

Wsparcie dla biznesu



Tomasz Miler

Budowanie marki osobistej
to proces, który wiąże się nierozłącznie
z eksperymentowaniem

FOT.: KARINA LASEK

04

Ekspert
Faktoring jest
odporny na kryzys

10

Sprawdź
Jak zwiększyć swój
komfort w biznesie?

13

Inspiracje
Zgłoszenie patentu
– krok po kroku

WYZWANIA



Biznes w 2022 roku – zagrożenia i perspektywy

W WYDANIU



Tomasz Sudaj
Kondycja branży leasingowej jest bardzo dobra



Ewa Magiera
Branża energetyki słonecznej kończy rok z kolejnymi sukcesami



Maciej Ptaszyński
Można powiedzieć, że franczyza uratowała małe i średnie przedsiębiorstwa

Junior Project Manager: **Franciszek Staniak**
+48 534 618 500, franciszek.staniak@mediaplanet.com
Project Manager: **Tomasz Węgrowski**
+48 537 646 500, tomasz.wegrowski@mediaplanet.com
Senior Business Developer: **Karolina Likos**
Content and Production Manager: **Izabela Krawczyk**
Head of Business Development: **Karolina Kukielka**
Managing Director: **Adam Jabłoński**
Skład: **Michał Ziółkowski**
Web Editor: **Tatiana Anusik**
Opracowanie redakcyjne: **Aleksandra Podkówa-Poźniak**
Fotografie: **Karina Lasek, Marcin Przybylski**,
stock.adobe.com, zasoby własne
Kontakt: e-mail: pl.info@mediaplanet.com
MEDIAPLANET PUBLISHING HOUSE SP Z O.O.
ul. Zielna 37, 00-108 Warszawa

- facebook.com/poradnikbiznesuPL
- mediaplanetpl
- mediaplanet
- @Mediaplanet_Pol
- Please Recycle

Działalność przedsiębiorstw w 2022 roku będzie nadal uwarunkowana sytuacją epidemiologiczną. Kolejne warianty wirusa, gorszy dostęp do opieki medycznej, ewentualne lockdowny – to może wpłynąć na stabilność gospodarczą Polski. Nawet jeśli firmy unikną obostrzeń, muszą liczyć się z innymi ryzykami, które mogą doprowadzić do strat.



Rafał Mańkowski
Ekspert analityk
Polskiej Izby
Ubezpieczeń

Niestabilność na rynkach

Niepewność co do cen surowców będzie się najprawdopodobniej utrzymywać w nadchodzącym roku. Z jednej strony presja inflacyjna nie wygaśnie, ponieważ Stany Zjednoczone i kraje UE zapowiadają szeroko zakrojone inwestycje infrastrukturalne, których celem jest utrzymanie wzrostu gospodarczego. Z drugiej strony pojawiają się problemy finansowe na chińskim rynku nieruchomości, który rozwijał się do tej pory nienaturalnie szybko. Co prawda w ostatnich tygodniach giełdy prześlizgnęły się bez większego uszczerbku podczas okresu niepewności związanej z wypłacalnością dewelopera Evergrande, jednak widmo krachu chińskiego rynku nieruchomości dalej wisi nad światem. Rozbieżności w największych światowych gospodarkach mogą przełożyć się na wahania cen surowców. Ewentualne zatwierdzenie programu inwestycyjnego przez Kongres Stanów Zjednoczonych prawdopodobnie je podwyższy, a z kolei negatywne informacje o stanie dużych gospodarek mogą generować znaczne spadki. Z tą sytuacją mierzyć się będzie przede wszystkim sektor budowlany oraz inwestorzy.

Niepewna przyszłość dla przedsiębiorstw

Monitorujemy również ryzyko płynności w gospodarce. Mimo początkowego niepokoju wiosną 2020 r. ostatnie dwa lata były dobrym czasem dla przedsiębiorstw. Walka z inflacją może się jednak wiązać z koniecznością ograniczenia podaży pieniądza. Natomiast ostatni okres jest przykładem tego, jak ubezpieczenia kredytu kupieckiego mogą wpłynąć na stabilność gospodarki. Suma ubezpieczonych obrotów firm przekracza obecnie 0,5 bln zł. Jako rynek jesteśmy w pewnym stopniu przygotowani na ewentualne pogorszenie się sytuacji płynnościowej polskiej gospodarki. 2 czerwca br. Komisja Europejska wydała komunikat, w którym poinformowała o udzieleniu polskiemu programowi wsparcia rynku ubezpieczeń należności handlowych notyfikacji o wartości 800 milionów euro. Celem takiego programu jest utrzymanie oferty ubezpieczeń należności w trudnym okresie dla gospodarki. Podkomisja ds. ubezpieczeń należności Polskiej Izby Ubezpieczeń wynegocjowała z Ministerstwem Rozwoju wzór umowy reasekuracji. W razie załamania koniunktury nie będziemy więc rozpoczynać rozmów od zera. Oczywiście ostateczna decyzja o uruchomieniu programu będzie należeć do administracji rządowej oraz zainteresowanych zakładów ubezpieczeń.

Zakłócenia w dostawie energii elektrycznej

Dodatkowym źródłem niepewności w 2022 r. w skali globalnej mogą być zakłócenia w dostawie energii elektrycznej. Świat przestawia się na źródła odnawialne. Farmy wiatrowe i fotowoltaiczne wpływają korzystnie na ochronę klimatu. Ich główną wadą jest jednak zmienność poziomu produkcji energii. Gdy na morzu mocno wieje, wytwarza się jej za dużo. Odwrotnie dzieje się, gdy mamy do czynienia z flautą. Nie nauczyliśmy się jeszcze gromadzić nadmiaru energii i wykorzystywać jej w czasie deficytu. Jeżeli dodamy do tego ryzyka związane z dostępnością konwencjonalnych surowców energetycznych i stanem infrastruktury elektrycznej, to okazuje się, że groźba przerw w dostawie energii elektrycznej jest całkiem realna.

W raporcie „Klimat ryzyka” opublikowanym przez Polską Izbę Ubezpieczeń w grudniu 2018 r. wskazywaliśmy na możliwość realizacji takiego scenariusza. Problemem Polski jest nie tylko niedostateczny stan infrastruktury, ale również prawdopodobieństwo suszy. Największy pobór mocy w Polsce występuje w czasie upałów, którym towarzyszy z reguły deficyt opadów. To z kolei powoduje, że stan wody w rzekach jest skrajnie niski. Elektrownie potrzebują do produkcji prądu węgla i sporych ilości wody. W raporcie przedstawiliśmy szacunki kosztów awarii w skali kraju, trwającej zaledwie 8 godzin, które wyniosłyby 2,6 mld zł. Biorąc pod uwagę inflację w ostatnich latach, tę wartość należałoby powiększyć o kilkanaście procent.

Bezpieczeństwo cybernetyczne i nie tylko

Cyfryzacja gospodarki to trend, który będzie kontynuowany w najbliższym czasie. Firmy nie przestaną inwestować w robotyzację i automatyzację procesów, boty oraz sztuczną inteligencję. Oprócz ogromnych korzyści dla rozwoju przedsiębiorstw automatyzacja procesów rodzi zagrożenia cybernetyczne. PwC podaje, że w 2022 roku ponad 50 proc. firm na całym świecie spodziewa się wzrostu liczby cyberzagrożeń, przekraczając tym samym tegoroczny rekord. Polska Izba Ubezpieczeń przeprowadziła ankietę wśród ekspertów zajmujących się ubezpieczeniami cybernetycznymi. Jej wyniki pokazały, że główny problem wciąż stanowi polska polityka bezpieczeństwa, brak procedur związanych z ciągłością działania oraz tworzeniem kopii baz danych.



Kontynuacja materiału na stronie:

poradnikbiznesu.info

 **WAŻNE**

Ochrona danych i procesów biznesowych jest procesem ciągłym

Pandemia COVID-19 pokazała, że nawet najlepiej przygotowane organizacje mogą mieć problem z zachowaniem ciągłości procesów biznesowych i ochroną danych. Eksperci przestrzegają, że business resilience jest procesem wymagającym ciągłych uzupełnień i aktualizacji i nie może być zaniedbywany.

Czym jest business resilience, czyli proces budowania odporności w organizacjach?

Business resilience to szeroki proces planowania działań zmierzających do zachowania ciągłości biznesowej i operacyjnej organizacji w przypadku wystąpienia różnego rodzaju awarii czy incydentów. Dzięki temu dana jednostka osiąga zdolność do szybkiego dostosowania się do ewentualnych zakłóceń przy jednoczesnym utrzymaniu ciągłości swojego działania, a także przy zapewnieniu maksymalnego bezpieczeństwa pracownikom oraz ochrony swoich danych, aktywów i ogólnej wartości marki. Business resilience jest więc szerszym procesem niż typowe disaster recovery, czyli odtwarzanie awaryjne, które koncentruje się na odzyskiwaniu stabilności po awarii czy też incydencie.

Budowanie odporności zaczyna się od analizy procesów w organizacji oraz określenia ich krytyczności i wpływu na działalność operacyjną i biznesową. Co istotne, te analizy i towarzyszące im procesy oraz strategie działania muszą być systematycznie uzupełniane i aktualizowane, aby móc zapewnić organizacji ochronę na wypadek niespodziewanego zdarzenia, awarii, incydentu czy ataku z zewnątrz.

Wspomniał pan o ochronie danych – do czego może doprowadzić ich nieumiejętne przechowywanie i zarządzanie nimi?

Konsekwencje nieumiejętnego zarządzania danymi to m.in. ryzyko naruszenia kwestii prawnych i narażenia się na kontrole i kary ze strony regulatora czy innych instytucji publicznych. Niewłaściwe przechowywanie danych to również ryzyko biznesowe związane z ich utratą i tym samym koniecznością czasochłonnej odbudowy – lub też ich modyfikacją czy nawet kradzieżą. Sumarycznie sprowadza się to do konieczności poniesienia przez organizację strat finansowych – podmiot traci płynność biznesową oraz jest zmuszony do uregulowania kar. Jednak koszt finansowy to nie wszystko, musimy również pamiętać o konsekwencjach reputacyjnych, które często mogą być bardziej dotkliwe dla biznesu niż kary finansowe.

Pandemia COVID-19 obnażyła wiele firm w kwestii ich przygotowania do tak nietypowych zdarzeń i zmian w codziennym funkcjonowaniu?

Pandemia COVID-19 pokazała, że nawet duże organizacje mające wdrożone procesy zarządzania danymi oraz tzw. disaster

recovery musiały uzupełniać braki lub przeprojektowywać procesy, aby utrzymać ciągłość działania biznesu i operacji. W mojej opinii mało która firma miała przygotowane procesy na wypadek pandemii i jej skutków. Szczególnie w szczytowej fazie COVID-19 wiele przedsiębiorstw musiało błyskawicznie zmierzyć się z takimi wyzwaniami jak zamknięcie stacjonarnych oddziałów i praca zdalna czy też z nadal trwającym problemem związanym z zerwaniem łańcuchów dostaw kluczowego sprzętu i komponentów. Myślę, że obecnie – po prawie dwóch latach trwania pandemii – w zdecydowanej większości firm te procesy zarządzania ryzykiem zostały już odpowiednio zdefiniowane i uzupełnione. Pandemia nauczyła nas także, że analiza ryzyka powinna zawierać również przygotowanie do zupełnie nieznanych, często tylko teoretycznych zdarzeń, które mogą nastąpić. Oczywiście trzeba w takich analizach uwzględnić odpowiednio skalkulowane prawdopodobieństwo ich wystąpienia, a także zawsze przygotować sobie odpowiedni margines w razie wystąpienia zdarzenia, którego nie przewidzieliśmy w analizie. Tego typu zaskoczenia są niestety nie do uniknięcia.



Adam Lange
Szef globalnego zespołu ds. wykrywania cyberzagrożeń (Cyber Threat Hunting) w Standard Chartered, członek ISSA International oraz ISSA Poland

i
Więcej informacji na stronie:

[poradnikbiznesu.info](#)

Ten materiał powstał **we współpracy z firmą Iron Mountain Polska**



Zwiększ odporność (**business resilience**) swojej organizacji na bazie danych z wrześniowego badania

Wydarzenia z ostatnich lat zmusiły organizacje do przemyślenia swoich strategii zarządzania ryzykiem. Choć ułatwić to zadanie, firma Iron Mountain we wrześniu 2021 roku przeprowadziła badania wśród 11 000 respondentów z 10 krajów na temat ryzyka. Na podstawie wyników zostały przygotowane raporty z rekomendacjami dla sektora publicznego, branży finansowej oraz opieki zdrowotnej. Wyniki są zaskakujące. Zachęcamy do zapoznania się z raportami (**przekierowanie po kliknięciu w przycisk poniżej**).

Raporty z badania Iron Mountain z września 2021 – PRZECZYTAJ TU!



Badania pokazują, jakie błędy pracownicy popełniają w pracy. Ponad 41 proc. respondentów z Polski przyznało, że w pracy nie stara się unikać ryzyka. Błędy ludzkie mogą być kosztowne dla organizacji – średni koszt naruszenia danych osobowych oszacowano na 4,24 mln dol.¹. W branżach, gdzie rosną oczekiwania co do wysokiej jakości usług, podejmowanie ryzyka może stać się normą – **zobacz, jak badania skomentował psycholog**.

Chroń to, co najważniejsze

Odporność na zagrożenia (business resilience) w hybrydowym modelu pracy, powinna być wprowadzona do strategii firmy już na samym początku jej tworzenia. Jak zbudować odpowiadającą na wszelkie potrzeby strategię biznesową i zarządzać ryzykiem w zespołach pracujących zdalnie? **Szczegółową odpowiedź na to pytanie znajdziesz w raporcie oraz**

rekomendacjach dla poszczególnych branż – do pobrania tutaj.

Podstawowym działaniem jest zmiana sposobu myślenia organizacji o jej bezpieczeństwie. Aż 22 proc. pracowników z Polski przyznało się do popełnienia krytycznego błędu w pracy. Należy więc zastanowić się, jakie działania pomogą zespołom lepiej zadbać o bezpieczeństwo danych. Błędy w zakresie zarządzania ryzykiem są kosztowne pod względem nie tylko finansowym, ale również wizerunkowym.

Wyciągaj korzyści

Podstawą każdego biznesu jest podejmowanie decyzji na podstawie danych. Odpowiednie zarządzanie informacjami jest konieczne nie tylko z punktu widzenia bezpieczeństwa firmy, ale również osiągania korzyści biznesowych. Jak pokazują szacunki, 60-73 proc. danych przeciętnej organizacji nigdy nie jest analizowane². W obecnej sytuacji, kiedy konkurencyjność niemal w każdej branży jest bardzo wysoka, brak analizy własnych



Podstawą każdego biznesu jest podejmowanie decyzji na podstawie danych.

zasobów informacji nie pozwala organizacji się rozwijać. **Przeczytaj w poradniku, jak na nowo zdefiniować zarządzanie informacją i wyciągnąć z danych korzyści dla biznesu.**

¹ Raport IBM „Koszty naruszenia ochrony danych” (Cost of a Data Breach), 2021 r.
² <https://www.forrester.com/blogs/hadoop-is-datas-darling-for-a-reason/>

i
Więcej informacji na stronie:

[poradnikbiznesu.info](#)

Faktoring wspiera rozwój polskich firm

Nasza usługa, zwłaszcza w chwilach kryzysowych, dowiodła, że jest dla przedsiębiorców wygodnym i elastycznym sposobem pozyskiwania środków na finansowanie działalności. Jest przy tym doskonałą formą zabezpieczenia przed ryzykiem braku zapłaty ze strony kontrahentów w przypadku faktoringu pełnego.



Konrad Klimek
Przewodniczący
Komitetu
Wykonawczego
Polskiego
Związku Faktorów

W jakiej kondycji pod koniec drugiego roku pandemii znajduje się rynek faktoringu?

Mijający rok dobitnie pokazał, że faktoring jest usługą odporną na kryzys. Na początku pandemii branża zanotowała spadek obrotów, jednak szybko wróciła do odbudowywania silnej pozycji i ubiegły rok zakończyła z 3-procentowym wzrostem obrotów. Dziś zdecydowana większość uczestników naszego rynku już dawno przełamała chwilowy impas, będący skutkiem kryzysu w całej gospodarce. Dzięki temu sektor z nawiązką odbudował swoją pozycję sprzed pandemii i rośnie w tempie 25-procentowym, udzielając finansowania o wartości 300 mld zł.

Szczególnie silny wzrost, aż 33-proc., notujemy w faktoringu międzynarodowym. Dowodzi to z jednej strony, że eksporterzy wrócili po pandemii do wzmożonej realizacji zamówień, z drugiej zaś – że faktoring jest im niezbędny do prawidłowego zarządzania finansami. Pozwala zabezpieczyć płynność finansową, zniwelować ryzyko niewypłacalności kontrahenta, a także zminimalizować ryzyko niekorzystnych różnic kursów walut w handlu międzynarodowym.

Czy przedsiębiorcy chętniej korzystają z usług faktoringowych?

Przez kilkanaście miesięcy przedsiębiorcy zmagali się nie tylko ze skutkami recesji wywołanej przez pandemię, ale także z niepewnością co do dalszej przyszłości prowadzonych przez ich firmy

działań. Był to niewątpliwie najtrudniejszy w ostatnich latach okres zarówno dla nich samych, jak i wspierających ich na co dzień dostawców usług finansowych dla biznesu. Na szczęście ostatnie miesiące upłynęły pod znakiem odmarżania rynków i ich powrotu na drogę rozwoju. Przyniosło to wzrost zainteresowania usługą faktoringu, jako szybkiego i elastycznego sposobu pozyskiwania środków na finansowanie bieżącej działalności i zabezpieczenia przed ryzykiem braku zapłaty ze strony kontrahentów. Dlatego z usługi korzystają dziś ponad 22 tysiące firm.

Przez tych kilkanaście trudnych miesięcy wspieraliśmy przedsiębiorców w przetrwaniu ciężkich czasów, udzielając szybkiego finansowania na podstawie wystawionych przez nich faktur, a krótki czas oczekiwania na gotówkę był dla nich szczególnym atutem. Istotnym wsparciem był i nadal jest program gwarancji limitów faktoringowych, przeznaczony dla naszych klientów faktorantów, który nasz rynek realizuje wspólnie z Bankiem Gospodarstwa Krajowego. Program znacząco podniósł elastyczność członków PZF w utrzymaniu dotychczasowych limitów faktoringowych i udzielaniu nowego finansowania w ramach faktoringu z regresem oraz faktoringu odwrotnego. Między innymi dlatego do grona klientów korzystających z usługi dołącza coraz więcej mikrofirm. Także one chcą poprawić swoją płynność finansową i zwiększać konkurencyjność.

Jaką rolę w utrzymaniu płynności finansowej przedsiębiorstwa odgrywa faktoring?

Faktoring stał się usługą, bez której wielu przedsiębiorców i menedżerów nie wyobraża sobie sprawnego funkcjonowania firmy. Wielu stałych klientów kontynuuje współpracę z faktorami, przedstawiając coraz więcej faktur do sfinansowania. Przybywa też nowych, którzy szybko zauważają korzyści wynikające z faktoringu.

Nasza usługa, zwłaszcza w chwilach kryzysowych, dowiodła, że jest dla przedsiębiorców wygodnym i elastycznym sposobem pozyskiwania środków na finansowanie działalności. Jest przy tym doskonałą formą zabezpieczenia przed ryzykiem braku zapłaty ze strony kontrahentów w przypadku faktoringu pełnego. Oferta jest łatwo dostępna, skierowana do sektora mikro, MŚP, a także dużych przedsiębiorstw i opiera się na wystawionych fakturach.

W praktyce podstawowa usługa polega na szybkiej zamianie należności na gotówkę. Faktorant otrzymuje zaliczkę w wysokości 80-90 proc. na poczet przyszłych płatności od kontrahentów objętych umową faktoringu. Gdy je otrzyma, wypłaca przedsiębiorcy pozostałą część środków. W przypadku faktoringu odwrotnego faktorzy finansują zobowiązania klienta.

Dzięki temu przedsiębiorca może bez przeszkód dynamicznie rozwijać swój podstawowy biznes i optymalizować płynność.

i
Więcej informacji
na stronie:

[poradnikbiznesu.info](#)

Ten materiał powstał **we współpracy z firmą ING Commercial Finance Polska S.A.**



Bartłomiej Świeca
Wiceprezes zarządu
ING Commercial
Finance Polska S.A.

Przedsiębiorcy, u was nie ma, że się nie da! Dzięki, że robicie swoje!

ING Commercial Finance Poland Spółka Akcyjna to wicelider rynku faktoringowego w Polsce. Już od 25 lat rozwija i stale udoskonala ofertę produktów faktoringowych nie tylko dla średnich i dużych firm, ale także dla firm małych, w tym dla mikroprzedsiębiorców.

Najważniejsze korzyści z faktoringu z ING Commercial Finance to proste i elastyczne zasady współpracy. Klienci doceniają szybkość działania oraz doświadczoną kadrę naszych doradców, którzy podchodzą indywidualnie do każdej transakcji.

Z szerokiej oferty klienci mogą wybrać produkt dopasowany do swoich potrzeb – od elastycznego finansowania rosnącej skali działalności do wsparcia w procesie miękkiej windykacji lub w rozliczaniu spłat od kontrahentów.

Firmy korzystające z faktoringu z przejęciem ryzyka wypłacalności odbiorców nie tylko poprawiają płynność finansową, ale także chronią się

przed utratą należności od swoich odbiorców. To, w czasach popandemicznej niepewności, staje się najważniejszym elementem bezpieczeństwa prowadzonej działalności. Klienci korzystający dodatkowo z faktoringu odwrotnego wspierają finansowanie łańcucha dostaw. Jednocześnie dostosowują się w ten sposób do warunków wynikających z Ustawy o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych.

Jako jedni z pierwszych na rynku stworzyliśmy również ofertę dla segmentu mikroprzedsiębiorców. Udostępniamy ją na finansowaniefaktur.pl. Na tym portalu przedsiębiorcy mogą wygodnie i szybko przekazać swoje faktury do finansowania. Produkt

zdołał już wiele nagród. Najnowsza to wyróżnienie w rankingu SME Banking Club jako **The Best Digital Factoring solution for SMEs CEE Region 2021**. Doceniono w nim wygodę i szeroki zakres funkcjonalności – między innymi możliwość składania wniosku online z szybko, zautomatyzowaną decyzją oraz integrację z programami do wystawiania faktur.

„Staramy się ciągle udoskonalać naszą ofertę i dopasowywać do zmieniających się potrzeb firm. Dowodem, że nam się udaje, jest rosnąca liczba klientów i otrzymane nagrody. To również potwierdza tezę, że faktoring staje się powszechnym sposobem finansowania działalności” – podkreśla Bartłomiej Świeca, wiceprezes zarządu ING Commercial Finance.

Jak możemy chronić naszą sieć?

Dostęp do naszej sieci Wi-Fi musi być zabezpieczony odpowiednio długim i złożonym hasłem. Pamiętajmy, żeby nie udostępniać tego hasła przypadkowym osobom. W domowych sieciach najczęściej za sieć Wi-Fi jest odpowiedzialny router – pamiętajmy, aby go aktualizować.



Kamil Nowak
Absolwent informatyki na Akademii Ekonomicznej w Krakowie, zawodowo z IT związany od ponad 25 lat, uczestnik wybuchu technologicznego

W jaki sposób prewencyjnie powinniśmy chronić naszą sieć przed atakami cybernetycznymi?

Regularne aktualizacje urządzeń, systemów operacyjnych – komputerów i telefonów – to podstawa. Oprogramowanie antywirusowe na urządzeniach końcowych także jest niezbędne. I duża doza rozsądku w korzystaniu z zasobów internetu – dzisiaj znaczna większość ataków to nie skomplikowane ataki techniczne, tylko socjotechniczne, wymierzone w człowieka, a nie urządzenia.

W dobie COVID-19 wiele osób przeniosło się na pracę zdalną. Czy w związku z tym zaistniała jakaś nowa potrzeba zabezpieczeń w ramach organizacji?

Zdecydowanie tak, administratorzy zostali zmuszeni przez sytuację do udostępnienia zasobów firmowych poza murami firmy. Zaszła konieczność dodatkowego identyfikowania pracownika sięgającego po te zasoby, co nie zawsze jest łatwe, np. w przypadku kiedy pracownik używa swojego, nie firmowego, urządzenia. To oczywiście rodzi nowe wyzwania.

Czy próby ataków na prywatne sieci Wi-Fi to częsty proceder?

Raczej nie, bo wymaga fizycznej obecności w zasięgu sieci Wi-Fi i pewnych nakładów sprzętowych oraz programowych. Bezkarność zapewniają natomiast ataki m.in. socjotechniczne z dowolnego miejsca na świecie – i to jest dzisiaj dominująca metoda.

i
Więcej informacji na stronie:

[poradnikbiznesu.info](#)

WYZWANIA

OBOWIĄZKOWE USTAWIENIA ZABEZPIECZAJĄCE TWOJE WIFI

1. Ustaw dobre hasło do sieci Wi-Fi
2. Zmień hasło administratora
3. Zmień domyślną nazwę sieci
4. Zadbaj o aktualizacje
5. Wybierz bezpieczny protokół
6. Wyłącz WPS
7. Zmniejsz zasięg Wi-Fi
8. Stwórz osobną sieć dla gości
9. Wyłącz dostęp zdalny do routera
10. Włącz filtrowanie adresów MAC
11. Sprawdź listę urządzeń
12. Wyłączaj sieć Wi-Fi, gdy jej nie używasz



Źródło: <https://kwestiabezpieczenstwa.pl/router-wifi/>

HIT MIKOŁAJA W PREZENCIE DLA TWOJEJ FIRMY



SPRAWDŹ >



 DO **750 Mb/s**

 AŻ **184 KANAŁY TV**

PAKIETY PREMIUM

Na 2022 r. patrzę z optymizmem

Kondycja branży leasingowej jest bardzo dobra. W pierwszych trzech kwartałach tego roku znacząco wzrosła wartość nowych kontraktów dotyczących pojazdów lekkich (37,9 proc. r/r), pojazdów ciężarowych (85,8 proc. r/r) oraz maszyn i urządzeń (25,8 proc. r/r). Skumulowane dane sektora leasingowego na koniec września pokazują 41,2-proc. dynamikę r/r przy wartości nowych kontraktów na poziomie 68,2 mld zł.



Tomasz Sudaj
Prezes Zarządu
Związku Polskiego
Leasingu

Kiedy porównamy wynik sektora po trzecim kwartale 2021 r. do tego samego okresu sprzed pandemii, zobaczymy, że tego- roczny wynik jest o blisko 20 proc. wyższy niż ten z 2019 roku, a we wszystkich głównych kategoriach aktywów leasingodawcy notują odpowiednio lepsze rezultaty.

Wysoki poziom finansowania udzielonego przez leasingodawców dowodzi tego, że leasing odpowiada na szeroko definiowaną potrzebę klientów związaną z wykorzystaniem aktywa. Jedną z ważniejszych cech leasingu jest to, że pozwala on użytkować lub nabyć dany przedmiot bez konieczności angażowania własnych środków. Trzy najważniejsze powody, dla których firmy wybierają leasing, to korzystna oferta cenowa, szybkość podejmowania decyzji o finansowaniu oraz otwartość leasingodawców na negocjacje.

W obszarze motoryzacji kluczową potrzebą przedsiębiorców, na którą odpowiadają firmy leasingowe, jest zapewnienie klientom mobilności czy dodatkowych usług, które ułatwiają prowadzenie biznesu. W dłuższej perspektywie rosnącym trendem będzie rozwój elektromobilności. W ostatnich tygodniach zostały uruchomione dopłaty do leasingu w realizowanym wraz z NFOŚiGW programie „Mój elektryk”. Budżet programu wynosi obecnie 500 mln zł, w tym 400 mln zł z przeznaczeniem na dopłaty dla leasingu. Ostatnio NFOŚiGW potwierdził powiększenie tego budżetu o 200 mln zł. W październiku 2021 roku został ogłoszony nabór firm

leasingowych do współpracy przy realizacji programu „Mój elektryk”, a umowy podpisały pierwsze firmy leasingowe. Przedsiębiorcy korzystają z leasingu jako najwygodniejszej i najszybszej metody uzyskania zewnętrznego finansowania. Bardzo często usługa finansowa jest obudowana dodatkowymi usługami serwisowymi, związanymi z wymianą opon czy zarządzaniem, które obejmuje wszystkie kluczowe elementy korzystania z samochodu.

Ponadto sektor leasingowy czynnie włączył się w realizację celów gospodarki opartej na zrównoważonym rozwoju. Firmy leasingowe systematycznie zwiększają wartość finansowanych umów, finansując między innymi instalacje fotowoltaiczne, czy wreszcie dzięki dostępności i elastyczności oferty wspierają firmy w wymianie starego parku maszynowego oraz pojazdów na nowe aktywa o dużo większej efektywności energetycznej i wyraźnie niższym negatywnym wpływie na środowisko.

Szczegółowe prognozy dla rynku leasingu będziemy publikować tradycyjnie na przełomie stycznia i lutego przyszłego roku, razem z podsumowaniem 2021 r. Na wyniki sektora leasingowego wpływa wiele zależnych, jednak na 2022 r. patrzę z optymizmem. Zmienne, które będą kształtować wyniki branży, to przede wszystkim koniunktura i inwestycje przedsiębiorstw prywatnych, a te są pozytywnie. Prognozy dla Polski w dalszym ciągu są dobre. Prognoza wzrostu PKB Banku Światowego dla Polski na 2021 r. została podniesiona do 4,5 proc. Wreszcie środki programu odbudowy

będą miały fundamentalne znaczenie dla poziomu inwestycji.

Po drugiej stronie mamy wciąż niepewność związaną z przyszłością, inflację przekładającą się na wzrost cen aktywów i rosnące koszty pracy czy wreszcie rosnące koszty energii i paliw.

”
Sektor leasingowy czynnie włączył się w realizację celów gospodarki opartej na zrównoważonym rozwoju.

Paradoksalnie te czynniki mogą wpłynąć pozytywnie na wyniki branży, motywując klientów do skorzystania z zewnętrznych źródeł finansowania (wzrost cen) i skorzystania z leasingu bądź realizacji inwestycji zwiększających efektywność przedsiębiorstwa (maszyny i urządzenia, automatyzacja produkcji, bardziej oszczędne samochody).

i
Więcej informacji na stronie:
[poradnikbiznesu.info](#)

Ten materiał powstał we współpracy z firmą **Business Lease Poland Sp. z o.o.**

Mobilność gwarancją sukcesu

Komfort w planowaniu spotkań w 2022 roku zapewni wynajem długoterminowy w Business Lease.



Bartek Kuśnierz
Account Manager,
Business Lease

Pomagamy minimalizować wpływ braku półprzewodników na rynku automotive na mobilność naszych partnerów biznesowych. Dzielimy się wiedzą, korzystamy z relacji, aby zapewnić przedmiot wynajmu w postaci pojazdu stockowego lub przedkontraktowego w ramach najmu krótkoterminowego. Planujemy odnowienia kontraktów z wyprzedzeniem, uwzględniając terminy produkcji indywidualnie wyspecyfikowanych pojazdów.

Jakie koszty utrzymania floty do 2025?

Na koszty serwisowania pojazdów wpływ mają ceny części i roboczogodzin. Odnotowujemy podwyżki w obu tych obszarach, dlatego rekomendujemy zabezpieczenie ryzyka przyszłych kosztów przeglądów, utrzymania, awarii poprzez zryczałtowaną opłatę.

Koszt ubezpieczenia pojazdów to kolejny element, którego zmienność możemy znieść za pomocą usługi w ramach wynajmu długoterminowego w Business Lease. Stała stawka i kompleksowa obsługa pozwolą skupić się na

core-business i postępach w spotkaniach negocjacyjnych.

Koszt finansowania przy obecnej zmienności stóp procentowych zabezpieczamy ofertą stałej stopy procentowej. Jest to rekomendowane rozwiązanie, ułatwiające budżetowanie, księgowanie kosztów.

Przewidywalność w prowadzeniu biznesów nasi partnerzy uzyskują poprzez podzielenie wszystkich kosztów na raty. Rozwiązanie to daje impuls nowym projektom, kości nerwy księgowym, a użytkownikom daje nowe samochody co trzy lata.

i
Więcej informacji na stronie:
[poradnikbiznesu.info](#)

Transformacja energetyczna nabiera rozpędu

Przechodzenie na bardziej ekologiczne źródła energii jest napędzane nie tylko koniecznością realizacji międzynarodowych umów czy kalkulacją ekonomiczną. Z jednej strony jako społeczeństwo jesteśmy coraz bardziej świadomi niekorzystnych zmian klimatu, z drugiej gospodarcze wyzwania, z którymi przyszło nam się mierzyć, skłaniają nas do podejmowania działań na rzecz większej niezależności energetycznej. Odnawialne źródła energii to gorący temat w medialnych dyskusjach, a hasło „fotowoltaika” stało się synonimem jednego z największych sukcesów branżowych ostatnich lat.



Ewa Magiera
Prezeska Polskiego Stowarzyszenia Fotowoltaiki

Branża energetyki słonecznej kończy rok 2021 z kolejnymi sukcesami na koncie. W aukcjach OZE, które pozwalają inwestorom zdobyć wsparcie dla instalacji na 15 lat, a systemowi elektroenergetycznemu gwarantują szybki przyrost odnawialnych mocy wytwarzających czystą, tanią energię, po raz pierwszy w historii fotowoltaika zdominowała oba koszyki, dzielone z małą i dużą energią wiatrową. O ile w przypadku małych instalacji taka sytuacja to nic nowego, o tyle dominacja energetyki w koszyku aukcyjnym dla instalacji powyżej 1 MW to zdecydowany przełom.

Zresztą trend ten obserwujemy na całym świecie – fotowoltaika jest obecnie jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się sektorów. W Polsce to przede wszystkim efekt bardzo dużej popularności przydomowych instalacji prosumenckich. Technologia niemal nieobecna w naszym kraju w ciągu zaledwie dwóch lat rozkwitła tak bardzo, że trafiliśmy do europejskiej czołówki pod względem przyrostu nowych mocy PV.

Polacy pokochali fotowoltaikę

Mamy już ponad 700 tys. prosumentów i do końca roku ta liczba z pewnością istotnie się zwiększy. Rosnące ceny energii, taniejąca technologia PV i liczne programy dofinansujące zakup paneli sprawiają, że taka inwestycja gospodarstwom domowym stosunkowo szybko się zwraca. Zmiany, które od przyszłego roku wpłyną na system rozliczania energii oddawanej do sieci przez prosumentów i wydłużą okres zwrotu instalacji, zapewne wpłyną negatywnie na popularność przydomowej fotowoltaiki. Dynamikę rozwoju sektora pomogą jednak utrzymać nowe inwestycje w segmencie przedsiębiorstw energochłonnych. Produkcja energii na własne potrzeby przynajmniej w jakimś stopniu pozwoli im uniezależnić się od energetyki systemowej, istotnie zmniejszy koszty prowadzenia działalności. Choć był to skrajny przypadek, warto pamiętać o kryzysie, z którym mieliśmy do czynienia w 2015 roku, kiedy to w związku z nagromadzeniem się wielu czynników – upał, susza, wyłączenia elektrowni – wprowadzono 20. stopień zasilania i nastąpiły ograniczenia w poborze prądu,

a firmy liczyły straty wynikające z ograniczeń w produkcji. W perspektywie kilku nadchodzących lat, z powodu wyeksploatowania starych bloków węglowych, w systemie elektroenergetycznym kraju ubędzie mocy wytwórczych i te skrajne sytuacje mogą stać się naszą rzeczywistością.

Pora na biznes

Inwestycja we własną instalację słoneczną opłaca się firmom także wizerunkowo. Bycie eko to wartość, na której można budować swoją konkurencyjność na rynku – jak pokazuje raport Deloitte „Climate Sentiment Index”, aż 58 proc. ankietowanych Polaków twierdzi, że wybiera produkty marek podejmujących działania na rzecz zrównoważonego rozwoju. Aby w pełni wykorzystać potencjał rozwoju energetyki słonecznej w takim modelu, potrzebna jest jednak liberalizacja przepisów dotyczących budowy sieci energetycznych i umożliwiających budowę linii bezpośrednich łączących instalację PV z odbiorcą końcowym. Zmiany prawne ułatwiające takie rozwiązanie zostały zaproponowane w projekcie nowelizacji Prawa energetycznego.

i Więcej informacji na stronie: [poradnikbiznesu.info](#)

Ten materiał powstał **we współpracy z firmą BNP Paribas Lease Group sp. z o.o.**

 **BNP PARIBAS LEASING SOLUTIONS**

Niezależność energetyczna w zasięgu każdego przedsiębiorcy

Koszty związane z energią elektryczną rosną systematycznie – zgodnie z danymi GUS w ciągu ostatnich 15 lat zwiększyły się one w Polsce o blisko 140 proc. Tylko od początku bieżącego roku ceny u wszystkich operatorów energetycznych w Polsce wzrosły średnio o kilkanaście procent.



Michał Porycki
Dyrektor Zarządzający Technology Solutions w BNP Paribas Leasing Solutions

Jakie przedmioty z obszaru OZE można wziąć w leasing?

Przedmioty z kategorii odnawialne źródła energii (OZE), które można sfinansować za pomocą leasingu, to przede wszystkim instalacje fotowoltaiczne – poczynając od mikroinstalacji, montowanych na potrzeby niewielkiej firmy, po naprawdę duże farmy fotowoltaiczne, generujące ogromne ilości energii elektrycznej, która – w zależności od profilu biznesowego przedsiębiorstwa – może być zużyta na własne potrzeby lub w całości sprzedana. Kolejny typ finansowanych środków trwałych to pompy ciepła, które są jednym z najbardziej oszczędnych i efektywnych, a przy tym ekologicznych sposobów ogrzewania pomieszczeń i uzyskania ciepłej wody użytkowej. W ramach leasingu możliwe jest sfinansowanie każdego rodzaju pompy ciepła: pompy zarówno powietrznej, gruntowej, wodnej, jak i służącej do ogrzania wody. Ponadto – wychodząc naprzeciw klientom zainteresowanym magazynowaniem wyprodukowanej energii – możliwy jest leasing tzw. magazynów energii, pozwalających na gromadzenie nadwyżek prądu wytworzonego w ciągu dnia i późniejsze wykorzystanie go w sytuacjach zwiększonego zużycia energii, np. późnym wieczorem czy w pochmurne dni. Warto także wspomnieć o możliwości finansowania ładowarek samochodowych, które

stają się coraz bardziej powszechne w związku z dynamicznym rozwojem rynku aut elektrycznych i hybrydowych.

Kiedy i komu leasing instalacji fotowoltaicznych się opłaci?

Koszty związane z energią elektryczną rosną systematycznie – zgodnie z danymi GUS w ciągu ostatnich 15 lat zwiększyły się one w Polsce o blisko 140 proc. Tylko od początku bieżącego roku ceny u wszystkich operatorów energetycznych w Polsce wzrosły średnio o kilkanaście procent. Co gorsza, wiele wskazuje na to, że w kolejnych latach szykują się dalsze podwyżki cen prądu. Niestety, najprawdopodobniej przedsiębiorcy nie będą mogli liczyć na rządowe rekompensaty. Zatem każda kolejna podwyżka cen energii będzie bezpośrednio i boleśnie odczuwalna przez przedsiębiorców. Biorąc pod uwagę powyższe, inwestycja w instalację fotowoltaiczną jest opłacalna dla każdej firmy. Pozwala nie tylko uzyskać samodzielność energetyczną i zapanować nad wydatkami, ale na przestrzeni lat będzie generować spore oszczędności, które mogą być zainwestowane w rozwój firmy. Dodatkowo pozwala na budowanie wizerunku firmy świadomej ekologicznie i odpowiedzialnej za środowisko naturalne.

Jakie są możliwości finansowania w Polsce?

Obecnie w Polsce istnieje wiele możliwości finansowania zakupu instalacji fotowoltaicznych, gdzie poza środkami własnymi dostępne są m.in. dotacje (np. samorządowe), kredyty bankowe, pożyczki lub właśnie leasing operacyjny. Jednak nie wszystkie wymienione formy finansowania są jednakowo dostępne dla firm i konsumentów, a nie każdy rodzaj finansowania jest jednakowo opłacalny. Na rynku usług finansowych największym zainteresowaniem przedsiębiorców, chcących zainwestować w montaż instalacji fotowoltaicznej, cieszą się usługi leasingu. Jest on łatwo dostępny dla przedsiębiorcy, wiąże się z minimum formalności, skróconym czasem decyzji kredytowej i minimalnymi wymaganiami dotyczącymi wkładu własnego.

Oferta przygotowana przez BNP Paribas Lease Group sp. z o.o. we współpracy z E.ON Foton (do niedawna Foton Technik sp. z o.o.) jest unikalna w skali rynku usług leasingowych w Polsce, bo pozwala na sfinansowanie instalacji fotowoltaicznej na okres 10 lat, zarówno w leasingu, jak i pożyczce. Dostępna jest stała stopa i zmienna oparta na WIBOR 1M.

i Więcej informacji na stronie: [poradnikbiznesu.info](#)

 SYLWETKA



FOT.: MARCIN PRZYBYLSKI

Marka osobista okiem dżentelmena

Zbudowanie silnego personal brandu to typowy maraton, nie sprint. Oddźwięk pojawia się dopiero po wybudowaniu społeczności, a to wymaga systematycznej pracy.

Marka osobista – marzenie niejednego twórcy. Jak z perspektywy czasu oceniasz swoje poczynania podczas jej tworzenia?

Budowanie marki osobistej to proces, który wiąże się nierozłącznie z eksperymentowaniem. Przez lata upubliczniłem rozmaite treści, z których nie wszystkie były skuteczne. Długofalowo twórca doświadcza także licznych zmian, na które nie ma wpływu. Zmieniają się nie tylko algorytmy platform komunikacji, ale także same platformy, które mogą gwałtownie tracić lub zyskiwać na znaczeniu. Uogólniając: skuteczne dziesięć lat temu blogi zostały najpierw wyparte przez formy wideo, które dalej ewoluując, przeobrażają się w preferowane obecnie przez internautów formy krótkie i bardzo dynamiczne. W przypadku moich działań medialnych na platformach społecznościowych kluczowa okazała się zdolność do adaptacji. Zmiana charakteru publikowanych treści i dopasowanie ich do trendów i oczekiwań mojej społeczności pozwalają nieustannie ją poszerzać.

Jak wyglądała ta droga? Co byś w niej zmienił? Czego zabrakło?

Według mnie kluczowa jest wrażliwość na nowe trendy oraz wnikliwa analiza skuteczności podejmowanych działań. Wiele razy, będąc przekonany o tym, że robię to, co najlepsze, robiłem to, co najprostsze. Wygodnie jest podejmować działania, w których czujemy się komfortowo, np. osoba, która pisze, może czuć niechęć do zdjęć lub występowania przed kamerą, a zatem unikać będzie obiektywów. Jednak to umiejętność dostosowania się jest kluczowa. Przykład z rzeczywistości: około pół roku temu wymyśliłem formę wideo, która pozwoliła mi podwoić swoją społeczność na serwisie Facebook. W okresie kilku miesięcy zdobyłem ponad 100 tys. nowych obserwujących. To więcej, niż udało mi się przyciągnąć przez ostatnie dziesięć lat! Gdyby ktoś pokazał mi treści, które to umożliwiły kilka lat temu – powiedziałbym, że nie jestem zainteresowany realizowaniem tego typu kreacji. Z tej przyczyny dzisiaj nie pozwalam

sobie na ignorowanie lub deprecjonowanie nowych trendów.

Z czego w swojej marce osobistej jesteś najbardziej dumny?

Wierzę, że silna marka osobista musi być oparta na jakości. Możliwe jest zbudowanie zasięgu na komunikacji czysto estetycznej lub wykorzystując tzw. lol-content. Z czasem okazuje się jednak, że treści tego typu nie budują faktycznego zaangażowania. Dlatego jestem bardzo skupiony na tym, aby poruszając dowolne tematy, nieść wartość edukacyjną.

”
Wierzę, że silna marka osobista musi być oparta na jakości.

Obecnie trzon mojej działalności stanowią wideo. Zależy mi, aby każde z nich, niezależnie od poruszanego tematu, miało w sobie coś interesującego, czego oglądający wcześniej nie wiedzieli. Dumą napawa mnie to, że lwia część mojej społeczności jest bardzo zaangażowana i otwarta na nowe treści i nowe produkty, które oferuję moje marki.

W czym pomogło ci zdefiniowanie twojej marki osobistej?

Wiele osób, które zetknęły się ze mną w mediach społecznościowych, odbiera mnie jako influencera. Prawdopodobnie nie uda mi się nigdy od tego uciec, ale osobiście na pytanie, kim jestem – zawsze odpowiadam, że przedsiębiorcą. Od 2006 roku prowadzę firmę, która zatrudnia obecnie ponad 20 osób, angażując także licznych podwykonawców. Swoje działania realizuję w branży odzieżowej oraz alkoholowej. Silna marka osobista bez wątpienia jest akceleratorem wzrostu dla mojego biznesu i istotną przewagą konkurencyjną. Stosując metody pochłaniające stosunkowo niewielki kapitał, generuję zasięgi, których ekwiwalent reklamowy jest niebagatelny.

Co mógłbyś doradzić osobom, które od lat nie są w stanie określić swojego personal branding?

Jestem często pytany o budowanie marki osobistej i zauważyłem, że praktycznie każdy aspirujący twórca postrzega ją jako coś, co powstaje „przy okazji”. Przeglądając się pojedynczym działaniom budującym markę osobistą, łatwo uznać je za niepoważne – wiele osób sprowadza taką aktywność do publikowania selfies z wakacji i zdjęć posiłków, co jest przecież bardzo łatwe. Stworzenie społeczności wymaga jednak pełnego zaangażowania i pomysłu na siebie i publikowane treści. Zbudowanie silnego personal brandu to typowy maraton, nie sprint. Oddźwięk pojawia się dopiero po wybudowaniu społeczności, a to wymaga systematycznej pracy. Dlatego moją receptą na sukces jest upór w tworzeniu treści połączony z trzeźwą oceną ich skuteczności i gotowością do modyfikacji swoich działań.

Tomasz Miler
Blogger, twórca i właściciel Miler Menswear, Manumi oraz Miler Spirits

 [tom_miler](https://www.instagram.com/tom_miler)

i
Więcej informacji na stronie:

poradnikbiznesu.info



Jakub Faryś
Prezes Polskiego
Związku Przemysłu
Motoryzacyjnego

Eco-driving – konkretny zysk dla każdej firmy

Bez względu na to, czy eco-driving jest odczytywany jako jazda ekonomiczna, czy ekologiczna, dla właścicieli firm transportowych zawsze oznacza wymierne korzyści i jest sposobem na optymalizację kosztów.



Więcej informacji na stronie:

poradnikbiznesu.info

Samochody, z których składają się floty współczesnych firm transportowych, mogą zostać wyposażone w wiele udogodnień oraz systemów, które nie tylko wspomagają jazdę, ale też wpływają na decyzje dotyczące zarządzania całą flotą firmową. Przede wszystkim służą one do monitorowania poziomu zużycia paliwa przez poszczególnych kierowców, określenia ich sposobu jazdy i oceny jej efektywności na tle całego parku samochodowego.

Paliwo nie jest jedynym, choć na pewno jest największym źródłem oszczędności płynącym z eco-drivingu. Ekonomiczna jazda ma ogromny wpływ na redukcję kosztów eksploatacyjnych pojazdów. Świadome prowadzenie zakłada bowiem nie tylko doskonałą znajomość trasy i możliwości pojazdu, ale też umiejętność przewidywania zdarzeń drogowych, czego efektem jest nawet kilkudziesięcioprocentowe wydłużenie przydatności części eksploatacyjnych: klocków hamulcowych, sprzęgła, zawieszenia, ogumienia oraz silnika. Ma też niewątpliwie wpływ na bezpieczeństwo użytkowników dróg, co dla firmy oznacza zmniejszenie ryzyka ponoszenia ewentualnych szkód komunikacyjnych. Wszystko to jednak nie będzie możliwe, jeśli kierowcy nie zostaną zaznajomieni z właściwą techniką eko-jazdy. Służą temu konkretne szkolenia, które oferują już niemal wszyscy producenci samochodów oraz wyspecjalizowane firmy. Każde szkolenie ma przede wszystkim na celu wyeliminowanie złych nawyków za kierownicą, udoskonalenie techniki jazdy oraz rozwijanie świadomości kierowców pod kątem oceny własnych możliwości i umiejętności dostosowania ich do rodzaju pojazdu, ładunku i trasy, którą mają przebyć.

Inwestycje w szkolenia kierowców są spore, ale opłacalne. Nawet kilka tysięcy litrów paliwa rocznie mniej dla jednego zestawu oraz kilka tysięcy złotych rocznie mniej za wymianę i serwis części eksploatacyjnych to czysty zysk dla każdej firmy.

Warto tu jeszcze wspomnieć o drugim aspekcie eco-drivingu – czyli jeździe ekologicznej. Umiejętna jazda i zmniejszone spalanie paliwa przekładają się na obniżenie emisji szkodliwych substancji do atmosfery oraz redukcję hałasu. Ponadto w dużych aglomeracjach eco-driving ma za zadanie wpływać na optymalizację transportu i utrzymanie płynności potoków ruchu, co znacząco poprawia czas i komfort dostaw.

Podsumowując, należy podkreślić, że eko-jazda przynosi firmie konkretne zyski. Najbardziej wymierne to oszczędność paliwa oraz niższe koszty wymiany części eksploatacyjnych i mniejsze koszty przeglądów. Warto więc inwestować we właściwe wyszkolenie kierowców, bo to w głównej mierze od nich zależą ostateczne koszty paliwowe i materiałowe, które stanowią największą grupę wydatków ponoszonych przez firmy transportowe.

Ten materiał powstał **we współpracy z firmą DAF**

DAF z myślą o przyszłości

Zagadnienia związane z emisją pojazdów z silnikami o spalaniu wewnętrznym można podzielić na dwa obszary: emisja CO₂ oraz emisja cząstek stałych i tlenków azotu.

W przypadku CO₂ każdy przejaw działalności transportowej przyczynia się do emisji tej substancji, licząc „koszty” w postaci emisji od źródła energii do kół pojazdu. W tym przypadku ani wodór, ani napęd elektryczny nie przekładają się na obniżenie emisji tego gazu cieplarnianego. Dla skutecznej redukcji emisji ważne jest, aby minimalizować zużycie paliwa, tym samym zmniejszając produkcję CO₂, oraz przygotować silniki do spalania paliwa alternatywnego. Ponieważ w przypadku jazdy z prędkością 85 km/h największą składową oporów ruchu pojazdu jest aerodynamika, Komisja Europejska wprowadziła nowe przepisy dotyczące mas i wymiarów, których celem jest dalsze zaostrzanie wymagań w zakresie

obniżania poziomu emisji CO₂, zwiększania bezpieczeństwa na drodze i komfortu kierowcy. DAF jest pierwszym europejskim producentem samochodów ciężarowych, który wprowadził nową generację pojazdów o bardzo atrakcyjnej i dynamicznej sylwetce. Rewolucyjna linia modeli XF, XG i XG+ łączy w sobie największą w klasie wydajność, bezpieczeństwo i komfort kierowcy. Najnowocześniejsze silniki wysokoprężne stosowane w pojazdach DAF są ekologiczne i wydajne oraz przygotowane do zasilania biopaliwami, a także odnawialnymi paliwami typu e-fuels. Firma DAF jest liderem w tworzeniu elektrycznych układów napędowych do pojazdów użytkowych. Doskonałym przykładem jest nowy model LF Electric, 19-tonowy. Silnik elektryczny w nowym modelu DAF LF Electric pobiera energię z akumulatora

litowo-żelazowo-fosforanowego (LFP), który zapewnia pojazdowi zasięg 280. Ponadto pojazd jeździ wyjątkowo cicho, a zerowa emisja spalin sprawia, że jest on także bardzo przyjazny dla środowiska miejskiego. Szczególną cechą nowego modelu LF Electric jest wyjątkowe złącze układu ogólnego ładowania, które umożliwia ładowanie do 22 kW za pomocą ładowarki prądu przemiennego lub szybkie ładowanie do 150 kW za pomocą ładowarki prądu stałego. Do zastosowań komunalnych przygotowany został DAF FAR CF Electric (6x2/4) o DMC 28 ton z baterią umożliwiającą pokonanie 250 km na jednym ładowaniu. Ciągnik siodłowy 4x2 serii CF Electric o DMC 37 ton jest unikatowym pojazdem o zasilaniu bateryjnym, dysponuje takimi samymi parametrami zespołu napędowego jak 3-osiowe podwozie.

 **WAŻNE**

Ubezpieczenie należności – jak zwiększyć swój komfort w biznesie?

Płynność finansowa w obecnych czasach jest kluczowa w podejmowaniu strategicznych decyzji dotyczących biznesu. Procesy te łączą się z niesamowitym stresem, który można zniwelować za pomocą ubezpieczenia należności. Czym jest ta procedura? W jaki sposób może uchronić nas przed stratami? Czy jest kosztowna? Na te i wiele innych pytań odpowiemy w naszym poradniku na ten temat.



Ubezpieczenia należności – czym są?
Ubezpieczenia należności to nic innego jak działania asekuracyjne w celu odzyskania należności od kontrahenta z tytułu wykonania usługi lub sprzedaży towaru. Oznacza to, że przedsiębiorcy mają obecnie możliwość ubezpieczyć każdą wystawioną przez nich fakturę, a gdy nie otrzymają oni zapłaty od odbiorcy w terminie – mogą wnioskować o wypłatę zabezpieczenia. Jest to niezwykle ważne ze względu na to, że ekonomiści zauważają, iż z roku na rok procent niewypłacalności firm znacznie wzrasta. Obecnie jest to nawet o 82-procentowy wzrost, więcej niż w 2020 roku (1806 firm kontra 993 przed rokiem, w okresie I-X 2021).
Ubezpieczenie należności działa na takiej samej zasadzie jak ubezpieczenia od nieszczęśliwych wypadków, gdzie otrzymujemy pieniądze za zdarzenia losowe, których nie jesteśmy w stanie przewidzieć. W biznesie również nie zawsze możemy zaplanować, czy dany klient uiszczy opłatę w określonym czasie. Dlatego właśnie, by odzyskać komfort i nie być zależnym od klientów, stworzono ubezpieczenie należności.

Jak ubezpieczenie należności wygląda w praktyce?
Na wstępie warto wybrać doświadczony w tym zakresie zakład ubezpieczeniowy, by mieć pewność, że wszystkie formalności będą dopełnione, a pieniądze naszej firmy bezpieczne. Ubezpieczenie

tego typu zazwyczaj zawiera się na okres 12 miesięcy, podczas których wszelkie faktury z odroczone terminem płatności będą chronione. Wtedy, gdy tylko dany kontrahent stanie się niewypłacalny – ogłosi upadłość bądź po prostu nie zapłaci nam za dostarczone towary lub usługi – obowiązek zapłaty spada na firmę ubezpieczeniową. Ale to nie wszystko – ubezpieczenie należności może też uchronić nas przed taką sytuacją. Specjalizujące się w tym firmy ubezpieczeniowe na bieżąco tworzą analizy limitów handlowych, by wiedzieć, czy dany klient będzie w stanie zapłacić nam w przyszłości za zamówione towary i usługi. Wtedy na wstępie wiemy, czy przyjmować od niego zamówienie/zlecenie, czy też z góry kontrakt jest skazany na niepowodzenie.

Dla kogo stworzono ubezpieczenie należności?
Tak naprawdę produkt ten skierowany jest do każdego przedsiębiorcy, który chce zadbać o bezpieczeństwo swoje i swojej firmy. Najczęściej są to mniejsze działalności, niemające w swoich szeregach analityków i działów windykacyjnych. Takie zabezpieczenie jest dla nich realnym wsparciem, szczególnie jeśli działają one w branży chemii rolniczej, gdzie odroczenie płatności za fakturę może wynosić nawet 180 dni. W tym czasie może wydarzyć się wiele, dlatego warto zminimalizować ryzyko braku zapłaty do zera.

Tego typu rozwiązanie będzie pomocne także w firmach, które przyjmują naraz duże zlecenia, wymagające poświęcania dużej ilości czasu. Przykładowo: w branży stolarskiej, gdzie zamówienie dotyczy np. 10 stołów, ręcznie wykonywanych przez kilka miesięcy. Takie przykłady można mnożyć, a ubezpieczenia należności mogą usprawnić proces podejmowania ryzyka, a nawet przyczynić się do rozwoju firmy. Gdy nie mamy na sobie ciężaru braku środków, możemy podejmować ryzyko inwestycji, co bardzo często opłaca się naszej firmie.

Czy ubezpieczenie należności jest drogie?
Kwota, którą należy zapłacić za ubezpieczenie należności, jest nieporównywalna z komfortem, jaki w zamian otrzymujemy. Jest to często zaledwie ułamek procentu obrotu firmy, który przynosi niesamowitą ulgę i motywację do rozwoju. W jednym z zakładów ubezpieczeniowych specjalizujących się w ochronie należności oferta na najtańszą opcję wynosi ok. 830 zł miesięcznie dla rocznej polisy. Cena jest zależna od wybranego pakietu oraz dodatkowych opcji. Oczywiście ubezpieczenie należności jest obwarowane wcześniej ustalonymi limitami oraz zasadami. Są one określone indywidualnie z każdym przedsiębiorcą, także na podstawie jego obrotu i możliwości klientów, których sytuacja finansowa jest stale kontrolowana.

 Więcej informacji na stronie: poradnikbiznesu.info

UBEZPIECZENIA NALEŻNOŚCI

Euler Hermes z grupy Allianz to lider w Polsce i globalnie w ubezpieczaniu należności handlowych. Działamy operacyjnie w ponad 50 krajach – oceniając ryzyko na rynkach lokalnych udostępniamy tę wiedzę polskim eksporterom, wspierając ich w doborze partnerów handlowych oraz w zabezpieczaniu ich należności w kraju i na całym świecie.

Dzisiaj przewidujemy ryzyko handlowe, aby firmy bezpiecznie rozwijały swoją działalność w przyszłości.

Odwiedź nas na: www.eulerhermes.pl

A company of Allianz 



 EULER HERMES

Kolejne kroki dla lepszej franczyzy

Franczyza stanowi dla przedsiębiorców dużą szansę na rozwój biznesu. Zmniejsza też ryzyko poniesienia porażki dzięki posługiwaniu się sprawdzonymi rozwiązaniami i wykorzystywaniu ekonomii skali. Jeżeli chodzi o handel, można powiedzieć, że franczyza uratowała w Polsce małe i średnie przedsiębiorstwa handlowe przed zniknięciem oraz uchroniła klientów przed monopolem sieci dyskontów oraz hipermarketów.

Jednym z głównych problemów, z którym muszą się borykać mali i średni przedsiębiorcy, jest brak rozpoznawalności marki. Kłopotliwe są też wysoki poziom kosztów stałych oraz brak możliwości szerokiej promocji. Odpowiedzią na te ograniczenia może być franczyza – czyli nawiązanie współpracy z organizacją posiadającą gotowe rozwiązania biznesowe i dostarczającą rozpoznawalny na rynku znak firmowy.

W tej chwili w Polsce w branży artykułów spożywczych i przemysłowych funkcjonuje ponad 1100 systemów franczyzowych. Z około 80 000 sklepów spożywczych w Polsce obecnie w ramach franczyzy działa 39 000.

Franczyza stała się integralną częścią gospodarki naszego kraju i dostrzeganym przez konsumentów rozwiązaniem. Obecnie, w czasie pandemii, jest ona bezpieczną przystanią biznesową dla tysięcy przedsiębiorców, którzy dzięki niej mogą korzystać z parasola ochronnego, jaki daje im zrzeszenie się w ramach znanej marki – przy jednoczesnym zachowaniu możliwości działania na własny rachunek. Dzięki elastyczności przedsiębiorca może zdecydować o zakresie zaangażowania kapitałowego i zakresie proporcjonalnie związanych z nim zobowiązań co do przestrzegania standardów sieci oraz wybrać system i model najbardziej mu odpowiadający.

W lipcu bieżącego roku franczyzobiorcy, francyzodawcy oraz organizacje branżowe przyjęły Kodeks Dobrych Praktyk dla rynku franczyzy. Jest to pierwsza inicjatywa w obszarze podnoszenia standardów współpracy w tym sektorze, wspólna dla obu stron relacji franczyzowej. Współinicjatorami projektu są Polska Izba Handlu i Polska Organizacja Francyzodawców oraz Polskie Stowarzyszenie Mikroprzedsiębiorców i Francyzobiorców. Kodeks pozostaje inicjatywą otwartą dla wszystkich działających na rynku franczyzy w Polsce. Dotychczas – 4 miesiące po przyjęciu Kodeksu – przystąpiło do niego już 18 sygnatariuszy reprezentujących między innymi największe koncepty franczyzowe w Polsce, ale też organizacje franczyzobiorców.

Kodeks Dobrych Praktyk franczyzy to wypracowany zarówno przez franczyzobiorców, jak i francyzodawców dokument, uwzględniający ogromną różnorodność środowiska franczyzy jako modelu biznesowego. Jego celem jest zapewnienie ram dla optymalnej współpracy francyzodawców i franczyzobiorców. Konieczność zapewnienia adekwatności i uniwersalności Kodeksu dla różnych modeli franczyzowych i branż stanowiła największe wyzwanie. W efekcie powstało rozwiązanie możliwie najbliższe takiej uniwersalności. Celem Kodeksu jest określenie dobrych praktyk, zasad i standardów, jakimi powinni kierować się

franczyzobiorcy i francyzodawcy we współpracy w ramach zawartej umowy franczyzy, a także przed jej zawarciem i bezpośrednio po jej rozwiązaniu. Otrzymanym rezultatem wdrożenia Kodeksu jest dalsze poszerzenie transparentności relacji biznesowej dla obu stron umowy franczyzowej oraz stworzenie katalogu działań, które mogą i powinny być podjęte w razie pojawienia się wyzwań związanych ze współpracą, ale przede wszystkim w celu uniknięcia sytuacji konfliktowych.

Uzgodnienie zestawu dobrych praktyk dla współpracy w ramach franczyzy jest dużym osiągnięciem dla całego środowiska, zarówno francyzodawców, jak i franczyzobiorców, bez względu na różnice w realizowanych modelach franczyzowych.

Kompleksowa oferta franczyzowa to opcja, która zapewnia przedsiębiorcy nie tylko zatowarowanie, ale również promocje, nowe technologie, systemy informatyczne zarządzające sklepem, wsparcie logistyczne, operacyjne oraz marketing i całą politykę cenową.



Maciej Ptaszyński
Wiceprezes
Polskiej Izby Handlu

Więcej informacji na stronie:

poradnikbiznesu.info

Ten materiał powstał we współpracy z firmą **Delikatesy Centrum**

Jaka jest rola kompleksowej oferty franczyzowej?



Noel Collett
Dyrektor Generalny
Delikatesów
Centrum,
Członek Zarządu
Grupy Eurocash

W centrum zawsze powinien stać konsument i jego potrzeby. Właśnie na podstawie tego wyznacznika Delikatesy Centrum od ponad 20 lat budują swój koncept franczyzowy.

Co dla Delikatesów Centrum oznacza kompleksowość oferty franczyzowej?

Uważam, że sprawą kluczową jest poznanie potrzeb przedsiębiorców, dla których buduje się ofertę franczyzową. Zawsze podkreślam, że potrzeby właścicieli biznesów w Polsce są bardzo różne i rolą francyzodawcy jest te potrzeby w odpowiedni sposób zaadresować. Nieco inne oczekiwania ma osoba, która już prowadzi sklep i poszukuje stabilnego partnera na rynku, a nieco inne osoba, która nigdy nie prowadziła własnego sklepu, ale chce tego spróbować i z tym wiąże swoją przyszłość. To naturalne, że potrzeby tych dwóch grup zapewne będą nieco inne. Dlatego w Delikatesach Centrum zbudowaliśmy nasz model franczyzowy w taki sposób, aby możliwie kompleksowo odpowiedzieć na oczekiwania polskich

przedsiębiorców i oferować im odpowiednio dopasowane rozwiązania.

Co decyduje o tym, że oferta jest kompleksowa?

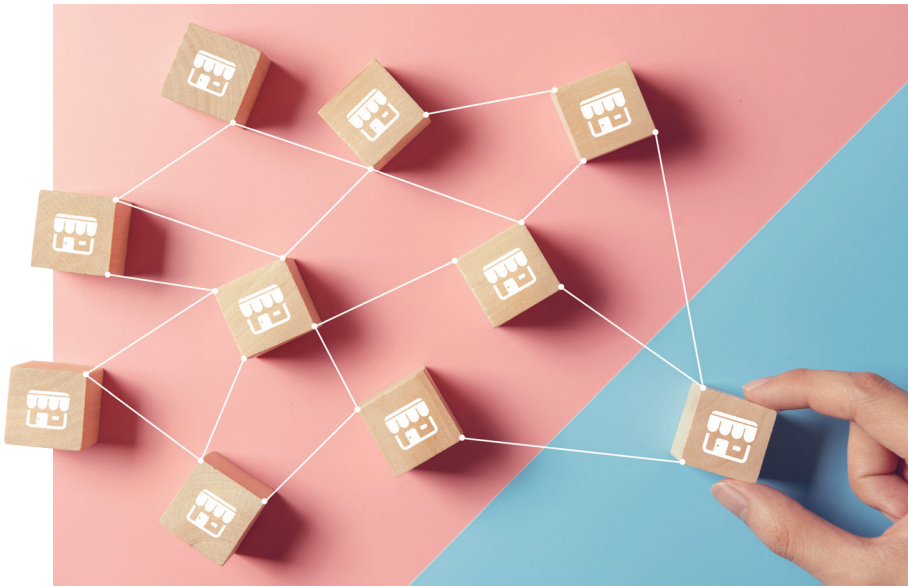
Zacząłbym od tego, że w centrum zawsze powinien stać konsument i jego potrzeby. Właśnie na podstawie tego wyznacznika Delikatesy Centrum od ponad 20 lat budują swój koncept franczyzowy. W efekcie w zasadzie każdy obszar, jaki adresujemy w naszej ofercie franczyzowej, w mniejszy czy większy sposób dotyka właśnie potrzeb konsumenta. Od tego wszystko się zaczyna. Czy jest to analiza asortymentu, czy logistyka, czy działania marketingowe albo CRM-owe – wszystko to wpływa bezpośrednio na konsumenta i zbudowane jest na bazie jego potrzeb. To właśnie dla konsumentów dostarczamy do naszych sklepów produkty świeże 6 razy w tygodniu, zbudowaliśmy jeden z najbardziej nowatorskich programów lojalnościowych na polskim rynku i mamy nowoczesny system informatyczny. Wszystko to pracuje „w tle” na zadowolenia klienta – konsument nie widzi bezpośrednio działania tego całego systemu. Oczywiście z drugiej strony jest przedsiębiorca, który jest jak najbardziej zainteresowany tym, żeby jego sklep odwiedzali klienci, a jego praca i zarządzanie sklepem było łatwiejsze, niż gdyby robił to w pojedynkę.

Dochodzimy w ten sposób do kompleksowości oferty, na którą składa się zintegrowany

system, mający na uwadze potrzeby konsumenta i dający duże wsparcie prowadzącemu sklep przedsiębiorcy. Jesteśmy dla naszych franczyzobiorców partnerem, który oferuje im rozwiązania adresujące wszystkie w zasadzie potrzeby związane z samodzielnym prowadzeniem sklepu spożywczego. Mamy skuteczną logistykę, własne wsparcie informatyczne i pomoc techniczną, oparty na Akademii Umiejętności Eurocash system szkoleń, marketing wraz z atrakcyjnym programem lojalnościowym i zaawansowanymi działaniami CRM, odpowiedni system sprzedażowy, bieżące wsparcie operacyjne, politykę asortymentową czy w końcu system raportów, które są bardzo przydatne w zarządzaniu sklepem spożywczym.

To wszystko powoduje, że przedsiębiorca może skoncentrować się na prowadzeniu swojego sklepu i poświęcić temu odpowiednio dużo czasu, ponieważ w kluczowych obszarach funkcjonowania sklepu wspiera go solidny i stabilny partner. Nie bez znaczenia jest, że za Delikatesami Centrum stoi Grupa Eurocash, która od początku swojego istnienia wspiera i rozwija polskich przedsiębiorców, doskonale rozumiejąc ich potrzeby i oczekiwania. Tak postrzegamy naszą rolę jako francyzodawcy oferującego kompleksowe rozwiązania dla naszych partnerów biznesowych. Uważam, że kompleksowość oferty świadczy o wiarygodności francyzodawcy, dlatego kładziemy na ten aspekt tak mocny nacisk.

Biznes skazany na sukces!



i Więcej informacji na stronie: poradnikbiznesu.info

Model biznesu oparty na franczyzie jest popularny od wielu lat i wciąż poszerza się grono jego użytkowników. W Polsce jest obecnie około 1310 systemów francyzowych – dotyczy to rozmaitych branż. Małe i średnie przedsiębiorstwa jednoczą się, aby wspólnie sprostać silnej konkurencji dużych międzynarodowych firm.



Joanna Chilicka
Polska Izba Handlu

Firmy korzystają ze sprawdzonych i odnoszących sukcesy wzorów działalności, co zmniejsza ryzyko. Sieci francyzowe funkcjonują w wielu branżach – gastronomia, stacje benzynowe, sklepy spożywcze i przemysłowe, apteki, hotele, usługi, telekomunikacja i wiele innych.

Franczyza jest bardzo popularna w gastronomii. To właśnie taki model zapewnił sukces fastfoodowym barom sieciowym. Pomysł polegał na tym, że gdy wejdziemy do restauracji z określonym logo gdziekolwiek w świecie, od Ameryki po Azję, zawsze dostaniemy to samo w określonej cenie – sprawdzoną kanapkę i napój. To właśnie rozpoznawalność marki jest największą wartością franczyzy. Przedsiębiorcy zyskują na używaniu wyrobionej już marki, sprawdzonego formatu biznesu i wieloletniego doświadczenia. Franczyza to także wsparcie finansowe, szkolenia, sztab ekspertów, którzy pracują nad sposobami profesjonalnego zarządzania restauracjami, a francyzobiorcy mogą z tego korzystać. Niemniej ważne jest także wspólne zaopatrywanie się w produkty

przez wiele lokali, a nie tylko jeden, co daje oczywiście korzystne ceny, jednak nie wyklucza to wprowadzania do menu lokalnych wyrobów.

Tego typu rozwiązanie biznesowe jest równie popularne w handlu – czy to spożywczym, czy przemysłowym. Sklepy chętnie jednoczą się pod wspólnym szyldem i razem negocjują dostawców, organizują grupy zakupowe. Sklepy zrzeszone mogą również razem wydawać gazetkę, która będzie informowała klientów o promocjach. Samodzielny sklep nie mógłby sobie pozwolić na taką reklamę. Franczyza to także know-how, wiedza ekspercka, właściciele i personel są regularnie szkoleni z najnowszych tendencji w rozwoju handlu. Klient, który idzie do sklepu z danym szyldem, wie, czego może oczekiwać – nowoczesnego sklepu z dobrze wyszkolonymi sprzedawcami. W każdej branży konkurencja jest silna – franczyza to jednoczenie się, łączenie sił. Są różne modele franczyzy a przedsiębiorcy mogą wybrać, który bardziej odpowiada ich oczekiwaniom. Czy będzie to miękka, czy twarda franczyza – w zależności od tego, jak bardzo niezależni chcą pozostać. W większości przypadków przyłączenie do sieci daje

zwiększenie zysków – więcej klientów i wyższą wartość zakupów lub zamówień. Jednak na taki efekt trzeba pocze-

„
W większości przypadków przyłączenie do sieci daje zwiększenie zysków.

kać i włożyć w to wiele pracy, a sieć jest wsparciem. Nie wyklucza to jednak tego, że można odnieść sukces, nie związu- jąc się z żadną siecią i działając samo- dzielnie. Nie jest to łatwe dzisiaj, gdy konkurencja jest silna. Jednak jest wiele przykładów takich biznesów.

Franczyza – przepis na sukces

Poszukując pomysłu na biznes, najlepiej skorzystać z oferty, która zagwarantuje nam zamierzone zyski oraz pełne wsparcie podczas prowadzenia działalności. Wchodząc w biznes z partnerem doświadczonym w branży, francyzobiorca otrzymuje gotowy przepis na sukces oraz oszczędność czasu i pieniędzy.



Wojciech Goduński
Założyciel Wojtex

P.P.H.U. „Wojtex” jako największy operator francyzowy w Polsce od lat sprzedaje sprawdzone pomysły na biznes. Od 2007 roku swoją działalność rozwija na rynku francyzowym. Przez czternaście lat na swoim koncie firma odnotowała wiele dochodowych pomysłów na biznes. Do operatora francyz należą między innymi: Biesiadowo, Speedy Romano, Amori Pomodori, Western Tortilla, Western Chicken, Coffeeloffee.

Franczyzy Wojtex to koncepty przystępne dla każdego. Francyzodawca

zapewnia pełne wsparcie profesjonalnych menedżerów na każdym etapie współpracy. Dostępna jest także własna hurtownia zaopatrzenia pizzerii, dzięki czemu francyzobiorca otrzymuje starannie wyselekcjonowane wysokiej jakości produkty w bardzo korzystnych cenach.

Franczyza to doskonałe rozwiązanie dla osób bez doświadczenia, poszukujących pomysłu na biznes oraz chcących stabilnie zainwestować swoje finanse. Taki model jest najprostszym sposobem utworzenia własnego biznesu pod znaną i sprawdzoną

marką – francyzobiorca otrzymuje know-how, czyli gotowy przepis na działalność pod znanym szyldem, oraz gwarancję dobrze funkcjonującej firmy. Warto jednak pamiętać o podejmowaniu współpracy wyłącznie z profesjonalistami – wyjaśnia Wojciech Goduński, założyciel Wojtex.

Aby jeszcze bardziej przybliżyć ofertę francyzową, właściciel sieci Wojciech Goduński założył autorski kanał na YouTube – Kopania Sukcesu. W wideo opowiada o warunkach umów francyzowych oraz zaletach przystąpienia do sieci.

Ten materiał powstał **we współpracy z firmą Wojtex**



Zgłoszenie patentu – krok po kroku

By opatentować pomysł, który chcemy wykorzystać w biznesie, nie wystarczy na niego wpaść. Do otrzymania właściwego dokumentu konieczne jest spełnienie właściwych wymogów – zgłosić można wynalazek, który jest nowy, nieoczywisty, nadający się do przemysłowego stosowania.

Kolejne kroki to:

- 

1. **zaznajomienie się** z podstawowymi informacjami dotyczącymi ochrony prawnej wynalazków i wzorów użytkowych.
- 

2. **weryfikacja**, czy nie naruszono prawa wyłączności (dzięki narzędziom udostępnionym na stronie urzędu).
- 

3. **zgłoszenie** (pocztą, telefaksem lub online) z uwzględnieniem właściwej dokumentacji – podania, opisu, zastrzeżenia patentowego lub ochronnego, skrótu opisu i rysunków wypełnienie formularza podania o udzielenie patentu.
- 

4. **uiszczenie opłaty**.

źródło: https://www.praca.pl/poradniki/rynek-pracy/zgloszenie-patentowe-jak-opatentowac-pomysl-na-biznes_pr-2611.html

 **WAŻNE**

Sądy własności intelektualnej

1 lipca 2020 r. weszła w życie nowelizacja k.p.c. wprowadzająca odrębne postępowanie w sprawach własności intelektualnej.



Aleksandra Jabłońska
Radca prawny,
Urząd Patentowy
Rzeczypospolitej
Polskiej

Ustawa o tzw. sądach własności intelektualnej wprowadziła do polskiego wymiaru sprawiedliwości wyspecjalizowane sądy w zakresie własności intelektualnej oraz odrębne postępowanie w tym zakresie. Skupienie spraw w kilku sądach pozwoli na specjalizację sędziów, wypracowanie jednolitego orzecznictwa, wpłynie korzystnie na pewność prawa, a także przyspieszy procedowanie. Sprawami własności intelektualnej są sprawy o ochronę praw autorskich i praw pokrewnych, praw własności przemysłowej, innych praw na dobrach niematerialnych oraz o zapobieganie i zwalczanie nieuczciwej konkurencji. Do spraw własności intelektualnej zakwalifikowano również sprawy o ochronę dóbr osobistych w zakresie, w jakim dotyczą one komercyjnego wykorzystania dobra osobistego, np. w celu indywidualizacji przedsiębiorcy, a także działalności naukowej lub wynalazczej. Sprawy te należą do właściwości sądów okręgowych, przy czym ich rozpatrywanie powierzono pięciu sądom okręgowym (Gdańsk, Katowice, Lublin, Poznań i Warszawa) oraz dwóm sądom apelacyjnym (Warszawa i Poznań). Powołano także „sąd techniczny”, tj. Sąd Okręgowy w Warszawie, który jest wyłącznie właściwy w sprawach własności intelektualnej dotyczących programów komputerowych, wynalazków, wzorów użytkowych, topografii układów scalonych, odmian roślin oraz tajemnic przedsiębiorstwa o charakterze technicznym. Pozytywnie należy ocenić przepisy dotyczące postępowania w sprawach własności intelektualnej, które przewiduje wiele szczególnych instytucji, tj. zabezpieczenie środka dowodowego, wyjawienie lub wydanie środka dowodowego oraz tzw. roszczenie informacyjne, których dotychczasową regulację oceniano negatywnie. Przyjęte rozwiązania w jednolity i bardziej adekwatny niż dotąd sposób regulują rozwiązania umożliwiające uprawnionemu z praw własności intelektualnej uzyskanie infor-

macji o faktach dotyczących naruszeń i przygotowanie podstawy faktycznej powództwa, a których źródłem jest dyrektywa 2004/48/WE w sprawie egzekwowania praw własności intelektualnej. Korzystne jest także wprowadzenie dwóch powództw szczególnych. Dopuszczono wytoczenie powództwa wzajemnego w sprawach o naruszenie prawa do znaku towarowego lub wzoru przemysłowego, jeżeli obejmuje ono żądanie unieważnienia lub stwierdzenia wygaśnięcia prawa wyłącznego. Jak dotąd sąd cywilny mógł orzec jedynie o unieważnieniu lub stwierdzeniu wygaśnięcia unijnego znaku towarowego lub wzoru, w pozostałym zakresie wyłącznie właściwy był Urząd Patentowy. Wprowadzone rozwiązanie będzie użyteczne dla przedsiębiorców, gdyż może przyspieszyć postępowanie w danej sprawie, jednakże nadal będzie możliwość wybrania procedowania przed Urzędem. Drugim szczególnym powództwem jest powództwo o ustalenie, że podjęte lub zamierzone czynności nie stanowią naruszenia patentu, dodatkowego prawa ochronnego, prawa ochronnego lub prawa z rejestracji. Rozwiązanie to uzupełnia dotychczasową regulację art. 189 k.p.c., w tym określa, kiedy istnieje interes prawny w wytoczeniu powództwa. Wyrok będzie rozstrzygał, w jakim zakresie oznaczone czynności powoda nie naruszają praw wyłącznych pozwanego. Pozwoli to zapobiec ponoszeniu kosztów poprzedzających proces inwestycyjny, które mogą okazać się bezużyteczne z uwagi na naruszenie cudzego patentu czy innego prawa wyłącznego. Aprobując należy również ocenić wprowadzenie jako zasady obowiązkowego zastępstwa przez zawodowego pełnomocnika. Jest to uzasadnione zarówno złożonością spraw z tego zakresu, jak i potrzebą szybkości postępowania.



Dorota Rzażewska
Radca prawny,
krajowy i europejski
rzecznik
patentowy, arbiter
w sprawach domen
internetowych,
wspólnik
zarządzający
kancelarii JWP
Rzecznicy Patentowi

Efektywna ochrona znaków towarowych to zabezpieczenie finansów firmy

Przemysłana strategia zarządzania portfolio znaków towarowych, dostosowana do planów rozwoju przedsiębiorstwa, może okazać się kluczem do zbudowania silnej marki, a tym samym stanowić o przewadze rynkowej i sukcesie finansowym firmy.

Znaczenie ochrony znaku towarowego dobrze obrazuje przykład logotypu firmy Coca-Cola. Łatwo uzmystowić sobie, że ten jeden z najcenniejszych na świecie znaków towarowych wart jest dziś miliardy dolarów. Czy w 1886 roku John S. Pemberton, farmaceuta z Atlanty i autor receptury popularnego napoju, mógł przewidzieć taki sukces?

Znaki towarowe pełnią kluczową funkcję w działalności promocyjnej i handlowej każdej firmy. To właśnie one pozwalają konsumentom odróżniać produkty od siebie. Dobrze wypromowane mogą zyskać renomę, a w związku z tym wysoką wartość. Warto zatem zadbać o ich skuteczną ochronę. Firma może czerpać zysk z ich obrotu np. poprzez sprzedaż czy licencjonowanie. Właściciel zarejestrowanych oznaczeń uzyskuje monopol na ich eksploatację na

danym terytorium i w odniesieniu do określonych grup produktów lub usług. Posiadanie praw wyłącznych pomaga w zwalczaniu podróbek oraz nieuczciwej konkurencji. Pamiętając o historii Johna S. Pembertona, jak i wielu innych przedsiębiorców, którzy stracili prawa wyłączne do swoich znaków towarowych, warto zainwestować w efektywną strategię ochrony dla swojej firmy.



Ten materiał powstał we współpracy z firmą JWP Rzecznicy Patentowi