracownik, który wnosi o wypłatę wynagrodzenia za pracę w godzinach nadliczbowych, winien to żądanie udowodnić. Sąd przyznał, że – owszem – nieprawidłowe ewidencjonowanie czasu pracy przez pracodawcę wywołuje negatywne dla pracodawcy skutki (jeżeli pracownik poprzez inne środki dowodowe udowodni, iż pracował w godzinach nadliczbowych) jednakże pracownik nie zdołał tego wykazać. Sąd Najwyższy uznał, iż skarga kasacyjna nie nadaje się do merytorycznego rozstrzygnięcia, zatem odmówił przyjęcia jej do rozpoznania.

Co jednak istotne – Sąd Najwyższy wskazał, iż w orzecznictwie przyjął się jednolity pogląd, zgodnie z którym możliwe jest wykonywanie pracy w godzinach nadliczbowych nawet bez wyraźnego polecenia pracodawcy, gdy działanie pracownika leży w interesie zakładu pracy, a wiedza, czy zgoda (choćby milcząca) pracodawcy została wyrażona w sposób dorozumiany.

✓ Komentarz ekspercki:

Zgodnie z przepisami Kodeksu pracy praca w godzinach nadliczbowych (a więc praca ponad obowiązujące normy czasu pracy) jest dopuszczalna w razie konieczności prowadzenia akcji ratowniczej w celu ochrony życia lub zdrowia ludzkiego, ochrony mienia lub środowiska albo usunięcia awarii, a także w razie szczególnych potrzeb pracodawcy.

Pracodawca może wydać pracownikowi polecenie wykonywania pracy w godzinach nadliczbowych w dowolnej formie. Może być to forma dorozumiana, przy czym pracodawca musi mieć co najmniej świadomość (wiedzę) o wykonywaniu przez pracownika pracy w godzinach nadliczbowych. Posiadanie tej wiedzy, przy jednoczesnym braku sprzeciwu ze strony pracodawcy, może zostać potraktowane jako „milczące” polecenie wykonywania pracy w godzinach nadliczbowych.

Chcąc ograniczyć ryzyka związane z tzw. „samowolnymi” nadgodzinami pracowników warto zatem zastanowić się nad wprowadzeniem procedur regulujących tę materię, które wskazywać będą, kto, w jakiej formie oraz w jakich okolicznościach ma prawo wydawać pracownikom polecenia wykonywania rzeczonych pracy i w jaki sposób ta praca jest następnie potwierdzana i rozliczana. Sam bowiem argument pracodawcy „Nie wydawałem polecenia, więc nadgodzin nie było”, może okazać się niewystarczający w razie sporu sądowego. Powyższe nabiera szczególnego znaczenia zwłaszcza w dobie coraz bardziej zyskującej na popularności pracy zdalnej, w przypadku której kontrola czasu pracy pracowników jest znacznie ograniczona. I w tym jednak przypadku istnieją mechanizmy pozwalające zabezpieczyć interesy pracodawcy.



ZAKŁAD
UBEZPIECZEŃ
SPOŁECZNYCH



Pomoc z ZUS dla przedsiębiorców poszkodowanych w powodzi

Płatnicy poszkodowani w ostatniej powodzi mogą wnioskować o umorzenie składek. Warunkiem umorzenia będzie spadek przychodu z prowadzonej działalności o co najmniej 40 proc. między wrześniem 2024 r. a wrześniem 2023 r. albo październikiem 2024 r. a październikiem 2023 r. Jeżeli natomiast płatnik składek rozpoczął działalność w 2024 r., będzie to okres - wrzesień 2024 r. do sierpnia 2024 r.

Umorzone zostaną składki na ubezpieczenia społeczne, ubezpieczenie zdrowotne, Fundusz Pracy, Fundusz Solidarnościowy, Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych lub na Fundusz Emerytur Pomostowych. We wniosku płatnik może wskazać miesiące, które przypadają za okres od 1 sierpnia do 31 grudnia 2024 r. Umorzenie dotyczy składek należnych od wszystkich ubezpieczonych, których płatnik zgłasza.

Wnioski o umorzenie mogą składać płatnicy składek poszkodowani w wyniku wrześniowej powodzi. Dotyczy to również tych, którzy opłacili składki za okres od 1 sierpnia do 31 grudnia 2024 r.

Wniosek o umorzenie będą mogli złożyć także płatnicy, którzy mają ustalony nowy termin płatności składek na 15 września 2025 r. oraz tych, którzy mają zawartą z ZUS umowę o rozłożenie należności na raty lub o odroczenie terminu płatności składek.

Poza umorzeniem składek, przedsiębiorcy poszkodowani w wyniku powodzi mogą skorzystać także z innych form pomocy oferowanych przez ZUS. Jeszcze do 16 marca mogą składać wnioski o świadczenie interwencyjne. Świadczenie przysługuje, co do zasady, w wysokości wskazanej przez przedsiębiorcę we wniosku. Przedsiębiorca wskazuje w jaki sposób ma być ustalona wysokość świadczenia interwencyjnego tj.: czy jako iloczyn 16 tys. zł i liczby osób zgłoszonych do ubezpieczeń w ZUS czy równowartość 75% średniomiesięcznego przychodu z działalności gospodarczej za 2023 rok. Mogą je otrzymać przedsiębiorcy, którzy bezpośrednio w wyniku powodzi poniosły szkodę materialną uniemożliwiającą dalsze prowadzenie działalności.

Płatnicy mogą także skorzystać z odroczenie terminu opłaty składek. Oznacza to, że będą mogli przesunąć termin płatności i tym samym uniknąć naliczenia odsetek. Wniosek o odroczenie należy złożyć najpóźniej w dniu terminu płatności składek za dany miesiąc.

Indywidualną pomocą w skompletowaniu oraz wypełnieniu niezbędnych dokumentów służą powołani w oddziałach ZUS doradcy do spraw ulg i umorzeń.

Ważne

W przypadku płatników, którzy opłacają składki na własne ubezpieczenia, umorzenie może mieć negatywny wpływ na prawa do przyszłych świadczeń z ZUS i na ich wysokość. Płatnik nie będzie miał bowiem ewidencjonowanej składki za okres umorzenia.

Jakie należności można umorzyć?

Na podstawie ustawy powodziowej możesz uzyskać umorzenie należności z tytułu składek na:

- ubezpieczenia społeczne,
- ubezpieczenie zdrowotne,
- Fundusz Pracy,
- Fundusz Solidarnościowy,
- Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych lub
- Fundusz Emerytur Pomostowych.

Kontakt do doradców ds. ulg i umorzeń w ZUS
Oddział ZUS w Gorzowie Wielkopolskim tel.:

- 95 739 53 79
- 95 739 53 78
- 95 739 52 67
- 95 739 53 51

Oddział ZUS w Zielonej Górze :

- 68 329 43 86
- 68 329 43 87
- 68 329 44 61
- 727 690 757
- 68 363 21 50
- 68 363 21 54
- 68 363 21 49



Agata Muchowska
Regionalna rzeczniczka prasowa ZUS

Zmiany w podatkach w 2025 roku

Od 1 stycznia zmieniły się właściwie wszystkie główne podatki: PIT, CIT, VAT, akcyza, a także podatek od nieruchomości. Zmiany w podatkach omawia Sylwia Śramkiewicz.

Zwolnienia z VAT dla podmiotów działających w Polsce i Unii Europejskiej

W wyniku nowelizacji ustawy o VAT dokonano implementacji do krajowego porządku prawnego unijnych przepisów i wprowadzono zmiany w wyniku których podmiotowe zwolnienie z VAT przysługuje zarówno podatnikom posiadającym siedzibę działalności gospodarczej na terytorium kraju jak i podatnikom posiadającym siedzibę działalności w państwie członkowskim innym niż Polska. Analogicznie polscy podatnicy mogą stosować zwolnienie z VAT w innym kraju unijnym niż Polska. Nie przysługuje ono natomiast podatnikom posiadającym siedzibę działalności gospodarczej w państwach trzecich. Nowe zasady nazywane są procedurą SME (procedurą dla małych przedsiębiorstw).

Zmiany w procedurze kontroli skarbowej

Szykują się zmiany w zakresie zasad przeprowadzania kontroli u przedsiębiorców. Częstotliwość kontroli ma być uzależniona od oceny ryzyka danego przedsiębiorstwa. W przypadku niskiego ryzyka kontrola będzie przeprowadzana nie częściej niż raz na 5 lat, w przypadku średniego ryzyka, nie częściej niż raz na 3 lata, a w przypadku wysokiego ryzyka, nie częściej niż raz na 2 lata. Ponadto skróceniu ma ulec czas przeprowadzania czynności sprawdzających u mikro przedsiębiorców, a organy kontroli mają publikować okresowe plany kontroli i analizy prawdopodobieństwa naruszenia prawa w ramach wykonywania działalności gospodarczej.

Podniesienie limitu dla Ksiąg Rachunkowych

Limit przychodów wyznaczający obowiązek prowadzenia ksiąg rachunkowych przez osoby fizyczne, spółki cywilne osób fizycznych, spółki jawne osób fizycznych, spółki partnerskie oraz przedsiębiorstwa w spadku został zwiększony z 2.000.000 euro do 2.500.000 euro. Nowy limit ma zastosowanie po raz pierwszy do roku obrotowego rozpoczynającego się po 31 grudnia 2024 r. Aby ustalić wielkości przychodów w celu porównania ich z limitem 2.500.000 euro należy uwzględnić przychody z roku obrotowego rozpoczynającego się po 31 grudnia 2023 r. Podsumowując, wymienione podmioty wykonujące działalność gospodarczą są zobowiązane do prowadzenia w 2025 r. ksiąg rachunkowych, jeśli ich przychody za 2024 r., wyniosły co najmniej 10.711.500 zł.

foto: Biuro Finansowo – Księgowe Sylwia Śramkiewicz.

Sylwia Śramkiewicz

Właścicielka Firmy Biuro Finansowo – Księgowe Sylwia Śramkiewicz.

W 2024 roku ustawodawca podatkowy nie próżnował i przygotował m.in.: kasowy PIT, możliwość skorzystania ze zwolnienia z VAT dla podmiotów działających w Polsce i Unii Europejskiej, zwiększenie od marca akcyzy na wyroby tytoniowe i wiele innych. Ważną zmianą dla przedsiębiorców jest podniesienie limitu dla ksiąg rachunkowych, zmniejszenie limitu dla statusu małego podatnika, a dla dużych podmiotów nowy JPK_CIT oraz globalny podatek minimalny (tzw. wyrównawczy).

Kasowy PIT

Kasowy PIT dedykowany jest przedsiębiorcom o przychodach do 250 tys. Euro. Umożliwia on uznanie za datę uzyskania przychodu, datę w jakiej zostanie uregulowana należność, w tym zapłacona zaliczka, przedpłata czy rata. Po upływie dwóch lat od daty wystawienia faktury podatnik będzie zobowiązany rozpoznać przychód, nawet jeśli do tego czasu nie otrzyma od kontrahenta zapłaty. Warunkiem zastosowania rozliczenia kasowego będzie właściwe udokumentowanie transakcji czyli wystawienie faktur w prawidłowych terminach. Co istotne zastosowanie kasowego rozliczenia PIT nie będzie miało wpływu na sposób rozliczenia podatku dochodowego przez naszych kontrahentów.

Podatek minimalny

W 2025 r. firmy, które za ubiegły rok podatkowy wykazały stratę lub niską rentowność, będą zobowiązane do uregulowania 10% podatku minimalnego. Danina ta wprowadzona została w ramach Polskiego Ładu, ale w tym roku będzie opłacana po raz pierwszy. Podatek minimalny wymierzony jest w przedsiębiorstwa, które mimo osiągania znaczących przychodów wykazują znikome lub zerowe dochody, unikając w ten sposób opodatkowania. W kręgu zainteresowania ustawodawcy są podatnicy CIT którzy ponieśli stratę z działalności gospodarczej albo, osiągnęli udział dochodów w przychodach z działalności gospodarczej na poziomie nie większym niż 2%. Z tej grupy wyłączono jednak różne grupy podatników, uznając ich nierentowność lub straty, za przejściowe lub usprawiedliwione okolicznościami albo charakterem prowadzonej działalności gospodarczej. Zwolnienie to obejmuje m.in. małych podatników.

Sylwia Śramkiewicz

Dyplomowana księgowa z wieloletnim doświadczeniem w obsłudze podmiotów gospodarczych różnych branż. Od 2010 roku właścicielka Firmy Biuro Finansowo – Księgowe Sylwia Śramkiewicz.



Państwowa Inspekcja Pracy odpowiada na pytania przedsiębiorców

W ramach umowy o pracę zatrudniamy pracownika, który korzysta z przerwy na karmienie jednego dziecka dwa razy po pół godziny. Obecnie dziecko ukończyło 3 rok życia. Czy jest jakiś graniczny wiek dziecka, który będzie uprawniał pracownika do korzystania z tego uprawnienia?

Zgodnie z art. 187 § 1 ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeksu pracy[1], pracownica karmiąca dziecko piersią ma prawo do dwóch półgodzinnych przerw w pracy wliczanych do czasu pracy. Pracownica karmiąca więcej niż jedno dziecko ma prawo do dwóch przerw w pracy, po 45 minut każda. Przerwy na karmienie mogą być na wniosek pracownicy udzielane łącznie.

§2. Pracownicy zatrudnionej przez czas krótszy niż 4 godziny dziennie przerwy na karmienie nie przysługują. Jeżeli czas pracy pracownicy nie przekracza 6 godzin dziennie, przysługuje jej jedna przerwa na karmienie.

Powyższy przepis nie wprowadza żadnych ograniczeń czasowych dotyczących korzystania przez pracownicę z ww. uprawnienia, ani nie uzależnia uprawnienia o przerw od wieku dziecka. Zatem pracodawca jest zobowiązany udzielić pracownicy ww. przerwy, dopóki karmi ona piersią.

Ponadto nie istnieją też szczególne wymagania co do tego, jak pracownica ma udowodnić fakt karmienia dziecka piersią. Kodeks pracy nie wymaga przedłożenia pracodawcy stosownego zaświadczenia lekarskiego. Wystarczające powinno być samo oświadczenie pracownicy w tym zakresie. Nie ma podstaw prawnych do żądania od pracownicy karmiącej dziecko piersią przedstawienia zaświadczenia lekarskiego, potwierdzającego tę okoliczność. Żadne przepisy prawne nie przewidują również obowiązku wystawiania przez lekarzy takiego zaświadczenia[2].

Pracownikowi kończy się umowa o pracę na czas określony, która trwała blisko 2 lata. Nie chcemy zawierać kolejnej umowy o pracę. Czy musimy pracownikowi podać przyczyny, dla których nie chcemy zatrudnić go na kolejną umowę o pracę?

Umowa o pracę na czas określony to rodzaj umowy terminowej, w której strony z góry określają datę końcową obowiązywania umowy. Zgodnie z art. 30 §1 pkt. 4 Kodeksu pracy, umowa na czas określony rozwiązuje się z upływem czasu, na jaki została zawarta, bez konieczności podejmowania dodatkowych działań ze strony pracownika lub pracodawcy.

Orzecznictwo sądowe potwierdza, że w przypadku zawierania umowy terminowej jej rozwiązanie z upływem terminu na jaki została zawarta następuje bez konieczności składania w tym zakresie dodatkowych oświadczeń woli. Jak wskazał Sąd Najwyższy, w wyroku z dnia 7 września 2017 roku rozwiązanie terminowej umowy o pracę z upływem uzgodnionego terminu jej obowiązywania następuje z woli stron wyrażonej przy jej zawarciu, a w konsekwencji do wywołania skutku rozwiązującego taką umowę nie jest potrzebne żadne dalsze oświadczenie woli pracodawcy składane w dacie upływu uzgodnionego okresu obowiązywania (trwania) terminowego stosunku pracy (Wyrok Sądu najwyższego z 7.09.2017 r., III PK 124/16).

Jednocześnie w Kodeksie pracy nie ma obowiązku podania przez pracodawcę pracownikowi uzasadnienia nie zawarcia z nim kolejnej umowy o pracę, po umowie na czas określony.

[1] Dz. U. z 2023 r., poz. 1465 ze zm.

[2] zob. Magdalena Rycak odpowiedź na pytanie z dnia 14 lutego 2017 r., opublikowana: QA 822337, LEX/el.; Artur Paszkowski, odpowiedź na pytanie z dnia 27 września 2010 r., opublikowana: QA 153145, LEX/el.; Marta Handzlik, odpowiedź na pytanie z dnia 22 marca 2022 r., opublikowana: QA 1923742, LEX/el.; Mateusz Jakubik, odpowiedź na pytanie z dnia 18 maja 2019 r., opublikowana: QA 1233955, LEX/el.

Psychologiczna Diagnoza w Organizacji

...czyli jak łącząc psychologię z biznesem, możesz w adekwatny i spójny sposób odpowiedzieć na potrzeby pracowników, nie gubiąc przy tym celów biznesowych.

Organizacja to żywy organizm, w którym każda część wpływa na całość. Gdy jedna z jego części nie funkcjonuje prawidłowo, szybko odbija się to na reszcie systemu. Dlatego tak ważne jest przeprowadzenie diagnozy przed wprowadzeniem zmian czy form rozwojowych dla pracowników (np. coachingu, warsztatów). Pracując z biznesem obserwuję, że dzięki diagnozie można trafnie określić, które obszary wymagają poprawy, jakie są źródła problemów i jakie działania podjąć, aby przyniosły najlepsze efekty. Diagnoza pozwala uniknąć „domysłów” i „przypadkowych działań” w usprawnieniu relacji i współpracy w zespołach, pozwala ocenić trudności - konflikty, brak motywacji, nieporozumienia, problemy z realizacją zadań.

Proces diagnozy, składa się z kilku kluczowych etapów:

WYZWANIE - I etap to identyfikacja wyzwań, z jakimi boryka się organizacja - definiujemy konkretne obszary do badania, ustalamy cele pracy

ODPOWIEDŹ - II etap to kontraktowanie działań - ustalamy m.in. co będziemy badać? kto bierze udział w diagnozie? rozwiewamy nadzieje i obawy związane z procesem diagnozy

DIAGNOZA - III etap to działania związane z diagnozą - przeprowadzenie wywiadów z pracownikami z różnych szczebli - po wywiadach wchodzi analiza wyników i opracowanie wniosków

REKOMENDACJE - IV etap to przedstawienie wyników i zaproszenie do wspólnej dyskusji, refleksji oraz rekomendacji działań - czyli co robimy z tym, czego się dowiedzieliśmy? od czego rozpoczynamy interwencje?

Spojrzenie na organizację całościowo, przyczynia się do świadomego zarządzania, budowania spójnego leadershipu, adekwatnego i transparentnego funkcjonowania firmy. Warsztaty są wtedy „uszyte na miarę” bo wiemy czego w organizacji potrzeba.

Analiza Transakcyjna jako narzędzie psychologicznej diagnozy

Psychologiczna Diagnoza Organizacji oparta o narzędzia Analizy Transakcyjnej to proces, który pozwala na zrozumienie dynamiki relacji w firmie, identyfikację problemów relacyjnych oraz opracowanie strategii poprawy funkcjonowania organizacji.



foto: BTwój Coach

Ania Andrysiak
Właścicielka firmy Twój Coach

Analiza Transakcyjna (AT) to psychologiczna koncepcja stosunków międzyludzkich, komunikacji i społecznych zachowań. AT pozwala na ocenę stanu organizacji na pięciu poziomach: OSOBA, RELACJE, ORGANIZACJA, KULTURA i ENERGIA. To podejście umożliwia zrozumienie, jak funkcjonują poszczególne jednostki oraz całe zespoły, jakie są relacje, jak kultura organizacyjna wpływa na efektywność pracy, z jaką energią i motywacją mamy do czynienia. AT dostarcza narzędzi do analizy interakcji w zespołach, gier psychologicznych oraz schematów, w które wchodzimy. Analizujemy przepływ informacji, osobiste postawy i style pracy.

Dlaczego warto przeprowadzić diagnozę?

Psychologiczna diagnoza organizacji z wykorzystaniem Analizy Transakcyjnej to cenne narzędzie, które pozwala na zrozumienie dynamiki relacji w firmie i sprawną identyfikację przyczyn problemów organizacyjnych. Po diagnozie możliwe jest opracowanie skutecznych strategii poprawy funkcjonowania organizacji i budowanie silnego, zmotywowanego zespołu.

Ania Andrysiak

Psycholog, coach, trener kompetencji społecznych w biznesie, praktyk Analizy Transakcyjnej w organizacji. Pracuje z szefami firm i kadrą zarządzającą, pomagając odzyskać energię i spokojną głowę. Autorka programu Psychologia Lidera. Prowadzi firmę Twój Coach <https://twoj.coach>

REKLAMA

Porównaj wynagrodzenia z rynkiem

Weź udział w badaniu





fot. Pracowici S.A.

Katarzyna Dąderewicz
Prezes Pracowici S.A.



Nowa rzeczywistość rekrutacyjna

Jakie kompetencje będą kluczowe na rynku pracy w najbliższej dekadzie – i jak je znaleźć?

Rynek pracy w Polsce dynamicznie się zmienia. Firmy, które potrafią skutecznie identyfikować i pozyskiwać pracowników z odpowiednimi umiejętnościami, zyskują przewagę konkurencyjną. Jakie kompetencje będą najważniejsze i jak zadbać o ich obecność w organizacji?

1. Kompetencje cyfrowe – fundament nowoczesnej firmy

Znajomość narzędzi cyfrowych, analiza danych czy automatyzacja procesów to standard w każdej branży.

Co mogą zrobić firmy?

Rekrutując, warto zwracać uwagę nie tylko na obecne kompetencje kandydatów, ale także na ich otwartość na naukę i adaptację do nowych technologii.

2. Adaptacyjność i chęć do nauki

Zmiany na rynku wymagają elastyczności i gotowości do przekwalifikowania.

Co mogą zrobić firmy?

W procesie rekrutacji warto oceniać learnability – zdolność do nauki i dostosowania się do nowych wyzwań.

3. Umiejętność pracy w zespołach rozproszonych

Praca hybrydowa i zdalna wymaga organizacji pracy, efektywnej komunikacji online i budowania relacji na odległość.

Co mogą zrobić firmy?

Dobrze zaprojektowany proces rekrutacyjny pomaga ocenić, czy kandydat ma kompetencje do pracy w zespole rozproszonym. Warto też wdrażać narzędzia wspierające komunikację i zarządzanie projektami, co zwiększa produktywność pracowników niezależnie od ich miejsca pracy.

4. Inteligencja emocjonalna i rozwiązywanie problemów

Automatyzacja przejmuje wiele procesów, ale to ludzie odpowiadają za kreatywne myślenie i zarządzanie relacjami.

Co mogą zrobić firmy?

W procesach rekrutacyjnych warto stosować metody oceny kompetencji miękkich – testy sytuacyjne czy assessment center. Dobrze dobrany zespół, w którym pracownicy potrafią efektywnie współpracować, to podstawa sukcesu każdej organizacji.

5. Kompetencje specjalistyczne

Umiejętności techniczne i specjalistyczne nadal są kluczowe, ale coraz trudniej znaleźć wykwalifikowanych pracowników.

Co mogą zrobić firmy?

Stosowanie elastycznych modeli zatrudnienia i inwestowanie w rozwój kompetencji wewnętrznych ułatwia pozyskanie odpowiednich kandydatów.

Jak skutecznie rekrutować?

- Analiza kompetencji – liczą się nie tylko umiejętności potrzebne dziś, ale i w przyszłości.
- Nowoczesne metody selekcji – testy kompetencji, analiza potencjału, dopasowanie do kultury organizacyjnej.
- Szybkość procesu rekrutacyjnego – najlepsi kandydaci nie czekają tygodniami na decyzję.

W dynamicznych czasach skuteczna rekrutacja i rozwój kompetencji to klucz do sukcesu. Coraz więcej organizacji korzysta z nowoczesnych narzędzi rekrutacyjnych i współpracuje z partnerami specjalizującymi się w dopasowywaniu kandydatów do potrzeb rynku.

Katarzyna Dąderewicz

Posiada ponad dziesięcioletnie doświadczenie w doradztwie HR. Od początku swojej kariery zawodowej związana jest z rekrutacją, zarządzaniem operacyjnym oraz pracą tymczasową. Obecnie pełni funkcję Prezesa Pracowici S.A oraz Dyrektora Operacyjnego w Grupie BISAR, gdzie odpowiada za strategiczny rozwój i zwiększanie konkurencyjności firmy na rynku.

Dwa Centra Integracji Cudzoziemców w Lubuskim

Wojewódzki Urząd Pracy w Zielonej Górze jest odpowiedzialny za utworzenie i prowadzenie dwóch Centrów Integracji Cudzoziemców na terenie woj. lubuskiego: jednego w Zielonej Górze (w ramach projektu dofinansowanego ze środków EFS+) oraz drugiego w Gorzowie Wlkp. (w ramach projektu dofinansowanego ze środków FAMI). Oba mają wspierać cudzoziemców przebywających legalnie na terenie województwa lubuskiego.

Centrum Integracji Cudzoziemców w Zielonej Górze (z siedzibą przy Placu Matejki 19/5a) zostało utworzone w czerwcu 2024 r. w ramach projektu pt. „Twój los w Twoich rękach – wsparcie społeczne i zawodowe cudzoziemców”, współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Społecznego Plus (EFS+) w ramach Priorytetu 6 Fundusze Europejskie na wsparcie obywateli, Działania 6.12 Integracja obywateli państw trzecich Programu Fundusze Europejskie dla Lubuskiego 2021 – 2027. Wsparcie oferowane przez Centrum skierowane jest do cudzoziemców (obywateli państw trzecich – spoza UE), przebywających legalnie na terenie województwa lubuskiego na podstawie dokumentów upoważniających ich do pobytu i/lub pracy.

Uczestnik projektu może skorzystać ze wsparcia dot. integracji społecznej oraz zawodowej. Centrum Integracji Cudzoziemców oferuje migrantom zarówno naukę języka polskiego jak i doradztwo zawodowe, szkolenia zawodowe, refundację specjalistycznych szkoleń zawodowych, a także doradztwo w kwestii zakładania własnej działalności gospodarczej oraz pomocy w legalizacji zatrudnienia. Działania te przekładają się na większą dostępność wykwalifikowanych pracowników na rynku pracy, lepszą adaptację cudzoziemców w miejscu pracy oraz zredukowanie barier językowych, co prowadzi do poprawy efektywności pracy, jak i zmniejsza nieporozumienia na linii pracownik - pracodawca. Nadal mamy „rynek pracownika” i problem niedoboru pracowników w wielu zawodach pozostaje aktualny. Lepsza integracja cudzoziemców na rynku pracy oznacza większą siłę nabywczą, co przekłada się na rozwój lokalnej gospodarki.

Centrum Integracji Cudzoziemcom w Zielonej Górze wsparło swą pomocą już ponad 660 cudzoziemców z różnych krajów takich jak: Ukraina, Rosja, Filipiny, Kolumbia, Białoruś, Izrael, Mołdawia, Indie, Mongolia, Nepal, Tajlandia, Brazylia, Meksyku, Serbia.

Warto również zaznaczyć, że podobne Centrum Integracji Cudzoziemców planowane jest do utworzenia w Gorzowie Wlkp. w ramach projektu „Akcja – Migracja.

Lubuskie Centrum Integracji Cudzoziemców”, współfinansowanego ze środków Funduszu Azylu, Migracji i Integracji (FAMI). Wsparcie oferowane przez ww. Centrum powinno rozpocząć się w lipcu 2025 r. i oferować następujące formy wsparcia:

- wsparcie informacyjno-doradcze,
- kursy nauki języka polskiego jako obcego,
- opieka psychologiczna dla dzieci,
- wsparcie w zakresie legalizacji pobytu,
- wsparcie prawne w zakresie zatrudnienia i praw pracowniczych,
- kursy adaptacyjno/orientacyjne,
- działania mające na celu przeciwdziałanie przemocy domowej i handlowi ludźmi,
- szkolenia dla pracowników oświaty, administracji publicznej oraz personelu projektu z zakresu integracji i pracy ze społeczeństwem wielokulturowym,
- działania mające na celu wsparcie współpracy organów administracji publicznej świadczących usługi i wsparcie dla obywateli państw trzecich,
- działania promocyjno-informacyjne poprzez stronę internetową i konta w mediach społecznościowych informujące o działaniach projektowych CIC i promujące wsparcie, służące rekrutacji na poszczególne wydarzenia.

Spodziewanym efektem oferowanego przez Centra wsparcia jest pomoc cudzoziemcom w wejściu na rynek pracy, co przyczyni się do rozwoju regionu.

Dzięki działaniu ww. Centrów Integracji Cudzoziemców nasze województwo zyska lepiej zintegrowane społeczeństwo, które będzie sprawniej funkcjonować zarówno w aspekcie społecznym jak i zawodowym, a także kulturowym i językowym.

Maciej Rogaliński

Kierownik Zespołu ds. Cudzoziemców
Centrum Integracji Cudzoziemców w Zielonej Górze
Wojewódzki Urząd Pracy w Zielonej Górze



Zewnętrzny dyrektor finansowy - elastyczne rozwiązanie dla nowoczesnych firm

Grzegorz Łochowski
Założyciel c-partner.pl

Przedsiębiorcy, w miarę rozwoju swoich firm, potrzebują coraz bardziej zaawansowanego wsparcia w zakresie zarządzania finansami. Taka potrzeba pojawia się na kilku płaszczyznach, między innymi analityki rentowności linii biznesowych czy zarządzania lub prognozowania przepływów pieniężnych, oceny opłacalności projektów inwestycyjnych.

W miarę rozwoju przedsiębiorstwa, właściciele firm, stają przed coraz bardziej złożonymi wyzwaniami finansowymi. Pytania o rentowność biznesu, płynność finansową czy opłacalność planowanych inwestycji stają się codziennością. W takich sytuacjach wielu przedsiębiorców zwraca się do swoich księgowych, jednak ich zakres obowiązków ogranicza się do ewidencji zdarzeń gospodarczych i rozliczeń podatkowych. Odpowiedzią na te potrzeby jest zewnętrzny dyrektor finansowy (ZDF) – specjalista, który łączy doświadczenie z wiedzą praktyczną, wspierając zarządzanie finansami firmy.

Zewnętrzny dyrektor finansowy dostarcza przedsiębiorcom narzędzi i danych niezbędnych do podejmowania świadomych decyzji. Jego rola wykracza daleko poza standardowe raportowanie finansowe i obejmuje m.in.:

- **Analizę rentowności działalności** – ZDF pomaga zidentyfikować najbardziej dochodowe produkty, usługi czy klientów, co pozwala przedsiębiorcy lepiej zarządzać strategią cenową i rozwojem firmy.
- **Optymalizację struktury kosztów** – Przeprowadza szczegółową analizę kosztów i wskazuje obszary, w których możliwe jest ich ograniczenie bez utraty jakości produktów czy usług.
- **Prognozowanie przepływów pieniężnych** – Dzięki szczegółowej analizie cash flow ZDF doradza, kiedy firma może bezpiecznie inwestować i zwiększać zaangażowanie kapitałowe.
- **Budżetowanie i kontrolę kosztów** – Regularne raportowanie pozwala monitorować i optymalizować wyniki finansowe oraz szybko reagować na odchylenia od założeń budżetowych.
- **Automatyzację procesów finansowych** – Wdraża narzędzia do automatyzacji i analizy danych, co przyspiesza podejmowanie decyzji i minimalizuje ryzyko błędów.

Kto może skorzystać ze wsparcia ZDF?

Zewnętrzny dyrektor finansowy jest cennym wsparciem dla różnych typów firm, m.in.:

- **Małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP)** – zwłaszcza w fazie szybkiego wzrostu, gdy kluczowe jest uporządkowanie finansów i uniknięcie niekontrolowanego wzrostu kosztów.
- **Firm produkcyjnych** – które muszą monitorować koszty produkcji, zarządzać magazynem i analizować rentowność poszczególnych produktów.
- **Firm z branży e-commerce i handlu detalicznego** – potrzebujących precyzyjnej analizy rotacji produktów, prognoz cash flow oraz optymalizacji marży.
- **Startupów i firm technologicznych** – w fazie dynamicznego wzrostu, gdzie kluczowe jest prognozowanie i zarządzanie płynnością finansową.
- **Firm rodzinnych** – szczególnie w trakcie sukcesji, które chcą uporządkować swoje finanse i przygotować się do przekazania zarządzania kolejnemu pokoleniu.
- **Firm planujących ekspansję lub pozyskanie inwestora** – dla których kluczowe jest przygotowanie spójnych prognoz finansowych i dokumentacji inwestycyjnej.

Współpraca z zewnętrznym dyrektorem finansowym daje właścicielom firm dostęp do eksperckiej wiedzy, rzetelnych danych i analiz, co pozwala podejmować trafniejsze decyzje, minimalizować ryzyko i skuteczniej realizować strategiczne cele. Korzyścią ze współpracy z zewnętrznym dyrektorem finansowym jest możliwość elastycznego dopasowania zakresu i intensywności współpracy, bez konieczności zatrudniania specjalisty na pełny etat.

Grzegorz Łochowski

Dyrektor finansowy z ponad 20-letnim doświadczeniem. Ekspert w controllingu, finansach i księgowości. Specjalizuje się w optymalizacji procesów finansowych, raportowaniu zarządczym i narzędziach analitycznych wspierających podejmowanie decyzji biznesowych.



BRAND MARKETING

Jak zamieniać klientów w fanów własnej marki?

Każdego dnia przedsiębiorcy są bombardowani hasłami tj. hot lead, branding, AI i Bóg wie, co jeszcze. Samo pojęcie przedsiębiorczości powinno przecież oznaczać, że jesteśmy 'na czasie'. Niestety rzeczywistość okazuje się nieco inna, a my zapominamy, kto jest naszym odbiorcą.

Czym tak naprawdę jest "Branding"?

Wielu naszych klientów myli pojęcie branding z narzędziami, które składają się na branding, ale nim nie są. Identyfikacja wizualna, key visual, typografia, grafika użytkowa to często pojęcia tak samo enigmatyczne, jak te z pierwszego akapitu. Branding to tak naprawdę odczucie na temat marki. Wewnętrzne przekonanie na temat firmy, produktu, osoby lub usługi. Szybki test? Coca-Cola! Zamknijcie oczy i zastanówcie się, z czym kojarzy się tak naprawdę butelka gazowanego napoju?

Odpowiedzi mogą Was zaskoczyć i mogą być całkowicie różne w zależności od Waszego wieku i osobistych doświadczeń. Dla jednych będą to święta, dla innych muzyka, świecąca ciężarówka, a dla jeszcze innych skrzynka zimnych, kapslowanych butelek latem. Taki efekt jest oczywiście zamierzony i wymaga lat ciężkiej pracy nad wizerunkiem. Wielu przedsiębiorców uważa, że logo i wizytówka nadal wystarczy, ale...! Jeżeli to byłaby prawda, to dlaczego Coca-Cola, która dominuje na rynku i każdy na świecie ją zna, wciąż inwestuje w reklamę? No właśnie!

Każdy fan jest lepszy niż klient!

Tutaj zbliżamy się do tego, z czym mam do czynienia na co dzień w swojej pracy. Niezależnie od tego, czy firmy przychodzą do nas po "branding", czy po autorski edytorial - zawsze stawiamy to samo pytanie! "Co należy zrobić, aby klient stał się naszym fanem?" Dlaczego? Ponieważ fani dokonują zakupu na podstawie emocji, relacji i doświadczenia, a nie zimnej kalkulacji.

Gdzie powinniśmy mówić o własnej marce? Jak powinniśmy o niej mówić oraz jak sama marka powinna komunikować się z naszymi odbiorcami? Czy social media to najlepsze rozwiązanie dla mojego biznesu? A może oldschoolowa kampania billboardowa sprawdzi się po prostu lepiej?



Krzysztof Skotnicki
(@pan.odbrandingu)

Właściciel agencji brandingowej Kingslayer

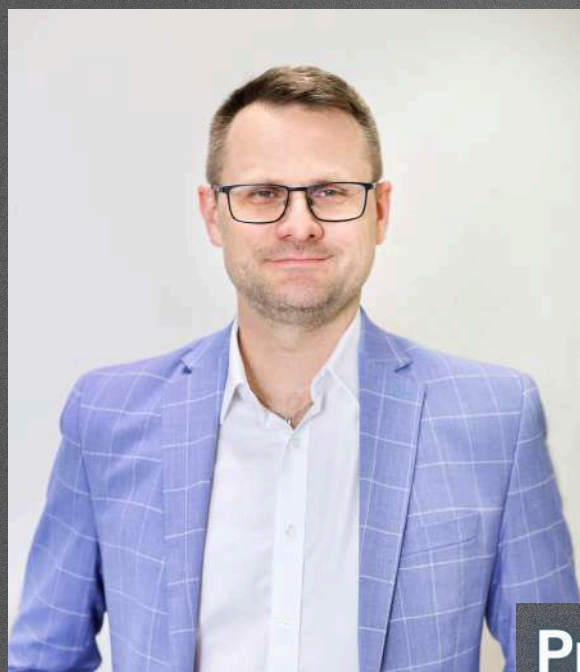
Brand trzeba "poczuć"!

Od początku naszej działalności wiedziałem, że kluczem branding jest "doświadczenie" z marką. Przedsiębiorcy ciągle o tym zapominają, ulegając kolejnym pokusom "szybkich efektów". To jak przejażdżka starym, dobrym Mercedesem. Zapamiętamy nie tylko wrażenia z jazdy, ale i dźwięk i zapach tapicerki. Tak więc, niech wizerunek Waszej marki będzie, jak super auto na czyimś podjeździe. Sztuczka polega na tym, żeby nasz odbiorca nie tylko mógł sobie na nie popatrzeć, ale chciał się nim przejechać.

Jakich narzędzi zatem potrzebujemy? Przede wszystkim dobrej strategii, w miarę poprawnej identyfikacji i dobrych ludzi wokół. Jak ich znaleźć? Potrzeba nieco instynktu. Jeżeli rozmawiacie z kimś, kto zachowuje się bardziej, jak sprzedawca niż doradca to znaczy, że musicie jeszcze chwilę poszukać. Sprawdzajcie case study, zbadajcie realne doświadczenie oraz opinie i zwyczajnie porozmawiajcie. Strategii marki nie załatwili się mailem, ani WhatsApp'em. Uwierzcie mi na słowo!

Krzysztof Skotnicki
(@pan.odbrandingu)

Brand Strategist, Art Director oraz Projektant z 15-letnim doświadczeniem w kreowaniu wizerunku. Właściciel agencji brandingowej Kingslayer Studio oraz założyciel i redaktor naczelny magazynu The ARQ.



Przyszłość branży szkoleniowej – możliwości rozwoju

Mariusz Perkowski
Prezes Zarządu
Open Education Group Sp. z o. o.

O możliwościach pozyskania wsparcia z projektu realizowanego przez Park Technologiczny Interior, Zachodniopomorską Grupę Doradczą i Organizację Pracodawców Ziemi Lubuskiej z Mariuszem Perkowskim, Prezesem Zarządu firmy Open Education Group Sp. z o. o., rozmawia Patrycja Izydorek-Ilnicka z OPZL.

Jak powstała firma i jakie były jej początki na rynku edukacyjnym?
Open Education Group Sp. z o.o. działa od niemal 20 lat, oferując szkolenia i usługi rozwojowe. Początkowo specjalizowaliśmy się w kursach językowych dla firm i instytucji, a obecnie realizujemy szeroki wachlarz usług rozwojowych i projektów. Skupiamy ekspertów w zakresie funduszy unijnych i projektów dofinansowanych. Naszą misją jest propagowanie skutecznych metod nauczania, a co ważniejsze – likwidowanie barier w dostępie do edukacji. Angażujemy się w innowacyjne projekty edukacyjne, wykorzystujące nowoczesne metody nauczania i technologie w edukacji.

Jakie nowoczesne technologie wykorzystują Państwo w swoich rozwiązaniach edukacyjnych? Czy Wasze kursy lub platformy bazują na sztucznej inteligencji, VR lub AR?

W naszej działalności edukacyjnej priorytetem jest skuteczność nauczania i realna zmiana kompetencji, a nie jedynie podążanie za technologicznymi trendami. Dlatego nieustannie badamy i testujemy najnowocześniejsze narzędzia, takie jak AI, VR czy AR, analizując ich rzeczywisty wpływ na efektywność nauki. Wdrażamy rozwiązania, które wspierają rozwój uczestników i zwiększają ich motywację, łącząc innowacyjne technologie z wysoko wykwalifikowanymi trenerami oraz nowoczesnymi metodami dydaktycznymi, takimi jak indywidualizacja, uczenie przez doświadczenie, interdyscyplinarność i wielojęzyczność. Kluczowe jest jednak dla nas dopasowanie narzędzi do realnych potrzeb uczestników, a nie stosowanie technologii dla samej technologii.

Jak oceniają Państwo proces aplikowania o środki z projektu „Usługi Rozwojowe 4.0 - wsparcie podmiotów BUR w obszarze tworzenia, rozwoju i sprzedaży nowych form usług rozwojowych lub wykorzystaniu nowych technologii” oraz proces rozliczenia dofinansowania?

Proces aplikowania o środki z projektu i ich rozliczenie oceniamy bardzo pozytywnie. Operator wykazał się profesjonalizmem, wiedzą, rzetelnością i gotowością do wsparcia, co ułatwiło pozyskanie dofinansowania i jego późniejsze rozliczenie. Dzięki sprawnej komunikacji i doradztwu proces był przejrzysty i bezproblemowy.

W ramach projektu zakupili Państwo licencję Planer BUR. Jakie korzyści płyną z takiego rozwiązania?

Wdrożenie zakupionej licencji jest ściśle powiązane z rozwojem naszej oferty szkoleniowej i zastosowaniem nowych technologii w procesie uczenia. Dzięki temu wprowadziliśmy zdatną formę szkoleń, wcześniej niestosowaną w naszej firmie. Dzięki licencji m.in. zwiększyliśmy dostępność szkoleń eliminując bariery lokalizacyjne, podnieśliśmy jakość usług poprzez usprawnienie organizacji i zarządzania procesem szkoleniowym oraz wprowadziliśmy innowacyjne metody nauczania, odpowiadające na rosnące zapotrzebowanie na elastyczne formy edukacji. Zakupiona licencja pozwoliła nam wdrożyć zupełnie nową usługę szkoleniową, co jest istotnym krokiem w stronę nowoczesnej edukacji i dostosowania się do zmieniającego się rynku.

Jakie są cele branży szkoleniowej dotyczące innowacji edukacyjnych w przyszłości?

Moim zdaniem branża szkoleniowa powinna koncentrować się na innowacjach, które realnie zwiększają skuteczność nauczania i motywację uczestników. Kluczowe kierunki to personalizacja nauki z wykorzystaniem AI, nauka przez doświadczenie dzięki VR i AR, a także interdyscyplinarność i wielojęzyczność, w którą – świadomie czy nie – jesteśmy zanurzeni. Równie istotne jest niwelowanie barier społecznych i finansowych w dostępie do edukacji. W tym kontekście technologia ma sens tylko wtedy, gdy faktycznie wspiera rozwój jednostki i realną zmianę kompetencji.

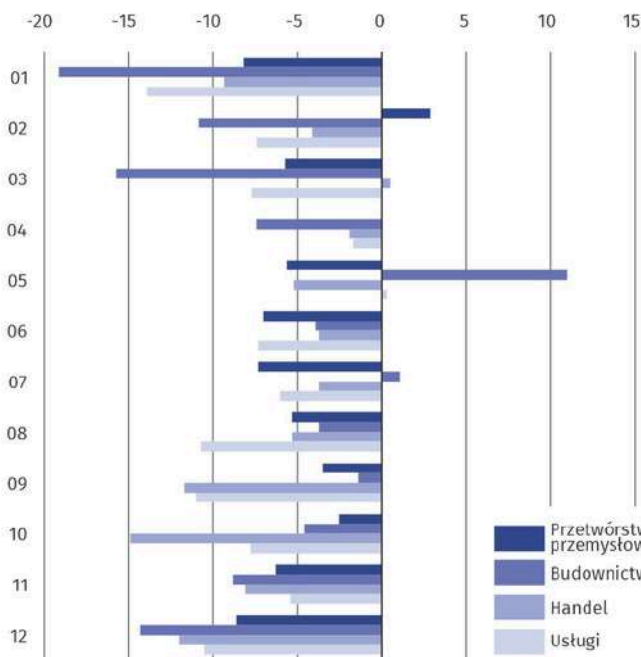
Dziękuję za rozmowę,
Patrycja Izydorek-Ilnicka

Lubuskie firmy w 2024 r. – rok pod znakiem słabszej koniunktury

W 2024 r. wśród przedsiębiorców w województwie lubuskim utrzymywała się przewaga negatywnych nastrojów gospodarczych nad pozytywnymi – regionalny wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury (R-BCI) we wszystkich objętych badaniem koniunkturą obszarach gospodarki kształtował się przeważnie poniżej poziomu neutralnego (tj. równego 0).

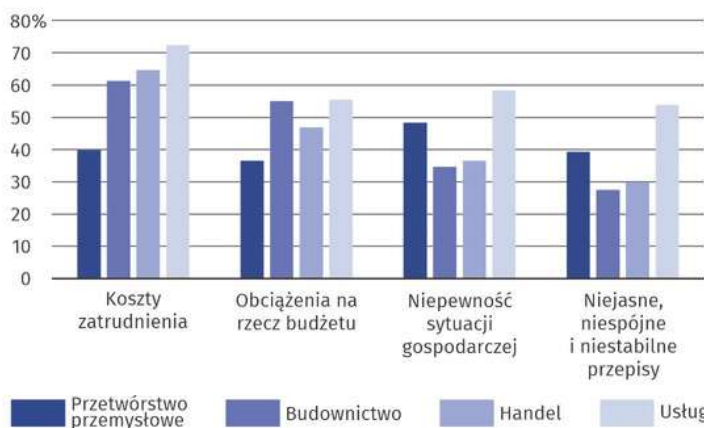
Rok 2024 najwyraźniej nie przyniósł lubuskim przedsiębiorcom zbyt wielu powodów do optymizmu. Przez cały rok ich opinie dotyczące koniunktury w budownictwie, przetwórstwie przemysłowym, handlu oraz usługach były w zdecydowanej większości negatywne. Najbardziej pesymistyczne oceny, przejawiające się najniższymi wartościami wskaźnika ogólnego klimatu koniunktury w poszczególnych miesiącach, notowano w budownictwie. Z kolei najmniej negatywne opinie, choć nadal przeważnie pesymistyczne, wyrażali przedsiębiorcy z przetwórstwa przemysłowego.

Wskaźniki ogólnego klimatu koniunktury w 2024 r.



Wśród szeregu barier w prowadzeniu działalności gospodarczej, z którymi zmagali się przedsiębiorstwa w 2024 r. dominowały koszty związane z zatrudnieniem. Trudności te szczególnie obciążały firmy prowadzące działalność w usługach, gdzie odsetek przedsiębiorstw wskazujących na to ograniczenie kształtował się na poziomie powyżej 70%. Wśród innych, często wskazywanych problemów były obciążenia na rzecz budżetu, które dotyczyły szczególnie przedsiębiorstwa usługowe i budowlane. Dodatkowym czynnikiem była niepewność ogólnej sytuacji gospodarczej, która według wielu przedsiębiorców miała znaczący wpływ na stabilność funkcjonowania ich firm.

Główne bariery w prowadzeniu działalności gospodarczej w grudniu 2024 r.



Jednocześnie lubuscy przedsiębiorcy ostrożnie podchodzili zarówno do planów zatrudnienia, jak i polityki wynagrodzeń. W badanych obszarach gospodarki wskaźnik przewidywanego zatrudnienia przez cały rok pozostawał głównie ujemny, co świadczyło o przewadze firm, które spodziewały się spadku liczby pracowników nad tymi, które prognozowały jej wzrost. Największa przewaga firm planujących ograniczenie zatrudnienia widoczna była w budownictwie.



Decyzje przedsiębiorców dotyczące wynagrodzeń pracowników najczęściej były uzależnione od kondycji finansowej ich firm, na którą jako kluczowy czynnik wpływający na kształtowanie wynagrodzeń wskazywała ponad połowa przedsiębiorstw. Większość przedsiębiorstw uwzględniała również konieczność dostosowania wynagrodzeń do podwyżek inflacyjnych.


Grudzień 2024 r. potwierdził trendy obserwowane przez cały rok, nie przynosząc wyraźnej poprawy nastrojów gospodarczych wśród lubuskich przedsiębiorców. O niepewnej sytuacji gospodarczej świadczą ich przeważnie pesymistyczne prognozy dotyczące zarówno ogólnej, jak i finansowej kondycji firm na najbliższe trzy miesiące. Można się też spodziewać, że w nadchodzących miesiącach przedsiębiorcy będą podejmować ostrożne decyzje i weryfikować swoje plany, w tym także w zakresie zatrudnienia.



BANK SPÓŁDZIELCZY W NOWEJ SOLI



Bank Spółdzielczy w Nowej Soli zapewnia pełne wsparcie z zakresu usług bankowych dla osób fizycznych, przedsiębiorców, samorządów, rolników oraz instytucji niekomercyjnych.

 ul. Bankowa 1, 67-100 Nowa Sól  sekretariat@bsnowasol.pl

 +48 68 387 52 71  www.bsnowasol.pl

VIAVILLA


ViaVilla to znana i lubiana (i nagradzana!) sala weselna, kameralna restauracja, serwująca dania kuchni międzynarodowej oraz baza noclegowa, której jednym z atutów jest bezpośrednie sąsiedztwo z lotniskiem. Zajmuje się również organizacją przyjęć firmowych, spotkań integracyjnych i kameralnych szkoleń.

 Powstańców Wielkopolskich 7
66-111 Nowe Kramsko  kontakt@novarestauracja.com
wesele@viavilla.pl

 +48 724 1615 15  <https://www.viavilla.pl>

PRACOWICI S.A.

Grupa Bisar od ponad 10 lat dostarcza firmom skuteczne rozwiązania w zakresie outsourcingu procesów, rekrutacji, pracy tymczasowej i legalizacji zatrudnienia. Doświadczenie i elastyczne podejście pozwalają firmie wspierać przedsiębiorstwa w optymalizacji zarządzania kadrami. Bisar S.A. zajmuje się outsourcingiem procesów produkcyjnych i logistycznych, Pracowici S.A. to agencja pracy tymczasowej zapewniająca pracowników dla różnych branż, Jobsi specjalizuje się w rekrutacjach i legalizacji zatrudnienia cudzoziemców, a Cubehouse oferuje komfortowe zakwaterowanie dla pracowników. Firma działa zarówno na rynku polskim, jak i międzynarodowym, dostarczając elastyczne i nowoczesne rozwiązania.

 Plac Wyzwolenia 1B, Nowa Sól  www.pracowici.pl

 +48 502 225 607  biuro@pracowici.pl

BHM CHEMICALS SP. Z O. O.

Firma specjalizuje się w dystrybucji surowców chemicznych dla różnych branż: farmaceutycznej, kosmetycznej, weterynaryjnej oraz spożywczej. Dzięki wieloletniemu doświadczeniu oferuje usługi dostosowane do specyfiki branży i wymogów regulacyjnych. BHM Chemicals istnieje od 2021 roku z siedzibą w Nowej Soli. Współpracuje z klientami i zaufanymi dostawcami z całego świata.

 ul. Wrocławska 20, Nowa Sól  www.bhm-chemicals.com

 +48 519 702 757  info@bhm-chemicals.com





ZHU Audio-Video Sat Serwis Bis

Firma rodzinna świadcząca usługi dostępu do Internetu dla blisko 600 odbiorców na terenie powiatu nowosolskiego. Stale się rozwija dokonując nowych przyłączy i modernizacji technologicznych. Prowadzi działalność w zakresie telekomunikacji bezprzewodowej, systemów łączności teleinformatycznej w firmach i instytucjach.



ul. Zielonogórska 1/A, 67-100 Nowa Sól



www.serwisbis.pl



+48 503 192 779



net@serwisbis.pl

KANCELARIA SZCZOTKOWSKI I LEWICKI

Kancelaria Szczotkowski & Lewicki sp. z o.o. – szkolenia, doradztwo, przygotowywanie dokumentacji strategicznej. Wspiera przedsiębiorstwa i instytucje w skutecznym zarządzaniu oraz realizacji założonych celów. Oferowane szkolenia podnoszą kompetencje, a eksperckie doradztwo zapewnia zgodność z przepisami prawa i skuteczność w działaniu. Tworzy strategie, programy i raporty, dostosowane do indywidualnych potrzeb klienta. Stawia na doświadczenie profesjonalizm i praktyczne rozwiązania!



Wilkanowo, ul. Wandy Komarnickiej 10
66-088 Świdnica



biuro@kancelariasl.pl



+48 889 763 916



biuro@kancelariasl.pl

Arigato - Akademia Sztuki Życia

Działania firmy obejmują szeroki wachlarz usług, które wspierają zdrowie i dobrostan pracowników. Od sesji z trenerami, masażystami, fizjoterapeutami, po instruktorów i coachów. Oferuje zarówno zajęcia stacjonarne, jak i wyjazdowe, które pomagają odzyskać witalność, poprawić samopoczucie pracowników i efektywność organizacji.



ul. Batorego 126a, 65-419 Zielona Góra



arigatoakademia@gmail.com



+48 603 774 133 / 570 578 737



arigatoakademia@gmail.com

Spółdzielnia Socjalna „Zakład Aktywności Zawodowej”

PNS ZAZ w Zielonej Górze od ponad dekady stanowi centrum wsparcia dla osób zagrożonych wykluczeniem społecznym, ze szczególnym uwzględnieniem osób z niepełnosprawnościami oraz ich rodzin. Głównym celem spółdzielni jest aktywizacja społeczno-zawodowa poprzez tworzenie stabilnych miejsc pracy, realizację usług reintegracyjnych oraz szeroką działalność społeczną. Misja Spółdzielni wykracza poza standardowe działania społeczne, włączając się w projekty innowacji społecznych oraz promując model włączania osób z niepełnosprawnościami do aktywnego życia zawodowego i społecznego.



ul. gen. J. Dąbrowskiego 20a 65-021 Zielona Góra



<https://zaz.zgora.pl/>



+48 723 332 932



biuro@zaz.zgora.pl



Stáže uczniów i nauczycieli w lubuskich firmach

- ✓ Powiat żarski
- ✓ Powiat wschowski
- ✓ Powiat żagański
- ✓ Powiat nowosolski



Fundusze Europejskie dla Lubuskiego



Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską



Lubuskie
Warto zachodu

Trwa rekrutacja firm, które są zainteresowane przyjęciem uczniów szkół zawodowych i techników na staże w powiatach: żarskim, żagańskim, nowosolskim i wschowskim.

Wykwalifikowana kadra to dla pracodawców duże wyzwanie. Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej dostaje od firm mnóstwo sygnałów dotyczących problemu niedopasowania potencjalnych pracowników do oferowanych miejsc pracy. Projekt stażowy, który realizujemy jest odpowiedzią na te potrzeby. Celem projektu jest wsparcie na rzecz dostosowania umiejętności i kwalifikacji zawodowych do potrzeb rynku pracy, wyposażenie uczniów i nauczycieli w praktyczne umiejętności wymagane na regionalnym rynku pracy i podniesienie atrakcyjności kształcenia zawodowego.

W projekcie przewidziano do realizacji przez OPZL :

- 531 staży uczniowskich
- 41 staży nauczycieli

Organizacja Pracodawców Ziemi lubuskiej jest Partnerem

projektu „Lubuskie Szkolnictwo Zawodowe dla Nowoczesnego Rynku Pracy”. Związek Powiatów Lubuskich pełni w nim rolę Lidera.

Firma/instytucja w ramach realizacji stażu otrzyma:

- Refundację kosztów związanych z organizacją i realizacją stażu (szkolenia BHP, badania lekarskie, zakup niezbędnych materiałów i narzędzi zużywalnych, niezbędnych uczniowi do odbycia stażu uczniowskiego czy wynagrodzenia opiekuna stażysty podczas odbywania stażu) do wysokości stawki jednostkowej
- Staże realizowane są w godzinach pozalekcyjnych (popołudnia, weekendy, ferie zimowe, wakacje)

Dowiedz się więcej:



Joanna Małecka - 697 712 733, j.malecka@opzl.pl

Beata Przybylska – 884 782 630, b.przybylska@opzl.pl

Patrycja Izydorek-Ilnicka - 884 904 540, p.izydorek@opzl.pl

Joanna Zielińska - 792 722 552, j.zielinska@opzl.pl

REKLAMA

Zewnętrzny Dyrektor Finansowy

Grzegorz Łochowski

Skorzystaj z bezpłatnej konsultacji - bez zobowiązań

tel. +48 513 144 398

e-mail: glochowski@c-partner.pl

www.c-partner.pl/konsultacja



Analiza rentowności | Optymalizacja struktury kosztów | Prognozowanie przepływów pieniężnych
Budżetowanie i kontrola kosztów | Automatyzacja procesów finansowych

Land Cruiser wóz legenda



fot. Tomasz Kamiński

Toyota właśnie wypuściła na rynek samochód, który de facto, w aktualnych realiach Zielonego Ładu 2025, nie powinien już się pojawić. Ostatni Mohikanin, ostatni z ostatnich na europejskim rynku samochodów terenowych w konfiguracji czysto spalinowej – bez hybryd miękkich i twardych, bez ładowania i innych podobnych rozwiązań. Jakby to mój starszy syn powiedział: „czysty diesel z adblue”.

Land Cruiser – wóz legenda, w najnowszej wersji na Europę nazwany modelowo 250. Samochód na ramie, ze stałym napędem na cztery koła, reduktorem, blokadą centralnego i tylnego dyferencjału oraz rozpinanym przednim stabilizatorem, aby jeszcze bardziej zwiększyć jego dzielność terenową. Taki Texas Ranger Oldschool Edition. Zakochałem się od pierwszego wejrzenia i pierwszego testu.

Toyota, w porównaniu do poprzedniego modelu Land Cruiser 150, poprawiła wiele. Przeprojektowała nadwozie, które teraz, jak przystało na pojazd terenowy, jest bardzo kanciaste i wyraziste. Wnętrze zostało zaprojektowane z jeszcze większą dbałością o komfort i funkcjonalność – Japończykom udało się to znakomicie. Do tego dodano nową, ośmiobiegową skrzynię biegów, tworząc wyśmienitą kombinację. Jeśli dorzucimy do tego znany od kilkunastu lat rzędowy silnik Diesla o pojemności 2,8 litra, mocy 208 KM i momencie obrotowym 500 Nm, to w garażu mamy naprawdę jeden z ostatnich prawdziwych samochodów terenowych o wysokiej niezawodności. Dowiezie nas tam, gdzie chcemy, i mamy niemal stuprocentową gwarancję, że wrócimy nim do domu bez obaw o awarie mechaniczne.

Taka właśnie jest Toyota – przewidywalna. "Nudna" to oczywiście złe słowo, ale w tym kontekście oznacza stabilność i trwałość. Na zakończenie tych peanów wspomnę jeszcze o podgrzewanych przednich i tylnych siedzeniach, chłodzonych przednich fotelach, lodówce oraz systemie audio JBL – jak w klasie wyższej segmentu SUV. A to przecież "tylko" terenówka! Dużo superlatyw, ale Land Cruiser 250 zrobił na mnie naprawdę ogromne, pozytywne wrażenie.



fot. Tomasz Kamiński

Teraz jednak kamyczek do ogródka – oczywiście nie Toyoty, lecz europejskich regulatorów, którzy zażyczyli sobie obowiązkowych asystentów jazdy. Moim zdaniem bardziej przeszkadzających niż pomocnych systemów, które pikają, gdy nie patrzysz na drogę, pikają, gdy zmieni się przydrożny znak, pikają, gdy przekroczysz prędkość... Słowem – pikają za dużo. Oczywiście można to wyłączyć, ale przed każdym startem trzeba poświęcić cztery minuty na klikanie w ustawienia. Po ponownym uruchomieniu samochodu wszystko trzeba robić od nowa.

Nie wiem, jak Wam, ale mi, jako kierowcy z długoletnim stażem, te systemy naprawdę przeszkadzają i czuję się przez nie mocno ubezwłasnowolniony. Czy naprawdę potrzebujemy aż takiej ingerencji w nasze życie? Ja osobiście nie. Dlatego przed każdą podróżą tracę te cztery minuty, by wyłączyć systemy, które w mojej ocenie są zbędne.

A Wy jak do tego podchodzicie? Czy Waszym zdaniem to w porządku, czy może jednak mamy już za dużo elektronicznej regulacji naszych umiejętności jako kierowców?

Tak czy inaczej, Toyota Land Cruiser 250 ma już swoje miejsce w moim garażu i planujemy kilka pozaeuropejskich tras, które później Wam opiszę. Dawno tak nie polubiłem się z nowym samochodem. Dobry produkt, Toyota!

PS. Tekst nie jest sponsorowany – to opis moich osobistych odczuć.



fot. Tomasz Kamiński

Tomasz Kamiński

Z zamiłowania bloger motoryzacyjny - gentlemandriver.pl opisuje jego motoryzacyjne życie i podróże. Testuje różne samochody i wyraża odczucia o dzisiejszym świecie automobilizmu. Prowadzi działania PR dla branży automotive.



PRZESZŁO
50.000 zł
BEZZWROTNEJ
DOTACJI



Fundusze Europejskie

**Jesteś podmiotem BUR
i szukasz dofinansowania na zakup licencji?**

**Zapoznaj się z projektem
"USŁUGI ROZWOJOWE 4.0 - wsparcie podmiotów BUR"**

www.uslugirozwojowe40.pl



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



PARP
Grupa PFR

DOŁĄCZ DO NAS!

Jest z nami już ponad 300 firm
Wspieramy lubuskich przedsiębiorców



www.opzł.pl



facebook.com/pracodawcy



biuro@opzł.pl



www.instagram.com/opzł_lubuskie



<https://pl.linkedin.com/company/opzł>



POZNAJ NASZE MOŻLIWOŚCI!