GŁOS PRZEDSIĘBIORCY

WYDAWNICTWO ZACHODNIEJ IZBY PRZEMYSŁOWO-HANDLOWEJ

Numer 10 (215)/2026

BUSINESS WEEK 2026

5 DNI. 17 EKSPERTÓW. 250 UCZESTNIKÓW.

WIEDZA, RELACJE, KIERUNKI ROZWOJU DLA LUBUSKIEGO BIZNESU.

Business Week 3
Wywiad - Volvo Auto Bruno 5
Współpraca międzynarodowa - IHK Ostbrandenburg 6
Głos izby o o kierunkach rozwoju kształcenia 6
Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki 8
Dofinansowanie do szkoleń 9
Wywiad – Adrian Prędkiewicz 10
AI w firmach 11
Felieton - HRowym okiem 13
Felieton – Głos rozsądku? 13
Fundusze na innowacje i rozwój 14
Lubuska gospodarka w statystykach 16

GŁOS PRZEDSIĘBIORCY

Wydawca:
Zachodnia Izba Przemysłowo-Handlowa w Gorzowie Wielkopolskim.

Redakcja:
Tomasz Molski (redaktor naczelny), Jarosław Libelt (Wydawnictwo „In Plus", tel. 609 22 35 79)

Opracowanie graficzne:
Monika Szalczyńska
topotypo@topotypo.pl

Współpracownicy:
Kamila Szwajkowska, Edyta Hubska, Agnieszka Anacka.

Adres:
ul. Kosynierów Gdyńskich 108
66-400 Gorzów Wielkopolski,

T: +48 696 007 665

E: info@ziph.pl

W: www.ziph.pl

Szanowni Państwo

Pozwólcie proszę, że niemal całe bieżące słowo wstępne poświęcę październikowemu Business Weekowi. Dlaczego? Bo to wyjątkowe wydarzenie, a w województwie lubuskim podobnego z pewnością nie ma.

Już po raz drugi z zaproszenia Zachodniej Izby Przemysłowo-Handlowej do wspólnego spotkania połączonego z poszerzeniem swoich kompetencji zawodowych skorzystało mnóstwo przedsiębiorców (relacja na stronie 3). W gościnnych progach Hotelu Qubus gościliśmy w dniach 5-9 października nie tylko członków naszej Izby, ale również personel kierowniczy oraz przedstawicieli wybranych firm, którym udało się zarezerwować w odpowiednim czasie miejsca. Piszę o tym z nieukrywaną radością, z jedną drobną uwagą, o której wspomnę na końcu. Chcę przede wszystkim podziękować wszystkim uczestnikom za dużą otwartość na nowe. Każdego dnia z uśmiechem przypatrywałam się nie tylko jak z zainteresowaniem przyjmowaliście proponowane przez prelegentów treści. Cudownie było widzieć, jak ogromna rzesza przybyłych rozmawiała z sobą w czasie przerw oraz wymieniała się telefonami bądź wizytówkami. Mam głębokie przekonanie, że najważniejsza misja Izby – czyli integracja środowiska gospodarczego naszego regionu – wypełniła się dzięki Business Weekowi w 100%. W tym miejscu kłaniam się nisko naszemu głównemu partnerowi, czyli Kostrzyńsko-Słubickiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej. Słowa podziękowania kieruję również do wszystkich innych dobrodziejów, bo to właśnie dzięki nim druga edycja BW wypadła okazalej, niż ubiegłoroczna premierowa odsłona.

Wspomniałam o małej uwadze. Czasami zdarza się, że na organizowane przez ZIPH wydarzenia jest o wiele więcej chętnych, niż moglibyśmy ugościć. Tak też było w czasie tych pięciu październikowych dni. Tak zwana lista rezerwowa była naprawdę opasła. Dlatego prosimy, aby ewentualną absencję zawsze zgłaszać odpowiednio wcześniej. Umożliwi to nam zaproszenie tych, którzy w pierwotnym terminie „nie załapali się", a chętnie skorzystaliby z oferowanych możliwości. Bo szkoda każdego miejsca, choćby jednego.

Życzę dobrej lektury.

Z wyrazami szacunku –
Kamila Szwajkowska
Dyrektor ZIPH

TO BYŁ ŚWIETNY CZAS

Druga edycja Business Week stała pod znakiem wysokiej jakości wiedzy i znakomitej atmosfery. Od 5 do 9 października sala konferencyjna gorzowskiego Hotelu Qubus wypełniała się ludźmi biznesu spragnionymi aktualnego, merytorycznego przekazu w różnych aspektach życia gospodarczego. I niewątpliwie te oczekiwania zostały spełnione.

– *Cieszę się z tak życzliwego odbioru Business Week 2026. Jako Zachodnia Izba Przemysłowo-Handlowa od lat dokładamy wielu starań, aby spełnić tę najważniejszą potrzebę naszych członków, czyli jednoczyć lokalne środowisko przedsiębiorców. Gdy udaje się dodatkowo dołożyć jakąś cząstkę do rozwoju poszczególnych firm to moje zadowolenie jest naprawdę ogromne* – mówi prezes ZIPH Jerzy Korolewicz.

W podobnym tonie wypowiada się dyrektor Kamila Szwajkowska: – *To był świetny czas. Odbyłam wiele rozmów, poznałam nowe, niezwykle wartościowe osoby, a życzliwe głosy niektórych przedsiębiorców z pewnością zostaną ze mną na dłuższy okres.*

Przypomnijmy, że każdy z pięciu dni Business Week 2026 poświęcony został innej tematyce. Na początek – w ramach „HR Day" – specjaliści z Grant Thorton i firmy Factorial zaprezentowali najnowsze tendencje wynikające z użycia AI w HR. Następnego dnia Adrian Prędkiewicz uchylił rąbka tajemnicy w zakresie użycia sztucznej inteligencji w działaniach marketingowych oraz w metodzie warsztatowej uczył, jak za pomocą telefonu tworzyć nagrania do social media. Niewątpliwie przydatne okazały się również pokazane techniki montażu. Trzeci dzień stał pod hasłem „Podatki z PwC". Dużo wiedzy księgowej i to zarówno dla dużych, jak i mały przedsiębiorców. Spora część uczestników skwapliwie skorzystała także z przerw w prelekcjach i zadawała pytania zaproszonym specjalistom z PricewaterhouseCoopers. Dalej uczestnicy Business Week z uwagą wysłuchali wystąpień w ramach panelu „Biznes i Świat". Piotr Dmitrowski, czyli dyrektor Biura Analiz Makroekonomicznych i Rynków Finansowych w Banku Gospodarstwa Krajowego omawiał aktualne wyzwania stojące przed polską gospodarką. Z kolei Grzegorz Sochacki z Agencja Bezpieczeństwa Wewnętrznego zachęcał do stosowania profilaktycznych działań z zakresu zagrożeń terrorystycznych, cyberbezpieczeństwa, dywersji, szpiegostwa i kontrwywiadu. Z przymrużeniem oka można stwierdzić, że życie niektórych słuchaczy zmieniło się po tym wystąpieniu. Całe wydarzenie zamknął piątkowy „Dzień Funduszy Europejskich". Każdy z przybyłych otrzymał okazję do zapoznania się z ofertami instytucji proponujących wsparcie finansowe dla przedsiębiorców ze środków unijnych.

- *Przygotowania do drugiej edycji „Business Week" w zasadzie rozpoczęliśmy dzień po zakończeniu ubiegłorocznych spotkań. Wtedy wykonaliśmy pierwsze telefony odnośnie woli współpracy z potencjalnymi prelegentami i sponsorami. A bez życzliwości tych ostatnich z pewnością nie moglibyśmy w sposób tak okazały zorganizować tegoroczną edycję. Dlatego pięknie dziękuję wszystkim za okazane zaufanie i wzorcową współpracę* – podsumowuje Dyrektor Działu Marketingu ZIPH Tomasz Molski.

Jarosław Libelt

PARTNERZY

BUSINESS WEEK 2026

Kostrzyńsko-Słubicka Specjalna Strefa Ekonomiczna | PZU | BGK Bank Gospodarstwa Krajowego | arp Agencja Rozwoju Przemysłu S.A. | Polska Agencja Inwestycji i Handlu Grupa PFR

VOLVO AUTO BRUNO | pwc | GBSBank Dołącz do znajomych | Grant Thornton | LFPK Lubuski Fundusz Poręczeń Kredytowych

factorial | Branżowy Punkt Kontaktowy Transformacja Cyfrowa | creative trust | SOCIENDS | Edyta Hubska ROZWOJowo · HRowo

WWW.BUSINESS-WEEK.PL

Business week 2026

5-9 PAŹDZIERNIKA 2026 I GORZÓW

PRAWDZIWA ELEGANCJA NIE MUSI BYĆ KRZYKLIWA

Rozmowa z **Kamilem Mielcarkiem**, Kierownikiem Działu Sprzedaży dla Firm w szczecińskim salonie Volvo Auto Bruno.

Proszę przybliżyć genezę powstania waszego salonu oraz krótko opowiedzieć o rozwoju firmy.

Firma Volvo Auto Bruno jest obecna na rynku motoryzacyjnym od wielu lat, a ważnym momentem w naszym rozwoju był rok 2005, kiedy Auto Bruno dołączyło do Grupy Bemo – jednej z największych grup dealerskich w Polsce. Otworzyło to nam nowe możliwości w tym sprzedaż na terenie całej Polski. Od tego czasu konsekwentnie rozwijamy naszą działalność, inwestując zarówno w infrastrukturę, jak i w jakość obsługi klientów. Obecnie funkcjonujemy w dwóch lokalizacjach – przy ulicy Pomorskiej 115B w Szczecinie oraz w Ustowie 56, gdzie rozwijamy również ofertę samochodów używanych w programie Volvo Selekt jak i serwisu Volvo. Posiadamy prężnie rozwijające się działy sprzedaży detalicznej, jak i dział flotowy, który działa na terenie całej Polski.

Mimo upływu lat, samochody marki Volvo cieszą się znakomitą renomą wśród odbiorców, jeśli idzie o jakość sprzedawanych aut. Skąd bierze się ta nieposzlakowana opinia? Jaka jest recepta na wasz sukces?

Myślę, że największą siłą Volvo jest konsekwencja. Od dziesięcioleci marka pozostaje wierna swoim podstawowym wartościom, którymi są bezpieczeństwo, jakość i troska o człowieka. Warto przypomnieć, że to właśnie Volvo, opracował w 1959 roku trzypunktowy pas bezpieczeństwa, który zrewolucjonizował całą branżę motoryzacyjną i przekazała ten wynalazek wszystkim producentom za darmo, aby poprawiać bezpieczeństwo na drogach. Volvo od lat udowadnia, że prawdziwa elegancja nie musi być krzykliwa. Charakterystyczny, minimalistyczny design, harmonijne proporcje i dbałość o każdy detal sprawiają, że nasze samochody wyróżniają się na drodze, a jednocześnie doskonale opierają się upływowi czasu. Dzisiaj Volvo rozwija te wartości, łącząc je z nowoczesnymi napędami hybrydowymi i elektrycznymi.

Czy wszystkie modele są dostępne od ręki, czy też należy uzbroić się w cierpliwość przy jakimś konkretnym zamówieniu?

Staramy się zapewniać naszym klientom możliwie szeroki wybór samochodów dostępnych od ręki. Dzięki temu w wielu przypadkach czas oczekiwania na wymarzone Volvo może być naprawdę krótki. Największym zainteresowaniem cieszą się modele z rodziny SUV, takie jak XC40, XC60 czy XC90, dlatego staramy się utrzymywać atrakcyjną ofertę tych samochodów. Oczywiście, jeśli klient zdecyduje się na swoją wymarzoną konfigurację – określony kolor, wersję wyposażenia czy rodzaj napędu – to zamawiamy takie auto bezpośrednio z fabryki dla klienta.

Na jakie modele w sposób szczególny warto zwrócić uwagę?

Obecnie królem naszej gamy modelowej jest Volvo XC60. To niezwykle uniwersalny SUV, który doskonale sprawdza się zarówno w codziennym użytkowaniu, jak i podczas długich podróży. W tym momencie właśnie przeszedł głęboki lifting. Został przeprojektowany wygląd zewnętrzny, a także przeprojektowano wnętrze auta. XC60 dostało nowe silniki typu Plug-In które dzięki dużej baterii pozwalają na pokonanie 200 km tylko na napędzie elektrycznym. Modelem, który również przeszedł lifting jest Volvo XC40 w którym odmłodzono stylistykę. Warto także zwrócić uwagę na rozwój naszej gamy elektrycznej. Kompaktowe Volvo EX30 to świetna propozycja dla osób poruszających się głównie po mieście, natomiast nowe Volvo EX60 pokazuje, jak dynamicznie rozwija się technologia samochodów elektrycznych, oferując imponujący zasięg i zaawansowane rozwiązania z zakresu bezpieczeństwa. We flocie natomiast głównym modelem wybieranym przez klientów jest Volvo V60 które łączy zarówno funkcjonalność kombi z elegancją, a dzięki najwyższym standardom bezpieczeństwa i dobrej ofercie finansowej wpisuje się idealnie jako auto służbowe.

A na jaką pomoc przy zakupie z waszego salonu mogą liczyć klienci?

Dzisiaj zakup samochodu to znacznie więcej niż wybór konkretnego modelu. Równie istotne jest odpowiednie dopasowanie sposobu finansowania, dlatego staramy się zapewnić naszym klientom kompleksową obsługę. Oferujemy wszystkie formy finansowania dostępne na ryku. Warto tutaj podkreślić bardzo atrakcyjne oferty najmu długoterminowego, który dzięki niskiej utracie wartości marki Volvo jest często wybierany przez klientów zarówno detalicznych, jak i przedsiębiorców. Dla klientów flotowych mamy przygotowane konkretne rozwiązania i programy, które dopasowujemy do każdego klienta indywidualnie. Dzięki temu może liczyć na pełną obsługę swojej floty. W ofercie naszego salonu posiadamy również ofertę ubezpieczeń OC/AC oraz GAP, a nasz dział ubezpieczeń zawsze szuka odpowiedniej opcji i jej zakresu do potrzeb klienta. Zależy nam, aby klient otrzymał nie tylko atrakcyjną ofertę zakupu, ale przede wszystkim rozwiązanie dopasowane do swoich potrzeb.

Dlaczego pojawiliście się na „Business Week 2026"? Jak oceniacie tego typu wydarzenia?

Współpraca z Zachodnią Izbą Przemysłowo-Handlową była dla nas naturalnym krokiem w kierunku budowania bliższych relacji z lokalnym środowiskiem biznesowym. Jako Volvo Auto Bruno chcemy być nie tylko dostawcą samochodów, ale przede wszystkim partnerem dla przedsiębiorców. Doskonale wiemy, jak ważną rolę w prowadzeniu działalności gospodarczej odgrywa mobilność, niezawodność i odpowiednie zarządzanie kosztami floty samochodowej. Business Week 2026 był doskonałą okazją do bezpośrednich spotkań, wymiany doświadczeń i lepszego poznania potrzeb lokalnych firm. Wierzymy, że najlepsze relacje biznesowe zaczynają się od rozmowy i wzajemnego zaufania. Chcemy także pokazać, że Volvo to nie tylko samochód klasy Premium, ale również rozsądny i atrakcyjny wybór dla biznesu, zarówno w przypadku pojedynczego samochodu dla właściciela firmy, jak i większej floty. Mamy nadzieję, że w przyszłym roku również będziemy mogli uczestniczyć wraz z Państwem, czyli Czytelnikami „Głosu Przedsiębiorcy" w trzeciej edycji "Business Week".

Dziękuję.

Rozmawiał Jarosław Libelt

WSPÓŁPRACA PONAD GRANICAMI

Szóstego października na zaproszenie ZIPH gościli w Gorzowie przedstawiciele IHK Ostbrandenburg. Wizyta stałą się okazją do podsumowania współpracy obu izb oraz rozmów o planach na przyszłość.

Izba Wschodniej Brandenburgii zrzesza ponad 40 tysięcy niemieckich przedsiębiorstw, a coroczne posiedzenia władz obu instytucji mają już blisko 20-letnią tradycję. Tegoroczne spotkanie miało miejsce w Gorzowie. Oprócz rozmów o wspólnych planach i działaniach na 2027 rok, goście z Niemiec mieli okazję odwiedzić dwie prężnie rozwijające się gorzowskie firmy: BORNE Furniture oraz Kaskat sp. z o.o. Obie wizyty pozwoliły wymienić doświadczenia i porozmawiać o możliwościach współpracy między przedsiębiorcami i organizacjami wspierającymi biznes po obu stronach granicy.

Zakład BORNE Furniture zajmuje się wielkoseryjną produkcją mebli dla sieci IKEA. Specjalizuje się w wytwarzaniu mebli z lekkiej płyty komórkowej, przede wszystkim blatów stołowych, regałów oraz innych elementów meblowych. Kaskat natomiast jest producentem mieszanek mlecznych i spożywczych oraz międzynarodowym dystrybutorem produktów mleczarskich. Firma działa w Gorzowie od ponad 30 lat i obsługuje klientów w ponad 90 krajach.

Wspólnie z gośćmi z Frankfurtu nad Odrą izbowa delegacja spotkała się również z przedstawicielami gminy Santok, która jest wizytówką naszego regionu w zakresie realizacji polsko-niemieckich projektów transgranicznych.

Warto na koniec zaznaczyć, że pierwszym efektem tegorocznego spotkania jest decyzja o wspólnej organizacji kongresu zielonej gospodarki „Go Green", który odbędzie się 20 kwietnia 2027 roku w Gorzowie.

(TM)

GŁOS BIZNESU W EDUKACJI

Dyrektor ZIPH Kamila Szwajkowska została powołana do Wojewódzkiego Zespołu Koordynacji ds. polityki umiejętności w województwie lubuskim. Jej udział w pracach tego gremium pozwoli włączyć perspektywę przedsiębiorców w dyskusję o kierunkach rozwoju kształcenia w regionie.

Uroczyste wręczenie aktów powołania odbyło się 12 października 2026 r. w Zielonej Górze. Zespół liczy 35 osób reprezentujących m.in. samorządy, szkoły zawodowe, uczelnie, instytucje rynku pracy i organizacje pracodawców. Zadaniem zespołu jest doradzanie Zarządowi Województwa w sprawach kształcenia i rozwoju kompetencji mieszkańców. Podejmowane działania mają służyć lepszemu dopasowaniu edukacji do potrzeb lubuskiej gospodarki. Istotne miejsce zajmą wyzwania związane z nowymi technologiami oraz przygotowaniem młodych ludzi do wejścia na rynek pracy.

Udział przedstawiciela ZIPH w pracach zespołu stwarza możliwość wskazywania potrzeb kadrowych firm i barier, z którymi mierzą się pracodawcy. To także przestrzeń do rozmów o współpracy biznesu ze szkołami i uczelniami. Obecność Zachodniej Izby Przemysłowo-Handlowej w tym gronie niewątpliwie wzmacnia głos przedsiębiorców w debacie o przyszłości regionu, której ważnym elementem jest dostępność przygotowanych kadr.

Warto zaznaczyć, że ZIPH od blisko 10 lat uczestniczy w programach dotyczących organizacji staży i praktyk dla uczniów lubuskich szkół u przedsiębiorców zrzeszonych w Izbie.

(TM)

Nagrody dla gigantów

LUBUSKIEGO BIZNESU!

JEDNA GALA. DWA PRESTIŻOWE WYRÓŻNIENIA.

100 Złota Setka Lubuskiego

Niezależny ranking największych firm województwa, opracowany przez przedsiębiorstwo Dun&Bradstreet na podstawie twardych danych finansowych.

ZŁOTE GRONO
ZIELONOGÓRSKIEGO BIZNESU

Konkurs dla firm, które rozwijają innowacje, technologie i wyjątkowe produkty lub usługi.

Zwycięzców rankingu

ZŁOTA 100 LUBUSKIEGO

oraz laureatów nagrody gospodarczej
Prezydenta Miasta Zielona Góra Marcina Pabierowskiego
"Złote Grono Zielonogórskiego Biznesu"
poznamy i nagrodzimy podczas prestiżowej

GALI ZŁOTA 100

PRESTIŻ
i rozpoznawalność

NOWE MOŻLIWOŚCI
i kontakty biznesowe

PROMOCJA
Twojej firmy

ORGANIZATOR
GAZETA LUBUSKA

PARTNER STRATEGICZNY
ZIELONA GÓRA
ZIELONOGÓRSKI INTEGRATOR BIZNESOWY

PARTNERZY:
BGK Bank Gospodarstwa Krajowego
PKF Polska
BPO
Rzemiosło
ARR
BMW Sikora
MINI Sikora

PARTNERZY WSPIERAJĄCY:
GAMP
Klinika Wiśniowa

BLISKO 800 MLN ZŁ NA MODERNIZACJĘ POLSKICH FIRM

Już niedługo przedsiębiorcy będą mogli skorzystać z nowego wsparcia na cyfryzację i zieloną transformację. W ramach programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki uruchomiono Fundusz Pożyczkowy o wartości 792 mln zł. Firmy otrzymają dostęp do preferencyjnych pożyczek z możliwością uzyskania warunkowej dotacji na spłatę części kapitału.

Instrument jest skierowany do mikro-, małych, średnich i dużych przedsiębiorstw z całej Polski. Finansowanie ma pomóc w modernizacji działalności, zwiększaniu produktywności i ograniczaniu kosztów. Środki będzie można przeznaczyć m.in. na automatyzację produkcji, robotyzację, wdrażanie rozwiązań cyfrowych oraz inwestycje zmniejszające zużycie energii i surowców.

– *Obok dotychczasowych form wsparcia – między innymi na badania i rozwój, wdrażanie innowacji, internacjonalizację czy doradztwo – rozszerzamy ofertę PARP o instrument finansowy. Pożyczka z warunkową dotacją daje firmom możliwość realizacji większych inwestycji i jednocześnie tworzy realną zachętę do przeprowadzenia transformacji* – podkreślił prezes Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości Krzysztof Gulda.

Przedsiębiorca będzie mógł uzyskać pożyczkę w wysokości od 2,5 mln do 15 mln zł. Oprocentowanie w preferencyjnym wariancie wyniesie 0,5 proc. rocznie, a maksymalny okres spłaty – 15 lat. Przewidziano również możliwość skorzystania z karencji w spłacie kapitału do 24 miesięcy.

Dodatkową zachętą będzie warunkowa dotacja przeznaczona na spłatę części kapitału pożyczki. Jej wysokość może wynieść 5, 10 lub 15 proc. poniesionych przez przedsiębiorstwo kosztów inwestycji, w zależności od rodzaju projektu i jego lokalizacji. Jeżeli inwestycja nie będzie mogła zostać sfinansowana na zasadach pomocy de minimis, możliwe będzie zastosowanie warunków rynkowych. Według komunikatu MFiPR oprocentowanie w tym wariancie wyniesie około 5,3 proc. rocznie.

Jednym z dwóch głównych obszarów wsparcia jest transformacja cyfrowa. Pożyczki pozwolą sfinansować systemy informatyczne do zarządzania przedsiębiorstwem i jego zasobami, monitorowania produkcji oraz gromadzenia danych z procesów technologicznych. Wsparcie obejmie także rozwiązania wykorzystujące sztuczną inteligencję, Internet Rzeczy, chmurę obliczeniową i analizę danych. Firmy będą mogły inwestować również w cyberbezpieczeństwo, cyfryzację projektowania, robotyzację i automatyzację.

Drugi obszar to zielona transformacja oraz gospodarka o obiegu zamkniętym. Finansowanie będzie dostępne m.in. na modernizację procesów ograniczającą zużycie energii i surowców, technologie zmniejszające ilość odpadów oraz maszyny do recyklingu i odzysku materiałów. Katalog inwestycji obejmuje też ekoprojektowanie produktów i opakowań, narzędzia do obliczania śladu węglowego i analizy cyklu życia produktu.

Oba kierunki będzie można połączyć w jednym przedsięwzięciu. Przykładem jest cyfrowe zarządzanie produkcją, które pozwala jednocześnie poprawić jej wydajność i ograniczyć zużycie materiałów oraz ilość odpadów.

Docelowo fundusz ma udzielić około 200 pożyczek. W pierwszej puli do przedsiębiorców trafi 500 mln zł. Zgodnie z komunikatem rozpoczęcie przyjmowania wniosków zaplanowano około 30 dni po ogłoszeniu instrumentu, a nabór ma być prowadzony w trybie ciągłym. Szczegółowych informacji udzielają partnerzy finansujący, z którymi przedsiębiorcy mogą również skonsultować wniosek przed jego złożeniem.

Szczegółowe informacje można znaleźć na stronie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.

(oprac. TM)

DOFINANSOWANIE DO SZKOLEŃ

Dzięki programowi „Lubuskie Bony Rozwojowe" przedsiębiorcy mogą uzyskać nawet 85% dofinansowania na szkolenia, kursy, studia podyplomowe, usługi doradcze oraz egzaminy zawodowe. To doskonała propozycja dla tych, którzy chcą wysłać pracowników na szkolenia, a ogranicza ich budżet.

Projekt realizowany przez Zachodnią Izbę Przemysłowo-Handlową jest skierowany zarówno do mikro-, małych, średnich, jak i dużych przedsiębiorstw prowadzących działalność na terenie województwa lubuskiego. Jakie wymagania stawiane są pracownikom wspomnianych podmiotów, aby mogli wziąć udział w szkoleniu finansowanym ze środków unijnych?

Dopuszczone do udziału w projekcie są zarówno osoby zatrudnione na umowę o pracę, jak i cywilnoprawną. Ważne jest natomiast, żeby pracownik był zatrudniony na co najmniej 3 miesiące przed dniem złożenia wniosku o bon rozwojowy oraz przynajmniej do dnia rozliczenia usługi przez pracodawcę. Rekrutacja uczestników jest prowadzona w trybie ciągłym, czyli do wyczerpania środków.

Czym są bony rozwojowe?

Najprościej rzecz ujmując, za pośrednictwem bonów rozwojowych przedsiębiorca płaci za szkolenie, studia podyplomowe lub egzamin. Wysokość dofinansowania zależy od wielkości firmy i może wynieść nawet 85% kosztów wybranych działań.

Nie każdy projekt na podnoszenie kwalifikacji zawodowych daje taką możliwość (raczej jest to wyjątkiem), dlatego też warto wspomnieć, że przedsiębiorca ze wsparcia oferowanego w ramach Lubuskich Bonów Rozwojowych może skorzystać kilkukrotnie. Obowiązują jednak limity. W okresie realizacji projektu nie można pozyskać więcej niż:

- 15 000 zł w przypadku mikroprzedsiębiorstw;
- 40 000 zł – małe przedsiębiorstwo;
- 75 000 zł – średnie przedsiębiorstwo;
- 100 000 zł – duże przedsiębiorstwo.

Limit dofinansowania na jednego pracownika to 7500 zł.

Jak skorzystać z bonów?

Firmy mogą uzyskać dofinansowanie do udziału w: szkoleniach, kursach, studiach podyplomowych, usługach doradczych oraz egzaminach nadających kwalifikacje zawodowe. Przedsiębiorcy mają pełną swobodę w wyborze szkoleń i usług doradczych, które najlepiej odpowiadają na potrzeby ich firmy. Wystarczy znaleźć odpowiednią ofertę w Bazie Usług Szkoleniowych (BUR), wypełnić formularz zgłoszeniowy i podpisać z ZIPH umowę o wsparcie. Koszty szkoleń pokrywa Izba po ich realizacji.

Wsparcie konsultantów

W przypadku pytań lub wątpliwości przedsiębiorcy mogą skorzystać z pomocy konsultantów. Dla subregionu gorzowskiego dostępna jest infolinia +48 732 732 650, a dla subregionu zielonogórskiego – +48 68 329 78 54. Szczegółowe informacje o projekcie można znaleźć na stronie internetowej: www.lubuskiebony.pl

Projekt „Lubuskie Bony Rozwojowe" realizowany jest we współpracy z Agencją Rozwoju Regionalnego S.A. w Zielonej Górze oraz Centrum Technologii Internetowych CTI Sp. z o.o.

(JL)

ZACHODNIA IZBA PRZEMYSŁOWO-HANDLOWA
KRAJOWA IZBA GOSPODARCZA

BIURO LEGALIZACJI DOKUMENTÓW EKSPORTOWYCH

KONTAKT: +48 576 850 300

- Dokumenty handlowe, eksportowe i przewozowe
- Poświadczanie świadectwa pochodzenia towarów
- Świadectwa i zaświadczenia wydane przez administrację rządową

Lubuskie Centrum Przedsiębiorczości | ul. Kosynierów Gdyńskich 108 | Gorzów

CZAT DAJE TREŚĆ, AGENT DAJE EFEKT

Co agenci AI mogą zmienić w codziennej pracy firm i jak przygotować się do ich wykorzystania? O możliwościach sztucznej inteligencji, jej ograniczeniach i zastosowaniach w biznesie rozmawiamy z **Adrianem Prędkiewiczem**, właścicielem agencji marketingowej Sociends, wykładowcą m.in. na Uniwersytecie Łazarskiego oraz konsultantem ds. marketingu B2B, strategii i komunikacji.

O agentach AI mówi się coraz więcej. Jak wyjaśniłby Pan przedsiębiorcy, czym jest agent AI i czym różni się od zwykłej rozmowy z ChatGPT?

Zwykła rozmowa z ChatGPT to pytanie i odpowiedź. Wpisuję polecenie, dostaję tekst, kopiuję go i sam robię z nim coś dalej. Cała praca wokół tej odpowiedzi nadal jest po mojej stronie, czyli muszę zebrać dane, wkleić je, sprawdzić wynik, przenieść go do maila, arkusza albo systemu.

Agent AI ma do dyspozycji narzędzia i dostęp do moich systemów. Dostaje cel zamiast pojedynczego polecenia i sam planuje kroki, które do tego celu prowadzą. Przykład z mojej agencji: po spotkaniu z klientem agent pobiera transkrypcję z Fireflies, wyciąga ustalenia, przygotowuje podsumowanie w moim stylu i zapisuje je jako wersję roboczą w Gmailu. Ja tylko czytam i klikam „wyślij". Przy zwykłym czacie każdy z tych kroków robiłbym ręcznie.

Najprościej: czat odpowiada, agent wykonuje. Czat daje Ci treść, agent daje Ci efekt.

Często zamiennie używamy określeń „asystent AI" i „agent AI". Czy słusznie? Gdzie przebiega granica między pomocą człowiekowi a samodzielnym wykonywaniem zadań?

Na Marketing Day rozróżniałem trzy poziomy: zwykły czat, asystent AI i agent AI. Pierwszy to czysta rozmowa z modelem. Asystent to model skonfigurowany pod konkretne zadanie: ma swoją rolę, wytyczne i bazę wiedzy o firmie. W ChatGPT to własne GPT, w Gemini Gemy, w Claude Projekty. U siebie mam kilkunastu takich asystentów: do raportów miesięcznych, do komunikacji z klientami, do scenariuszy wideo, do optymalizacji Google Ads. Każdy zna moje zasady i moje dokumenty, więc odpowiada tak, jak ja bym odpowiedział.

> „Człowiek zostaje tam, gdzie jest relacja, odpowiedzialność i ocena ryzyka."

Agent to kolejny krok. Dochodzą connectory, czyli dostęp do Gmaila, kalendarza, Dysku Google, ClickUpa czy Canvy, oraz skille, czyli zapisane procedury wykonywania powtarzalnych zadań. Granica przebiega w jednym miejscu: kto wykonuje czynność. Jeśli dostaję propozycję i sam ją wdrażam, pracuję z asystentem. Jeśli AI samo sięga po dane, przetwarza je i zostawia gotowy efekt w moich systemach, pracuję z agentem.

Mieszanie tych pojęć ma jedną konsekwencję: przedsiębiorca spodziewa się agenta, a buduje czat. Potem jest rozczarowany, bo „AI nic nie robi". Warto więc zacząć od pytania, czego naprawdę potrzebuję: podpowiedzi czy wykonania.

Które zadania w marketingu i sprzedaży warto powierzyć agentowi w pierwszej kolejności, a które nadal wymagają zaangażowania człowieka?

W pierwszej kolejności zadania powtarzalne, oparte na danych, które już mamy w systemach. W Sociends tak działają trzy obszary. Pierwszy to podsumowania spotkań i komunikacja z klientem: transkrypcja, ustalenia, zadania do wykonania, gotowa wiadomość w moim stylu. Drugi to raportowanie: agent zbiera wyniki kampanii, odnosi je do poprzedniego okresu i pisze interpretację, bo sama liczba jest surowcem, a informacją staje się dopiero wniosek. Trzeci to research i analiza konkurencji: przegląd reklam w Meta Ad Library i Google Ads Transparency, profile, strona, wnioski dla klienta. Do tego dochodzą treści SEO według wcześniej spisanych zasad oraz brief przed rozmową z klientem, czyli co ustaliliśmy ostatnio, co jest w trakcie, o co zapytać.

Wspólny mianownik: jasny proces, dane w systemach, duża liczba powtórzeń. Tam agent oszczędza godziny tygodniowo.

Człowiek zostaje tam, gdzie jest relacja, odpowiedzialność i ocena ryzyka. Rozmowa handlowa, negocjacje, decyzja o strategii i budżecie, ton w trudnej sytuacji. Agent może przygotować wersję roboczą, ale ja decyduję, co i jak wychodzi na zewnątrz.

Czy mała firma bez działu IT może stworzyć własnego agenta AI? Jakiej wiedzy, czasu i budżetu potrzebuje na początek?

Może, bo ja też nie mam działu IT. Wszystko, co opisuję, zbudowałem sam w interfejsie ChatGPT i Claude, bez pisania kodu. Na warsztacie uczestnicy tworzyli pierwszego asystenta: wybierali zajęcie, generowali wytyczne, dodawali kontekst, testowali i poprawiali.

> „Jeśli dostaję propozycję i sam ją wdrażam, pracuję z asystentem. Jeśli AI samo sięga po dane, przetwarza je i zostawia gotowy efekt w moich systemach, pracuję z agentem.”

Wiedza: trzeba umieć opisać własny proces. To jest najtrudniejsze i to jest umiejętność biznesowa. Jeśli potrafię powiedzieć, jak wygląda dobry raport dla klienta, jakie są etapy mojej sprzedaży i jak piszę do ludzi, mam 80% pracy za sobą. Instrukcję dla asystenta może napisać sam model, wystarczy podać mu cel, sposób działania i dokumenty, które ma znać. Na szkoleniu rozdaję gotową strukturę takiego polecenia.

Czas: pierwszy asystent to jedno popołudnie. Pierwszy agent z dostępem do maila, kalendarza i dysku to kilka wieczorów, bo trzeba spisać zasady i zebrać dokumenty: ofertę, pytania klientów, opis grupy docelowej, przykłady dobrych tekstów. Potem każdy tydzień używania poprawia jakość.

Budżet: abonament na jedno narzędzie, od około 100 zł miesięcznie na osobę. Wersje rozszerzone to kilkaset złotych.

Dwie zasady, które decydują o wyniku: dużo kontekstu i jasna struktura wytycznych. Asystent bez dokumentów firmy to tylko ładniejszy czat.

Gdyby właściciel firmy po tej rozmowie miał zrobić jeden krok w stronę wykorzystania agentów AI, co powinien zrobić jutro?

Wybrać jedno zadanie, które powtarza co tydzień i którego nie lubi robić. Podsumowania spotkań, raport dla klienta, odpowiedzi na te same pytania, opisy produktów. Potem w ChatGPT, Gemini albo Claude zbudować do niego asystenta: wygenerować instrukcję, wgrać od 3 do 7 dokumentów z firmy i przetestować na prawdziwym przypadku z ostatniego tygodnia.

Ważne, żeby zacząć od asystenta. Agent z dostępem do wszystkich systemów to drugi krok. Najpierw sprawdzam, czy AI dobrze rozumie moją firmę. Dopiero gdy odpowiedzi są na poziomie, który sam bym podpisał, podpinam connectory i zamieniam asystenta w agenta, który wykonuje to zadanie bez mojego udziału.

Jeśli ktoś potrzebuje jednego zdania: jutro rano opisz AI jedno swoje zadanie tak dokładnie, jak opisałbyś je nowemu pracownikowi. Reszta jest już prosta.

Dziękuję.

Rozmawiał Tomasz Molski

AI W FIRMACH HAMOWANE PRZEZ BRAKI KOMPETENCYJNE

Tylko co czwarta firma ma dostęp do specjalistów AI, a niemal połowa nie podejmuje żadnych działań, by uzupełnić braki kompetencyjne – wynika z przygotowanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości i Uniwersytet Jagielloński. Badanie pokazuje, że największą barierą we wdrażaniu sztucznej inteligencji nie jest technologia, lecz ludzie.

Deficyt kompetencji większy niż w innych technologiach

Polskie firmy mierzą się z poważnymi barierami kadrowymi przy wdrażaniu sztucznej inteligencji. Jedynie około 25% przedsiębiorstw deklaruje dostęp do wykwalifikowanej kadry IT, zdolnej do wdrażania i utrzymania rozwiązań opartych na AI. Co ciekawe, wśród firm wykorzystujących AI, dostęp do wykwalifikowanej kadry deklaruje niemal połowa badanych firm (47%), co oznacza, że także one zidentyfikowały sporą lukę kompetencyjną.

– *Dane pokazują wyraźnie, że nawet firmy już korzystające z AI nie mają pełnego zaplecza kompetencyjnego. To oznacza, że luka kadrowa nie znika wraz z wdrożeniem technologii. Przeciwnie, często dopiero wtedy staje się w pełni widoczna* – mówi Seweryn Krupnik z Centrum Ewaluacji i Analiz Polityk Publicznych UJ.

Firmy często nie reagują na braki kompetencyjne

Mimo wyraźnych niedoborów kompetencyjnych blisko połowa firm (48%) nie podejmuje żadnych działań, a około jedna czwarta (23%) inwestuje w rozwój kompetencji pracowników. Część organizacji natomiast decyduje się na outsourcing (15%) lub rekrutację nowych pracowników o odpowiednich kompetencjach (10%).

Wśród firm już wdrażających AI niemal 40% planuje inwestycje w rozwój kompetencji, co pokazuje, że doświadczenie z technologią zwiększa świadomość potrzeb kadrowych.

Rekrutacja specjalistów AI pozostaje trudna

Próby pozyskania talentów z rynku często kończą się niepowodzeniem. Firmy, które zmierzyły się z rekrutacją, ale nie znalazły pracowników spełniających oczekiwania, wskazują między innymi na brak doświadczenia kandydatów (79%), brak odpowiedniego wykształcenia (75%) oraz niedopasowanie kompetencji (61%). Dodatkowo wyzwaniem są oczekiwania finansowe oraz ograniczone zainteresowanie ofertami pracy.

Najważniejsze kompetencje do wdrożenia AI

Największe zapotrzebowanie firm dotyczy kompetencji związanych z przetwarzaniem i analizą danych. To jeden z najważniejszych obszarów dla wdrożeń AI. To kompetencja, która jest szczególnie ważna m.in. dla programistów AI, Machine Learning Engineer, analityków danych, ekspertów ds. bezpieczeństwa AI, inżynierów oprogramowania i wielu innych. Organizacje coraz częściej poszukują także specjalistów zajmujących się rozwojem modeli i algorytmów AI, co wskazuje na rosnącą dojrzałość wdrożeń.

– *Wdrożenia AI to nie tylko zmiana technologiczna, ale także organizacyjna. I zmianą organizacyjną trzeba umieć zarządzać, tym bardziej, że przy każdym tzw. „nowym" pojawiają się lęk i opór* – mówi Iwona Krysińska z Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.

Badanie pokazało również istotne różnice między firmami. W dużych i średnich firmach AI jest szeroko wykorzystywana, a pracownicy na wyższych stanowiskach mają dostęp do bardziej zaawansowanych funkcji. Natomiast w mikro i małych firmach głównymi użytkownikami AI są właściciele lub kadra zarządzająca, która testuje i wdraża narzędzia.

– *Sztuczna inteligencja nie tworzy dziś nowych zawodów w oderwaniu od rzeczywistości biznesowej, lecz przede wszystkim wzmacnia istniejące role. Największą przewagę zyskują organizacje, które potrafią szybko włączyć AI w codzienne procesy, niezależnie od wielkości firmy* – mówi Seweryn Krupnik z Centrum Ewaluacji i Analiz Polityk Publicznych UJ.

Pracownicy już korzystają z AI – często poza pracą

Z badania wynika, że 53% pracujących korzystało z narzędzi AI. Co trzecia osoba używa ich zarówno prywatnie, jak i zawodowo, a tylko 9% wykorzystuje AI głównie do celów zawodowych. To pokazuje, że kompetencje rozwijają się także poza firmami, co może być szansą dla pracodawców.

(Oprac: TM)

TO O TOBIE

Twój zespół, twoja firma - to o tobie. To, jaką masz osobowość, jakie talenty, ograniczenia i słabości, zobaczysz w tym, jak funkcjonuje twój zespół. Narzekasz na niego? Nie jesteś zadowolony? To właśnie jest o tobie. Zespół to twoje lustro i najlepsza informacja zwrotna, jaką możesz dostać.

Literatura zarządzania opisuje ten mechanizm od lat: kultura organizacyjna odzwierciedla osobowość lidera. Jednym z pierwszych, którzy go szczegółowo opisali, był Manfred Kets de Vries. Lęki lidera objawiają się np. nadmierną kontrolą i mikrozarządzaniem. Potrzeba podziwu buduje kulturę klakierów, tuszowania błędów i manipulacji. Nadmierne wizjonerstwo, które nie uwzględnia dynamiki procesów i ludzi, może przerodzić się w kulturę, w której wiele projektów się zaczyna, a niewiele kończy. W której ludzie nie wiedzą, za co odpowiadają, bo z każdą nową wizją ich cele się zmieniają.

A teraz weźmy liderów o silnych skłonnościach narcystycznych lub psychopatycznych. To dopiero ciężka próba dla zespołu. Narcystyczny lider nigdy nie popełnia błędów, a przynajmniej nigdy się do nich nie przyznaje. Błędy popełniają inni – jego ludzie. Cały zespół „tańczy" wokół jego ego, potrzeb i często zmiennych oczekiwań. Lider o skłonnościach psychopatycznych jest groźniejszy, bo trudniej go rozpoznać: czaruje, przekonuje, awansuje, ale ludzi traktuje jak narzędzia, bez zrozumienia, bez krzty empatii.

Nie dotyczy to ciebie? A na ile potrzebujesz podziwu? Jak twój perfekcjonizm wpływa na motywację pracowników? A brak umiejętności, np. organizacji lub rozwiązywania konfliktów? Co to robi twojemu zespołowi? Każdy z nas ma słabości, tylko nie każdy potrafi się do nich przyznać i coś z tym zrobić.

Na szczęście obok liderskich ułomności i - nazwijmy to - pewnych odchyleń mamy też talenty i... samoświadomość. Tak, uważam ją za obowiązkową kompetencję lidera. Samoświadomy lider rozpoznaje

w sobie słabe obszary i cechy, które mogą być trudne dla zespołu. Nazywa je i pracuje nad nimi, np. z pomocą coacha. W ten sposób staje się najlepszym dowodem na to, że rozwój przynosi korzyści wszystkim.

Dlatego zanim po raz kolejny powiesz: „oni nie są samodzielni, odpowiedzialni...", spójrz w lustro. Ile w tym twoich cech, twojego ego, braku umiejętności lub wiedzy? Po dobrej autodiagnozie przychodzi czas na zmianę twoich zachowań i decyzji. Ta zmiana zatoczy szerokie kręgi i odbije się w kulturze organizacyjnej całej firmy. Bo, jak mówi chłopskie przysłowie, jaki pan, taki kram. Skąd oni to wtedy wiedzieli?

Edyta Hubska
trenerka biznesu, coach kadry menedżerskiej, przedsiębiorczyni, ekspert HR.

GŁOS ROZSĄDKU?

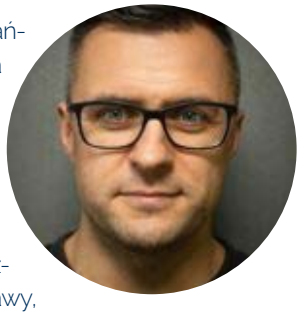
DLACZEGO MY SOBIE TO ROBIMY?

To pytanie zadaję sobie ostatnio zbyt często. Życie w chaosie informacyjnym sprawia, że chyba inaczej być nie może. Stawiam sobie jednak pytania. Dociera do mnie za dużo głupich historii czy ja czegoś nie pojmuję? Czytam, sprawdzam, staram się wiedzieć coś o świecie, ale czasami nie mogę zrozumieć co było myślą przewodnią, inspiracją czy potrzebą. Bo jak się skończyło to wiem.

Przykład pierwszy z brzegu. Czy wiecie Państwo, że odzyskanie plastiku z tony segregowanych odpadów w żółtych pojemnikach kosztuje około 1200–1400 zł. Podaje to za wp.pl. Teraz, w przypadku butelek objętych systemem kaucyjnym, koszt tego procesu, którego cel się nie zmienił – chcemy odzyskać plastik – zwiększył się ogromnie. Wynosi od 8 do 16 tys. zł za tonę. Różnicę zrobiła oczywiście logistyka. Wcześniej wyrzucaliśmy śmieci do żółtego pojemnika. One jechały do sortowni i przetwórni. Teraz proces się wydłużył, bo dom - sklep/automat, stamtąd centra rozliczeniowe i dopiero sprasowany plastik wraca na rynek, jako surowiec. To podnosi koszty. To po to ładowaliśmy kasę w sortownie, także publiczne, żeby teraz ładować w butelkomaty? Do tego ponoć Rozszerzona Odpowiedzialność Producenta podniesie znów koszty... Jakby tego było mało, rynek zaczął domagać się, jak czytam, powołania organizacji parasolowej. Arbitra - kolejnego urzędu, który nadzorowałby przepływy finansowe i rozstrzygał spory między operatorami. Dlaczego my sobie to robimy?

Winiarze. To drugi przykład. Ostatnio odtrąbiono sukces w sejmie i w regionie. Obroniono ekoturystykę przed zmianami, które zmiotłyby Winobranie. Walka z piciem dobiłaby coś, na co Lubuskie Warte Zachodu wydało sporo gotówki. Region zielonych technologii pomógł winiarzom zazielenić winnice i pobudować centra winiarskie. Otwarte piwnice i winnice miałyby się teraz zamknąć? A przecież planowano w drugą stronę, organizację czwartej imprezy w Zielonej Górze, winiarskiego sylwestra na przełomie lipca i sierpnia. Dlatego politycy namówili kolegów oraz koleżanki z tej samej koalicji (sic!) do wpisania kilku poprawek i sprawa załatwiona. Nie można było tak wcześniej? Dlaczego my sobie to robimy?

Kolejna ustawa dobije z kolei myślistwo. Obywatelski projekt jest tak przemyślany, jak putinowski (tfu) plan podboju Ukrainy. Rozwala coś czym Polska akurat może



się szczycić. To państwo wydzierżawia tereny do polowań, Lasy Państwowe zlecają odstrzał, a jak myśliwi nie wykonają planów albo zwierzyna zniszczy rolnikowi uprawy, to nie płacimy my - społeczeństwo, tylko myśliwi z własnej kieszeni. Taka gospodarka łowiecka nie ma odpowiedników i nasz model akurat się sprawdza. Może przypomnę, jak wygląda ten niemiecki? Najlepiej poznał go żubr, który przemierzał Polskę w kierunku Odry. Pamiętacie? U nas w Lubuskiem gwiazda, fotografowany. Maskotka. Nikt mu źle nie życzył, ale też – sapristi! - nie ostrzegł, co go spotka za Odrą. Tam został bowiem uznany za groźnego i dostał kulę w łeb. Trafił do garnka na festynie, a jego głowa na ścianę lokalnego muzeum. Po co więc zmieniać coś, co u nas dobrze działa? Dlaczego my sobie to robimy?

Marcin Sasim
Dolnoślązak w Lubuskiem, dziennikarz Radia Zachód i TVP3 Gorzów.

500 MLN ZŁ NA INNOWACJE I ROZWÓJ

Pomysł na nowy produkt lub technologię może stać się początkiem rozwoju firmy, ale jego sprawdzenie wymaga czasu, ludzi i pieniędzy. Przedsiębiorcy, którzy chcą podjąć to wyzwanie, otrzymali właśnie okazję, aby skorzystać z nowego naboru „Ścieżki SMART". Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości przeznaczy na projekty badawczo-rozwojowe 500 mln zł. Wnioski będzie można składać od 29 października do 29 grudnia 2026 r.

Dla przedsiębiorcy innowacja ma wartość wtedy, gdy odpowiada na konkretną potrzebę: pozwala zaoferować klientom lepszy produkt, poprawić jakość lub usprawnić wytwarzanie. Droga do takiego efektu często prowadzi przez próby, testy i kolejne poprawki. To etap, na którym ponosi się wydatki, zanim pojawią się przychody. Wsparcie z Funduszy Europejskich dla Nowoczesnej Gospodarki może ułatwić podjęcie decyzji o rozpoczęciu tych prac.

W konkursie PARP mogą wziąć udział mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa prowadzące działalność w Polsce. Projekt musi obejmować badania przemysłowe i eksperymentalne prace rozwojowe albo same prace rozwojowe. Jego rezultatem powinna być innowacja produktowa lub procesowa co najmniej na poziomie krajowym. Liczy się więc rozwiązanie wyróżniające się na polskim rynku, a nie tylko nowe dla danej firmy.

To propozycja także dla lubuskich przedsiębiorców, którzy widzą szansę rozwoju we własnej technologii. Warto przyjrzeć się pomysłom zgłaszanym przez pracowników, powtarzającym się oczekiwaniom odbiorców i ograniczeniom obecnej produkcji. Właśnie tam można szukać punktu wyjścia do projektu. Trzeba jednak wykazać rzeczywisty problem badawczy oraz zaplanować prace prowadzące do jego rozwiązania.

Minimalna wartość kosztów kwalifikowanych prac B+R w ramach konkursu wynosi 3 mln zł, a maksymalna kwota pomocy to 50 mln zł. Poziom wsparcia zależy m.in. od wielkości przedsiębiorstwa i rodzaju prac. Po spełnieniu określonych warunków może sięgnąć 80 proc. kosztów kwalifikowanych badań przemysłowych oraz 60 proc. eksperymentalnych prac rozwojowych. Przy planowaniu budżetu trzeba zatem uwzględnić także finansowanie po stronie firmy.

Wsparcie obejmuje m.in. personel B+R, usługi zewnętrzne, materiały oraz wykorzystanie aparatury. Można także zaplanować działania związane z ochroną własności przemysłowej, umiędzynarodowieniem rezultatów i rozwojem kompetencji zespołu. Projekt musi wpisywać się w co najmniej jedną Krajową Inteligentną Specjalizację.

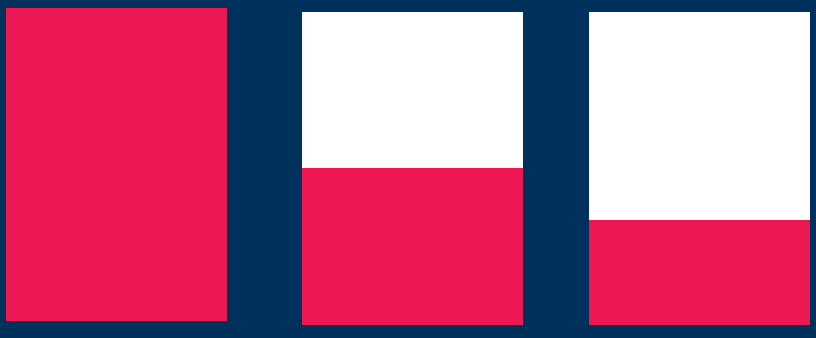
Projekt powinien również wpisywać się w co najmniej jedną Krajową Inteligentną Specjalizację. Krajowe Inteligentne Specjalizacje obejmują szeroki katalog obszarów, m.in. technologie cyfrowe, automatykę i rozwiązania dla przemysłu, zdrowie, zaawansowane materiały, technologie związane z efektywnością energetyczną i gospodarowaniem zasobami, a także rozwiązania dla rolnictwa i sektora żywnościowego.

PARP udostępnia na stronie naboru dokumentację, materiały szkoleniowe i krótką ankietę pomagającą ocenić gotowość projektu. Wnioski należy składać przez Lokalny System Informatyczny PARP. Zapoznanie się z kryteriami i zasadami kwalifikowania wydatków już teraz pozwoli lepiej rozplanować przygotowania oraz wychwycić kwestie wymagające wyjaśnienia.

Szczegółowe informacje: https://www.parp.gov.pl/harmonogram-naborow/grants/sciezka-smart

Opracowanie: Tomasz Molski

REKLAMA W GŁOSIE PRZEDSIĘBIORCY



1 strona
500 zł netto

½ strony
300 zł netto

⅓ strony
200 zł netto

Więcej informacji
oraz zamówienia:
Tomasz Molski
T: **696 007 665**
E: **t.molski@ziph.pl**

Rośnie Twoja firma, a nie koszty

Sięgnij po Kredyt Obrotowy **0% prowizji** i zyskaj gwarancję niezmienności oprocentowania.

GBSBank
Dołącz do znajomych

www.gbsbank.pl

gbs-bank

gbsbank

CO DZIEJE SIĘ W LUBUSKIEJ GOSPODARCE?*

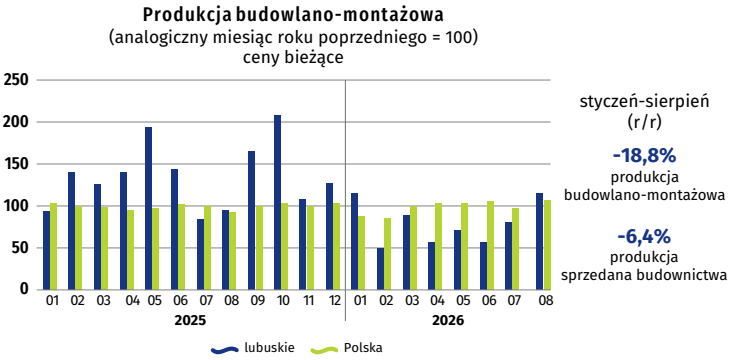
styczeń-sierpień (r/r)

+ 4,6%
lubuskie

+ 3,5%
Polska

Przemysł utrzymuje wzrost

Od początku roku lubuski przemysł notuje lepsze wyniki niż przed rokiem. W sierpniu produkcja była wyższa o 9%, a w okresie styczeń-sierpień wzrosła o prawie 5%. Wynik ten był wyższy niż średnio w kraju (3,5%) i dał Lubuskiemu 8. miejsce wśród województw.



styczeń-sierpień (r/r)

-18,8%
produkcja budowlano-montażowa

-6,4%
produkcja sprzedana budownictwa

Słabszy czas dla budownictwa

Sierpień przyniósł poprawę, ale nie odwrócił słabszych wyników z wcześniejszych miesięcy. Od początku roku produkcja sprzedana budownictwa była o ponad 6% niższa niż przed rokiem, a budowlano-montażowa – o blisko 19%.

Co dzieje się na rynku mieszkaniowym?

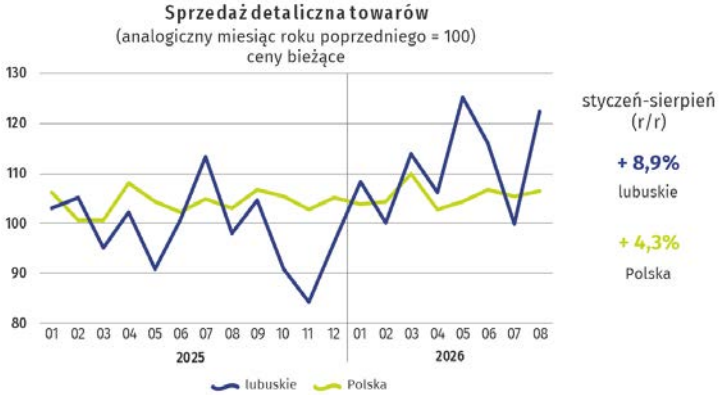
Na rynku mieszkaniowym widać dwa różne kierunki. Do końca sierpnia br. oddano o ok. 17% mniej mieszkań niż przed rokiem. Jednocześnie o ponad 41% wzrosła liczba mieszkań, na budowę których wydano pozwolenia lub dokonano zgłoszenia z projektem budowlanym, a o 7% – mieszkań, których budowę rozpoczęto.

styczeń-sierpień

-16,5% (r/r) ↓
mieszkania oddane do użytkowania

+41,4% (r/r) ↑
mieszkania na budowę których wydano pozwolenie

+6,7% (r/r) ↑
mieszkania których budowę rozpoczęto



styczeń-sierpień (r/r)

+ 8,9%
lubuskie

+ 4,3%
Polska

Sprzedaż detaliczna rośnie

Sprzedaż detaliczna pozostaje jednym z mocniejszych elementów tegorocznego obrazu lubuskiej gospodarki. W okresie styczeń-sierpień jej wartość była o 9% wyższa niż przed rokiem. Wzrost odnotowały m.in. przedsiębiorstwa zajmujące się sprzedażą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych, mebli, sprzętu RTV/AGD oraz pojazdów samochodowych.

Urząd Statystyczny w Zielonej Górze

*Dotyczy przedsiębiorstw mających siedzibę w województwie lubuskim.

Lubuskie Bony Rozwojowe

ŚRODKI NA PODNOSZENIE KWALIFIKACJI PRACOWNIKÓW

Dzięki programowi lubuscy przedsiębiorcy mogą uzyskać dofinansowanie m.in. na szkolenia, kursy, studia podyplomowe, usługi doradcze oraz egzaminy zawodowe.

Wysokość dofinansowania zależy od wielkości firmy i może wynieść nawet 85% kosztów wybranych działań. Limit dofinansowania na jednego pracownika wynosi 7500 złotych.

ZACHODNIA IZBA PRZEMYSŁOWO-HANDLOWA

ARR Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.

cti Centrum Technologii Internetowych

www.lubuskiebony.pl

Fundusze Europejskie dla Lubuskiego

Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską

Lubuskie Warte zachodu