



SMARTBIZNES.co

YOUNG, SMART & SUCCESSFUL

25 CZERWCA 2013 (4)

T Y G O D N I K

GDZIE PRACOWAĆ

Dom, biuro
czy cowork?

OSTATNIE KUSZENIE

Jak zatrzymać
pracownika

DOTACJA Z 8.1

Wybierz firmę
piszącą wnioszek



KONRAD SOBECKI
OD PRACOWNIKA
DO KRÓLA „ORLIKÓW”

NIE MUSISZ PAMIĘTAĆ O SMARTBIZNES
– sami pojawimy się w Twojej skrzynce e-mail!
Zapisz się tutaj:

SMARTBIZNES.CO/TYGODNIK



SMARTBIZNES

5/2013

JUŻ 2 LIPCA 2013

DOŁĄCZ DO NAS NA

facebook



Linkedin

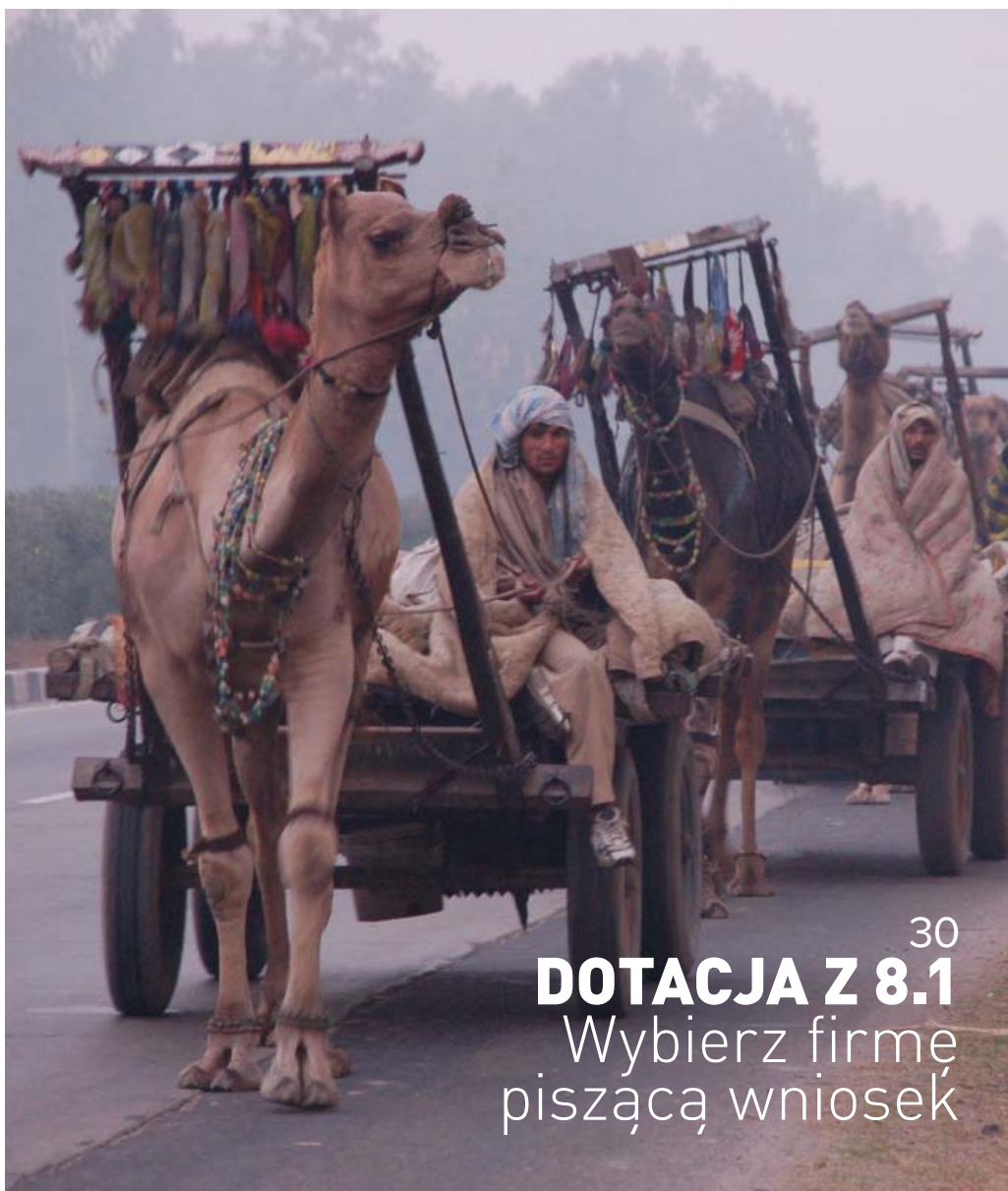




Powiedz o nas
znajomym

KRZYSZTOF GONTAREK

redaktor naczelny SMARTBIZNES
kgontarek@smartbiznes.co



30
DOTACJA Z 8.1
Wybierz firmę
piszącą wniosek

04 Young, Smart & Successful

07 TEMAT TYGODNIA Grow Up Start Up

11 SMARTLIDER Konrad Sobecki, Tamex

16 One Step Ahead

18 DECYZJE Dom, cowork czy biuro?

22 JAK TO DZIAŁA Ostatnie kuszenie, czyli kiedy nie możesz płacić więcej

26 NA SKRÓTY Nie trać głowy, zachowaj płynność finansową

28 SMARTLISTA Wniosek o upadłość dłużnika Wymogi formalne

30 KNOW-HOW DOTACJA Z 8.1 Wybierz firmę piszącą wniosek

33 NIEZWYKŁE PRZYPADKI JOHNA SMARTA Powołanie

REDAKCJA

KONTAKT

redakcja@smartbiznes.co
ul. Świętokrzyska 18, pok. 415
00-052 Warszawa

REKLAMA I WSPÓŁPRACA

Kamila Roman
k.roman@proseedmag.pl
Magdalena Gawlińska
mgawlinska@proseedmag.pl

REDAKCJA

Krzysztof Gontarek (redaktor naczelny),
Joanna Ryńska, Anna Jaskółka,
Magdalena Malińska (sekretarz redakcji)

KOREKTA

Aleksandra Kiepusa-Andrzejewska,
Dominika Ładycka

DTP

Papercut

© 2013 Wszystkie prawa zastrzeżone.

 **SMARTBIZNES.co**
YOUNG, SMART & SUCCESSFUL

WYDAWCA

Proseed Sp. z o.o.

Dystrybucję
magazynu wspiera





Digital Core Design Mikroprzedsiębiorcą Roku 2013

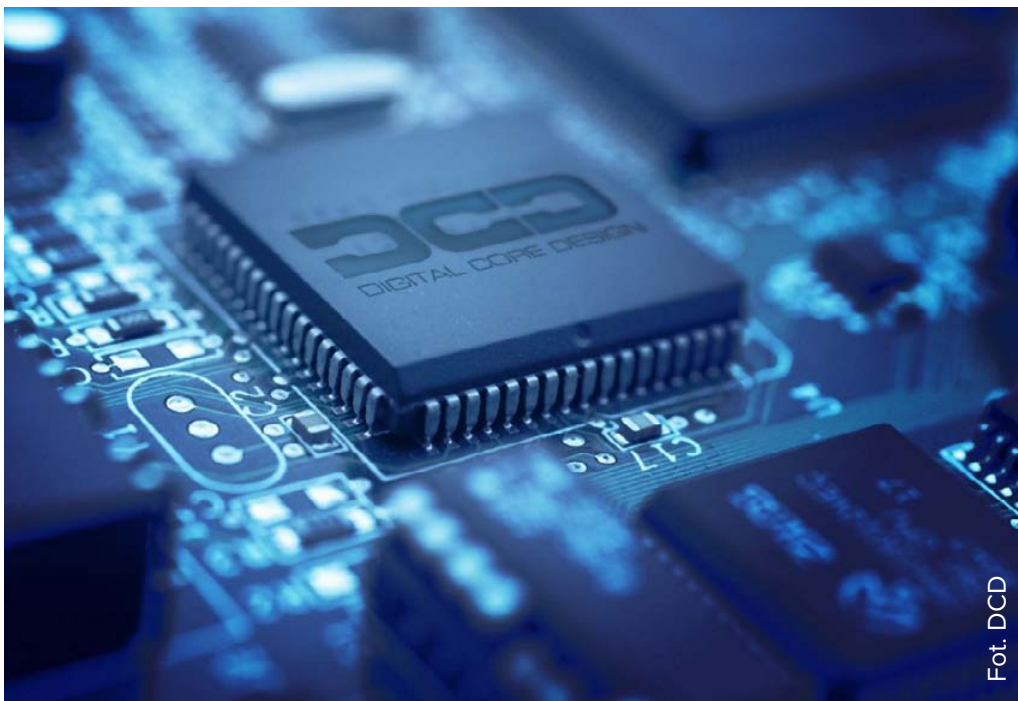
Digital Core Design – producent nowoczesnych procesorów i układów scalonych – zwyciężył w IX edycji konkursu Mikroprzedsiębiorca Roku 2013. Firma została wyłoniona spośród rekordowej liczby 256 zgłoszeń, otrzymując tytuł „Mikroprzedsiębiorca Roku 2013” oraz główną nagrodę o wartości 40 000 zł.

Digital Core Design od 1999 roku zajmuje się projektowaniem nowoczesnych procesorów i układów scalonych. Firma jest twórcą i producentem najszybszego procesora na świecie – DQ80251, który ma moc obliczeniową ponad 60-krotnie większą od analogicznego urządzenia firmy Intel. Rozwiązania inżynierów z Digital Core Design znajdują zastosowanie m.in. w satelitach, samolotach,

urządzeniach przemysłowych czy wreszcie w elektronice użytkowej. Ponadto licencje na wybrane innowacje zostały kupione przez takie firmy jak Intel, Sony, Philips czy też Siemens.

Kapituła konkursu na Mikroprzedsiębiorcę Roku 2013 przyznała także trzy wyróżnienia o łącznej wartości 45 000 zł. Otrzymały je: rodzinna wytwórnia lodów z Leszna, producent robotów dla przemysłu, wojska i AGD Robotics Inventions z Warszawy oraz firma Airopic z Poznania, wytwarzająca sprzęt dla przemysłu i sektora medycznego.

Konkurs Mikroprzedsiębiorca Roku 2013 organizuje Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy.



Fot. DCD

DCD.PL

Wszystkie oferty polskich e-sklepów w jednym miejscu

Konrad Latkowski (29 l.) z Grupy Manubia zaprezentował PricePanorama.com, nowe narzędzie, które zbiera dane o ofercie wybranych sklepów internetowych – sprzedawanych produktach, zmianach cen oraz dostępności towaru. PricePanorama umożliwia także porównanie cen danego produktu u konkurencji.

Baza serwisu liczy już ponad 4,3 mln towarów z ponad 2850 sklepów i jest wciąż rozbudowywana. Grupa Manubia chce zebrać dane z 98% e-commerce'owych podmiotów działających na polskim rynku.

Usługa skierowana jest do e-sprzedawców, importerów, dystrybutorów i producentów. Serwis działa w modelu abonamentowym. Pakiety standardowe zaczynają się od 99 zł/mies. i pozwalają na monitoring paru produktów z kilku wybranych sklepów. Pakiety profesjonalne – osobne dla sprzedawców i producentów/dystrybutorów – są droższe (999 i 1999 zł) i umożliwiają monitoring oferty i polityki cenowej w 30 lub 60 (dla producentów 15) sklepach. Z okazji premiery przez kolejne 2 miesiące obowiązuje zniżka 50%.

Grupa Manubia zatrudnia obecnie 7 osób.

PRICEPANORAMA.COM



Aduma rusza z MultiTouch Pack na amerykański rynek

Aduma, polski producent interaktywnych systemów Human-Computer Interaction, podpisała umowę dystrybucyjną z amerykańską firmą Qomo HiteVision na rozpowszechnianie w USA oprogramowania MultiTouch Pack.

– Dzięki MultiTouch Pack w ciągu kilku minut można stworzyć interaktywne prezentacje na ekrany dotykowe – wyjaśnia **Jan Belezina** z Aduma S.A. – Wystarczy na zasadzie drag&drop przeciągnąć z folderu własne tło, logo, pliki zdjęciowe, materiały video oraz PDF-y, stworzyć opisy i po kilku minutach cieszyć się samodzielnie przygotowaną

prezentacją na ekranie, z którego może korzystać kilka osób jednocześnie.

Program można instalować bezpłatnie na dowolnej liczbie komputerów w szkołach i uczelniach, a także w domach nauczycieli, uczniów i studentów.

Aduma S.A. to spółka, której głównymi udziałowcami są trzech młodzi ludzie: **Marcin Ćmiech** (27 l.), **Zbigniew Wantula** (27 l.) oraz **Maciej Mielcarek** (30 l.). Firma jest ekspertem w przygotowaniu systemów reagujących na ruch, kinetycznych, dotykowych i mobilnych.

ADUMA.PL



Polski biznesmen przedsiębiorcą roku we Włoszech

„Polski Rockefeller we Włoszech”, czyli 34-letni **Marcin Saracen** z Wrocławia, otrzymał w Rzymie nagrodę MoneyGram Award 2013 dla najlepszego zagranicznego przedsiębiorcy.

Biznesmen prowadzi od 2006 roku firmę kosmetyczną FM Group, która zajmuje się bezpośrednią sprzedażą perfum z pominięciem tradycyjnej sieci sklepowej. W ciągu 7 lat firma zwiększyła zatrudnienie z 2 do 90 osób oraz współpracuje z około 589 tys. dystrybutorów na całym świecie, z czego ponad 200 tys. działa w Polsce.

Marcin Saracen otrzymał nagrodę za działania na rzecz wzrostu zatrudnienia, innowacji i odpowiedzialności społecznej.

FMGROUP.PL



Bydgoski hit na europejskich galach bokserkich

Remigiusz Kościelny (34 l.), prezes firmy Vivid Games, oraz niemiecka firma ProSiebenSat.1 Games podpisali umowę dotyczącą promocji gry Real Boxing, flagowego tytułu bydgoskiego producenta na urządzenia mobilne, podczas cyklu gal bokserkich oraz na wszystkich kanałach medialnych związanych z koncernem telewizyjnym ProSiebenSat1.

Umowa dotyczy promocji specjalnej wersji „RAN Real Boxing by Felix Sturm”, która trafi do dystrybucji na terytorium Niemiec, Austrii oraz Szwajcarii.

– Gra będzie promowana przy okazji cyklu gal bokserkich

oraz w przekazach medialnych. Zaczęliśmy w czerwcu od Felix Sturm Fight Night – mówi Remigiusz Kościelny, prezes Vivid Games.

Real Boxing reklamowany będzie także w telewizji internetowej oraz na licznych portalach i kanałach społecznościowych. Dodatkowo gra będzie promowana na wszystkich galach bokserkich poprzez prezentację trailerów, screenów oraz pokazy samej rozgrywki przez prowadzących poszczególne gale.

Vivid Games S.A. działa na rynku gier od 2006 r. Firma zatrudnia 50 osób.

VIVIDGAMES.COM

Booklikes wśród najlepszych młodych firm w Europie

Polski serwis Booklikes.pl został wybrany spośród setek zgłoszeń i dołączył do grona 12 najlepszych młodych firm w Europie w ramach inicjatywy Microsoft BizSpark European Summit 2013. Witryna jest efektem pasji do literatury

Joanny Grzelak-Piaskowskiej oraz **Dawida Piaskowskiego**

z Poznania oraz chęci dzielenia się swoimi przemyśleniami, opiniami i recenzjami z innymi miłośnikami książek. Piaskowscy stworzyli mix platformy blogowej, serwisu społecznościowego oraz internetowego katalogu książek. W serwisie jest obecnie ponad 12 000 aktywnych blogerów. Wszyscy oni mają dostęp do baz książek z takich krajów, jak: Austria, Kanada, Chiny, Francja, Niemcy, Włochy, Holandia, Polska, Hiszpania, Wielka Brytania oraz USA.

Już 4 lipca w Berlinie przedsiębiorcze małżeństwo będzie miało możliwość zaprezentowania swojego projektu przed międzynarodowym jury i dziesiątkami najważniejszych inwestorów na naszym kontynencie.

Serwis powstał w 2011 roku, zatrudnia obecnie 5 osób.

BOOKLIKES.COM

Podjąłeś ważną decyzję w swojej firmie?
Pochwal się: news@smartbiznes.co



Fot. Flickr, itupictures, na lic. CC BY 2.0

GROW UP START UP

**KRZYSZTOF
GONTAREK**

LISTOPAD 2011 R. SIEDZIMY Z DARIEM ŻUKIEM Z POLSKI PRZEDSIĘBIORCZEJ W PIZZERII, DZIELĄC SIĘ WRAŻENIAMI Z ZAKOŃCZONEJ WŁAŚNIE KONFERENCJI LEWEB W PARYŻU. W PEWNEJ CHWILI DAREK ZACZYNA SNUĆ WIZJĘ ZORGANIZOWANIA NA STADIONIE NARODOWYM IMPREZY DLA 10 TYS. PRZEDSIĘBIORCÓW.

Niecałe dwa lata później, w dniach 19–20 czerwca na warszawskim Torwarze odbywa się Forum Biznesu Grow Up Start Up. Za organizację wydarzenia odpowiadają Olga Kozierowska, autorka programu „Sukces Pisany Szminką”, oraz Darek. Choć nie z wymarzoną rozmachem, to plan został jednak zrealizowany.



Przede wszystkim nie było narzędzia wspierającego networking, które pozwoliłoby produktywnie spędzić czas na evencie.

Prelekcje mało odkrywcze, chociaż wystąpienie Mortena Lunda, współzałożyciela Skype'a, było niezłe.

Grow Up Start Up to jak dotąd największa w Polsce impreza dla młodych przedsiębiorców. Według organizatorów w ciągu dwóch dni przez Torwar przewinęło się około 3 tys. osób. Wiele z nich to jednak dopiero chętni do rozpoczęcia biznesowej drogi – studenci, którzy od swoich uczelni dostali darmowe wejściówki (samo SGH dostało aż 500 takich biletów – dowiedzieliśmy się od jednego ze studentów), absolwenci i etatowi pracownicy dużych firm. Uczestnicy obejrzeni wystąpienia kilkudziesięciu prelegentów, w tym kilku tużów rodzimego i światowego biznesu. Jak informuje Olga Kozierowska – największe wrażenie zrobili Bob Dorf, Morten Lund, James Tipple, Paweł Tkaczyk oraz Miłosz Brzeziński.

W tzw. „branżuni”, czyli w środowisku startupowym, impreza nie była zbyt dobrze wypromowana. Wielu liderów opinii z branży IT, którzy jednym wpisem na Facebooku mogliby znacznie zwiększyć rozpoznawalność wydarzenia w grupie docelowej, jak choćby Michał Sadowski z Brand24, dowiedziało się o Grow Up Start Up zaledwie kilka dni przed imprezą. Pomimo znacznej liczby uczestników wydarzenie nie wywołało szumu w mediach, nawet społecznościowych. Publikacji prasowych na ten temat pojawiło się ledwie kilkanaście, a z kilkudziesięciu komentarzy pozostawionych w social media wynika, że opinie o imprezie są podzielone.

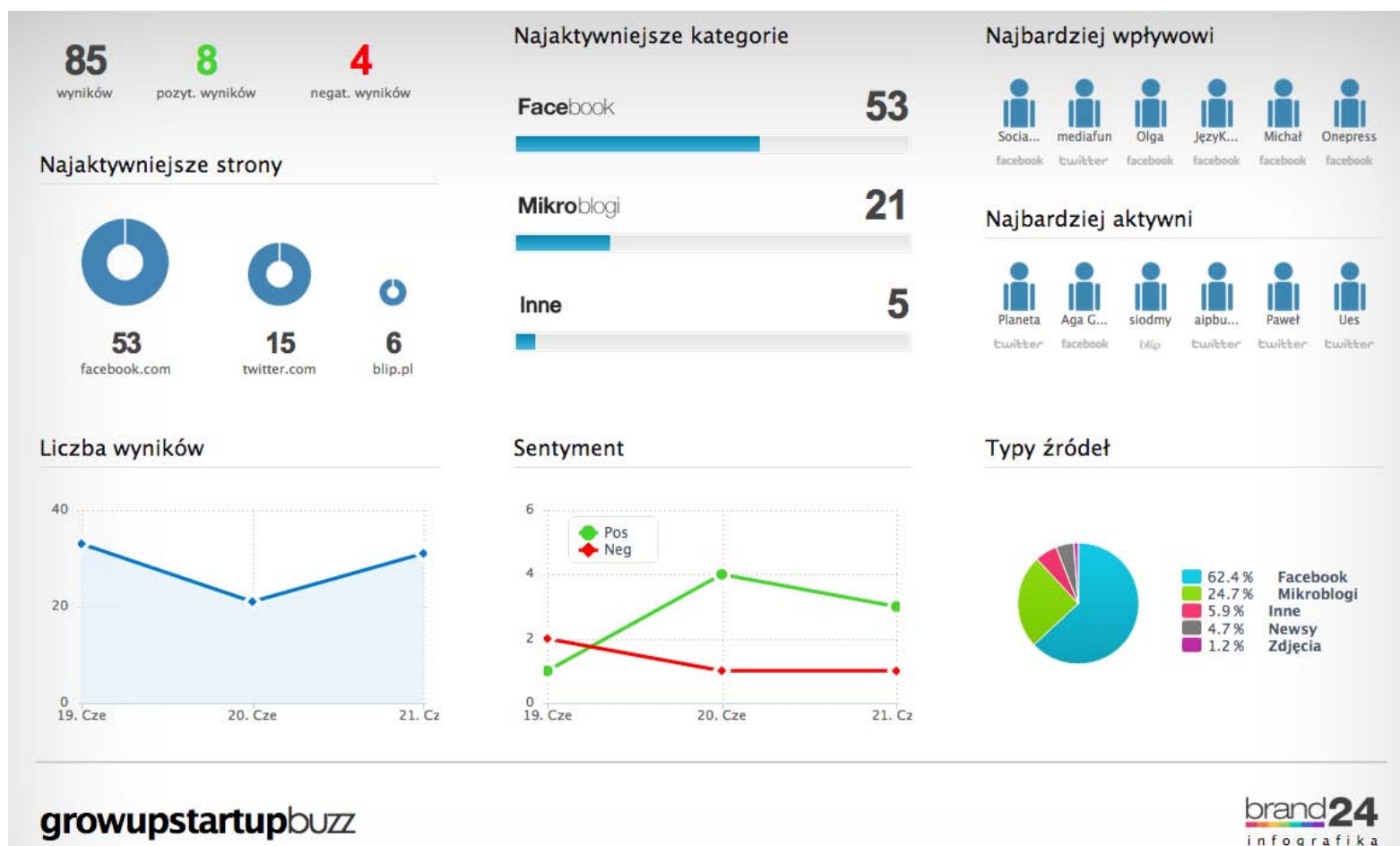
Impreza zebrała entuzjastyczne recenzje za organizację, dobór tematyki i prelegentów: „dawno nie otrzymałem takiej praktycznej dawki informacji na temat powiększania biznesu” czy „świetna konferencja, świetna oprawa, prawdziwe *show*” albo „Atmosfera wśród uczestników nie do podrobienia. Tyle wspaniałych pomysłów na metr kwadratowy!!!”.

Nie dało się jednak ukryć, że część osób była zawiedziona i czuła się oszukana. Choćby tym, że zapowiadany w programie Richard Branson pojawił się tylko na nagraniu video; wiele osób kupiło bilety po to, by zobaczyć go na żywo. „Równie dobrze mogłabym zaprosić państwa do mnie do domu na »wystąpienie Johnny’ego Deppa« i puścić film z jego udziałem” pisze na Facebooku jedna z rozczarowanych uczestniczek.

– Przede wszystkim nie było narzędzia wspierającego networking, które pozwoliłoby produktywnie spędzić czas na evencie. Prelekcje mało odkrywcze, chociaż wystąpienie Mortena Lunda, współzałożyciela Skype'a, było niezłe – relacjonuje dla SMARTBIZNES.co Damian Rams. – Nie zapłaciłbym za wejściówkę 500 zł. A gdybym to zrobił, pojawiające się między prelekcjami 10-minutowe reklamy Virgin Mobile uznałbym za obrazę.



Wypowiedzi na temat Grow Up Start Up w Social Media,
w dn. 19-21.06. Źródło: Brand24.pl



Komentujących nie zadowolili także panele dyskusyjne oraz konferansjerzy. Uczestnicy nie otrzymali przy wejściu wydruku programu konferencji. Do tego opóźnienia. Jeśli ktoś płaci za wstęp nie małe pieniądze – bilety bez promocji kosztowały od 500 do 900 zł (dla VIP-ów), a dodatkowo poświęca dwa dni pracujące na udział w wydarzeniu, to organizatorzy powinni stanąć na głowie, by wszystko działało jak należy. Na pocieszenie należy dodać, że drugi dzień wiele osób uznało za bardziej inspirujący i lepiej zorganizowany od pierwszego.

Pomimo wpadek, Oldze Kozierowskiej, Darkowi Żukowi oraz zespołowi organizującemu wydarzenie należy się pochwała za to, że akcję w ogóle przeprowadzili.

Także za odwagę w realizacji wydarzenia o takim rozmachu. Jeżeli ktoś coś rzeczywiście robi – należy to docenić.

Warto jednak, by zarówno organizatorzy, jak i uczestnicy zadali sobie kilka pytań przed kolejną edycją: Czy spędzenie na konferencję licznej grupy studentów sprawi, że założą oni prężnie działające biznesy? Czy oprócz zachowanego w pamięci show uczestnicy wyszli bogatsi o praktyczną wiedzę na temat budowania wzrostu firmy? Co zrobić, by takie wydarzenia odbijały się szerszym echem i kształtowały pozytywny wizerunek przedsiębiorcy w naszym kraju? I, *last but not least*, jak je organizować, żeby poza „nieskrępowaną zabawą” miały rzeczywisty sens biznesowy? ■

CO NOWEGO W BIZNESIE?



kierunki rozwoju rynków



case studies i historie sukcesu



strategie przyspieszające biznes



decyzje i motywacje liderów

Co miesiąc bezpłatny magazyn „Proseed”

ZAPISZ MNIE ►



Fot. Robert Chrzanowski

OD PRACOWNIKA DO KRÓLA „ORLIKÓW”

KONRAD SOBECKI, SZEF DZIŚ 80-OSOBOWEJ FIRMY TAMEX BUDUJĄCEJ PROFESJONALNE OBIEKTY SPORTOWE, OPOWIADA O BIZNESOWEJ DRODZE W NISZOWEJ, WYMAGAJĄCEJ BRANŻY INFRASTRUKTURY SPORTOWEJ.



Rozmawiał

**KRZYSZTOF
GONTAREK**

Z jakim nastawieniem należy rozpocząć biznes?

Z gotowością do pracy 24 godziny na dobę. Zaczynając, zapomnij o szybkich profitach. Pierwsze sukcesy trzeba traktować jako chwilowe, trzeba być skromnym, pokornym

i odpornym na euforię. Cały czas obok planu A trzeba mieć i awaryjny plan B. I dopóki nie masz w pełni własnego backupu finansowego, nie konsumuj zysków.

Warto?

Warto, jeśli biznes to realizacja pasji.

Pasjonujesz się budownictwem?

Budownictwem wyczynowych obiektów sportowych. Sport, szczególnie tenis, był moją pasją od zawsze. W dzieciństwie dużo czasu spędzałem na korcie i kiedy nadarzyła się okazja, żeby podjąć pracę w szczecińskiej firmie budującej korty, chętnie z niej skorzystałem. Zacząłem jako szeregowy pracownik. Szybko poczułem, że budowanie kortów jest tak samo fajne jak bieganie po nich z rakieta.

A jak wyglądał początek twojego własnego biznesu?

Moimi pierwszymi klientami byli inwestorzy prywatni, bo ustawa o zamówieniach



Pierwsze sukcesy trzeba traktować jako chwilowe i być skromnym, pokornym, odpornym na euforię. Cały czas obok planu A trzeba mieć awaryjny plan B.

publicznych była dla początkujących firm nieporównywalnie trudniejsza niż teraz.

W jaki sposób ich pozyskiwałeś?

Śledziłem rynek i wiedziałem mniej więcej, gdzie są jakieś plany budowy obiektów sportowych. Poza tym nie byłem już anonimowy, bo miałem za sobą trzy lata prowadzenia warszawskiego oddziału firmy, razem z grupami wykonawczymi.

A jak przeszedłeś do zamówień publicznych?

Po kilku inwestycjach prywatnych miałem już referencje i mogłem wystartować w przetargach. Na początku były to nieduże rzeczy, ale krok po kroku podejmowaliśmy coraz większe wyzwania, aż doszliśmy do masy sprzedaży ponad 100 mln rocznie.

Masz stałych klientów?

Tak, to grupa ok. 10–15% wszystkich klientów – to samorządy, które inwestują w infrastrukturę sportową. Jednak referencje nie mają tu nic do rzeczy – w przetargach publicznych procedura jest ślepa i sformalizowana, więc w tej chwili liczy się tylko cena, co moim zdaniem jest mordercze dla branży usług.

A jaka była twoja najtrudniejsza decyzja biznesowa?

Najbardziej kluczowa – rezygnacja z pracy stałej na umowę o pracę z dobrym wynagrodzeniem i stworzenie własnego biznesu – przyszła mi dość łatwo. Myślę, że decyzję

ułatwiło mi to, że wiedziałem tak mało. Gdybym miał tę wiedzę, co dziś, pewnie uznałbym, że zapotrzebowanie na święty spokój jest większe niż na ponoszenie ryzyka. No, ale no to wpływa także wiek [uśmiech].

Miałeś szczęście w biznesie?

Shczęście jest zawsze potrzebne, natomiast pierwsze trzy, cztery lata to była ciężka praca.

Kierowałeś się intuicją czy opierałeś na twardych danych?

Intuicja to co najmniej 50% moich decyzji. Jeżeli partner, dostawca, klient budzą moje wątpliwości, z reguły odpuszczam taką współpracę. Jeżeli strony źle się dobiórą w danym zadaniu, żadna umowa nie jest w stanie zagwarantować bezpieczeństwa.

Zawsze tak prowadziłeś biznes?

Nie, popełniałem błędy. Parę razy zdałem się na opinię doradców – uważałem, że mam za mało wiedzy, żeby podjąć optymalną decyzję. Zostawiłem sprawę „analitykom” danego problemu. Efekt nie był dobry. Natomiast prowadząc firmę, decyzje większego kalibru podejmowałem wraz ze współnikami, potem w spółce SA z całym zarządem i radą nadzorczą. Dobry menedżer nie musi wiedzieć wszystkiego, ale musi wiedzieć, skąd się dowiedzieć. Natomiast, jeżeli nie wiesz, co zrobić, lepiej nic nie rób – to jest dobra zasada na te czasy.

Miałeś takie sytuacje?

Jest też powiedzenie, że najgorszą decyzją jest brak decyzji. Nie miałem takich sytuacji, zawsze starałem się, żeby ta decyzja była bardzo szybka.

A co wymuszało szybkie tempo?

Kwestie operacyjne dotyczące konkretnych budów, czyli sytuacji kryzysowych powodowanych kolizjami, pogodą, awariami,



logistyką. Im dłuższa droga do tej decyzji, tym gorzej dla tej realizacji. Dodam, że trudną decyzją jest dobieranie firm, z którymi się współpracuje.

Jak skracasz tę drogę?

Bazuję na kompetentnym zespole. W procesie decyzyjnym mam wsparcie zarządu i rady nadzorczej. Mój zespół – 24 osoby – pracuje w *open space*. Stawiam na dobrą komunikację między wszystkimi działami, szybką wymianę informacji, gotowość całego zespołu przez 10 godzin dziennie oraz uzupełnianie się ludzi, wzajemne motywowanie i odpowiedzialność drużyny, a nie jednostki.

Co jeszcze?

Zlecam prace na budowie małym podwykonawcom. Obserwowałem tę tendencję przez dwa czy trzy lata w bardzo dużych firmach budowlanych. Stwierdziłem, że to podnosi konkurencyjność, a także poprawia jakość prac, jeśli mała firma pracuje jako podwykonawca.

A jeśli chodzi o klientów?

Zawsze bardzo dokładnie analizuję warunki kontraktu, no i mam plan B, koniecznie szczegółowo opisany w umowie.

A poza umową?

Umowy w zamówieniach publicznych nie są negocjowalne – podpisujesz albo nie przystępujesz do przetargu. Kiedyś te umowy były bardziej przyjazne dla wykonawcy. Dziś mają formę dyktatu, a przez szereg błędnych zapisów ustawowych, chociażby 100% kryterium cen, często pojawiają się spory realizacyjne, które kończą się w sądzie.

Inwestor prywatny jest łatwiejszy?

Zdecydowanie łatwiejszy. Inwestor prywatny jest bardziej logiczny i słucha merytorycznych argumentów. Kieruje się po prostu



Fot. Robert Chrzanowski

zdrowym rozsądkiem. Urzędnik z kolei kieruje się własnym bezpieczeństwem, które często rozumie jako eskalowanie konfliktu z wykonawcą. W przypadku kontroli nikt mu nie zarzuci, że był podejrzanie przychylny wykonawcy.

Powinniście grać, nomen omen, do jednej bramki.

Stara zasada w przetargach mówi, że partnerem dla zamawiającego jesteście do momentu złożenia ofert. Do wtedy można zadawać pytania, próbować coś wyjaśniać – jest jakaś wymiana partnerska. Natomiast po podpisaniu umowy to jest bardzo często już jednostronny dyktat zamawiającego, z którego niestety najczęściej bez skrupułów korzysta.

Czy dziś, mając obecną wiedzę, zrobiłbyś coś inaczej?

Tak. Nie podjąłbym się kilku zamówień z ponad 900 zrealizowanych. Podejście honorowe i determinacja, żeby być bardzo fair i zrealizować za wszelką cenę uzgodniony kontrakt, na dłuższą metę nie jest dobrą metodą. Często musiałem dołożyć



Intuicja to co najmniej 50% moich decyzji.

Jeżeli strony źle się dobiorą w danym zadaniu, żadna umowa nie jest w stanie zagwarantować bezpieczeństwa.

do takiego kontraktu, czyli straciliśmy na nim pieniądze. Od umowy odstąpiłem kilka razy w historii firmy, najczęściej przez to, że inwestor był źle przygotowany, np. dokumentacja projektowa nie nadawała się do realizacji.

Czy to były sytuacje tylko z inwestorami publicznymi?

Z prywatnymi także. Najtrudniej zaś pracuje się z klubami sportowymi.

Dlaczego?

Myślę, że ich wiedza biznesowa jest bardzo mała, natomiast mają roszczeniowe podejście do wszystkich. Działają w oparciu o budżety, których nie tworzą, tylko funkcjonują dzięki dotacjom. Nie są poddani w pełni regułom gospodarki rynkowej. Często ludzie są mało kompetentni i mało ekonomicznie cywilizowani.

A jak identyfikujesz zapotrzebowanie na rynku na twoje usługi?

Uczestniczymy w realizacji już w procesie wykonawstwa. Wcześniej powstaje dokumentacja projektowa, tworzona w oparciu o zamówienia publiczne, które monitorujemy. Widzimy, ile tych projektów powstaje i na kiedy są planowane – możemy się więc wcześniej przygotowywać do nadchodzących przetargów. Sięgamy przede wszystkim po obiekty sportu wyczynowego, a nie rekreacyjne – tu mamy *know-how*, którym się wyróżniamy na tle naszych konkurentów.

To jest największa wartość firmy?

Tak. Jesteśmy firmą, która tworzy w pełni profesjonalne obiekty sportowe – moi ludzie mają unikalne doświadczenie.

Jak się motywujecie jako zespół?

Przede wszystkim motywacją jest dobra atmosfera i w miarę dobrze płatna praca, poza tym stabilizacja firmy i pewność pracy. Jest też system premiowania, zależny od wyników spółki.

A pracownicy na budowie?

Kiedyś byłem na budowie bardzo często, teraz sporadycznie. Natomiast przynajmniej dwa czy trzy razy do roku spotykam się w związku z różnymi okazjami firmowymi także z tymi osobami. Zresztą jestem osiągalny, wszyscy pracownicy mają mój numer komórki, więc nie ma tu żadnej bariery.

Firma mogłaby funkcjonować bez ciebie?

W pierwszych latach działalności było to niemożliwe, dziś, w tak dużej strukturze z czteroosobowym zarządem, jak najbardziej.

Czy teraz udaje ci się zachować równowagę między prowadzeniem firmy a życiem prywatnym?

Przez wiele lat przynosiłem do domu problemy firmy. Dopiero od momentu, kiedy zbuduje się firmę na odpowiednich strukturach w oparciu o osoby, którym się ufa, można delegować uprawnienia. Dzięki temu można wypracować w sobie komfort umiejętności wypoczynku – czy to poprzez spędzanie już spokojnych wieczorów, czy chociażby wyjazdy na urlop albo weekend.

Od dawna masz taki spokój?

Chyba dopiero od 5 lat. Pomaga też bezpieczeństwo finansowe – na pewno jest bardzo istotnym czynnikiem.



Fot. Robert Chrzanowski

Czym się dziś kierujesz, prowadząc biznes?

Mam trzy wartości: bezpieczeństwo tego, czego się podejmujemy, czynnik ekonomiczny i zwykły zdrowy rozsądek. Nie porywamy się na zadania, które są obciążone zbyt dużym ryzykiem, czyli na przykład zbyt krótkim terminem, zbyt dużą skalą czy zbyt skomplikowanym projektem. Tworzymy plany i prognozy, które jako spółka publiczna podajemy do publicznej wiadomości. Natomiast cały czas w biznesie jest jak na żaglach – bez przerwy trzeba trzymać ster. Menedżer musi tak prowadzić tę łódkę, żeby wybrać optymalny kurs i korzystać z jak najlepszego wiatru, co jest bardzo trudne.

Chciałbyś wyjść poza granice kraju?

Przyglądałem się innym rynkom, ale w Polsce jest jeszcze dużo do zrobienia, więc tu jest nasze miejsce. Nie musimy szukać wrażeń ani na Wschodzie, ani na Zachodzie. Tam raczej, mimo wspólnego rynku unijnego, chroni się lokalne firmy z danego kraju, niż tworzy możliwości,

żeby firmy – chociażby z Polski – brały w tym udział.

Nastawiasz się nie tylko na zysk, zaangażowałeś się w projekt „Kolorowe boiska”.

To projekt wspólny z firmą Śnieżka – traktujemy go jako formę pomocy dla dzieci. W szkołach w najbiedniejszych gminach jest prowadzony konkurs na najlepszą pracę pokazującą wymarzone boisko. Śnieżka jest głównym sponsorem, a my wykonawcą takiego boiska za symboliczne pieniądze.

Co z tego masz?

Biznesowo nic, ale zawsze byłem skłonny do uczestniczenia w inicjatywach wspierających sportowo najmłodsze dzieci. To jest ta grupa wiekowa, która tego potrzebuje najbardziej. Można powiedzieć, że zazdroścę kilkuletnim dzieciom możliwości uprawiania sportów na fajnych kolorowych boiskach, zamiast – jak za moich czasów – na popękanym, krzywym asfalcie czy jakiejś żużlowej bieżni.

Dziękuję za rozmowę. ■



Własne biuro prasowe w 5 minut

Pressium.pl to nowy serwis pozwalający firmom tworzyć w sieci własne biura prasowe, wzbogacane o zdjęcia w wysokiej rozdzielczości, ilustracje, prezentacje i filmy. Usługa skierowana jest zarówno do firm, które nie mają jeszcze strony internetowej, jak i takich, które

chcą stworzyć biuro prasowe we własnej domenie, w tym agencji PR.

– Opracowując mechanizm Pressium, staraliśmy się maksymalnie uprościć jego obsługę i zminimalizować czas potrzebny na uruchomienie własnego biura prasowego. Na rynku istnieją już rozwiązania udostępniające podobną funkcjonalność, ale aby z nich skorzystać, trzeba się konsultować z usługodawcą, a cała procedura wdrożenia systemu może trwać od kilku do kilkunastu dni. U nas wszystko można zrobić samodzielnie w niecałe 5 minut – mówi

Grzegorz Teter, partner zarządzający Pressium.

Każda informacja opublikowana w serwisie ma unikalny adres oraz jest przygotowa-

na zgodnie z zasadami SEO. Dodatkowo, dzięki integracji z serwisami społecznościowymi, komunikat może być szybko rozpowszechniony wśród fanów i znajomych. Pressium działa w modelu SaaS. W zależności od ilości generowanych wiadomości firmy mogą się zdecydować na opłaty w systemie abonamentowym – pakiet Starter jest bezpłatny, ale za publikację informacji prasowej płaci się 90 zł, pakiet Standard kosztuje 590 zł, a Max 990 zł na miesiąc – lub rozliczać się z każdej opublikowanej informacji prasowej.

Firma ma już pierwszych dużych klientów.

PRESSIUM.PL

Smile Cards zamiast Social Media Menedżera

Firma Hello Social udostępniła usługę Smile Cards, czyli gotowych do opublikowania a jednocześnie w pełni konfigurowalnych graficznych wiadomości marketingowych, które firmy mogą w kilka sekund opublikować na swoim profilu na Facebooku i Twitterze, by przez to zaangażować swoją społeczność.

Smile Cards to kilkadziesiąt gotowych kartek w różnych kategoriach, np. kuponów zniżkowych czy przypomnień o wydarzeniach, ich treść

i wygląd może być dostosowana do potrzeb firmy oraz udostępniona na wszystkich jej profilach w Social Media za jednym kliknięciem.

Usługa skierowana jest do małych i średnich firm, które nie zatrudniają osoby odpowiedzialnej za promocję w Social Media i nie mają czasu na przygotowywanie specjalnych treści dla społeczności.

Korzystanie ze Smile Cards jest obecnie bezpłatne.



HELLOSOCIAL.COM



Paweł Fornalski, Fot. IAI S.A.

IAI-Shop umożliwia sprzedaż plików cyfrowych

W ramach usługi IAI-Shop.com wprowadzono nowe narzędzie umożliwiające sprzedaż plików cyfrowych. Od teraz każdy e-sklep może oprócz tradycyjnych produktów sprzedawać także produkty elektroniczne, np.: e-booki, audiobooki, muzykę, gry, materiały edukacyjne, oprogramowania.

– Kupienie audiobooka czy e-booka staje się tak

powszechne jak zamówienie przesyłki z towarami ze sklepu internetowego. A ponieważ podobnie jak dziesiątek tysięcy sklepów nie zastąpił jeden, tak spodziewam się, że w przyszłości duża część sprzedaży treści elektronicznych będzie pochodziła z małych i średnich sklepów internetowych, które będą oferowały treści elektroniczne obok swoich towarów

– przewiduje **Paweł Fornalski**, prezes IAI-Shop.com. – Duża część gospodarki to dzisiaj sprzedaż wiedzy i tutaj upatrujemy szansy zwiększenia przychodów przez naszych klientów. Dzięki naszemu rozwiązaniu mogą oni sprzedawać swoim klientom np. napisany przez siebie poradnik za 5 zł, oferując go za darmo powyżej jakiejś wartości lub z kodem rabatowym za 1 zł – dodaje.

IAI-Shop.com zapewnia wsparcie wszystkich czynności zachodzących przy sprzedaży zarówno produktów tradycyjnych, jak i wirtualnych. Oznacza to, że każdy e-sklep może jednocześnie realizować zamówienia mieszane składające się z np. standardowej książki i audiobooka lub e-booka bądź samej książki i samego e-booka. Ponadto w ramach systemu jest możliwość udostępniania mieszanej oferty wielokanałowo oraz prowadzenia hybrydowego biznesu. Znaczy to, że np. właściciel sklepu z koszulkami dla hip-hopowców może poszerzyć swoją ofertę o dodatkowe pliki cyfrowe z muzyką hip-hop.

Funkcja sprzedaży plików cyfrowych jest dostępna dla każdego klienta IAI-Shop.com dzięki modelowi SaaS. Firma obsługuje ponad 2100 sklepów.

IAI-SHOP.COM



Fot. Flickr, Christianhaugen, na lic. CC BY 2.0.

DOM, COWORK CZY BIURO?

WPRAWDZIE FIRMA TO NIE SIEDZIBA, LECZ LUDZIE, ALE CI LUDZIE MUSZĄ GDZIEŚ PRZECIEŻ PRACOWAĆ. NA POCZĄTKU MOGĄ W DOMU, ZDALNIE, ALE GDY FIRMA NIECO SIĘ ROZWINIE TRZEBA ICH ZEBRAĆ W JEDNYM MIEJSCU – ZAPEWNIĄ TO LEPSZĄ KOMUNIKACJĘ, KONTROLĘ I SPRAWNIEJSZE PLANOWANIE. DOM, COWORK, BIURO – CO MASZ WYBRAĆ, GDY DYSPONUJESZ OGRANICZONYM BUDŻETEM?



**KONRAD
BAGIŃSKI**

SMARTBIZNES



PRACA W DOMU

01

Praca w domu jest dobra dla freelancerów. Jeśli w mieszkaniu oprócz ciebie zameldowana jest też twoja firma, możesz część czynszu wrzucić w koszty – dzięki temu nie tylko nie wydajesz na zewnętrzne biuro, ale nawet oszczędzasz! Jednakże wszystkim musisz zająć się sam: sprzątaniem, konfiguracją routera i kupnem materiałów biurowych.

Praca w domu wymaga szczególnej konstrukcji psychicznej i żelaznej dyscypliny – od roboty nie powinno cię odrywać pranie, gotowanie, kot, dzieci. Oddziel to, co prywatne, od tego, co firmowe. Określ, że w konkretnych porach dnia pracujesz, w innych zajmujesz się domem. Wyznacz też konkretne miejsce do pracy: źle jest na tej samej kanapie pracować, oglądać filmy i przytulać się z partnerem/partnerką.

COWORKING

02

Coworking to alternatywa dla pracy w domu, a także dobre miejsce dla startupu. Wybierają ją ci freelancerzy, którzy potrzebują kontaktu z ludźmi, ale nie przeszkadza im biurowy szum. Wartością tego rozwiązania jest możliwość poznania ludzi, podobnych firm, nawiązania kontaktów, skonfrontowania pomysłów. *Coworking* jest też ratunkiem wtedy, gdy masz pracowników porozrzucanych po kraju – wynajmujesz dla każdego miejsce i masz pewność, że pracują w tym samym czasie.

Do coworku możesz wprowadzić się praktycznie z dnia na dzień, okres wypowiedzenia to na ogół miesiąc. Wiele biur prowadzi też szkolenia i organizuje spotkania branżowe. Nie musisz przejmować się infrastrukturą – w drukarce zawsze będzie papier, w kuchni kawa, zawsze będzie posprzątane. Pod ręką masz niedrogą księgowość. Tu też możesz zaprosić klienta i porozmawiać z nim w osobnej sali. Coworki na ogół mają korzystne lokalizacje w centrach miast. Koncentruje się w nich życie branżowe.

Minus – mało biur udostępnia infrastrukturę 24 godziny na dobę. Jeśli pracujesz w nietypowych porach, lepiej zostać w domu albo przenieść się do biura.

Jedno miejsce kosztuje ok. 500–600 zł miesięcznie – w tę cenę wliczają się napoje, limitowane drukowanie, internet, poczta przychodząca do sekretariatu. Wraz z rozwojem firmy możesz dokupować kolejne biurka. Jeśli będziecie siedzieli w kilka osób, koszt coworku będzie już wyższy niż samodzielne wynajęcie biura lub mieszkania. Firmy, które się rozwijają, wyprowadzają się z coworków średnio po 6–12 miesiącach, nieliczne siedzą w nich latami.



WŁASNE BIURO

03

Po czym poznać, że czas przenieść się z coworku do własnego biura? Wyczujesz. Pracownicy zaczną ci się rozłazić, mieszać z innymi. Jeśli firma zatrudnia 5 osób, koszt coworku sięgnie 2500–3000 zł miesięcznie – za tę sumę możesz już wynająć niewielkie biuro lub mieszkanie.

Jeśli zdecydujesz się na mieszkanie, szukaj takiego, które wcześniej również wynajmowano jako biuro, najlepiej takiego, w którym są już podstawowe sprzęty. Inaczej koszty przekształcenia je w miejsce pracy sięgną kilku tysięcy. Nie musisz mieć w pełni wyposażonej kuchni, na ogół wystarczy ekspres do kawy, czajnik, mikrofalówka i lodówka. Choć pracowałem kiedyś w biurze w mieszkaniu i przynajmniej raz w tygodniu wspólnie gotowaliśmy posiłek, co spajało zespół i wprowadzało rodzinną atmosferę.

Koszty biura w mieszkaniu zależą od miasta, na ogół „mieszkanie do mieszkania” i „mieszkanie na biuro” mają zbliżoną cenę. W stolicy, zależnie od dzielnicy, jest to ok. 2000 zł za 40–50 m² plus 150–200 zł za media. Ale wprowadzenie szóstej osoby do zespołu będzie kosztowało cię nie 500, lecz kilkadziesiąt zł miesięcznie. Musisz spisać umowę, od której wynajmujący powinien płacić podatek. Rzadko kto wynajmie mieszkanie na mniej niż pół roku, rok. Na podobny okres musisz podpisać umowę z dostawcą internetu. Koniecznie



Igor Dzierżanowski,
Magazyn „Proseed”

Wynajmowałem biura dla swoich firm w mieszkaniu, willi, coworku, ale ostatecznie najwygodniej jest nam w biurowcu. W willi trzeba ogarniać za dużo rzeczy, którymi nie chcesz się zajmować, w coworku nie da się swobodnie negocjować przez telefon, a w mieszkaniu... trzeba sprzątać i podpisywać umowę na media. W biurowcu wchodzisz, wynajmujesz meble (jeśli ich nie ma), stawiasz drukarkę i nic poza tym cię nie interesuje – można skupić się na biznesie.



Michał Olszewski,
Huge Thing

Nie jest proste znalezienie miejsca dla programu, w którym uczestniczy kilkanaście osób, odbywają się warsztaty, gdzie zespoły mogą swobodnie pracować. Zainspirował nas warszawski Reaktor i szukaliśmy miejsca, które miałoby podobny charakter. Mieliśmy sporo szczęścia, gdyż znaleźliśmy ogłoszenie z ofertą wynajmu willi na przedmieściach Poznania. Miała wszystko, czego potrzebowaliśmy – duże przestrzenie na parterze i poddaszu, pokoje, które można było zaadaptować na biura, pojemną kuchnię, ogródek, w którym można grillować, a nawet piwnicę ze stołami do bilarda i ping-ponga. Cena też była do przełknięcia – niższa niż podobnej wielkości domów ze względu na mało praktyczny dla typowego biura rozkład.

Oczywiście były też wady – okazuje się, że lokalizacja jest bardzo ważna. Położenie na peryferiach miasta powodowało, że część uczestników programu wybierała na co dzień pracę w innych, lepiej położonych miejscach. Zaskoczyła nas też minus infrastruktura teleinformatyczna – osiedla domów jednorodzinnych to chyba najmniej atrakcyjne dla operatorów tereny i zamiast obecnych wszędzie w mieście światłowodów mieliśmy do dyspozycji tylko miedz i powolnego ADSL-a.



Jeśli firma zatrudnia 5 osób, koszt coworku sięgnie 2,5–3 tys. zł miesięcznie – za tę sumę możesz już wynająć niewielkie biuro lub mieszkanie.

sprawdź łącza internetowe przed podpisaniem umowy wynajmu, żeby się nie okazało, że jedyną opcją jest kabelek o przepustowości modemu sprzed 20 lat.

Minusem jest kaucja – na ogół w wysokości miesięcznego czynszu. Trzeba samemu sprzątać, kupować papier toaletowy i wyrzucać śmieci. Chyba że zdecydujesz się zapłacić za tę usługę 100–200 zł miesięcznie.

A własne biura? Najtańsze są w budynkach biurowych niższej klasy (B), zbudowanych jeszcze w PRL-u lub na początku transformacji. Według danych Jones Lang LaSalle średni koszt wynajmu m² biura w Warszawie to 23,5 € (ok. 100 zł) plus VAT i opłaty (ok. 10–20 zł/m). Poza centrum i Mokotowem ceny wynoszą średnio 15 € (nieco ponad 60 zł) za metr – za cenę zbliżoną do 1-osobowego coworku masz 10m² biura. Z wyposażeniem jest różnie, ale na ogół musisz zainwestować w biurka, szafki i tego typu utensylia. Oczywiście najtaniej kupić używane – rynek jest ich pełen i za kilka stów można mieć podstawowe wyposażenie, które możesz też wynająć za kilkadziesiąt złotych miesięcznie.

Telefon i internet możesz rozliczać za pośrednictwem administracji budynku lub podpisać umowę z własnym dostawcą. Zwróć uwagę, jakie firmy lokują się w danej kamienicy czy biurowcu. Czasem poprzez sąsiedztwo tworzą się branżowe zagłębia, do których warto dołączyć. Np. okolice ulicy Chełmskiej w Warszawie to idealne miejsce dla firm zajmujących się produkcją TV i filmową. Luksusu nie ma, ale jesteś w centrum działań branży, a to często ważniejsze niż dobry dojazd czy wydajna klima.



Konrad Latkowski,
CEO Manubia

Od zawsze pracuję zdalnie. Po pierwsze – trudno mi się skupić, gdy ktoś co chwila przychodzi z problemem do rozwiązania. Wolę dostać go mailem czy na Skypie. Po drugie – jestem jedyną osobą z Grupy Manubia, która pracuje w Warszawie. Zakładanie biura tylko dla mnie jest bez sensu, a w coworku nie mam spokoju, który lubię. Poza tym na jeden lub dwa dni w tygodniu planuję wszystkie spotkania, więc za wynajętym biurkiem byłbym rzadkim gościem. Grupa Manubia to kilka miast w Polsce, mamy do siebie dość daleko, więc jako okazję do spotkań wykorzystujemy różne konferencje lub organizujemy spotkania dla całego zespołu.

Masz problem z podjęciem decyzji biznesowej? Dlaczego? Napisz do nas: redakcja@smartbiznes.co



Fot. Flickr, naturaltum, na lic. CC BY-NC-SA 2.0

OSTATNIE KUSZENIE, CZYLI KIEDY NIE MOŻESZ PŁACIĆ WIĘCEJ

ZATRUDNIŁEŚ I WYSZKOLIŁEŚ DOBREGO PRACOWNIKA. TEN JEDNAK OŚWIADCZA WŁAŚNIE, ŻE ODCHODZI, BO W INNEJ FIRMIE BĘDZIE ZARABIAĆ WIĘCEJ. JAKIE MASZ SZANSE, ABY GO ZATRZYMAĆ? MOŻESZ MOTYWOWAĆ SWOICH LUDZI, NAWET JEŚLI NIE STAĆ CIĘ NA WYSOKIE WYNAGRODZENIA.



**JOANNA
HIRSZ-
KROPIŃSKA**



Pieniądze to ważny element, ale nie on decyduje, czy twój pracownik zostanie z tobą. Zachęty finansowe działają zwykle krótko. Potem apetyt rośnie, a motywacja spada. O lojalności zespołu decydują motywy niefinansowe – aby je zastosować, nie potrzebujesz zwiększać budżetu. Z przeprowadzonych w roku 2011 badań firmy Sedlak&Sedlak (doradztwo personalne) wynika, że jednym z decydujących

o lojalności elementów jest relacja przełożony – podwładny. Badania firmy Hays, światowego lidera HR, wprost wskazują, że najistotniejsze dla pracownika są uznanie przełożonego i dobra komunikacja w pracy. Motywatorów pozafinansowych jest zresztą wiele. Dobierz je, obserwując pracowników – ich osobowości, sytuację życiową, oczekiwania wobec pracy.

★ ANGAŻUJ

Zaproś pracownika do wyrażania opinii na temat spraw firmy i włączaj go w podejmowanie niektórych decyzji. To sprawi, że poczuje się ważnym ogniwem w przedsiębiorstwie i będzie się z nim identyfikował.

★ CHWAŁ I DOCENIAJ

Prawie każdy potrzebuje potwierdzenia swojej wartości – jeśli pracownik dobrze wykonał swoje zadanie, pochwal go. Ważne – pochwała zadziała najlepiej, gdy będzie wyrażona bezpośrednio po wykonanym zadaniu. Nie trzeba wiele – „uścisk dłoni prezesa”, e-mail, SMS, oficjalna pochwała przy reszcie zespołu.

KONKRETNIE WYJAŚNIJ, DLACZEGO ODMAWIASZ PODWYŻKI



**MAŁGORZATA
HRYWNIAK**
HR Manager

Aiton Caldwell (Gdańsk, od 2006 roku), branża: usługi telekomunikacyjne

Kwestia wynagradzania to temat budzący emocje w wielu firmach – zarówno w tych dużych, jak i w małych. W sytuacji, gdy musimy odmówić podwyżki pracownikowi, na którym nam zależy, **ZAWSZE** starajmy się z jednej strony zrozumieć jego potrzeby i motywacje, a z drugiej w sposób

szczerzy i jasny uzasadnić, co jest powodem odmowy. Podstawą jest zatem otwarta komunikacja. Moim zdaniem jest to przejaw partnerskiego podejścia (pomimo zależności służbowych), a także działania w oparciu o szacunek dla drugiej osoby.

Warto też omówić z pracownikiem ewentualne możliwości – kiedy i w jakich okolicznościach podwyżka mogłaby mieć miejsce i czego konkretnie wzajemnie od siebie oczekujemy. Ważne, aby nie obiecywać tego, czego nie jesteśmy w stanie dotrzymać. Tutaj bowiem liczy się przede wszystkim wzajemnie zaufanie.



★ ZADBAJ O DOBRĄ ATMOSFERĘ

Bądź w stałym kontakcie z pracownikiem, pytaj o postępy prac – nie tonem rozliczenia, tylko oferując pomoc. Pamiętaj, że sprawy pozazawodowe – rodzina, hobby, zdrowie – są dla ludzi ważne. Na pewno doceni twoje zainteresowanie nimi, pod warunkiem, że będzie szczere. Świątuj od czasu do czasu małe i duże sukcesy: dobrym słowem, ciastem czy wyjściem na piwo po pracy.

★ KRYTYKUJ KONSTRUKTYWNIE

Okaż pracownikowi, że zależy ci na nim i dlatego rozmawiasz też o tematach trudnych, aby mógł się nauczyć, jak wykonywać zadania lepiej. Jeśli zrobi coś źle, zwróć mu uwagę – przedstaw swoje argumenty, daj szansę na zmianę i poprawę. Takie rozmowy prowadź spokojnym tonem. Unikaj momentów, gdy jesteś zdenerwowany, np. bezpośrednio po zauważeniu jakiegoś błędu. Jeśli jednak ciągle powtarzają się te same problemy – rozważ zmianę kadrową.

★ MOTYWOWANIE GWIAZDY

Zatrudniasz kilka osób, ale jedna z nich jest szczególnie dla ciebie ważna – np. pomaga ci w kluczowych obszarach działania firmy, przynosi sporo intratnych pomysłów, zdobywa nowe kontrakty. Chcesz wyróżnić tę osobę, aby ją dodatkowo zmotywować, ale obawiasz się reakcji pozostałych pracowników. I słusznie, bo jeśli poczują się traktowani niesprawiedliwie, ich efektywność spadnie, a może nawet odejdą. Dodatkowe motywowanie tzw. gwiazdy zespołu musi iść w parze z powierzaniem tej osobie dodatkowej odpo-

wiedzialności lub zadań. Dla zespołu powinna być czytelna zasada – kto więcej pracuje, ma większą odpowiedzialność, ma prawo zostać wyróżniony. Pamiętaj, że bez reszty zespołu nie zrealizujesz nowych pomysłów gwiazdy, np. nie dostarczysz na czas zamówionego towaru z kontraktu, który ta osoba przyniosła. Wykorzystaj sytuację do podkreślenia, że liczy się zespół, a rola każdego pracownika jest ważna, aby całość dobrze grała. A jeśli gwiazda za bardzo gwiazdorzy – nie ma ludzi nie do zastąpienia.

KONFLIKTY W ZESPOLE



IGOR DZIERŻANOWSKI

red. nacz. magazynu „Proseed”
idzierzanowski@proseedmag.pl

Konflikt to przeważnie efekt przekroczenia granic – zawodowych albo osobistych. Dlatego zespół kompletuję pod kątem umiejętności racjonalnego myślenia – kiedy

wszyscy podobnie rozumują, konflikty rzadko się zdarzają. Jeśli już się pojawiają, głównym kryterium ich rozwiązywania jest ustalenie, gdzie zostały naruszone granice i jak to wpływa na osiągnięcie wspólnego celu – korzyści firmy. Dyskusja staje się merytoryczna, a osobiste animozje przestają mieć znaczenie.



★ SKUTECZNE MOTYWOWANIE – CIĄGLE W KÓŁKO TO SAMO

Wydaje ci się, że już zrobiłeś wszystko i ludzie powinni być zadowoleni? Pobudka! Każda motywacja, także ta pozafinansowa, działa określony czas – zmienia się otoczenie, w jakim ludzie pracują, ich potrzeby, a nawet sposób myślenia i działania. Dlatego musisz cały czas uważnie obserwować zachowanie swoich pracowników i reagować na spadki motywacji. Czasami problem rozwiążesz w szczerzej rozmowie z pracownikiem – po prostu podpowie ci, jak uratować jego motywację. Jeśli np. będzie czuł się przytłoczony ilością za-

dań, ustal, jak je rozłożyć w czasie, albo wspólnie znajdźcie inne rozwiązanie. Pytaj pracownika o zdanie – na pewno odbierze to pozytywnie. Jeśli ma kłopoty osobiste, pozwól mu w miarę możliwości zająć się swoimi sprawami nawet w czasie pracy. Jeśli myślami jest gdzieś daleko, marny będzie z niego pożytek, np. w rozmowach z klientami. Jeśli siedzi nad kluczowym zadaniem dzień i noc – spytaj, czy możesz coś dla niego załatwić, zamów mu pizzę. Ważne – jasno komunikuj pracownikowi, że to wyjątkowe sytuacje i że tak nie będzie zawsze.

★ PROGRAM MOTYWACYJNY

Spróbuj wdrożyć niewielki program motywacyjny, np. na początku roku postaw swoim ludziom określone cele, ustal z nimi terminy i sposób ich wykonania. Całość spiszcie. Przykładowo – jeśli pracownikowi sprawia trudność rozmowa z klientami, celem może być poprawienie tej umiejętności. Pozwól, aby popracował z kimś, kto

to potrafi; znajdźcie materiały w Internecie, które mógłby doczytać i dokształcić się; obiecaj osobistą pomoc. Po jakimś czasie wracaj do zapisanych celów. Chwal, co wyszło dobrze, pomóż rozwiązać problemy, dziel się wiedzą i doświadczeniem. Pracownicy to docenią. ■

KONFLIKTY W ZESPOLE



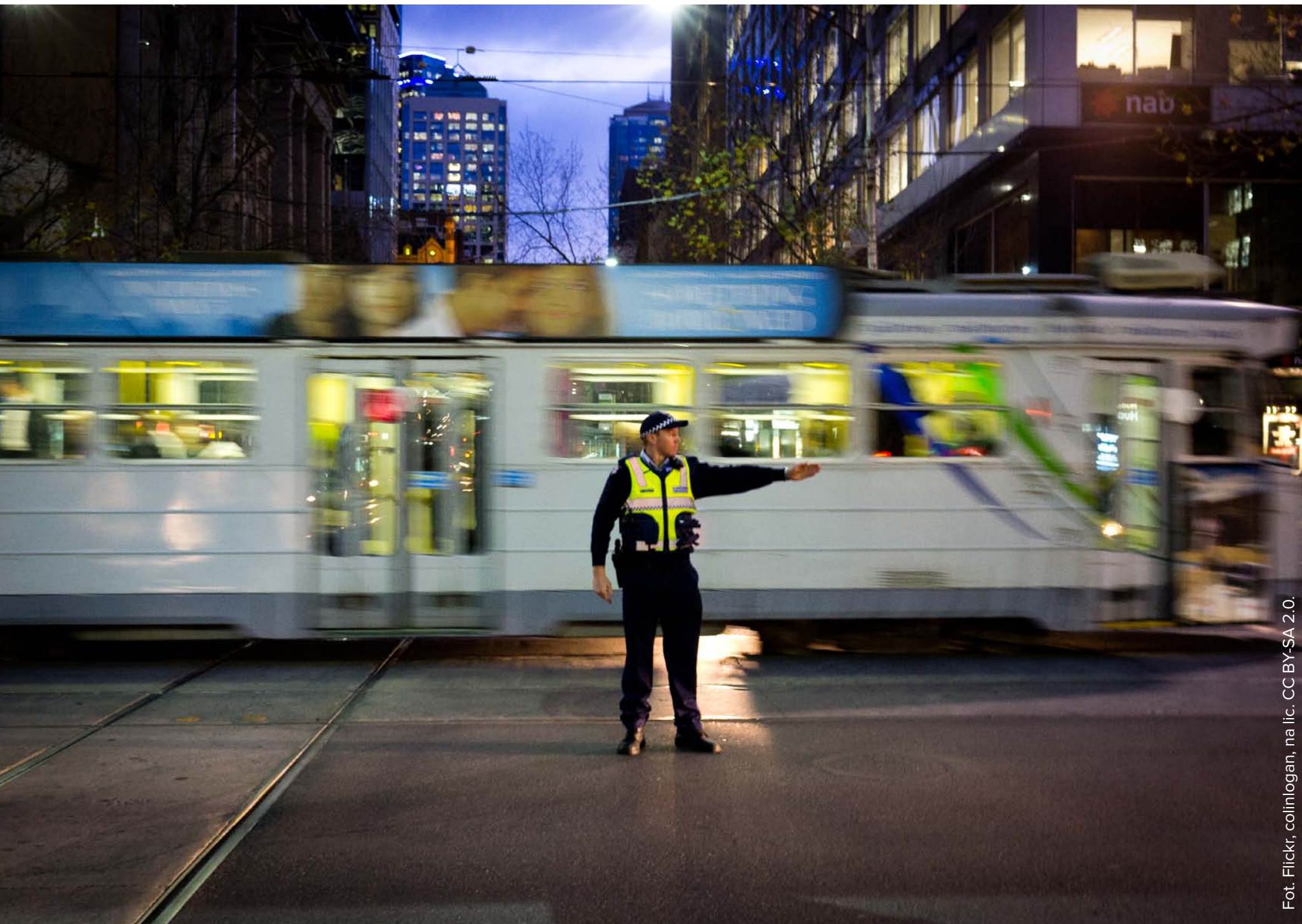
**JOANNA
HIRSZ-KROPIŃSKA**

GoodCustomerExperience.pl

doradca biznesowy
– zarządzanie, marketing,
customer experience
management

Mimo najlepszej atmosfery w firmie mogą się zdarzyć konflikty, które szczególnie w małym zespole wyjątkowo demotywują pracowników – czasem do tego stopnia, że niektórzy nie są w stanie normalnie pra-

cować. Zazwyczaj w takich momentach rozmawiam osobno z każdą z osób zaangażowanych w konflikt, wysłuchuję argumentów, pytam o szczegóły. Próbuję ustalić, co musiało się wydarzyć, aby załagodzić konflikt. Po pierwszej rundzie rozmów wracam ponownie do każdej osoby i próbuję pozytywnie nastawić je do „pojednania”. Podkreślam, że jesteśmy zespołem, który dobrze pracuje, jeśli pracuje razem. Jeśli pracownicy są już gotowi na porozumienie, można spotkać się wspólnie i ustalić plan dalszego działania. To ważne, aby koncentrować się na przyszłości i nie dopuścić do „rozdrapywania ran”.



Fot. Flickr, colinlogan, na lic. CC BY-SA 2.0.

NIE TRACĆ GŁOWY, ZACHOWAJ PŁYNNOŚĆ FINANSOWĄ,

JEŚLI ZACHOWUJESZ PŁYNNOŚĆ FINANSOWĄ W FIRMIE, PEWNIENIE STOSUJESZ PONIŻSZE ZASADY. DZIĘKI NIM, W PRZYPADKACH DEKONIUNKTURY, UTRATY KLUCZOWEGO KLIENTA CZY ZNA CZNEGO OPÓŹNIENIA W SPŁYWIE NALEŻNOŚCI, BĘDZIESZ MIAŁ WIĘCEJ CZASU NA REAKCJĘ, ZANIM ŚRODKI STOPNIEJĄ.



**KAROL
KRÓL**

twórca portalu
crowdfunding.pl



Pilnuj dopływu pieniędzy. Sprawdź, do kogo w firmie klienta ma trafić faktura, i upewnij się, że dotarła. Przypomnij klientowi o terminie płatności chwilę przed jego upływem, a następnego dnia po upływie zacznij wysyłać ponaglenia (co 2-3 dni). W sytuacji kryzysowej nigdy nie dawaj długich terminów płatności!

Kto szybko płaci, dwa razy płaci – doceniaj szybkie wpłaty. Przyznawaj skonto (zniżka za zapłatę przed terminem) albo rabat za skorzystanie z przedsprzedaży, pilnując, by nie zjadły marży. Przyznawaj rabaty dla towarów wysokomarżowych i zaplanuj „grupę kryzysową” – towary z niższą marżą, które obejmiesz rabatami w przypadku kryzysu.

Dywersyfikuj. Twój dzisiejszy duży, lojalny i „pewny” klient może dostać lepszą ofertę, wpaść w kłopoty, zmienić strategię. Nie polegaj wyłącznie na wpływach od jednego klienta, a jeśli jesteś w takiej sytuacji, zabezpiecz transakcje, np. korzystając z faktoringu.

Obniżaj koszty codziennego prowadzenia firmy, np. używaj e-faktur. Prowadząc biznes sezonowy (szkółkę nordic walking, restaurację w miejscowości letniskowej, sklep z zabawkami), ograniczaj koszty stałe i wyprowadzaj zadania na

zewnątrz, np. nie utrzymuj własnego magazynu. Przechodź na przewidywalne koszty stałe (np. abonamenty telefoniczne niezależne od ilości rozmów) i ustal scenariusz kryzysowy na ich redukcję, np. wynajęcie biura w coworkingu – jest tanie i w razie kłopotów łatwo je zwolnić.

Miej za sobą ludzi. Każdy scenariusz zawiedzie bez kilku lojalnych klientów i oddanego zespołu, na których wyrozumiałość i pomoc musisz liczyć w kryzysie. Z najlepszymi klientami otwarcie porozmawiaj o problemach i poproś o inne warunki – zaliczkę lub krótszy termin płatności. Jeżeli zasłużyłeś na zaufanie, zwykle się zgodzą. Jeśli pracownicy postrzegają firmę jako wartość, zaangażują się w jej ratowanie, np. tymczasowo pracując dłużej, przynosząc własny sprzęt czy rezygnując z części wynagrodzenia.

Polegaj na sobie. Unikaj kredytów.

Zastrzyk gotówki rozwiązuje doraźny problem, ale rodzi kolejne zobowiązania. Staraj się w dobrych czasach zabezpieczać środki własne, za które (w trybie kryzysowym, czyli po redukcji kosztów stałych) utrzymasz firmę przez kilka miesięcy. ■



Nie musisz pamiętać o SMARTBIZNES – sami pojawimy się w Twojej skrzynce e-mail! Zapisz się tutaj:

SMARTBIZNES.CO/TYGODNIK



WNIOSEK O UPADŁOŚĆ DŁUŻNIKA WYMOGI FORMALNE



**MEC.
WALDEMAR PODEL**

Kancelaria Radcy
Prawnego Waldemar Podel
Ekspert prawny biznesu,
doradca strategiczny, rad-
ca prawny z dwudziestolet-
nim doświadczeniem.
prawnikbiznesu.pl

NIE MOŻESZ ODZYSKAĆ SWOICH NALEŻNOŚCI? MOŻESZ ZŁOŻYĆ
WNIOSEK O UPADŁOŚĆ SWEGO DŁUŻNIKA – TAKIE PRAWO MA
KAŻDY Z WIERZYCIELI DŁUŻNIKA.

W PRZYPADKU GDY WNIOSEK O OGŁOSZENIE UPADŁOŚCI SKŁADA WIERZYCIEL, WINIEN ON PAMIĘTAĆ O WSKAZANIU W NIM:

01

imienia i nazwiska dłużnika, a w przypadku osoby prawnej – nazwy jej firmy. W razie zgłoszenia wniosku o ogłoszenie upadło-

ści po śmierci dłużnika należy wskazać imię i nazwisko zmarłego przedsiębiorcy;

02

nazwy albo firmy dłużnika, które są oznaczeniem identyfikującym w obrocie gospodarczym;

03

miejsca zamieszkania albo siedziby dłużnika. Ma to ogromne znaczenie dla celów korespondencyjnych. Zgodnie z art. 133 § 2a k.p.c. pisma procesowe dla przedsiębiorców doręcza się na adres podany w rejestrze, chyba że strona wskazała inny adres dla doręczeń, zaś zgodnie z normą art. 22 ust. 2 PUiN, jeżeli dłużni-

kiem jest przedsiębiorca wpisany do właściwego rejestru, do wniosku należy dołączyć odpis z tego rejestru. Oznacza to, że do wniosku dotyczącego osoby fizycznej należy załączyć odpis z Ewidencji Działalności Gospodarczej, zaś do wniosku dotyczącego osoby prawnej wierzyciel powinien załączyć odpis z KRS;



04

reprezentantów spółki lub osoby prawnej, wymieniając wszystkie imiona i nazwiska

osób uprawnionych do reprezentacji. Dotyczy to również ustanowienia likwidatorów;

05

miejsca, w którym znajduje się przedsiębiorstwo lub inny majątek dłużnika (art. 22 ust. 1 pkt 2 PUiN). Wniosek wierzyciela może wska-

zywać jedynie siedzibę dłużnika, co nie jest tożsame z miejscem, w którym znajduje się przedsiębiorstwo lub inny majątek dłużnika;

06

okoliczności, które uzasadniają wniosek, a w szczególności ich uprawdopodobnienie (art. 22 ust. 1 pkt 3 PUiN). Trudno uznać, aby ogólne stwierdzenia odnośnie do toczącego się postępowania układowego uprawdopodobniły fakt, że dłużnik jest niewypłacalny w rozumieniu art. 11 PUiN. We wniosku wierzyciel nie może ograniczyć się do niedookreślonych stwierdzeń odnośnie do toczących się postępowań egzekucyjnych wszczętych przez inne, nie wiadomo jakie podmioty. W praktyce przyjmuje się, że w zasadzie same (a zwłaszcza prima facie gołosłowne) twierdzenia strony nie mogą stanowić wyłącznej podstawy upraw-

dopodobnienia. Dopiero jeżeli ich treścią są okoliczności prawdopodobne w świetle przeprowadzonych dowodów, twierdzenia strony mogą być źródłem uprawdopodobnienia (zob. postanowienie Sądu Najwyższego z 20.08.1996 r., II CKU 2/96, OSNC 1996 nr 12, poz. 166). W tych okolicznościach jedynie stwierdzenie, że wobec dłużnika toczą się inne postępowania egzekucyjne, nie może zostać uznane za uprawdopodobnienie okoliczności uzasadniających wniosek, tj. że dłużnik jest niewypłacalny w rozumieniu art. 11 PUiN, a więc że posiada więcej niż jednego wierzyciela;

07

informacji, czy dłużnik jest uczestnikiem podlegającego prawu polskiemu lub prawu innego państwa członkowskiego systemu płatności lub systemu rozrachunku papierów wartościowych w rozumieniu ustawy z 24.08.2001 r. o ostateczności rozrachunku w systemach

płatności i systemach rozrachunku papierów wartościowych oraz zasadach nadzoru nad tymi systemami (tj. DzU z 2010 r. nr 112, poz. 743 ze zm.) lub niebędącym uczestnikiem podmiotem prowadzącym system interoperacyjny (art. 22 ust. 1 pkt 4 PUiN);

08

informacji, czy dłużnik jest spółką publiczną w rozumieniu przepisów ustawy z 29.07.2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumen-

tów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych (tj. DzU z 2009 r. nr 185, poz. 1439 ze zm.) – art. 22 ust. 1 pkt 5 PUiN.

Z jakimi problemami stykasz się, prowadząc biznes? Napisz: redakcja@smartbiznes.co



Fot. Flickr, glennharper, na lic. CC BY-NC-ND 2.0

DOTACJA Z 8.1

WYBIERZ FIRME PISZĄCĄ WNIOŚEK

CHCESZ PRZEMIENIĆ PASJĘ W BIZNES, ALE NIE MASZ WYSTARCZAJĄCO DUŻO PIENIĘDZY? TO JUŻ OSTATNIA OKAZJA, BY POZYSKAĆ FUNDUSZE NA INNOWACYJNĄ E-USŁUGĘ Z DZIAŁANIA 8.1 PO IG. ZOSTAŁO NIEWIELE CZASU, DLATEGO SPRAWDŹ, JAK WSPÓŁPRACOWAĆ Z FIRMĄ WYSPECJALIZOWANĄ W PISANIU WNIOSKÓW.



EKSPERT

**MACIEJ
ZIELIŃSKI**



8 lipca rozpocznie się nabór do III rundy działania 8.1. Wnioski należy złożyć najpóźniej 19 lipca 2013 r. Dofinansowanie przeznaczone dla mikro- i małych przedsiębiorców można wykorzystać na „wytworzenie, świadczenie i aktualizację usług cyfrowych drogą elektroniczną”, np. na stworzenie oprogramowania lub aplikacji.

Do tej pory dzięki dotacjom z działania 8.1 zrealizowano ponad 2 tys. projektów informatycznych. Łatwo dostępne, bezzwrotne pożyczki pobudziły zaangażowanie Polaków w biznes internetowy. Na własny e-biznes można pozyskać od 20 tys. do 700 tys. zł.

Wysokość wsparcia może wynosić do 70% wydatków kwalifikujących się do objęcia wsparciem, a w przypadku przedsiębiorców poniżej 27 roku życia – do 80%.

Chętnych na unijne pieniądze jest wielu, jednak o tym, kto je dostanie, decyduje nie tylko ocena pomysłu, lecz także wniosek – poprawnie przygotowany i złożony w PARP. W spełnieniu wymogów formalnych pomagają firmy specjalizujące się w pisaniu wniosków – koszt takiej usługi wynosi od 3,5 tys. do 12 tys. zł. Jeśli twój wniosek zostanie pozytywnie rozpatrzony, firma pobierze od ciebie dodatkowe *success fee* w wysokości 3-4% kwoty dofinansowania.

Czy niecały miesiąc, który pozostał do końca III naboru, wystarczy na przygotowanie poprawnego wniosku? To jest możliwe, ale wymaga twojego zaangażowania. Dobra firma pomoże we wszystkim, w czym jest w stanie pomóc, ale nie napisze wniosku bez twojego wkładu. – Na przygotowanie dokumentów w normalnym tempie potrzebują nawet do 2 miesięcy, licząc od daty podpisania umowy do złożenia

wniosku – mówi Maciej Zieliński z Can Expect Sp. z o.o., który przez kilka tygodni sprawdzał tego typu oferty.

Żeby przyspieszyć pisanie wniosku, należy odpowiednio przygotować się do współpracy. Wkład merytoryczny – jak opisanie pomysłu, modeli biznesowych, opracowanie tabeli z przychodami i kosztami podczas trwania projektu, opisanie wskaźników oraz danych firmy – jest po twojej stronie. Nigdy nie zostawiaj tego podmiotom zewnętrznym – ich celem jest stworzyć dobry wniosek, twoim – zrealizować go i rozliczyć. Jednak mając u boku rzetelnych specjalistów, nie zostajesz sam na polu bitwy.

– Często korzystaliśmy z porad opartych na ich doświadczeniu, np. jakie kwoty powinny być przeznaczane na konkretne działania i czego należy unikać podczas pisania wniosku; później można mieć problem w rozliczeniu takich zaplanowanych w ciemno zakupów – mówi Maciej Zieliński. Oczywiście specjaliści udzielą także odpowiedzi w zakresie rozliczania wniosku.

Kiedy spisałeś już podstawowe informacje o twoim pomysle, współpracująca firma zajmie się kompleksowym przygotowaniem wniosku, tj. opisem, analizą finan-

Zamiast wierzyć na słowo, sprawdź efekty ich pracy – poproś o referencje – nazwy firm, którym pomogli i zweryfikuj je na stronie PARP



sową, opracowaniem budżetu i etapów realizacji projektu. Dzięki wiedzy specjalistów od wniosków będziesz mieć ponadto pewność, że w twoim dokumencie zawarte zostaną odpowiednie sformułowania i „regułki”, które zwiększają szansę otrzymania dotacji.

Złożeniem przygotowanego wniosku w PARP oraz monitorowaniem przebiegu rozpatrywania zajmie się już współpracująca z tobą firma. – W danych wnioskodawcy zazwyczaj podaje się numer faksu takiej firmy, więc to jej przedstawiciele odbierają wszelką korespondencję z PARP-u i informują cię o treści pism. Jeśli są to uwagi do wniosku, to od razu przesyłają termin ich realizacji i umawiają się na spotkanie w celu podpisania wprowadzonych poprawek – mówi Maciej Zieliński. Firma prześle również poprawiony wniosek do PARP.

PRZYGOTUJĄ WNIOSEK I ZREALIZUJĄ POMYSŁ

A co, kiedy wpadniesz na genialny pomysł, ale brak Ci umiejętności w jego realizacji? W takiej sytuacji najlepiej poszukać partnerów z kompetencjami, najlepiej kierując się rekomendacjami znajomych. Jednak gdy czas goni, z pomocą ponownie mogą przyjść podmioty zajmujące się pisanem wniosków. Wiele z nich ma w swojej ofercie także usługi programistyczne i graficzne. W takiej sytuacji na barkach współpracującej firmy spoczywa dodatkowo opracowanie we wniosku opisu pomysłu od strony technicznej. Rozliczenie wykonania takich usług nastąpi ze środków unijnych.

NA CO ZWRACAĆ UWAGĘ?

Wiele firm chwali się wysoką skutecznością w opracowywaniu wniosków i pozyskanych w związku z tym dotacji. Zamiast wierzyć na słowo, sprawdź efekty ich pracy. Poproś o referencje – nazwy firm, którym pomogły, i zweryfikuj je na stronie PARP w działach „Lista wniosków zaakceptowanych do dofinansowania” i „Lista podpisanych umów”. Jeżeli uda ci się znaleźć dane kontaktów – zapytaj takiego beneficjenta, czy współpraca była satysfakcjonująca. – W poprzednich naborach warto było dodać do umowy zapis mówiący o tym, że jeśli wniosek zostanie odrzucony, to taka firma poprawi go i bezpłatnie złoży w kolejnej rundzie – mówi Maciej Zieliński.

Zanim otrzymasz dotację, przygotuj się na jej rozliczanie, gdyż jest to jeden z najtrudniejszych i najbardziej czasochłonnych etapów tego typu dofinansowania. Najlepiej wybierz firmę, która oprócz tego, że napisze wniosek, będzie także przygotowywana do wspierania cię w trakcie realizacji projektu. Niektóre z nich zaproponują ci usługi zaprzyjaźnionych podmiotów, które się tym zajmują. – Część tych firm ma prowizję od polecenia, więc należy uważać na kiepskie rekomendacje – ostrzega Maciej Zieliński. – Średni koszt usługi rozliczania w działaniu 8.1 to ok 2-3 tys. zł za jeden etap – liczba etapów zależy od konstrukcji wniosku, zwykle projekty mają 3-5 etapów. Tego kosztu do wniosku wpisać jednak nie możemy, chyba że rozliczaniem wniosku zajmie się nasza księgowość w ramach ustalonego zakresu usług. ■

W kolejnym numerze **SMARTBIZNES** czytaj o tym, jakie e-usługi kwalifikują się do dofinansowania oraz co to są wydatki kwalifikowane dla działania 8.1.

NIEZWYKŁE PRZYPADKI
JOHNA SMARTA

POWOŁANIE



Człowiek w cieniu

“

John uwielbiał rodzinne obiady Smartów, odbywały się one obowiązkowo co jakiś czas. Jeszcze będąc na studiach, odliczał dni do kolejnego spotkania. Ceremonii przewodniczył zawsze ojciec Johna, emerytowany urzędnik państwowy. Była też matka – była księgowa, młodsza siostra – studentka, przeważnie wpadał też ktoś od ciotek lub kuzynów.

Od niecałego roku John uczestniczył w rodzinnych spotkaniach z mniejszym zapałem. Przystawały być radosne, kiedy „to” się zaczynało. Na szczęście tym razem „tego” najwyraźniej nie było. Obiad był taki jak dawniej i John przyjmował to z radością.

– Wiesz John? – powiedział nagle ojciec, sięgając po solniczkę. – Mam dla ciebie dobrą wiadomość. Mark mówił mi, że mógłby ci załatwić pewną posadę w McKorpo. Musiałbyś tylko złożyć papiery. Z twoim wykształceniem i potencjałem...

– Ojej – John jęknął. „To” się właśnie zaczynało.

– No tak synku – powiedziała z troską matka – przecież znajdziesz sobie w końcu pracę, prawda?

– Ale ja mam pracę! – wykrzyknął John. – Rozwijam firmę!

Wszyscy popatrzyli na Johna, a ich spojrzenia były pełne obaw, jakby patrzyli na narkomana sięgającego po kolejną dawkę.

– Chciałbym, żebyście to zrozumieli – John przerwał milczenie. – Chcę sam decydować, jak mam zarabiać na życie. Chcę to robić na własny rachunek, a nie na rachunek McKorpo. Czy pomyślałeś tato, że ktoś kiedyś musiał założyć McKorpo?

– Synu – mina ojca wyrażała politowanie – to byli finansiści, inny świat, inne czasy... Rozumiesz? Dziś ktoś taki jak ty...



- Może zrobić coś po swojemu – dokończył John – i to nie musi być drugie McKorpo. Inny świat, inne czasy! Rozumiesz ojciec?
- Tato chce cię ostrzec, synku! – wtrąciła się matka. – Byłam księgową i wiem. Będziesz musiał brać kredyty, a może ciągać się po sądach! Ty wiesz, jakie to ryzyko?
- A w McKorpo to wszystko dają za darmo i bez ryzyka? A może mi powiecie, że u was na etatach to wszystko było bez pracy i bez ryzyka?!
- Nie! – ojciec Johna uderzył ręką w stół. – Pracowaliśmy solidnie i ciężko, ale uczciwie i... normalnie! No właśnie! Normalnie!
- Aha! – wrzasnął John. – A może mi powiesz, co to znaczy „pracować normalnie”? Tylko w McKorpo jest normalnie?!

Znów wszyscy dziwnie popatrzyli na Johna. Tym razem pierwszy odezwał się ojciec.

- Powiem ci, co znaczy „normalnie” – ojciec teatralnie uniósł głowę. – To znaczy, że pracujesz w uznanej firmie lub instytucji. Twoja pozycja jest pewna, ale masz otwartą drogę do zrobienia kariery. Twoja praca przynosi ludziom pożytek i oni cię szanują. Możesz wykorzystać swoje umiejętności i wykształcenie. Nie ryzykujesz swoimi pieniędzmi. Masz określone godziny pracy, płacę, dodatki, delegacje...
- Och! – John teatralnie westchnął. – A może jeszcze ubranko robocze, żeby wszyscy od razu widzieli, kim jestem?
- A żebyś wiedział, że tak!



Miesiąc później John zjawił się na rodzinnym obiedzie w wyrażnie pogodnym nastroju. Spotkanie przebiegało w miłej atmosferze, a gdy „to” nastąpiło, John oznajmił z szelmowską miną:

- Nie szukajcie mi już pracy. Znalazłem coś wspaniałego.
- Co? – ojciec i matka spytali jednocześnie. – Masz pracę!?
- Rozeznałem swoje powołanie – rzekł John filozoficznie – przyjmę święcenia kapłańskie i udam się na studia w seminarium duchownym. Złożyłem już dokumenty. Zapanowało kłopotliwe milczenie. Przerwała je matka.
- Nie będzie wnuka? – spytała drżącym głosem.
- Wiesz, na co się decydujesz? – spytał ojciec.
- Wiem! Tak jak chcieliście, będę pracował dla uznanej instytucji. To pewna robota. Mogę zrobić dużą karierę, ludzie będą mnie szanować, wykorzystam swoją wiedzę, będę miał określone godziny pracy, stałą pensję i nikt mnie nie zaciągnie do sądu za kredyty...
- Ale synu – ojciec próbował przerwać. – To poświęcenie całego życia!
- Podobnie jak praca w McKorpo – rzuciła od niechcenia siostra. – Czy ktoś mógłby podać mi chleb? ■



AUDIOBOOKI PROSEED

INSPIRING LEADERS



9 unikatowych wywiadów
z czołowymi liderami innowacyjnego biznesu w Polsce.

SMARTDEAL:

Czytelnicy SMART**BIZNES**
słuchają za **50% ceny**.

Przejdź do audioteka.pl i ...

WYKORZYSTAJ DEAL ►

**Jeśli nie masz jeszcze konta w audioteka.pl,
stwórz je, a następnie kliknij „Wykorzystaj deal”.*