



Przemysł 4.0

Stratuje Lubuski
Lider Biznesu
2019

Social Media
w biznesie

Zamówienia
publiczne



**Invest
in the West**



**Kostrzyńsko-Słubicka
Specjalna Strefa Ekonomiczna**

NAJLEPSZY KIERUNEK W BIZNESIE

www.kssse.pl

ul. Orła Białego 22
66-470 Kostrzyn nad Odrą
tel. 95 721 98 00
fax 95 752 41 67
e-mail: info@kssse.pl



Szanowni Państwo

Z początkiem maja oficjalnie otwieramy nabór wniosków do Lubuskiego Lidera Biznesu 2019. To już jedenasta edycja tego największego i najbardziej prestiżowego konkursu dla firm z naszego regionu. Nasze przedsięwzięcie na stałe wrosło w rzeczywistość gospodarczą naszego województwa. Z roku na rok konkurs staje się coraz bardziej rozpoznawalny, również poza granicami naszego regionu. Świadczy o tym wciąż rosnąca liczba znamienitych gości biorących udział w uroczystościach oraz zainteresowanie ogólnopolskich mediów. Rzetelność, uczciwość i etyka biznesowa to cechy, które sto-

ją za marką „Lubuski Lider Biznesu”. Cieszymy się, że konkurs budzi szacunek nie tylko inwestorów czy kontrahentów, ale przede wszystkim pozytywnie wpływa na budowanie silnej i stabilnej pozycji rynkowej firm w nim uczestniczących. To ważne, aby pokazywać, że w Lubuskiem są dobre firmy, które świetnie sobie radzą w trudnych warunkach rynkowych. Zachęcam do udziału w tej szlachetnej rywalizacji. Tegoroczny finał naszych zmagania będzie miał miejsce w październiku, podczas uroczystej gali, którą zaplanowaliśmy w gorzowskim teatrze. Wszelkie niezbędne dokumenty dotyczące konkursu można pobrać na stronie interne-



towej naszej Izby. Na Państwa wnioski czekamy do 28 czerwca.

Z poważaniem
Jan Kowalewski
Przewodniczący
Rady Programowej ZIPH

spis treści



Słowo wstępne	3
Bony na innowacje 2.0	4
Lubuski Lider biznesu	5
Biznes pod lupą	6-7
Konferencja Przemysł 4.0	8-9
Social media w biznesie	10-11
Niezbędnik dla branży drzewnej	12-13
GBS Bank	14
Przeciwdziałanie praniu pieniędzy	15
Zamówienia publiczne	16-17
Bulvar Hotel zaprasza	18

Wydawca: Zachodnia Izba Przemysłowo-Handlowa w Gorzowie Wlkp.

Redakcja: Tomasz Molski (*redaktor naczelny*), Jarosław Libelt (*redaktor numeru*), Robert Nowicki (*skład komputerowy*).

Współpracownicy: Anna Elżanowska, Edyta Hubska, Marzena Młynarczyk, Stanisław Owczarek, Kamila Sz wajkowska.

Opieka wydawnicza: Wydawnictwo „In Plus” (tel. 609 22 35 79), www.wydawnictwoinplus.pl

Adres: 66-400 Gorzów Wielkopolski, ul. Kazimierza Wielkiego 1
tel. 95 739-03-12, e-mail: marketing@ziph.pl, www.ziph.pl



Partnerzy Głosu Przedsiębiorcy



KRAJOWA IZBA GOSPODARCZA



Kostrzyńsko-Słubicka
Specjalna Strefa Ekonomiczna



Agencja Rozwoju
Regionalnego S.A.
w Zielonej Górze



Lean Tour w Nowej Soli

- 5 kwietnia miało miejsce kolejne spotkanie w ramach działającej przy Izbie grupy LEAN TOUR, która skupia przedstawicieli największych przedsiębiorstw naszego województwa. Tym razem przedsiębiorcy gościli w nowosolskiej siedzibie spółki NORD Napędy Zakłady Produkcyjne. To jedna z najnowocześniejszych fabryk koncernu Getriebebau NORD. Polska fabryka produkuje wały i koła zębate oraz prowadzi montaż i serwis napędów. Co ważne, większość produktów powstających w Nowej Soli trafia na rynek polski. Obecnie spółka przygotowuje się do rozbudowy zakładu produkcyjnego, w którym mają powstać nowe hale dla celów produkcyjnych i magazynowych o o pow. użytkowej 10.750m².

**Prezydium ZIPH**

- 18 kwietnia w Gorzowie Wielkopolskim odbyło się posiedzenie Prezydium Zachodniej Izby Przemysłowo-Handlowej. Głównym tematem obrad władz Izby był przygotowanie do Walnego Zgromadzenia Członków ZIPH, które zaplanowano na początek czerwca. Wcześniej, bo już 9 maja w Międzyrzeczu, obradować będzie Rada Izby. Podczas kwietniowego spotkania omówiono również bieżące działania prowadzone przez Izbę. Dużą część rozmów poświęcono planom związanym z tegoroczną galą finałową Lubuskiego Lidera Biznesu, którą zaplanowano w gorzowskim teatrze na październik.

Podczas posiedzenia w poczet członków ZIPH przyjęto nowe firmy:

- **DAY OFF Monika Tomczyk** - Szczecin
- **Randstad Polska Sp .z o.o.** - Oddział w Gorzowie
- **RATOWNICTWO MEDYCZNE GORZÓW Robert Sołtys** - Gorzów
- **TRULY Sp. z o.o.** - Gorzów
- **KANCELARIA RADCY PRAWNEGO Krzysztof Grzesiowski Doktor Nauk Prawnych** - Gorzów



Bony na innowacje

Blisko 5 milionów złotych rozdysponuje wśród przedsiębiorców Zachodnia Izba Przemysłowo-Handlowa w ramach projektu „Z bonem po innowacje 2.0”. Działanie skierowane jest do lubuskich firm z sektora MŚP.

25 kwietnia Izba zorganizowała w Gorzowie konferencję, podczas której przybliżono zasady aplikowania o bony na innowacje. Tego samego dnia ruszył również nabór wniosków do programu, który ma charakter ciągły i będzie trwał do chwili wyczerpania środków.

Przedsiębiorcy mogą aplikować o dwa rodzaje bonów. Pierwsze – opiewające na kwotę 100 tysięcy złotych - obejmują działania takie jak: przeprowadzenie lub wdrożenie nabytych prac B+R (projekty badawcze tzw. małej skali), opracowanie lub wdrożenie nowego produktu/usługi/technologii (w katalogu tym zawierają się m.in. specjalistyczne usługi laboratoryjne, pomiarowe, diagnostyczne, certyfikacyjne, testowanie produktu, testowanie technologii).

Drugi typ bonów obejmuje procesy doradcze, takie jak: zarządzanie, optymalizacja procesów, kwestie związane z ochroną patentową, czy tworzenie strategii wejścia na rynki zagraniczne. W tym przypadku wartość bonu nie może przekroczyć 20 tysięcy złotych.

W ramach projektu przewidziano dwuetapową weryfikację. W pierwszej kolejności operator bonów, czyli ZIPH, będzie analizować spełnienie przez Wnioskodaw-

cę kryteriów formalnych. Na drugim etapie ocenie będą podlegały kryteria merytoryczne. Przedsiębiorca zostanie także zobligowany do przeprowadzenia analizy rynku w celu wyboru jednostki, której zleci realizację prac objętych bonem. W celu dokonania rozeznania rynku, nawiązania kontaktu z jednostką badawczo-rozwojową oraz w celu nadzoru nad prawidłowym przebiegiem realizacji prac objętych bonem, przedsiębiorca będzie mógł skorzystać, w ramach projektu, ze wsparcia tzw. Brokera Innowacji.

Podczas kwietniowej konferencji swoją ofertę zaprezentowały lubuskie jednostki badawczo-rozwojowe, które z sukcesem realizują podobne działania dla przedsiębiorców zarówno w ramach środków ogólnopolskich jak i europejskich. Na zakończenie przedsiębiorcy otrzymali możliwość indywidualnych konsultacji z izbowymi ekspertami w zakresie aplikowania o bony. Na potrzeby projektu uruchomiona została również strona internetowa, gdzie można znaleźć szczegółowe informacje na temat programu: www.bonynainnowacje.pl.

(TM)



Zostań Lubuskim Liderem Biznesu

Na początku kwietnia w siedzibie Gazety Lubuskiej w Zielonej Górze obradowała Kapituła Lubuskiego Lidera Biznesu 2019. Nabór wniosków do tegorocznej edycji rozpoczął się 6 maja i potrwa do 28 czerwca.



To już jedenasta edycja tego najbardziej prestiżowego przedsięwzięcia konkursowego w Lubuskiem, które docenia i wyróżnia najlepsze przedsiębiorstwa zachodniej Polski. Jego organizatorem jest Zachodnia Izba Przemysłowo-Handlowa we współpracy z partnerem strategicznym Gazetą Lubuską. Partnerami konkursu są również: Telewizja Polska S.A. Oddział w Gorzowie Wlkp. oraz Radio Zachód. Patronat nad konkursem sprawuje Marszałek Województwa Lubuskiego.

Podobnie jak to miało miejsce w latach ubiegłych, członkowie Kapituły wybiorą zwycięzców i przyznają certyfikaty w czterech kategoriach Lubuskiego Lidera Biznesu oraz Lubuskiego Lidera Innowacji: mikro, małych, średnich i dużych przedsiębiorstw. To jednak nie koniec nagród, jakie czekają na uczestników. Dodatkowe wyróżnienia dla firm przyznane zostaną w kategoriach „Firma przyjazna młodym” oraz „Debiut Roku”. Firmy zakwalifikowane do drugiego etapu Konkursu i pozytywnie zweryfikowane otrzymają Certyfikat Laureata Konkursu. W każdej z kategorii, przyznane zostaną trzy statuetki „Lubuski Lider Biznesu” oraz

jedna statuetka „Lubuski Lider Innowacji”. Zdobędą je firmy, które uzyskają najwyższą ocenę Kapituły.

W rywalizacji mogą wziąć udział przedsiębiorstwa, które mają w Lubuskiem swoją siedzibę lub są członkiem lubuskich organizacji gospodarczych. Podstawowym warunkiem udziału w konkursie jest prowadzenie działalności gospodarczej przynajmniej przez 2 lata oraz brak zaległości wobec organów skarbowych i ZUS.

Przedsiębiorstwa swój akces do konkursu winny składać do końca czerwca. Nominowani w każdej z kategorii zostaną wyłonieni przez Kapitułę w pierwszej połowie sierpnia, natomiast laureatów poznamy w październiku podczas uroczystej gali finałowej, która będzie miała miejsce w Gorzowie Wielkopolskim.

Dokumentacja konkursowa wraz z ankietami znajduje się na stronie: www.ziph.pl/pl/strona/2/lubuski-lider-biznesu.

Sekretariat konkursu: Marzena Młynarczyk - T: +48 95 739 03 12; E: marzena.mlynarczyk@ziph.pl

Jarosław Libelt

Lubuskie Bony Szkoleniowe

- Do końca roku lubuskie przedsiębiorstwa mogą skorzystać z dofinansowania na podnoszenie kwalifikacji pracowników w ramach prowadzonego przez ZIPH projektu „Lubuskie Bony Szkoleniowe”. Poprzez program sfinansować można m.in. szkolenia, studia podyplomowe, e-learning, coaching oraz egzaminy certyfikujące.

W zależności od wielkości firmy, poziom wsparcia na wybrane przez przedsiębiorców działania może wynieść nawet 80 % kosztów. Co ważne, to firma sama określa swoje potrzeby szkoleniowe i znajduje firmę, która świadczyć będzie dla niej usługę. Następnie wypełnia elektroniczny formularz zgłoszeniowy i podpisuje umowę o wsparcie.

Aby uzyskać dofinansowanie wystarczy wejść na stronę bony.ziph.pl i wypełnić wniosek. Można także skorzystać z bezpośrednich konsultacji w siedzibie Izby lub poprzez infolinię pod numerem telefonu: +48 732 732 650.



Izbowe ubezpieczenia

- Zapraszamy do skorzystania z Izbowej oferty ubezpieczeń grupowych skierowanej do przedsiębiorców zrzeszonych w Zachodniej Izbie Przemysłowo-Handlowej. Skorzystać z niej mogą nie tylko pracownicy firm, ale również ich małżonkowie, pełnoletnie dzieci oraz partnerzy.

ZIPH ma aktualnie w ofercie dwa warianty ubezpieczenia przygotowane specjalnie dla przedsiębiorców zrzeszonych w Izbie przez Towarzystwo Ubezpieczeń i Reasekuracji Unum S.A. Izbowi specjaliści, w zależności od profilu firmy, pomogą również dobrać najodpowiedniejszą opcję ubezpieczenia, wypełnić wszelkie niezbędne dokumenty oraz dopełnić wszystkich formalności.

Przedsiębiorcy zainteresowani ofertą mogą kontaktować się z biurem Izby pod numerem telefonu: +48 95 739 03 10 lub drogą mailową: a.elzanowska@ziph.pl.



Inwestorzy w Gubinie



Miaasto Gubin pozyskało dwóch nowych inwestorów. 11 kwietnia podpisano dwa akty notarialne, na mocy których sfinalizowano procedurę sprzedaży gruntów na kwotę prawie 2 milionów zł. Pierwsza transakcja dotyczy działek o powierzchni ponad 6 hektarów w lokalnej strefie ekonomicznej przy ul. Śląskiej. Nowy właściciel zamierza wybudować tam wielkie centrum logistyczno-produkcyjne, na które składać będzie się około 40 tys. metrów kwadratowych powierzchni zabudowanej halami. Druga transakcja obejmuje tereny o powierzchni 2,5 hektara przy ul. Traugutta. Na tych działkach deweloper ma zamiar wybudować jedno z największych w województwie osiedli domków jednorodzinnych (w zabudowie szeregowej i jednorodzinnej) - powstanie ich około 100.

Prezydent RP w Sulechowie



9 kwietnia siedzibę sulechowskiej spółki MB Pneumatyka wizytował Prezydent Andrzej Duda. Honorowy gość miał okazję osobiście zobaczyć, jak w Sulechowie powstają innowacyjne rozwiązania dla producentów układów hamulcowych do samochodów użytkowych. MB Pneumatyka to jeden z trzech wiodących europejskich producentów złączy do układów hamulcowych w pojazdach użytkowych. Przyczynkiem do wizyty głowy Państwa była otrzymana w listopadzie 2018 r. przez spółkę Nagroda Gospodarcza Prezydenta RP w kategorii Firma Rodzinna. O zwycięstwie MB Pneumatyka w tej kategorii zdecydowały m. in. innowacyjne produkty, sposób zarządzania, kultura organizacji i konkurencyjne zarobki. Mimo dynamicznego rozwoju pozostała firmą rodzinną, z polskim kapitałem w 100%. MB Pneumatyka zatrudnia prawie 100 osób.

Inwestycje w Świebodzinie



Przy drodze krajowej nr 92 obok Świebodzina, w niedługim czasie powstaną dwa nowoczesne centra logistyczne. Pierwsze z nich realizuje spółka Hillwood Świebodzin, które buduje centrum dystrybucyjne. W pierwszej fazie inwestycji firma zaoferuje potencjalnym najemcom 10 tys. metrów kwadratowych nowoczesnej powierzchni magazynowej z możliwością przystosowania do produkcji lekkiej. Inwestycja realizowana jest wspólnie z Polskim Holdingiem Nieruchomości i jest duża szansa na to, że będzie gotowa do końca br. Z kolei na działce 30 ha, przy drodze w kierunku Rusinowa, swoją inwestycję realizuje firma EXETER Park Świebodzin, która przygotowuje się do budowy parku logistycznego o powierzchni aż 120 tys. metrów kwadratowych. Powstanie tam kompleks oferujący nowoczesną przestrzeń magazynową lub produkcyjną na wynajem.

Gmina na 6



14 kwietnia w Żabim Dworze w Radwanowie miała miejsce gala kończąca trzecią edycję konkursu „Gmina na 6”, podczas której zwycięskie samorządy otrzymały certyfikaty i medale. Jego organizatorem jest co roku Gazeta Lubuska. W tegorocznej edycji konkursu „Gmina na 6” w kategorii przyjaznej mieszkańcom wygrała Świdnica. Po laur w kategorii przyjaznej turystom sięgnął Rzepin, (przypomnijmy, że przed rokiem gmina ta zwyciężyła w kategorii przyjaznej mieszkańcom). W kategorii przyjaznej środowisku pierwsze miejsce zajęła Przytoczna, a w kategorii gminy przyjaznej inwestorom Krosno Odrzańskie. Partnerem konkursu jest Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego.

Równa Firma



9 kwietnia, podczas gali plebiscytu „Równa Firma”, nasz członek – Idea HR Group, został wyróżniony za wkład w rozwój regionu i dbanie o otoczenie lokalne. Ideą konkursu organizowanego przez Koło Naukowe „Biznes-Innowacje-Networking” działające przy Wydziale Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego jest wspieranie przedsiębiorców, którzy wykazują się społeczną odpowiedzialnością biznesu. Kapituła złożona z pracowników naukowych, studentów, przedstawicieli świata lokalnej gospodarki oraz organizacji pozarządowych nagradza przedsiębiorców, którzy prezentują pozytywne postawy i mogą być wzorem działania dla innych firm. Idea HR Group to gorzowska firma rekrutacyjna posiadająca swoje oddziały m.in. w Zielonej Górze i Szczecinie.

Ranking Gazety Prawnej



Już po raz 15. redakcja Dziennika Gazety Prawnej wybrała najlepsze izby i urzędy skarbowe w kraju. Ranking został przygotowany w oparciu o dane statystyczne departamentów KAS w Ministerstwie Finansów. Autorzy rankingu oceniali izby administracji skarbowej oraz urzędy skarbowe w dwóch kategoriach: efektywność i skuteczność. Urzędy skarbowe klasyfikowano w czterech grupach: małe urzędy (zatrudniające poniżej 60 pracowników), średnie (do 130 pracowników), duże (powyżej 130 pracowników). W gronie laureatów tegorocznej edycji znalazła się Izba Administracji Skarbowej w Zielonej Górze, którą wyróżniono jako najskuteczniejszą izbę w kraju.

Pracownicze Plany Kapitałowe



Urząd Miasta w Kostrzynie nad Odrą organizuje 21 maja szkolenie dla przedsiębiorców, którego tematem będą Pracownicze Plany Kapitałowe. Podczas spotkania uczestnicy będą mieli okazję dowiedzieć się m.in. jakie nowe obowiązki narzucają na nich zmiany prawne oraz jak utworzyć pracowniczy plan kapitałowy w swojej firmie. Szkolenie odbędzie się o godzinie 11.00 w obiekcie „Kregielnia” przy ul. Fabrycznej 5 w Kostrzynie nad Odrą.

Zainteresowani mogą zgłaszać swój udział do w spotkaniu do dnia 17.05.2019 roku na adres mailowy: m.zawadzka@kostrzyn.um.gov.pl.

Granty Norweskie



PARP zaprasza do udziału w międzynarodowej giełdzie kooperacyjnej i konferencji dla firm zainteresowanych wykorzystaniem „zielonych” technologii w przemyśle, w tym informatyzacją, automatyzacją oraz zwiększeniem efektywności procesów i technologii przemysłowych. PARP planuje ogłoszenie w drugiej połowie 2019 r. konkursów, w których czynnikiem zwiększającym szanse otrzymania grantu będzie realizacja projektu w partnerstwie z podmiotem norweskim. W ramach realizacji programu Grantów Norweskich planowane jest m.in. wsparcie dla wprowadzania w firmie innowacji produktowych lub procesowych, które zmniejszają negatywny wpływ prowadzonej działalności na środowisko. Rozwiązania te powinny być nowe przynajmniej w wymiarze firmy. Dotacje będą mogły pokryć do 70% kosztów kwalifikowanych i wynosić nawet 8 mln złotych. Więcej informacji: sylwia_banaszkiewicz@parp.gov.pl.



Przemysł 4.0 a edukacja

Szanse do popełniania błędów

Jakie umiejętności i kwalifikacje pracowników powinny być obecnie rozwijane? W oparciu o jakie modele kształcenia należy realizować procesy edukacyjne w świetle postępującej rewolucji przemysłowej? Na pytania te starali się odpowiedzieć uczestnicy konferencji „Rzeczywistość 4.0 - jak kształtować edukację, by stała się adekwatna do nadchodzących zmian?“, która miała miejsce 2 kwietnia w Sulechowie.



Czwarta rewolucja przemysłowa to idea opierająca się na wykorzystaniu w produkcji nowoczesnych technologii. Przesuwa ona przemysł w kierunku inteligentnej i elastycznej produkcji, która pozwala firmom dostosować się do dynamicznie zmieniających się potrzeb klientów. Szybkie tempo rozwoju technologii to główne wyzwanie stojące przed przedsiębiorstwami, które chcą utrzymać swoją pozycję i wzmacniać przewagę konkurencyjną. Rewolucja przemysłowa to również ogromne wyzwanie dla szkół zawodowych, które zmuszone będą przeprojektować dotychczasowe modele kształcenia. Konferencja zorganizowana wspólnie przez Zachodnią Izbę Przemysłowo-Handlową wraz z Ośrodkiem Doskonalenia Nauczycieli w Zielonej Górze miała za zadanie przybliżyć stojące przed nami wyzwania w obliczu zbliżającej się rewolucji przemysłowej oraz odpowiedzieć na pytanie, jak dostosowywać edukację do zmieniających się oczekiwań pracodawców.

Jak podkreśla Radosław Grech, Prezes Centrum Energetyki Odnawialnej, głównym problemem związanym z edukacją jest fakt,

iż programy nauczania nie ewoluują tak szybko jak ewoluuje przemysł. To kluczowe wyzwanie dla szkolnictwa, aby nadążyć za tak szybko zmieniającym się światem. Warto w tym miejscu podkreślić, że proces kształcenia od rozpoczęcia edukacji szkolnej do wejścia na rynek pracy trwa często prawie 20 lat. Tymczasem rewolucja technologiczna związana np. ze sztuczną inteligencją to prawdopodobnie perspektywa rzędu pięciu, sześciu lat. Czy tego chcemy czy nie, nasze firmy będą musiały wziąć udział w tej technologicznej zmianie i stanąć do wyścigu o swoją pozycję w nowej rzeczywistości.

W trakcie konferencji miała miejsce debata z udziałem przedsiębiorców i przedstawicieli szkół na temat oczekiwań biznesu w kwestii przygotowania do zawodu młodych ludzi. Przedsiębiorcy poskreślali m.in., że wymogi co do kwalifikacji technicznych będą zmieniały się wraz z postępem technologicznym, jednak ze względu na większą łatwość w ich nauczaniu i przyswajaniu w trakcie praktyki zawodowej, większy nacisk powinien zostać położony na wartości takie jak otwartość na nowości, łatwość

adaptacji do nowych warunków oraz umiejętność pracy w zespole. Jednocześnie eksperci zgodnie stwierdzają, że w najbliższym czasie nastąpi odejście od nacisku na naukę umiejętności praktycznych na rzecz kompetencji miękkich i zdolności do kreatywnego myślenia oraz szybkiego uczenia się. - *Na podstawie moich doświadczeń mogę powiedzieć, że o ile poziom wiedzy technicznej jest na poprawnym poziomie, to brakuje umiejętności komunikacji. Wielu młodych ludzi nie ma poczucia własnej wartości. Mam wrażenie, że polski system edukacji uczy cały czas powtarzalności i tworzenia reguł zamiast kreatywności* – mówi Piotr Baranowski, dyrektor HR Lug Light Factory z Zielonej Góry. Z kolei Łukasz Wrona z Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu zachęcał do dawania młodym ludziom szans do uczenia się i popełniania błędów. Głos ten może być drogowskazem zarówno dla przedsiębiorców, jak i placówek oświatowych. Warto inwestować w młode pokolenia, gdyż są one naszym największym kapitałem na przyszłość.

Tomasz Mołski

Sieć kontaktów biznesowych

LinkedIn to serwis społecznościowy, który wyraźnie odznacza się na tle innych. Prześiąknięty merytoryką i zdominowany przez profesjonalizm stanowi doskonałą platformę do komunikacji dla każdej firmy i jej ekspertów. O tym, co należy wiedzieć, zanim pójdzie się tą drogą rozmawiamy z Agnieszką Pająk, właścicielką My Way Media, agencji PR świadczącej usługi konsultingu PR i marketingu internetowego oraz wykładowcą studiów MBA na Wyższej Szkole Bankowej we Wrocławiu.

- **Prawie wszyscy wiemy do czego służy Facebook. Jednak LinkedIn już niekoniecznie. O co chodzi w tym serwisie?**

- Z pozoru LinkedIn to tylko kolejny serwis społecznościowy, jednak wyróżnia go coś istotnego. To serwis społecznościowy przeznaczony dla profesjonalistów do komunikacji b2b. Jego międzynarodowy zasięg często jest wykorzystywany do tworzenia sieci kontaktów zawodowo – biznesowych. Założony przeszło 15 lat temu, początkowo skupiał się na wsparciu biznesu (kiedyś głównie na rekrutacji), jednak dziś kreuje nowy wymiar networkingu. Do dyspozycji użytkowników oddaje coraz więcej narzędzi do edukacji, zarządzania personelem i/lub klientami i analityki oraz rozwiązania klasy business intelligence. Dzięki temu portalowi w łatwy sposób możemy podtrzymać relacje biznesowe, chwalić się swoimi osiągnięciami czy też szukać pracy.

Serwis używany jest przede wszystkim do profesjonalnego networkingu, czyli budowy sieci kontaktów biznesowych. Najważniejsze funkcjonalności LinkedIn to tablica, grupy, ogłoszenia pracy oraz funkcja rekrutacji online. Ale po kolei.

Użytkownik przede wszystkim może w serwisie stworzyć (po rejestracji i zalogowaniu) swój profil, a w nim określić doświadczenie zawodowe (firmy i projekty w których pracował) i swoje umiejętności. Inni użytkownicy mogą udzielać rekomendacji oraz potwierdzać (jednym kliknięciem) określone w profilu umiejętności. Serwis stanowi więc swojego rodzaju źródło kontaktów biznesowych. Z jednej strony to wielka baza klientów, z drugiej - pracowników. W ramach promocji własnej osoby, firmy oraz marki mogą oni budować relacje biznesowe, rozszerzać działalność na nowe rynki, a także angażować do współpracy. Coraz częściej uważany jest za wiodący serwis do działań z zakresu social sellingu. Możliwości jest sporo.

- **Do czego może posłużyć nam LinkedIn? Jakie są jego zalety i możliwości?**

- Konto firmowe na LinkedIn oferuje szereg możliwości. Pozwala zaistnieć firmie w internetowym środowisku profesjonalistów i promować

biznes wśród potencjalnych klientów. Zagłębiając się w szczegóły odkrywamy, że za pośrednictwem LinkedIn firma ma możliwość nawiązywać cenne kontakty, publikować oferty pracy, rekrutować, prezentować sukcesy firmy oraz udział w ważnych wydarzeniach branżowych, informować o podjętej współpracy, bądź partnerstwie. Za sprawą publikacji interesującego contentu firma może budować rolę eksperta, a także generować leady. Profesjonalna komunikacja stanowi wsparcie w realizacji założeń social selling oraz działań b2b. W ramach tych ostatnich można zachęcać do zapoznania się z firmą/ofertą partnera biznesowego, promować konkretne produkty/usługi czy też informować o planach dotyczących współpracy. LinkedIn daje wreszcie możliwość prowadzenia komunikacji wewnętrznej. Dzięki możliwości wyboru grupy odbiorczej publikowanej treści, wybrane posty można kierować tylko do własnego zespołu.

Za największą zaletę LinkedIn należy uznać fakt, iż tworzy go profesjonalne środowisko osób zaangażowanych w pracę. Mimo, że jest to serwis społecznościowy, traktowany jest poważnie, publikowane w nim treści są merytoryczne, użytkownicy nastawieni są na dzielenie się i poszukiwanie informacji z zakresu interesujących ich obszarów biznesowych. Szczególnie dotyczy się to grup tematycznych w których można się udzielać, wymieniać informacjami. Doradzać, ale i samemu przyjąć radę.

Warto wspomnieć też o tym, że prowadzona na LinkedIn komunikacja firmy powinna być wspierana przez jej pracowników. Jeśli tak się dzieje, biznes zyskuje ludzkiego oblicza, przestaje być bezduszną instytucją, a staje się tworem kreowanym przez ludzi. To ważne przez wzgląd na to, że żyjemy w czasach, w których bardziej ufamy ludziom niż markom. LinkedIn wykorzystuje to konsekwentnie rozbudowując narzędzia i funkcje, które umożliwiają większe skuteczności w znajdowaniu i nawiązywaniu relacji z ludźmi, którzy są dla biznesu istotni.

- **Dlaczego firma powinna być obecna na LinkedIn i w jaki sposób możemy ją wykorzystać do celów biznesowych?**

- O tym, czy firma powinna być obecna na



LinkedIn myślę, że nie trzeba aż tak bardzo przekonywać. Powinna! Głównie z uwagi na możliwość realizacji celów komunikacyjnych i biznesowych. Serwis ten ma kilka grup produktów dedykowanych osiągnięciu różnych celów.

Sposób, w jaki należy się za to zabrać zależy od kilku czynników oraz potrzeb firmy. Najczęściej jednak LinkedIn wykorzystywany jest do:

- **rekrutacji** - ta rola serwisu będzie stale przybierała na sile z uwagi na dostępne narzędzia dla rekruterów, takie jak Talent Hub (zaprojektowany z myślą o średnich i dużych firmach, po wprowadzeniu podstawowych informacji na temat stanowiska wyszukuje najlepiej dopasowanych kandydatów) czy Talent Insight (podpowiada gdzie relokować zespół specjalistów, wskazuje jakich umiejętności brakuje w zespole, pokazuje jak firma wypada na tle konkurencji, np. w temacie wysokości płac). Nie bez znaczenia pozostaje fakt polityki rozwoju serwisu. Niedawno LinkedIn kupił kalifornijski startup GLINT, który zajmuje się zaawansowanymi ankietami wśród pracowników. Na pierwszy rzut oka są to proste ankiety, jednak wsparte sztuczną inteligencją, dzięki której analizują nastroje wewnątrz organizacji czy zaangażowanie pracowników. Na podstawie zebranych danych prezentuje wnioski, pomaga dostrzec szanse na rozwój poszczególnych członków zespołu,

a także przewidzieć ryzyko odejścia.

- **nawiązywania i utrzymywania relacji b2b** – LinkedIn nie tylko umożliwia wyszukanie potencjalnych partnerów biznesowych, ale też nawiązanie kontaktu, jak i dbanie o relację. Firmowe konto uzupełniane w merytoryczne i wartościowe treści daje dowód na to, że firma jest godnym zaufania, aktywnym uczestnikiem życia swojej branży. Dzięki temu sama stwarza sobie szanse na otrzymywanie większej ilości zapytań od potencjalnych klientów. Łatwiej jest jej nawiązać z nimi kontakt lub uzyskać odpowiedź na wysłaną wiadomość.
- **komunikacji wewnętrznej** - segmentacja komunikacji do określonych grup użytkowników pozwala pokazywać posty wybranym grupom użytkowników, np. własnym pracownikom. Dzięki temu firmowe konto na LinkedIn może stać się wewnętrznym forum, służącym do informowania, angażowania czy wspierania własnego zespołu. To nie tylko zewnętrzna tablica ogłoszeń, ponieważ umożliwia wymianę treści, a co za tym idzie zbieranie feedbacku.
- **komunikacji zewnętrznej** – za sprawą postów publicznych, firma może informować branżę o własnych poczynaniach, zainteresowaniach, planach i realizacjach. W ten sposób nie tylko pokazuje, że trzyma rękę na branżowym pulsie, ale też odnosi sukcesy, rozwija się, potrafi angażować ludzi, zabiera głos w ważkich tematach, co finalnie sprowadza się do budowania roli eksperta.
- **kampanii employer branding** – LinkedIn stanowi w tym temacie nie tylko kolejną platformę, na której można stosować powszechnie znane narzędzia do employer branding, ale też dostawcą własnych. Mowa tu o Recru-

iter System Connect (RSC), narzędziu, które działa jako pomost pomiędzy systemami ATS (systemami śledzenia aplikacji). Ich zadania są bardzo podobne do systemów CRM, jednak służą do zarządzania relacjami z kandydatami do pracy.

Dla przykładu: jeśli naszym celem jest **zbudowanie szerokiej sieci kontaktów** – dobrym rozwiązaniem jest wybór **Konta Business Plus**. Dlaczego? Dzięki niemu można łatwiej wyszukiwać osoby, wysłać 15 wiadomości InMail do osób poza siecią kontaktów, widzieć podgląd kto wyświetlał profil. Z kolei jeśli potrzebujemy **generować leady w celach sprzedażowych** można wybrać wersję **LinkedIn dla sprzedawców**, które również posiada ulepszone wyszukiwanie premium, umożliwia wysłanie wiadomości do 15 osób spoza sieci kontaktów a jego Lead Builder jest narzędziem do tworzenia list kandydatów i ma także rekomendacje. Podsumowując, różne cele – różne możliwości.

- W jaki sposób powinniśmy się przygotować i na co zwrócić szczególną uwagę rozpoczynając naszą przygodę z firmowym profilem na LinkedIn?

- Przede wszystkim musimy odpowiedzieć sobie na pytanie „po co nam profil na LinkedIn?”. Innymi słowy, jaki cel chcemy przez to osiągnąć. Nieco inaczej będzie wyglądać konto firmy, która chce budować rolę eksperta niż takiej, która szuka wsparcia wyłącznie w rekrutacji pracowników.

Koniecznym jest przygotować strategię komunikacji. Oczywiście treści poszczególnych postów będą z reguły tworzone na bieżąco, jednak wcześniej należy ustalić o czym i w jaki sposób firma będzie komunikować. To ważne,



ponieważ opublikowane treści będą służyć użytkownikom serwisu jak swoista kopalnia informacji o firmie, a także odzwierciedlać jej politykę informacyjną.

Zanim rozpocznie się aktywną komunikację na LinkedIn, warto opracować sobie reguły postępowania w różnych okolicznościach. Polecenia i komentarze o pozytywnym charakterze wzmocnią kreowany wizerunek, jednak niepochlebne opinie mogą okazać się bardzo problematyczne. W skrajnych przypadkach mogą być nawet iskrą zapalną kryzysu wizerunkowego. Łatwiej będzie go uniknąć, kiedy zawczasu powstanie lista potencjalnych scenariuszy, jakie mogą mieć miejsce na koncie firmowym.

Prowadzenie firmowego konta będzie o wiele skuteczniejsze, jeśli zaangażują się w to pracownicy firmy. Sam LinkedIn przyznaje, że ich posty zyskują 10-krotnie większe zasięgi niż posty firm. Wsparcie członków zespołu okazuje się więc być w tym przypadku niezwykle cenne. Warto więc uprzedzić pracowników, że planowane jest założenie firmowego konta na LinkedIn i zapewnić, że wszelkie głosy czy komentarze będą tam mile widziane oraz zachęcić do aktywności.

- Dziękuję.

Rozmawiał Jarosław Libelt



Lubuski Ośrodek
Innowacji i Wdrożeń
Agrotechnicznych
Uniwersytetu Zielonogórskiego

Laboratorium badań żywności

Rozwiązania dla szkółkarstwa
i ogrodnictwa

Wsparcie technologiczne
dla przemysłu spożywczego

LOiWA Sp. z o.o.
Kalsk 122, 66-100 Sulechów, biuro@loiwa.com.pl, tel.: 68 353 46 63
loiwa.com.pl

Zadbaj o legalność i jakość drewna

Obecnie lasy zajmują ponad 30% łącznej powierzchni lądowej Ziemi. Do utrzymania lasów w dobrej kondycji przyczyniają się także jednostki certyfikacyjne i akredytacyjne, opracowując standardy dla przemysłu drzewnego i papierniczego. Jak więc zapewnić jakość, bezpieczeństwo produkcji i dostaw drewna oraz papieru?

Zgodnie z danymi zebranymi przez Lasy Państwowe, lesistość w Polsce kształtuje się na poziomie 30,6 proc. całkowitej powierzchni kraju. Do najbardziej zalesionego województwa należy lubuskie, gdzie lasy zajmują ponad połowę powierzchni.

Kluczowa gałąź przemysłu województwa lubuskiego

Nie może więc dziwić fakt, że przemysł drzewny (a szczególnie przetwórstwo drewna i produkcja mebli) stanowią jedną z kluczowych gałęzi gospodarki tego regionu. Jak pokazują dane Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubuskiego, produkcja sprzedana w tej branży wyniosła w 2017 roku 4,06 mld złotych. Równie ważna dla gospodarki regionu jest produkcja papieru i wyrobów z papieru – w tym przypadku produkcja sprzedana w 2017 roku wyniosła 2,7 mld zł. Przedsiębiorstwa z drzewnej i papierniczej, aby aktywnie uczestniczyć w rynku, muszą nie tylko spełniać wymagania prawne, ale oferować produkty, które spełnią oczekiwania ich klientów nie tylko pod względem jakości wyrobów, ale i innych czynników.

Drewno z legalnych źródeł

Z roku na rok rośnie bowiem świadomość ekologiczna odbiorców końcowych, zarówno wyrobów z drewna (zabawek, mebli), jak i produktów papierniczych. Klienci coraz częściej zwracają uwagę na to, z jakich źródeł pochodzi surowiec, który został wykorzystany do produkcji ich nowego regału czy nawet szkolnego zeszytu ich dzieci. Coraz większy jest też nacisk instytucjonalny (np. ze strony Unii Europejskiej), aby drewno wykorzystywane w przemyśle pozyskiwane było w odpowiedzialny sposób, gwarantujący ochronę leśnych zasobów.

Co roku znika na całym świecie ok. 12-15 mln ha lasów, z których część wycinana jest w sposób nielegalny.

Dlatego też UE postawiła sobie za priorytetowy cel działania służące zwalczaniu



obrotu drewnem pochodzącym z nielegalnych źródeł; rozporządzenie Parlamentu Europejskiego nr 995/2010 (EUTR) zabrania wprowadzania na rynek unijny surowca i materiałów zeń wykonanych, których źródła pochodzenia nie da się potwierdzić.

Oznacza to, że producenci drewna i wyrobów z drewna, wprowadzający swoje wyroby po raz pierwszy na polski/wspólnotowy rynek, muszą wdrożyć system należytej staranności (SNS). Obejmuje on procedury i środki służące m.in. identyfikacji źródła pochodzenia drewna i oceny ryzyka. Jeżeli przedsiębiorstwa tego nie uczynią, grożą im w takiej sytuacji poważne konsekwencje natury finansowej. Jednym ze sposobów na spełnienie tego wymagania jest uzyskanie certyfikatu międzynarodowych organizacji promujących odpowiedzialne gospodarowanie zasobami leśnymi.

Wśród standardów tego rodzaju można wymienić FSC® (Forest Stewardship Council) oraz PEFC™ (Programme for the Endorsement of Forest Certification). To największe w skali globalnej programy certyfikacji w przemyśle drzewnym.

Uzyskanie certyfikatu FSC lub PEFC oznacza, że na każdym etapie produkcji za-

dbano o zapewnienie pochodzenia produktów z legalnych źródeł.

Certyfikacja FSC

W przypadku programu Forest Stewardship Council® certyfikacja realizowana jest w następujących standardach:

- Uzyskanie certyfikatu FSC Forest Management (FM) stanowi potwierdzenie, że gospodarowanie lasem było zarówno opłacalne ekonomicznie, ale też chroniło ekosystem i odbywało się z korzyścią dla lokalnej ludności.
- FSC „Chain of Custody” (CoC) to potwierdzenie, że kupowane materiały i produkty z drewna pochodzą wyłącznie z dobrze zarządzanych lasów oraz z innych kontrolowanych źródeł. Wdrożenie systemu zarządzania łańcuchem dostaw w oparciu o standard FSC CoC obejmuje m.in. zarządzanie jakością, specyfikację materiałów oraz ich identyfikację i segregację, kontrolę produkcji, fakturowanie oraz dokumentację sprzedażową i umieszczanie na produktach znaku FSC.
- Certyfikacja FSC „Controlled Wood” przeznaczona jest dla firm, które do produkcji wykorzystują nie tylko drewno pochodzą-

ce z certyfikowanych źródeł. Certyfikacja Controlled Wood potwierdza, że stosowany materiał niecertyfikowany spełnia wymagania adekwatnego standardu i nie pochodzi z żadnego z pięciu nieakceptowalnych źródeł, np. nie jest nielegalnie pozyskany lub też nie uzyskano go w sposób naruszający prawa i tradycje miejscowej ludności.

- Certyfikacja FSC Project Certification została opracowana jako odpowiedź na potrzeby firm z branży budowlanej. Obejmuje one jedynie określony projekt, np. budynek (grupę budynków) czy inną konstrukcję, zarówno nowo budowaną jak i poddaną renowacji. Można również certyfikować konstrukcje powstałe na szczególne zapotrzebowanie, np. wystawy, targi czy festiwale. W przypadku FSC Project Certification możliwa jest zarówno pełna jak i częściowa certyfikacja (np. poszczególnych elementów konstrukcji, takich jak stolarka otworowa).

Certyfikacja PEFC

- Certyfikacja łańcucha dostaw produktów zawierających surowce leśne wg standardu PEFC „Chain of Custody of Forest-based Products” została dostosowana do potrzeb lokalnych właścicieli lasów. Pozwala na weryfikację pochodzenia drewna na każdym etapie jego przetworzenia i przepływu. Jeśli w przedsiębiorstwie funkcjonują systemy zarządzania jakością ISO 9001 i/lub środowiskiem ISO 14001,

mogą zostać wykorzystane jako element systemu zarządzania w standardzie PEFC.

Jak wygląda proces certyfikacji?

W przypadku Grupy DEKRA w Polsce (FSC N001908), która certyfikuje łańcuch dostaw w przemyśle drzewno-papierniczym wg systemów FSC i PEFC we współpracy z Soil Association Certification Limited, proces certyfikacji odbywa się w sześciu etapach. Procedurę rozpoczyna określenie zakresu certyfikacji i podpisanie kontraktu (1). Następnie eksperci DEKRA przeprowadzają audit certyfikujący (2), na podstawie wyników którego komitet certyfikujący podejmuje decyzję (3) o wydaniu certyfikatu (4). Po upływie 6-9 miesięcy od daty certyfikacji odbywa się pierwszy audit nadzoru (5); kolejne mają miejsce co roku. Po pięciu latach konieczne jest przeprowadzenie auditu recertyfikacyjnego (6), aby utrzymać ważność certyfikatu. Uzyskanie certyfikatu oznacza, że firma może umieszczać symbole FSC lub PEFC na swoich wyrobach.

Dlaczego warto uzyskać certyfikat FSC lub PEFC?

Uzyskanie certyfikatu FSC lub PEFC przez przedsiębiorstwo z branży drzewnej lub papierniczej niesie za sobą liczne korzyści dla tych podmiotów. Po pierwsze, dla firm sprowadzających surowiec spoza UE, certyfikacja jest skutecznym narzędziem wdrożenia systemu należytej staranności

(SNS), co otwiera możliwość wprowadzenia i swobodnego przepływu produktów drewnianych i papierniczych na rynki państw członkowskich UE, o czym była już mowa wcześniej. Równie ważny jest fakt, że kontrahenci i klienci tych firm otrzymują obiektywne potwierdzenie ze strony niezależnej jednostki certyfikującej, że kupowane przez nich drewno zostało pozyskane z lasów zarządzanych w sposób odpowiedzialny, z uwzględnieniem aspektów społecznych, środowiskowych i ekonomicznych.

Dzięki certyfikacji eliminuje się drewno pochodzące z nieznanymi, nielegalnymi lub kontrowersyjnymi źródłami. Warty podkreślenia jest, że zapewnia także wzrost przewagi konkurencyjnej i rynkowej przedsiębiorstwa dzięki rozpoznawalnym na całym świecie znakom FSC i PEFC. W przypadku certyfikacji FSC Project Certification dodatkowe korzyści uzyskują firmy budowlane, gdyż znikają przerwy w łańcuchu dostaw drewna konstrukcyjnego, występujące w sytuacjach braku certyfikacji wśród podwykonawców i dostawców.

Grupa DEKRA w Polsce

fsc.pl@dekra.com

Dane liczbowe zaczerpnięte z:

<https://www.lasy.gov.pl/pl/nasze-lasy/polskie-lasy>
oraz <http://www.coi-lubuskie.pl/lubuskie-w-liczbach/>

Fundusze Europejskie
Program Regionalny

Rzeczpospolita
Polska

Lubuskie
Województwo

Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego

Łączymy świat nauki ze światem biznesu!

www.pnt.uz.zgora.pl

PARK NAUKOWO-TECHNOLOGICZNY
UNIWERSYTETU ZIELONOGÓRSKIEGO SP. Z O.O.

Nowy Kisielin – A. Syrkiewicza 6; 66-002 Zielona Góra, tel. 68 328 2111; sekretariat@pnt.uz.zgora.pl

liczne szkolenia indywidualne i dla firm
dostęp do laboratoriów oraz aparatury
wynajem powierzchni biurowych i hali
pomoc w nawiązywaniu kontaktów biznesowych
sparcie przy pozyskaniu patentów i licencji
dofinansowania z UE dla sektora MŚP



SZYBKI KREDYT OBROTOWY

**Dodatkowe źródło finansowania
bieżącej działalności
gospodarczej/rolniczej**

- uproszczona analiza kredytowa
- uproszczona dokumentacja
- atrakcyjne formy zabezpieczeń

GBSBank

Dołącz do znajomych

Bank Polski

 www.gbsbank.pl

 Grupa BPS

Uważaj na możliwość „prania pieniędzy”

Ustawa o przeciwdziałaniu prania pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu weszła w życie 13 lipca ubiegłego roku. Jak wskazuje polski ustawodawca, jednym z celów przyjętej ustawy jest dostosowanie polskiego systemu do europejskich regulacji oraz wymogów wynikających ze znowelizowanych zaleceń organizacji FATF.

Pierwszą widoczną zmianą jest modyfikacja katalogu podmiotowego ustawy poprzez dodanie kolejnych podmiotów do jednostek obowiązanych stosować ustawę. Są nimi np. przedsiębiorcy w zakresie, w jakim przyjmują lub dokonują płatności za towary w gotówce o wartości równej lub przekraczającej równowartość 10 000 euro, bez względu na to, czy transakcja jest przeprowadzana jako pojedyncza operacja, czy jako kilka operacji, które wydają się ze sobą powiązane. Przedsiębiorcy są zatem włączeni do katalogu instytucji obowiązanych, jednakże dopiero po spełnieniu ustawowych przesłanek, czyli przyjęcia płatności w gotówce za towar lub usługę oraz przekroczenia progu wynoszącego równowartość 10 000 EURO.

Fundamentem zmian jest nowe podejście systemowe, które zakłada nowa regulacja. Ustawa nakłada obowiązek identyfikacji i dokonywania oceny ryzyka związanego z praniem pieniędzy i finansowaniem terroryzmu odnoszącego się do ich działalności. Taka ocena ma się odbywać z uwzględnieniem czynników ryzyka dotyczących klientów, państw lub obszarów geograficznych, produktów, usług, transakcji lub kanałów ich dostaw. Podejście oparte na ocenie ryzyka polscy przedsiębiorcy poznali już wraz z wejściem w życie ogólnego rozporządzenia RODO. Ocena ryzyka musi być proporcjonalna do charakteru i wielkości instytucji ją przeprowadzającej. Z dokonanej oceny ryzyka sporządza się dokumentację w postaci papierowej lub elektronicznej i w razie potrzeby - nie rzadziej jednak niż co 2 lata - aktualizuje się, w szczególności w związku ze zmianami czynników ryzyka.

Ocena ryzyka powinna przewidywać wprowadzenie planu działań i wpływać na treść odpowiednich procedur wewnętrznych. W tym miejscu zaakcentować należy, że wewnętrzna procedura instytucji obowiązanej powinna określać zasady postępowania stosowane w instytucji obowiązanej. Obejmują one w szczególności określenie:

- czynności lub działań podejmowanych w celu ograniczenia ryzyka prania pieniędzy oraz finansowania terroryzmu i właściwego zarządzania zidentyfikowanym ryzykiem prania pieniędzy lub finansowania terroryzmu;
- zasad rozpoznawania i oceny ryzyka prania

pieniędzy oraz finansowania terroryzmu związanego z danymi stosunkami gospodarczymi lub transakcją okazjonalną, w tym zasad weryfikacji i aktualizacji uprzednio dokonanej oceny ryzyka prania pieniędzy oraz finansowania terroryzmu;

- środków stosowanych w celu właściwego zarządzania rozpoznaniem ryzykiem prania pieniędzy lub finansowania terroryzmu związanym z danymi stosunkami gospodarczymi lub transakcją okazjonalną;
- zasad stosowania środków bezpieczeństwa finansowego;
- zasad przechowywania dokumentów oraz informacji;
- zasad wykonywania obowiązków obejmujących przekazywanie Generalnemu Inspektorowi informacji o transakcjach oraz zawiadomieniach;
- zasad upowszechniania wśród pracowników instytucji obowiązanej wiedzy z zakresu przepisów o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu;
- zasad zgłaszania przez pracowników rzeczywistych lub potencjalnych naruszeń przepisów z zakresu przeciwdziałania praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu;
- zasad kontroli wewnętrznej lub nadzoru zgodności działalności instytucji obowiązanej z przepisami o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu oraz zasadami postępowania określonymi w wewnętrznej procedurze.

Dopiero tak stworzony dokument pozwala zrozumieć specyfikę danego podmiotu, jego ryzyko, przedsięwzięte środki ograniczające to ryzyko oraz poziom ich efektywności. Będzie to pierwszy dokument analizowany w toku kontroli prowadzonej przez uprawnione organy nadzoru.

Najwięcej emocji wzbudza kwestia stosowania środków bezpieczeństwa finansowego oraz sposobu dokonywania analizy ryzyka klienta. W celu jego rozpoznania u danego klienta należy zebrać informacje na temat klienta w oparciu o źródła własne lub informacje publicznie dostępne. Koniecznym jest również przeprowadzenie oceny rozpoznanego ryzyka poprzez zaszerogowanie klienta do odpowiedniej kategorii



ryzyka oraz udokumentowanie rozpoznanego ryzyka klienta wraz z jego oceną (np. w formie teczek klienta). W tej tzw. procedurze „poznaj swojego klienta” instytucja obowiązana najczęściej polegać będzie na oświadczeniach klienta, dokumentach urzędowych, czy też wydrukach ze strony internetowej. Instytucje obowiązane mają zapewnić, aby pozyskane informacje były rzetelne, obiektywne i wiarygodne. Ponadto, instytucja obowiązana ma obowiązek identyfikacji beneficjenta rzeczywistego, czyli ustalenia osoby fizycznej, poziomu własności pośredniej i bezpośredniej, kryjącej się za klientem.

Oprócz obowiązków dokumentacyjnych koniecznym będzie także wyznaczenie pracownika odpowiedzialnego za zapewnienie zgodności z odpowiednimi przepisami na szczeblu kadry kierowniczej, przeprowadzenie odpowiednich szkoleń, czy też stworzenie procedury anonimowego zgłaszania nieprawidłowości.

Regulacja przeciwdziałania praniu pieniędzy jest tematyką trudną, ale wymagającą pogłębienia i z pewnością będzie przedmiotem kolejnych szkoleń organizowanych wspólnie przez Kancelarię Prawną Komarnicka Korpalski i Zachodnią Izbę Przemysłowo – Handlową.

**radca prawny Joanna Klimczak-Czajka
z Komarnicka Korpalski Kancelaria Prawna z siedzibą w Poznaniu**

Zamówienia publiczne

Dokumenty i oświadczenia składane w postępowaniu przetargowym na wezwanie Zamawiającego zgodnie z art. 26 ust. 1 i 26 ust. 2 ustawy Pzp - omówienie przepisów.

Od ponad dwóch lat na gruncie zamówień publicznych Wykonawcy co do zasady nie muszą składać dokumentów i oświadczeń wskazanych w SIWZ wraz z ofertą. Ułatwienie to okazało się być początkowo problematyczne dla wszystkich uczestników postępowania, w szczególności dla Wykonawców, którzy mimo tych regulacji składali dokumenty wg. „wcześniejszych zasad” tj. wraz ofertą. Takie działania niejednokrotnie stanowiły problem dla:

Zamawiającego, który borykał się z odpowiedzią na pytanie „Czy dysponując dokumentami Wykonawcy w dalszym ciągu występuje obowiązek wezwania do ponownego ich złożenia”.

Wykonawcy, który borykał się z odpowiedzią na pytanie „Czy składać ponownie dokumenty w sytuacji gdy te zostały złożone wraz z ofertą a zamawiający wezwał do ponownego ich złożenia”

Z czasem Wykonawcy zaczęli stosować się do regulacji ustawowych i zaleceń SIWZ, poprzez składanie wraz z ofertą tylko „wstępnych” oświadczeń potwierdzających spełnianie skonkretyzowanych warunków udziału w postępowaniu (np. doświadczenie, zdolność finansowa) oraz nie podleganie wykluczeniu z postępowania. To jednak powodowało, że nie zawsze składane na wezwanie dokumenty potwierdzały stan na dzień składania ofert. Pytanie zatem czy powinny? Po nowelizacji bowiem w przepisach usunięty został fragment wskazujący na jaką datę składany dokument ma być aktualny, co mogło wskazywać, że dokumenty mogą być wystawione po terminie składania ofert a tym samym w niektórych przypadkach potwierdzać stan po upływie ww. terminu.

Powyższe było o tyle problematyczne, że od początku obowiązywania ustawy Pzp na gruncie prawa polskiego, ustawodawca wymagał od wykonawców składania dokumentów potwierdzających warunki udziału i brak podstaw do wykluczenia - aktualnych **dnia składania ofert** (także tych uzupeł-

nianych na wezwanie z art. 26 ust. 3 ustawy Pzp). Tym samym ciężko było przyjąć do wiadomości, że dokumenty wystawione po dacie składania ofert mogą być prawidłowe.

W rozumieniu przepisów (art. 26 ust. 1-3 Pzp) nie pomagało także orzecznictwo wydawane przez Krajową Izbę Odwoławczą. Przykładowo w wyroku z dnia 20 kwietnia 2017 r. sygn. akt KIO 707/17 czytamy „także w aktualnym stanie prawnym, wykonawca nadal jest zobowiązany wykazać – pod rygorem wykluczenia z postępowania – spełnienie warunków udziału w postępowaniu, na dzień składania ofert, co potwierdza swoim zapewnieniem w dokumencie JEDZ i w odrębnych oświadczeniach pisemnych załączonych do oferty, i taki stan musi się utrzymywać aż do zawarcia umowy. Zmiana brzmienia art. 26 ust. 3 ustawy Pzp, ma jedynie taki skutek, że dokumenty uzupełniane przez wykonawców na wezwanie z art. 26 ust. 3 Pzp, mogą być wystawione z datą bieżącą, ale jednocześnie w swojej treści mają potwierdzać spełnianie warunku przez wykonawcę na dzień złożenia oferty.” Wyrok był o tyle kontrowersyjny, że taka teza była aktualna także przed wejściem w życie nowelizacji ustawy Pzp, a więc kiedy na gruncie wcześniej obowiązujących przepisów Wykonawca musiał wykazać się spełnieniem warunków udziału i potwierdzić je dokumentami – na dzień składania ofert. Tym samym dopuszczalnym było składanie dokumentów aktualnych wystawionych po terminie składania ofert ale potwierdzających spełnienie warunków udziału i brak podstaw **najpóźniej na dzień składania ofert**.

Powstaje więc pytanie jak prawidłowo składać i/lub weryfikować prawidłowość złożonych dokumentów. I tak wskazać należy, iż w przypadku dokumentów potwierdzających brak podstaw do wykluczenia (np. KRS, KRK, ZUS i US) dokumenty składane na wezwanie mogą być wystawione po dacie składania ofert. Dokumenty te wraz z oświadczeniem wstęp-



Mazurkiewicz Cieszyński Mazuro
ADWOKACI I RADCOWIE PRAWNI | SPÓŁKA PARTNERSKA

nym złożonym wraz z ofertą wypełniają wymogi ustawowe. Potwierdził to Urząd Zamówień Publicznych wskazując w informacji o wyniku kontroli uprzedniej z dnia 11 kwietnia 2017 r. (znak: UZP/DKUE/

KU/31/17) oraz wyroku z dnia 19 października 2017 (sygn. akt KIO 2056/17) następująco: „Warunki udziału w postępowaniu muszą być zatem spełnione już na dzień składania ofert i trwać przez cały okres postępowania, **natomiast dowody składane na potwierdzenie tych warunków mają być aktualne na dzień ich składania**. Zgodnie zatem z konstrukcją przyjętą przez ustawodawcę wystarczające jest złożenie przez wykonawcę dokumentu aktualnego na dzień jego składania, albowiem ma on potwierdzać określony warunek udziału w postępowaniu, który ma zostać spełniony nie tylko na dzień składania ofert ale przez cały czas od momentu złożenia oferty aż do momentu zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia publicznego. To samo dotyczy braku podstaw wykluczenia. Na tym zatem

polega podstawowa różnica w stosunku do poprzednio obowiązującego stanu prawnego, kiedy to spełnianie warunków udziału w postępowaniu podlegało badaniu tylko na dzień składania ofert”.

Niestety sytuacja nie jest już taka oczywista w przypadku dokumentów potwierdzających spełnienie warunków udziału w postępowaniu. Wskazać tu przykładowo można wyrok KIO z dnia 19 października 2017 jw., w którym to Izba w sposób odmienny dokonała oceny dokumentów dotyczących zdolności finansowej i ekonomicznej tj. jako prawidłowy i dopuszczalny uznano opinię bankową wystawioną po dacie składania ofert, natomiast w przypadku dokumentu ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej (polisa OC) wystawionego po dacie składania ofert (*wobec dowodu w dokumentach, że wcześniej takiej polisy OC wykonawca nie posiadał*) stwierdzono brak potwierdzenia spełnienia warunków udziału w postępowaniu.

Eliza Grodzka



Eliza Grodzka – Prawnik, absolwentka Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Szczecińskiego oraz studiów podyplomowych z zakresu zarządzania biznesem. Członek zespołu adwokatów i radców prawnych w kancelarii Mazurkiewicz Cieszyński Mazuro i Wspólnicy Adwokaci i Radcowie Prawni sp.p. (www.mcmlegal.pl). Wieloletnie doświadczenie z zakresu stosowania ustawy Prawo zamówień publicznych przez Zamawiających i Wykonawców, w tym reprezentacja przed Krajową Izbą Odwoławczą. Specjalista ds. zamówień publicznych przy projektach finansowanych ze środków UE. Efektem jest pracy było uzyskanie przez jednego z klientów wyróżnienia w konkursie „Kryształy Przetargów Publicznych” za zamówienia publiczne na roboty budowlane realizowane w ramach projektu inwestycyjnego. Trener i doradca z zakresu stosowania przepisów ustawy dla Zamawiających i Wykonawców.



ZAMÓWIENIA PUBLICZNE



biuro@gotechnology.pl

www.gotechnology.pl

95 781 70 84

Proinnowacyjne usługi dla biznesu

- Wspieranie firm w projektach badawczo-rozwojowych, inwestycyjnych
- Wyszukiwanie i weryfikacja innowacyjnych technologii
- Pozyskiwanie finansowania dla firm
- Optymalizacja procesów produkcyjnych
- Wdrażanie standardów zarządzania jakością
- Opinie o innowacyjności, zgłoszenia patentowe
- Organizacja szkoleń, studiów podyplomowych
- Klub Młodego Wynalazcy



66-400 Gorzów Wielkopolski,
ul. Kazimierza Wielkiego 1
NIP 599 286 26 34, Regon 211293154

Biuro czynne
od poniedziałku do piątku
w godzinach 7.30-15.30.

Sekretariat

T: +48 95 739 03 11
E: sekretariat@ziph.pl

Dyrektor Izby

Stanisław Owczarek
T: 602 771 656
E: s.owczarek@ziph.pl

Dział Marketingu

Tomasz Molski
T: 696 007 665
E: t.molski@ziph.pl

Marzena Młynarczyk

T: +48 95 739 03 12
E: marzena.mlynarczyk@ziph.pl

Dział projektów unijnych

Kamila Sz wajkowska
T: +48 95 739 03 11
E: projekty@ziph.pl

Dział Ubezpieczeń

Anna Elżanowska
T: +48 95 739 03 10
E: a.elzanowska@ziph.pl

Dział Kadr i Księgowości

Anna Nowak
T: +48 95 739 03 13
E: a.nowak@ziph.pl

Oddział w Zielonej Górze

ul. Bohaterów Westerplatte 23
65-078 Zielona Góra

T: 534 052 819
E: biurozgora@ziph.pl

Oddział w Barlinku

ul. Niepodległości 16
74-320 Barlinek

T: 533 779 421
E: biurobarlinek@ziph.pl

Oddział ZIPH w Żaganiu

ul. Jana Pawła II 15
68-100 Żagań

T: 537 544 808.
E: biurozagan@ziph.pl

Strona www: ziph.pl

Nowy hotel w Gorzowie

Hotel Bulvar*** znajduje się w ścisłym centrum Gorzowa Wielkopolskiego w pobliżu katedry. Za ledwie kilka kroków dzieli go od centrum handlowego Nova Park. Nasz hotel usytuowany jest w sąsiedztwie najlepszych restauracji w Gorzowie. Dużym atutem położenia hotelu jest również bliska odległość od dworca autobusowego oraz kolejowego. Hotel położony jest w pobliżu nadwarciańskich bulwarów oraz Parku Róż, które stanowią idealne miejsce na popołudniowy spacer.

Hotel Bulvar*** posiada 23 pokoje. Wszystkie z nich są komfortowo urządzone, a nowoczesny wystrój nadaje im oryginalnego charakteru. W 16 jednoosobowych oraz 7 dwuosobowych pokojach goście znajdą takie udogodnienia jak szerokie łóżka (w większości pokoi jednoosobowych łóżka mają wymiar 160/200), klimatyzację, minibar, ogrzewanie podłogowe czy możliwość całkowitego zaciemnienia pokoju. W pokojach znajdują się płaskie telewizory z telewizją satelitarną. Goście mogą także korzystać z dostępu do bezpłatnego internetu, biurka do pracy. Dodatkową zaletą jest fakt, że w większości pokoi znajdują się balkony.

Łazienki przynależące do pokoi są jasne i nowoczesnie urządzone. Wyposażone są w prysznice, suszarki do włosów i zestaw kosmetyków.

Do dyspozycji goście mają także prywatny monitorowany parking z miejscem na 23 auta, a także mają możliwość skorzystania z przechowalni bagażu. Istnieje możliwość wypożyczenia żelazek. Pracownicy restauracji oraz całodobowej recepcji mówią zarówno po polsku jak i po angielsku, co ułatwia kontakt z gośćmi z zagranicy.

W hotelu znajduje się restauracja, w której śniadanie podawane są w formie bogatego bufetu szwedzkiego, a dania kuchni polskiej serwowane są w nowoczesnym wydaniu. W restauracji goście mogą także wypić kawę i ulubione drinki czy wina.

Dysponujemy także dwoma salami konferencyjnymi, które możemy dopasować do oczekiwań gości. Sale są nowoczesne i wyposażone w niezbędny sprzęt multimedialny, co pozwala na zorganizowanie spotkań służbowych, biznesowych, jak i rodzinnych. W zależności od potrzeb i charakteru imprez jesteśmy w stanie zadbać o odpowiedni wystrój czy ustawienie sali. Zapewnimy także profesjonalną obsługę gastronomiczną – niezależnie czy będzie to przerwa kawowa czy uroczysta kolacja.

Hotel Bulvar

Adres:
Łużycka 35, 66-400 Gorzów Wielkopolski

Telefon:
+48 95 711 60 30

E-mail:
recepca@hotelbulvar.pl

Strona internetowa:
www.hotelbulvar.pl



Nowa oferta unijnych pożyczek wspierających rozwój mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w województwie lubuskim

MAŁA POŻYCZKA

Kwota pożyczki do 500 000,00 zł

Grupa docelowa: mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa

■ Oprocentowanie stałe w okresie trwania pożyczki (preferencyjne lub na warunkach rynkowych)

- Od 2,87% w skali roku dla firm niebędących start-upami
- 0,935% w skali roku dla start-upów, tj. przedsiębiorców działających na rynku w momencie zawierania umowy pożyczkowej nie dłużej niż 2 lata od daty rozpoczęcia działalności gospodarczej na podstawie wpisu do CEIDG, KRS lub umowy spółki
- Brak opłat i prowizji za udzielenie i obsługę pożyczki
- Okres spłaty do 60 miesięcy
- Karencja w spłacie kapitału do 6 miesięcy; karencja nie wydłuża okresu spłaty pożyczki
- Finansowanie inwestycji do 100%

DUŻA POŻYCZKA

Kwota pożyczki od 500 000,01 zł do 2 000 000,00 zł

Grupa docelowa: mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa

■ Oprocentowanie stałe w okresie trwania pożyczki (preferencyjne lub na warunkach rynkowych)

- 1,87% w skali roku dla wszystkich MŚP na przedsięwzięcia innowacyjne na poziomie regionu oraz Technologie Informacyjno-Komunikacyjne (TIK)
- Od 2,87% w skali roku dla firm działających powyżej 12 miesięcy na inne przedsięwzięcia inwestycyjne
- Od 5,87% w skali roku dla firm działających poniżej 12 miesięcy na inne przedsięwzięcia inwestycyjne
- Brak opłat i prowizji za udzielenie i obsługę pożyczki
- Okres spłaty do 120 miesięcy
- Okres karencji w spłacie kapitału do 12 miesięcy; karencja nie wydłuża okresu spłaty pożyczki
- Finansowanie inwestycji do 100% - dla pożyczek do 1 000 000,00 zł
- Finansowanie inwestycji do 90% - dla pożyczek powyżej 1 000 000,00 zł

GDZIE UZYSKAĆ SZCZEGÓŁOWE INFORMACJE?

Biuro Projektu

Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.
Lubuski Fundusz Pożyczkowy
ul. Chopina 14
65-001 Zielona Góra
tel. 68 329 78 27/28
e-mail: lfp@region.zgora.pl

Punkt Obsługi Klienta

Punkt Informacyjny ARR S.A.
ul. Kazimierza Wielkiego 1
66-400 Gorzów Wlkp.
tel. 95 739 03 16
e-mail: r.sz wajkowska@region.zgora.pl

Punkt Obsługi Klienta

Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.
ul. Sulechowska 1
65-022 Zielona Góra
tel. 68 329 78 42
e-mail: agencja@region.zgora.pl

**unum**[®]

Ubezpieczamy zawodowo

Unum to:

- jeden z liderów w segmencie ubezpieczeń grupowych na życie w USA i Wielkiej Brytanii,
- zaufany partner biznesowy najlepszych firm brokerskich na świecie,
- jeden z największych na rynku katalogów wyłączeń odpowiedzialności.

Od teraz także w Polsce.

Sprawdź na www.unum.pl