



Twój biznes

1/2024(19)

Magazyn PARP



Fundusze Europejskie

**w Polskiej Agencji
Rozwoju Przedsiębiorczości**

1

Drogi Przedsiębiorco,

Globalizacja, zrównoważony rozwój, zmiany demograficzne i postęp technologiczny – te cztery czynniki, tak zwane megatrendy, mają wpływ na krajowy rynek pracy. Pracodawcy nie mogą ich bagatelizować. O trendach na polskim rynku pracy rozmawiamy z Anną Szczucką, współautorką raportu „Trendy kształtujące polskie branże i kompetencje przyszłości (str. 3).

Szkoły, domy kultury, ośrodki zdrowia czy pojazdy komunikacji publicznej zmieniają się dla osób o szczególnych potrzebach. Europa buduje społeczeństwo włączające. Czyli takie, w którym wszyscy – w tym osoby z niepełnosprawnościami – w takim samym stopniu korzystają z oferowanych na rynku produktów i usług. Od czerwca 2025 r. będzie obowiązywać przedsiębiorców Europejski Akt o Dostępności (EAD). Efektem wprowadzenia EAD będzie likwidowanie barier, które uniemożliwiają osobom ze szczególnymi potrzebami korzystanie z określonych produktów i usług w sektorze prywatnym (str. 6).
Przygotuj się już dziś na tę zmianę!

Zobacz, jak Fundusze Europejskie zmieniają gospodarkę. Projekty firm, które opisujemy w tym numerze, mogą być inspiracją. Nie wiesz, kiedy zostanie ogłoszony nabór wniosków, na który czekasz? Sprawdź nasze kalendarium (str. 2).

Zespół redakcyjny PARP

SPIS TREŚCI

- Kalendarium [02](#)

POROZMAWIAMY O...

- Po pierwsze, pracownik [03](#)

TRENDY

- Dostępność – wyzwania dla biznesu [06](#)

FUNDUSZE EUROPEJSKIE ZMIENIAJĄ POLSKĘ

- Zielone światło dla ekspansji [10](#)
- Opakowania mówią więcej [12](#)

UWAGA NA

- Polskie firmy idą w świat [14](#)
- Nowe lektury obowiązkowe [14](#)
- Eksperti do współpracy z PARP poszukiwani [15](#)
- Zostań rekinem HR [15](#)
- Rozwijaj się, by pomóc w rozwoju innych [17](#)
- Transport bez śladu, za to wygodny [18](#)



**Polska Agencja Rozwoju
Przedsiębiorczości**

ul. Pańska 81/83
00-834 Warszawa
t: +48 22 432 80 80
f: +48 22 432 86 20
e: biuro@parp.gov.pl
www.parp.gov.pl



ISSN 2658-0373

Nabory wniosków w roku 2024

Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki (FENG)

Granty na Eurogranty

Od 18 kwietnia 2024 r. do 17 kwietnia 2025 r. (MŚP)

Od 25 kwietnia 2024 r. do 24 kwietnia 2025 r. (organizacje badawcze)

Promocja marki innowacyjnych przedsiębiorstw (EXPO 2025 w Japonii)

Od 28 maja do 16 czerwca 2024 r.

Laboratorium innowatora – dla pomysłodawców

II kwartał 2024 r.

Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego (FERS)

Usługi Rozwojowe 4.0

Od 12 lutego 2024 r. do 31 sierpnia 2026 r.

Dostępność szansą na rozwój 3

Maj i lipiec 2024 r.

Niska emisyjność GOZ

II kwartał 2024 r.

Akademia HR

Do 30 listopada 2026 r.

Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej (FEPW)

Zrównoważona mobilność miejska –
nabór niekonkurencyjny
od 11 lipca 2023 r. do 18 grudnia 2025 r.

Zrównoważona mobilność miejska – nabór konkurencyjny

Od 11 kwietnia 2024 r. do 27 czerwca 2025 r.

Wzornictwo w MŚP

Od 5 maja do 2 lipca 2024 r.

Gospodarka o obiegu zamkniętym w MŚP (2) – Wdrożenie modelu biznesowego

GOZ-transformacji przedsiębiorstwa

Od 13 czerwca do 19 grudnia 2024 r.

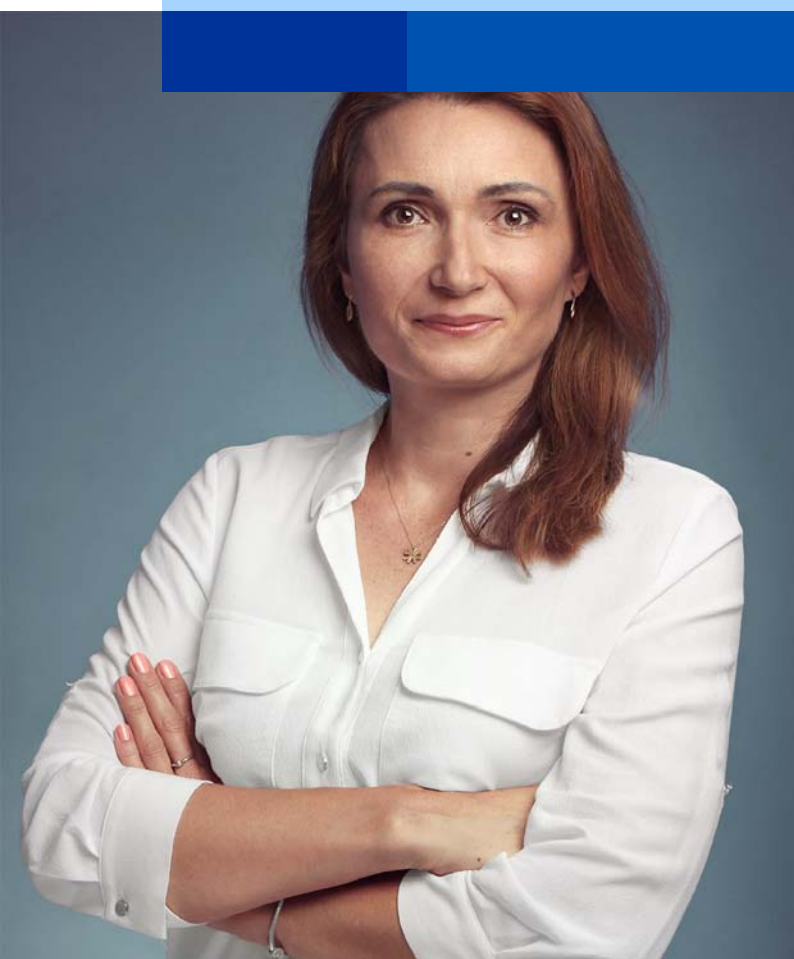
Platformy startowe dla nowych pomysłów (komponent 1) – dla pomysłodawców

II kwartał 2024 r.



Po pierwsze, pracownik

Postawienie pracownika w centrum, dostrzeżenie jego unikatowych potrzeb i zmiana kultury organizacyjnej na taką, która je uwzględni. Z takimi wyzwaniami mierzą się dziś menedżerowie przyszłości – uważa Anna Szczucka*, współautorka raportu „Trendy kształtujące polskie branże i kompetencje przyszłości”.



Od lat bada Pani potrzeby kompetencyjne polskich przedsiębiorców i to, na ile są one zaspokajane w poszczególnych

branżach. Wskazuje Pani na wyzwania, które przed nimi stoją, i trendy, którym podlegają. Jakie trendy kształtuje więc dziś rodzimy rynek pracy?

Na krajowy rynek pracy kluczowy wpływ mają obecnie cztery megatrendy: globalizacja, zrównoważony rozwój, zmiany demograficzne i postęp technologiczny. Jak pokazujemy w ekspertyzie, te megatrendy wzajemnie na siebie oddziałują, wywołując lub wzmacniając określone zmiany na rynku pracy.

Jakie to zmiany?

Postęp technologiczny, w którym kluczowe są cyfryzacja i automatyzacja, sprawia, że niezwykle dynamicznie rośnie zapotrzebowanie na pracowników określonych specjalizacji. Z kolei zmiany demograficzne wiążą się ze starzeniem się

4

społeczeństwa i powodują, że zmniejsza się ogólna podaż pracowników na rynku pracy. Na to nakłada się sytuacja gospodarcza, w której mamy do czynienia z niskim bezrobociem i presją płacową wywołaną wysoką inflacją. Analizy branżowe wskazują także, że zmieniają się postawy – zwłaszcza młodych pracowników – wobec pracy. Maleje ich przywiązanie do pracodawcy.

To zmiany, których pracodawcy nie mogą bagatelizować. Jak powinni na nie odpowiedzieć?

Firmy, chcąc skutecznie konkurować o talenty na rynku pracy i przyciągnąć do swoich struktur najbardziej wartościowych pracowników, będą musiały wdrożyć rozwiązania, dzięki którym zadbają o dobrostan pracowników. W jaki sposób? Zwracając większą uwagę na specyficzne potrzeby grup pracowników, a niekiedy wręcz konkretnych osób kluczowych dla organizacji.

To jeden z ośmiu trendów międzybranżowych wskazanych w ekspertyzie jako te, które będą kształtować rynek pracy analizowanych branż.

Obawiam się, że ten trend będzie dotyczył jedynie tych z nich, które borykają się z niedoborem pracowników. Jakie to branże?

Z jednej strony to branże informatyczna, finansowa i nowoczesnych usług biznesowych. Z drugiej zaś – te

z większym udziałem pracowników niskowyzkwalifikowanych, np. handel, turystyka, produkcja żywności, branża budowlana czy odzysku surowców.

Jakie rozwiązania, które służą poprawie dobrostanu pracowników, będą musiały wdrożyć firmy z tych branż?

To trudne pytanie. Przede wszystkim bowiem bardzo wyraźnie widać, że oczekiwania pracowników nie są jednolite nie tylko między branżami, lecz także w ich obrębie. Co więcej – różnią się między pracownikami. Przykład? Inne oczekiwania wobec środowiska pracy będzie miał pracownik starszy, a inne – przedstawiciel młodego pokolenia. Dlatego coraz mniej sprawdzają się już tradycyjne motywatory: premie finansowe i różne benefity oferowane przez firmy wszystkim pracownikom.

Co więc może się sprawdzić i zastąpić te tradycyjne motywatory?

Wyzwaniem dla menedżerów przyszłości staje się dopasowanie środowiska pracy do potrzeb pracowników – zarówno ich grup, jak i pojedynczych, lecz kluczowych dla firmy. Inaczej mówiąc – projektowanie pozytywnych doświadczeń pracowników.

To nasuwa mi skojarzenie z user experience.

I słusznie. Bo tu chodzi właśnie o to, by ugruntowany już trend koncentracji na

5

pozytywnych doświadczeniach klientów znalazł teraz swoje odbicie na rynku pracy.

Proszę o przykłady takich specyficznych potrzeb pracowników, które firmy będą musiały już wkrótce uwzględnić.

W analizowanych branżach uwidaczniają się różne potrzeby pracowników. Pandemia COVID-19 i niestabilna sytuacja gospodarcza sprawiły, że w części branż, które badaliśmy, np. komunikacji marketingowej, podkreślano rosnącą potrzebę stabilności zatrudnienia i zapewnienia poczucia bezpieczeństwa. Z kolei pracownicy branż handlowej, turystycznej i odzysku odchodzą z nich, ponieważ postrzegają je jako nieatrakcyjne, trudne, niskopłatne. W IT natomiast jest wielu „cyfrowych nomadów”, którzy pracują zdalnie z dowolnego miejsca na Ziemi. To też pokłosie pandemii, która wywołała trwałe zmiany w strukturach organizacyjnych wielu firm. Notabene ta zwiększona mobilność pracowników bardzo utrudnia rodzimym pracodawcom np. konkurowanie poprzez płace.

To ostatnie zjawisko wymaga także nowych kompetencji od menedżerów.

Tak, kolejnym wyzwaniem dla menedżerów przyszłości staje się zarządzanie takimi rozproszonymi zespołami. Dodatkowo wielopokoleniowymi, często

wielokulturowymi i złożonymi z osób, które pracują w różnych formułach – zdalnej, hybrydowej i stacjonarnej. Umiejętność uwzględnienia tego kontekstu i utrzymanie efektywności pracy takich zespołów to jedno z kluczowych kompetencji menedżerów przyszłości.

Czy zmiany na naszym rynku pracy, o potrzebie których Pani mówi, już się dokonują? Sądząc po wynikach badań dotyczących poziomu satysfakcji pracowników, następują raczej bardzo powoli...

Niestety – jak wskazują nasze analizy – konieczności postawienia pracownika w centrum, zauważenia jego unikatowych potrzeb i zmiany kultury organizacyjnej na taką, która je uwzględni, pracodawcy powszechnie jeszcze nie widzą. A co za tym idzie – te zmiany nie są dziś w naszych firmach wyraźnie widoczne. Dynamika tego trendu jest niższa niż innych, które analizowaliśmy, tj. cyfryzacji czy automatyzacji. Mamy jednak podstawy, by sądzić, że jego siła oddziaływania na polski rynek pracy będzie w najbliższych latach rosła.

Rozmawiała Dorota Kornacka

* Anna Szczucka jest pracownikiem Centrum Ewaluacji i Analiz Polityk Publicznych Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie.

Dostępność – wyzwania dla biznesu



Od czerwca 2025 r. Europejski Akt o Dostępności będzie obowiązywać przedsiębiorców. To kolejny krok w budowaniu społeczeństwa włączającego. Czyli takiego, w którym wszyscy – w tym osoby z niepełnosprawnościami – w takim samym stopniu korzystają z oferowanych na rynku produktów i usług.



zmieniają się dla osób o szczególnych potrzebach. Dużą w tym zasługą programu Dostępność Plus uruchomionego w 2018 r. Do 2025 r. będzie on wspierać działania i inwestycje, które mają na celu dostosowanie przestrzeni publicznej i usług publicznych do potrzeb osób z ograniczeniami. Namacalne efekty programu to np. modernizacja ponad 70 dworców kolejowych,

Rozwiązania przygotowane dla osób z niepełnosprawnościami stają się standardem w instytucjach publicznych. Szkoły, domy kultury, ośrodki zdrowia czy pojazdy komunikacji publicznej

budowa lub modernizacja pod kątem potrzeb osób o niepełnosprawnościami 650 peronów kolejowych czy wprowadzenie zmian związanych z dostępnością w 350 szpitalach.

7

Kolejną inicjatywą służącą upowszechnianiu dostępności w Polsce jest Partnerstwo dla dostępności.

Do tej pory przystąpiło do niego 259 podmiotów (stan na 24 października 2023 r.). Wśród nich są zarówno samorządy, organizacje pozarządowe, stowarzyszenia i fundacje reprezentujące osoby z niepełnosprawnościami, jak i firmy prywatne. Celem podejmowanych działań jest wyrównanie szans i możliwości korzystania m.in. z dóbr kultury, opieki zdrowotnej, edukacji, pracy, transportu czy informacji.



Osoby z niepełnosprawnościami lepiej i na równych zasadach funkcjonują w społeczeństwie, jeśli mogą korzystać ze skrojonych na miarę ich potrzeb produktów oraz usług

Nowa norma

Upowszechnianie zasad dostępności powoduje, że uniwersalne projektowanie i wprowadzanie dostosowań pod kątem osób ze specjalnymi potrzebami stają się standardem. Przestajemy je traktować jako coś dodatkowego.

W czerwcu 2019 r. Parlament Europejski i Rada UE ustanowiły dyrektywę ws. dostępności produktów i usług: European Accessibility Act (EAA) – Europejski Akt o Dostępności. Jest to pierwsza tak kompleksowa i horyzontalna regulacja o dostępności w prawie Unii Europejskiej. Ma obowiązywać we wszystkich państwach UE. Efektem jej wprowadzenia będzie likwidowanie barier, które uniemożliwiają osobom ze szczególnymi

potrzebami korzystanie z określonych produktów i usług w sektorze prywatnym.

Do produktów, które ma obowiązywać EAA, należą:

- sprzęt komputerowy osobisty, w tym komputery stacjonarne, laptopy, smartfony i tablety, i wykorzystywane w nich systemy operacyjne
- terminale płatnicze i niektóre interaktywne terminale samoobsługowe, np. bankomaty, biletomaty
- e-booki.

Z kolei usługi objęte wymogami EAA wiążą się z:

- audiowizualnymi usługami medialnymi, które dostarczają

8

treści audiowizualne, np. strony internetowe i aplikacje do pobrania na urządzenia mobilne

- transportem pasażerskim (lotniczym, autobusowym, kolejowym i wodnym)
- usługami bankowymi
- e-handlem.

Na równych zasadach

Wprowadzenie przez przedsiębiorców rozwiązań związanych z dostępnością zapewni osobom z niepełnosprawnościami łatwiejsze życie oraz większą samodzielność i niezależność. A ogółowi społeczeństwa pokaże, że lepiej i na równych zasadach w nim funkcjonują, jeśli mogą korzystać ze skrojonych na miarę ich potrzeb produktów oraz usług. Z jednej więc strony EAA ma zapewnić większą autonomiczność osób ze szczególnymi potrzebami. Z drugiej jako społeczeństwo rozwijamy swoją wrażliwość i uważność na specyficzne potrzeby osób z niepełnosprawnościami. Przestajemy je traktować jako kogoś, kto jest „obok” rzeczywistości, w której żyjemy.

Przygotowanie produktów i usług dostosowanych do potrzeb osób z niepełnosprawnościami to dla biznesu wyzwanie. Bo grupa różnorodnych odbiorców towarów i usług zostanie poszerzona o kolejnych klientów, którzy – jak wszyscy nabywcy jakiejś oferty – ocenią ich funkcjonalność. A mając wybór i możliwość zmiany, mogą szukać dla siebie lepszej oferty – u konkurencji.

Różnorodny świat konsumentów

Wprowadzenie dostępności w sektorze prywatnym przełoży się na wzrost innowacyjności i kreatywności.

Rozszerzenie swojej oferty o produkty i usługi, których nabywcami będą osoby z niepełnosprawnościami, powinno oznaczać zysk. Uwzględnianie dostępności w biznesie nie jest czymś zupełnie nowym. Działają już firmy, np. Microsoft Polska, dla których dostępność jest etapem rozwoju – zasadą działania, a nie dodatkiem czy rozszerzeniem. W praktyce oznacza nie tylko modyfikowanie produktów pod kątem funkcjonalnych potrzeb osób ze szczególnymi potrzebami. Ale też zatrudnianie ich ze względu na ich predyspozycje, np. osób z zespołem Aspergera jako analityków danych.

Innym przykładem jest Allegro. Gdy ta platforma sprzedażowa projektowała usługę automatów paczkowych, zadbała, by dostępność w sensie fizycznym była zagwarantowana nie tylko dla osób z niepełnosprawnościami, ale też osób z dużym wózkiem dziecięcym czy bagażem. Uwzględniono to, by można było podjechać albo wybrać wysokość skrytki po to, żeby komfortowo odebrać zamówioną paczkę.

Od dostępności do wzrostu konkurencyjności

Podchodzenie do dostępności jako szansy na podniesienie swojej konkurencyjności może otworzyć przed przedsiębiorcami

9

nieznany wcześniej rynek. Osoby z niepełnosprawnościami stanowią ok. 15 proc. światowej populacji. I aż 78 proc. z nich deklaruje, że produkty i usługi, z których muszą korzystać, nie jest skrojona na miarę ich potrzeb [za: Valuable 500; Global Economics of Disability Report; Grupa Banku

Światowego, Ośrodek Informacji ONZ w Warszawie]. Natrafiając na rynku na produkty i usługi, z których będą zadowoleni, mogą się stać nie tylko wiernymi klientami. Dzieląc się tym pozytywnym doświadczeniem z innymi, przyczynią się do promocji określonych firm oraz oferowanych przez nie produktów.



Trzecia edycja konkursu „Dostępność szansą na rozwój”

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości przygotowuje się do trzeciej edycji konkursu „Dostępność szansą na rozwój”. Jej głównym celem jest zwiększenie świadomości i wiedzy przedsiębiorców na temat korzyści biznesowych, które wynikają z zastosowania zasad dostępności, w tym uniwersalnego projektowania, a także poznanie wymogów związanych z przyjęciem przez Polskę Europejskiego Aktu o Dostępności. Konkurs skierowany jest do mikro-, małych, średnich i dużych firm. Będą one mogły skorzystać ze szkoleń ogólnych, specjalistycznych, fakultatywnych czy doradztwa. Ogłoszenie konkursu jest planowane na II kwartał 2024 r. Alokacja wynosi ponad 85 mln zł.

Zielone światło dla ekspansji

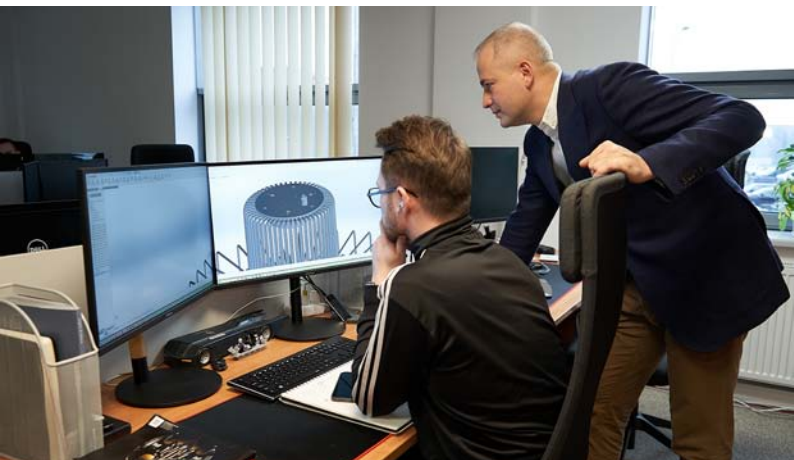
Jak z firmy dystrybuującej zachodnie marki przeistoczyć się w wiodącego producenta w branży? Takiego, który nadąża za światowymi trendami i zdobywa najważniejsze nagrody? Przykład firmy PL pokazuje, jak można to zrobić za pomocą Funduszy Europejskich.

Spółka od 20 lat działa w branży opraw oświetleniowych. Pod marką Plus Lighting oferuje swoje usługi przede wszystkim biurom i urzędom. – Długo nie wyróżnialiśmy się na rynku. Byliśmy dystrybutorem zachodnich marek. Produkowaliśmy proste oprawy oświetleniowe, czyli takie, które w biurach są używane jako podstawowe – mówi Robert Wróbel, współwłaściciel PL sp. z o.o. Rynkiem była Polska. A żeby rozwinąć swoją działalność za granicą, potrzebny był jakiś impuls – coś, co anonimową firmę z Podlasia uczyni rozpoznawalną na rynkach międzynarodowych.



Najlepsza z najlepszych

Fundamentem było doświadczenie i zrealizowane już projekty. – Przez lata pracowaliśmy z renomowanymi biurami architektonicznymi. W tym czasie powstało wiele ciekawych projektów opraw. Tyle że robiliśmy je pod zamówienie i nie sprzedawaliśmy innym klientom. W końcu zdecydowaliśmy



się, żeby wykorzystać nasze know-how. Pójść co najmniej jeden, dwa kroki do przodu i wzorem dużych firm międzynarodowych spróbować zainwestować w dizajn – tłumaczy Robert Wróbel. Dzięki wsparciu z Programu Polska Wschodnia spółka wypłynęła na szerokie wody. Dziś pod marką Flexxica sprzedaje swoje produkty do 40 krajów świata na czterech kontynentach. Pomógł w tym projekt „Wzrost konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstwa PL sp. z o.o. poprzez wdrożenie strategii wzorniczej”.

Pierwszym etapem drogi do celu było opracowanie strategii wzorniczej. Tego zadania podjęło się studio projektowe Kabo&Pydo. – Nie zamierzaliśmy ich ukierunkowywać. Chcieliśmy tylko, żeby patrząc z boku na firmę, podpowiedzieli nam, co ich zdaniem byłoby dla nas optymalne – mówi Robert Wróbel. Swoboda działania zaowocowała serią efektownych opraw oświetleniowych. – Zależało nam, żeby to były rzeczy, które wywołają efekt wow! I zdobędą uznanie międzynarodowe. Tak się stało.

Odnieśliśmy gigantyczny sukces, bo dostaliśmy aż trzy nagrody Red Dot, w tym Best of the Best dla najlepszej lampy na świecie. W zakresie wzornictwa to taki trochę Oscar. A o to właśnie nam chodziło. O pokazanie, że też możemy w Polsce robić coś świeżego, innowacyjnego i konkurować nie tylko ceną – podkreśla Robert Wróbel.

Oświetlać i wyciszać

Pieniądze z dofinansowania wykorzystano również do zakupu potrzebnych maszyn: prościarki, zgrzewarek i giętarki do druku 3D. Katalog marki Flexxica liczy obecnie aż 260 stron. Spółka nadąża za trendami. Na fali zainteresowania ekologią i recyklingiem produkuje np. oprawy z przetworzonego materiału PET. Jednak tym, co ją wyróżnia, są przede wszystkim produkty z segmentu acoustic lighting. Czyli oprawy oświetleniowe, które tłumią dźwięk. Produkowane są z PET pochodzącego z recyklingu, ale też np. z filcu. – Jesteśmy na świecie postrzegani jako jedna z czołowych firm w tym zakresie – podkreśla Robert Wróbel.

Spółka zainwestowała we wzornictwo, jakość i rozpoznawalność za granicą. – Podjęliśmy dobrą decyzję. Jesteśmy dziś w swoim segmencie uznawani za wiodącą firmę w Polsce. Zdobyliśmy wiedzę, doświadczenie i przede wszystkim z sukcesem weszliśmy na rynki międzynarodowe – podsumowuje Robert Wróbel.

Opakowania mówią więcej

Drukarnia Multipress startowała w połowie lat 90. jako jedna z wielu firm działających w branży reklamowej. Dziś ta lubelska firma to również producent opakowań. Zarówno tych zwyczajnych, jak i pierwszych na polskim rynku z systemem RFID.

Identyfikacja za pomocą fal radiowych (ang. radio-frequency identification – RFID) jest znana od kilkudziesięciu lat, ma wiele zastosowań. Znamy ją np. z kas samoobsługowych w niektórych sklepach i identyfikatorów osobistych. Chip RFID wysyła informację po otrzymaniu sygnału z czytnika. Działa trochę jak kod kreskowy, tyle że na odległość. Wykorzystywanie go w opakowaniach to rozwiązanie do tej pory nieznanne na polskim rynku.

Już nie kupisz kota w worku

Projekt był odpowiedzią na potrzebę zgłaszaną przez kontrahentów z rynków wschodnich. – Oni cały czas sugerowali nam, że poważnym problemem jest tam podrabianie drogich towarów – tłumaczy



Grzegorz Wodecki, współwłaściciel drukarni Multipress. Chodziło więc o to, by stworzyć opakowanie, które informowałoby o tym, czy ktoś je wcześniej otworzył i czy to, co powinno być w środku, naprawdę tam się znajduje.

Jednak od pomysłu do jego realizacji minęło aż pięć lat. – Pierwsze próby nie były udane. Na naszych maszynach

13

możliśmy robić próby, ale nie byliśmy w stanie wdrożyć produkcji przemysłowej. I wtedy stwierdziliśmy, że jeżeli chcemy robić to dalej, musimy kupić nowe urządzenia – mówi Grzegorz Wodecki. Z pomocą przyszły pieniądze z Programu Polska Wschodnia na projekt „Wdrożenie wyników prac badawczo-rozwojowych w zakresie opakowań”. Firma zakupiła za nie czterokolorową maszynę drukującą z lakierem dyspersyjnym oraz maszynę sitodrukową do nakładania farby przewodzącej.

– Przed sklejeniem na wewnętrznej stronie opakowania nakładamy farbę przewodzącą. Ona jest niewidoczna na zewnątrz. Do tej farby przyklejamy chip. Jeśli ktoś próbuje opakowanie otworzyć, rozerwać lub uszkodzić, linie farby zostają przerwane. Na chipie zapisuje się wtedy informacja o tej próbie – tłumaczy działanie Grzegorz Wodecki. Nabywca przedmiotu może to sprawdzić, sczytując informacje z chipa. Wystarczy telefon z odpowiednią aplikacją, o której dowiemy się z opakowania.

Zawartość pod kontrolą

Początkowo RFID miał tylko informować o próbach otwarcia i podmiany zawartości. Pomagać w kontroli dostaw, magazynowaniu towarów i ich inwentaryzacji. Jednak możliwości tej technologii są znacznie większe.



Na chipie można zapisać mnóstwo innych informacji. To np. instrukcja montażu, obsługi albo data ważności. – Przeważnie to nie my zapisujemy te dane. Zwykle nasz klient sam programuje chipy, gdyż chce mieć pełną kontrolę nad informacją – tłumaczy Grzegorz Wodecki.

W pełnym sukcesie przeszkodził wybuch pandemii COVID-19, a następnie agresja rosyjska w Ukrainie. – Nasi kontrahenci z Ukrainy czekają, aż sytuacja się unormuje. Obecnie sprzedajemy ten produkt w Polsce. Odbiorcami są głównie producenci kosmetyków – mówi współwłaściciel drukarni.

– Początki nie były łatwe, ale dzięki dotacji z PARP wdrożyliśmy nasze kilkuletnie pomysły i próby w życie. Jesteśmy teraz na wyższym poziomie technologicznym, wzrosła nam sprzedaż i rentowność. Już około 30 proc. wszystkich produkowanych przez nas opakowań posiada RFID – podsumowuje Grzegorz Wodecki.

Polskie firmy idą w świat



Nabór w działaniu „Promocja marki innowacyjnych MŚP” programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki rozstrzygnięty! Dofinansowanie w łącznej wysokości 48,3 mln zł zostanie przyznane 136 projektom. Uzyskanymi pieniędzmi można pokryć maksymalnie połowę wartości projektu i przeznaczyć je na takie działania promocyjne jak:

- wystawienie stoiska narodowego na targach
- wyjazdowe misje gospodarcze na targach, podczas których odbywają się spotkania z potencjalnymi kontrahentami i konferencje branżowe
- kampanie promocyjne.

Działanie „Promocja marki innowacyjnych MŚP” wzmacnia potencjał eksportowy przedsiębiorców MŚP na rynkach międzynarodowych. Uzyskane fundusze pomagają realizować strategię ekspansji zagranicznej, dopasować produkty i usługi do konkretnych rynków za granicą, segmentów klientów i kanałów sprzedaży.

Wśród produktów, które będą promowane za granicą w ramach działania, znajdują się m.in. wyroby medyczne, gry wideo czy wysokiej jakości produkty spożywcze.

Chcesz poznać projekty wybrane do dofinansowania? [Kliknij tu!](#)

Nowe lektury obowiązkowe

Biblioteka publikacji wydawanych przez PARP poszerzyła się o zestaw broszur poświęconych takim tematom:

- [Jak złożyć wniosek o dofinansowanie w systemie LSI \(wniosek do FENG i FEPW\)](#)
- [Jak złożyć wniosek o dofinansowanie w systemie SOWA \(wniosek do FERS\)](#)
- [Jak złożyć wniosek o płatność](#)

- [Zasada konkurencyjności czy ustawa Prawo zamówień publicznych?](#)
- [Zgodność projektu z politykami horyzontalnymi Unii Europejskiej](#)
- [Kiedy i w jakim zakresie możesz wprowadzić zmiany w projekcie dofinansowanym z Funduszy Europejskich.](#)

Zachęcamy do lektury!

Eksperci do współpracy z PARP poszukiwani

Jeśli masz wiedzę i doświadczenie w dziedzinach związanych z programami Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki i Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej, możesz zostać ekspertem współpracującym z Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości. Wybrani eksperci są angażowani do pracy w takich obszarach jak:

- ocena wniosków o dofinansowanie
- procedura odwoławcza
- opinia o realizowanych projektach
- kontrola projektów.

O wpis na wykaz ekspertów mogą ubiegać się osoby, które:

- korzystają z pełni praw publicznych
- posiadają pełną zdolność do czynności prawnych
- nie zostały skazane prawomocnym wyrokiem za przestępstwo umyślne lub za umyślne przestępstwo skarbowe
- posiadają wymaganą wiedzę, umiejętności, doświadczenie.

Nabór jest ciągły. [Więcej informacji.](#)

Zostań rekinem HR



funkcjonalnych, odmienne kulturowo i inaczej rozumiejące swoje cele życiowe. Wyzwania mogą też dotyczyć np. starzenia się kadr, cyfryzacji, automatyzacji i pracy zdalnej. Polityka kadrowa powinna nadążać za tymi przemianami. Sprawdzone strategie mogą

Dynamiczne zmiany społeczne i demograficzne oddziałują także na rynek pracy. Coraz częściej pojawiają się na nim osoby o odmiennych potrzebach

bowiem nie zadziałać. Chcesz być na bieżąco ze zmianami i zapewnić swojej firmie najlepszych pracowników?

[Wypełnij interaktywny kwestionariusz](#)

16

autodiagnozy. Pomoże on oszacować potrzeby w zakresie polityki personalnej w Twojej firmie. Raport z autodiagnozy zostanie wygenerowany po wypełnieniu formularza. Zachowaj go, bo będzie potrzebny na etapie rekrutacji do projektu. Na jego podstawie powstanie również opis kompetencji w obszarze HR, który w razie potrzeby będzie podlegał okresowej aktualizacji.

Żeby wziąć udział w konkursie, Twoje przedsiębiorstwo musi planować przeszkolenie osób odpowiedzialnych za

politykę personalną w firmie. Mogą to być właściciele, kadra HR i menedżerska, a także pracownicy, wobec których właściciele mają plany związane z awansem na stanowisko kierownicze. Firma korzystająca z pomocy powinna też spełniać warunki uzyskania pomocy de minimis.

Będziesz mógł skorzystać ze szkoleń i doradztwa, które odpowiadają na potrzeby wynikające z autodiagnozy, a jednocześnie mieszczą się w opisie kompetencji kadr w obszarze HR.

Akademia HR – oferta dla przedsiębiorców

Trwa nabór na usługi szkoleniowe i doradcze z Bazy Usług Rozwojowych, które pozwolą przeszkolić osoby odpowiedzialne za politykę personalną firm.



Kto skorzysta

Przedsiębiorcy i pracownicy przedsiębiorstw z całej Polski. Wyłączone ze wsparcia są wyłącznie osoby samozatrudnione niezatrudniające innych pracowników.



Wartość wsparcia

Kwota, jaką może otrzymać przedsiębiorca na dofinansowanie usług rozwojowych, jest uzależniona od założeń przyjętych przez jednego z dziewięciu Operatorów. Wyniesie ona do 80 proc. wartości projektu. Oznacza to, że pozostałą kwotą musisz zagwarantować we własnym zakresie.



Wnioski można składać do 30 listopada 2026 r.



Rozwijaj się, by pomóc w rozwoju innych



Jeśli Twoja firma szkoleniowo-doradcza jest zarejestrowana w Bazie Usług Rozwojowych (BUR), ten nabór jest dla Ciebie! Możesz poprawić jakość usług i rozszerzyć swoją ofertę. A tym samym sprawić, że zarówno Twoja firma, jak i te, które skorzystają z jej usług, staną się bardziej konkurencyjne.

Nie pozostawaj w tyle, nadążaj za nowymi technologiami, które mogą podnieść jakość świadczonych przez Ciebie usług. Możesz ubiegać się o dofinansowanie zakupu licencji oraz szkoleń/doradztwa,

o ile nie masz ich jeszcze w swojej ofercie, nie zostało Ci udzielone dotychczas wsparcie w ramach konkursu „Usługi Rozwojowe 4.0” i możesz otrzymać pomoc de minimis.



Usługi Rozwojowe 4.0 – oferta dla dostawców usług BUR



Kto skorzysta

Podmioty wpisane do BUR z terenu całej Polski, a także ich pracownicy, jeśli niezbędny będzie zakup szkoleń/doradztwa związanych z użytkowaniem licencji.



Na co

- Zakup licencji, która pozwoli na stworzenie, rozwój i sprzedaż nowych form usług rozwojowych lub stworzenie nowych technologii, w tym także dla form usług zdalnych.

- Szkolenie lub doradztwo związane bezpośrednio z użytkowaniem zakupionej licencji.

Wartość wsparcia

Kwota wsparcia wyniesie do 80 proc. wartości projektu. Łączna wysokość wkładu Unii Europejskiej to ponad 30 mln zł, zaś budżetu państwa – ponad 200 mln zł.

Złóż wniosek do 31 sierpnia 2026 r.



Transport bez śladu, za to wygodny



Dołącz do zielonej transformacji transportu. W ramach programu Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej przewidziano w 2024 r. dwa nabory konkursowe.

Zrównoważona mobilność miejska



Kto skorzysta

Jednostki samorządu terytorialnego z województw: lubelskiego, podkarpackiego, podlaskiego, świętokrzyskiego, warmińsko-mazurskiego lub mazowieckiego z wyłączeniem regionu warszawskiego stołecznego.

Nabór niekonkurencyjny jest przeznaczony dla siedmiu miast powyżej 100 tys. mieszkańców: Białegostoku, Elbląga, Kielc, Lublina, Olsztyna, Radomia i Rzeszowa. A także dla ich obszarów funkcjonalnych.

Nabór konkurencyjny jest skierowany do miast powyżej 50 tys. mieszkańców, tracących funkcje społeczno-gospodarcze oraz innych miast subregionalnych z podregionów z najwyższą kumulacją gmin zmarginalizowanych. A także dla ich obszarów funkcjonalnych.



Na co

Kompleksowe rozwiązania w kierunku przyjaźniejszego ludziom i środowisku

transportu. Aby projekt został uznany za kompleksowy, musi zawierać komponenty z co najmniej dwóch z trzech grup, tj.:

- Zakup bezemisyjnego taboru tramwajowego, trolejbusowego lub autobusowego – z napędem elektrycznym bądź wodorowym.
- Budowa, przebudowa i modernizacja infrastruktury na potrzeby transportu w miastach i na ich obszarach funkcjonalnych.
- Digitalizacja systemu mobilności, w tym inteligentne systemy transportu, wspólny bilet i systemy parkingowe.

Wartość wsparcia

Można uzyskać wsparcie w wysokości do 85 proc. całkowitej wartości projektu.



Złóż wniosek do 30 listopada 2026 r. (miasta pow. 100 tys. mieszkańców).



Złóż wniosek od 11 kwietnia do 26 czerwca 2024 r. (miasta pow. 50 tys. mieszkańców).



PARP

Grupa PFR



801 332 202, 22 574 07 07

(koszt jak za połączenie lokalne)



info@parp.gov.pl



**LiveChat – kliknij w okienko
w prawym dolnym rogu [serwisu PARP](#)**



[Baza pytań i odpowiedzi](#)



[Dyżur eksperta](#)



**Odwiedź najbliższy [Punkt Informacyjny
Funduszy Europejskich](#) lub [biuro PARP](#)**

www.feng.parp.gov.pl

www.feng.gov.pl



www.fepw.parp.gov.pl

www.fepw.gov.pl



www.fers.parp.gov.pl

www.rozwojspoleczny.gov.pl