Fachowiec lubelski

grudzień 2016

Dwugłos o kompetencjach polskich fachowców

Sukcesy dekarzy • Porady prawne • Samochód dostawczy • Zdobywanie klienta

Deska Barlinecka

idealna na ogrzewanie podłogowe

100%
z drewna

stabilna
konstrukcja

na ogrzewanie
podłogowe

Barlinek
DREWNIANE PODŁOGI

Nie każda podłoga drewniana nadaje się na ogrzewanie podłogowe.

Deska Barlinecka dzięki swojej warstwowej konstrukcji doskonale przewodzi ciepło i może być z powodzeniem stosowana na ogrzewaniu podłogowym – zarówno elektrycznym, jak i wodnym.

To jedna z jej przewag nad podłogami z drewna litego.

www.barlinek.com

Firma Kojak zapewnia doradztwo, pomiar, transport i fachowy montaż.
Posiadamy również szeroki wybór drzwi renomowanych producentów.
Odwiedź nasze salony, a zobaczysz i nie pożałujesz.

drzwi podłogi
KOJAK

DRZWI PODŁOGI KOJAK
22-100 Chełm
ul. Podgórze 43
tel.: 505 985 605
sklep@kojak.com.pl

aDRZWI aPODŁOGI KOJAK
20-485 Lublin
ul.Diamentowa 5
tel.: 509 536456
lublin@apodlogi.pl

Kompetencja, kompetencja, kompetencja

Jerzy Liniewicz, jurek.l@ihz.pl

Drugi numer *Fachowca lubelskiego* pokazuje, jak wysoki poziom zawodowy ma duża część środowiska budowlanego. Można to określić jednym słowem – kompetencja. To ona jest źródłem sukcesu.

Gdyby przeprowadzić krótką zabawę polegającą na tym, by znaleźć słowa bliskoznaczne do słowa „fachowiec", odpowiedzi byłoby pewnie kilka. Ktoś powiedziałby „profesjonalista", inny – idąc tym tropem – wskazałby na „zawodowca", kolejny uczestnik zaproponowałby „eksperta" czy „znawcę". Czujący branżę budowlaną uczestnik zabawy dodałby jeszcze „mistrza", mając na myśli kogoś mającego udokumentowany „czarny pas" w jakimś zawodzie budowlanym i zasługującego z tego tytułu na szacunek. Wszystkie te odpowiedzi są oczywiście jak najbardziej prawidłowe. Łączy je też wspólny mianownik – a jest to KOMPETENCJA owego fachowca. A ta przyjmuje różne oblicza i składa się na nią wiele elementów – umiejętności i doświadczenie zawodowe, rzetelność, znajomość zasad sztuki budowlanej, nowych rozwiązań i technologii (czyli po prostu „bycie na czasie"), ale też (co jest szczególnie istotne w przypadku przedsiębiorców budowlanych) talenty organizacyjne, biznesowe czy umiejętności interpersonalne. Wszystko to jest ważne! A *Fachowiec lubelski* o tym wszystkim chce pisać.

Oddajemy do rąk Czytelników drugi numer naszego pisma z głębokim przekonaniem, że jest on w dużej mierze poświęcony właśnie wysokim kompetencjom polskich i lubelskich fachowców (ten wątek będzie oczywiście stale obecny na naszych łamach). Dowody? Proszę bardzo! Po pierwsze – w rubryce „Dwugłos" publikujemy wywiady z ludźmi, których twórcza i ciężka praca (biznesowa i naukowa) pozwoliła stworzyć lub rozwijać prężne firmy budowlane świetnie radzące sobie na rynkach (liczba mnoga jest tu celowa i pokazuje ekspansję). Jaka jest tego przyczyna? Kompetencja, a jakże... Po drugie – przykład młodych polskich dekarzy, o których także piszemy – na najbardziej prestiżowej na świecie imprezie branżowej odnieśli ogromny sukces. Ich zawodowe perspektywy również wydają się jak najbardziej obiecujące i tak być powinno. Co za tym stoi? Nie przypadek, nie ślepy los, nie odgórne przeznaczenie, nie jakieś paranoicznie poszukiwane „układy" tylko kompetencja, będąca wynikiem ciężkiej, wieloletniej pracy. Faktem jest też, że nawet ci polscy i lubelscy prawdziwi fachowcy, którzy nie zdobywają aż tak prestiżowych tytułów, jak czempionat na Mistrzostwach Świata w danej dziedzinie, są i tak w wielu przypadkach po prostu świetni. Pozostaje oczywiście pewna grupa pseudofachowców (pseudofachowość = brak umiejętności + brak szacunku dla klienta), ale tę będziemy demaskować i tępić (metodami dziennikarskimi, rzecz jasna).

W *Fachowcu lubelskim* Czytelnik znajdzie też wiele praktycznych tekstów pomagających w prowadzeniu firmy. Tym razem piszemy m.in. o ubezpieczeniu firmy budowlanej, samochodzie dostawczym, ważnych sprawach prawnych czy podatkowych i szeroko rozumianym marketingu. Ale w numerze nie może zabraknąć też licznych ofert handlowych, a te mogą się zawsze przydać.

Mamy nadzieję, że lektura pisma będzie dla Czytelnika pożyteczna. Dajemy słowo, że wszyscy ludzie zaangażowani w redagowanie *Fachowca lubelskiego* wkładają w ten projekt własne kompetencje. Dyskutujemy, jak najlepiej robić *Fachowca lubelskiego*, szukamy najlepszej formuły pisma, spieramy się i „dogadujemy", pijemy przy tym sporo kawy (niektórzy też sporo palą), ale tak właśnie powstaje pismo. A nowe w szczególności. I staramy się być w kontakcie z Czytelnikami – lubelskimi kompetentnymi fachowcami, bo to przecież dla nich jest *Fachowiec lubelski*. Czekamy na wszelkie uwagi, pomysły, słowa krytyki (ale i pozytywne opinie), bo chcemy, by nasza nowa propozycja wydawnicza na dobre zadomowiła się w świecie fachowców z branży budowlanej.

Numer drugi oddajemy w Państwa ręce w szczególnym czasie. Dlatego życzymy radosnych Świąt Bożego Narodzenia i dobrego Nowego Roku 2017. Niech Wasze kompetencje kwitną i dobrze się sprzedają, niech na Lubelszczyźnie będzie więcej pieniędzy, a w życiu prywatnym króluje to, co dobre. „Dużo szczęścia i słodyczy..." – ktoś kiedyś powiedział...

Zapraszamy do lektury.

grudzień 2016
Fachowiec lubelski

Redaktor prowadzący: Jerzy Liniewicz; **Redakcja**: Jerzy Liniewicz, Dariusz Marciniak, Aldona Mazurkiewicz, tel. 81 5350 982, informator@ihz.pl; **Redaktor techniczny**: Mariusz Karwowski; **Dział reklam**: Jarosław Flak – dyrektor ds. reklamy, Beata Góra, Magdalena Stasiak, Ewa Szymańska, tel. 81 5350 950, informator@ihz.pl; **Opracowanie graficzne**: Maciej Wasilewski, Piotr Zawada, **Realizacja**: Info Studio s.c., tel. 81 5350 970, dtp@isar.pl; **Wydawca**: Informator Handlowy „Zaopatrzeniowiec" s.c., 20-722 Lublin, ul. Roztocze 5/5, tel. 81 5350 940, fax 81 5350 969. **Zdjęcie na okładce:** Christopher Tiessen, www.oliverstreet.photo

Konkurować ceną i jakością

Jerzy Liniewicz, jurek.l@ihz.pl

Dr inż. Mariusz Skwarczyński, z-ca dyrektora ds. strategii i rozwoju firmy VERANO Ryszard Miazga, pracownik naukowy Katedry Jakości Powietrza Wewnętrznego i Zewnętrznego na Wydziale Inżynierii Środowiska Politechniki Lubelskiej, mówi o tym za co cenieni są Polacy i co zadecydowało o sukcesie VERANO

Jednym z ważnych trendów marketingu/reklamy jest odniesienie do lokalnego (państwo, region) charakteru, czy pochodzenia produktu. W sektorze budowlanym także to widać. Czy w branży, gdzie liczy się precyzja, jakość, energooszczędność i innowacyjność ma sens odwoływanie się do pozatechnicznych czynników, by pozyskać klienta?
Wyroby z Polski coraz częściej uznawane są za równorzędne bądź lepsze w porównaniu do produktów z Europy Zachodniej czy Stanów Zjednoczonych. Czynnikami wpływającymi na ten stan są przede wszystkim uzyskane przez przedsiębiorstwa dotacje unijne umożliwiające zwiększenie potencjału parku maszynowego oraz ciesząca się dużym uznaniem kadra pracownicza. W całej Europie ceni się poziom wykształcenia technicznego oraz umiejętności praktyczne Polaków. W zeszłym roku wprowadzone zostały do oferty firmy Verano innowacyjne grzejniki oraz klimakonwektory podłogowe, który uzyskały jedne z najlepszych mocy grzewczych w swojej klasie w Europie (zostało to potwierdzone w niezależnym akredytowanym laboratorium w Niemczech). Oprócz zapewnienia wysokiego standardu wykonania grzejników, wychodzimy naprzeciw indywidualnym potrzebom klientów zapewniając możliwość wykonania niestandardowego grzejnika.

Czy w branży budowlanej hasła takie, jak np. „Dobre, bo polskie/lubelskie" lub inne hasła w tym stylu pokazują prawdę o produktach i technologiach, czy są raczej nieprzemyślanym krokiem marketingowym i obietnicą bez pokrycia i lepiej jest pozostać przy formule „made in EU", a polskie akcenty pominąć?
Wszystko zależy od tego, do jakiego kraju produkt będzie dostarczony. Dużą rolę odgrywa kwestia wyrobienia marki na danym rynku, możliwość zweryfikowania produktów już zainstalowanych w obiektach referencyjnych, długość gwarancji czy dostęp do serwisu. Jeżeli klient bądź inwestor miał możliwość poznania zalet produktu z Polski - zwiększa to szanse na jego wybór w przyszłości. W Polsce wybór rodzimego produktu zależy od świadomości inwestora, wykonawcy czy projektanta oraz znajomości oferty producenta.

Czy „made in Poland" na produkcie budowlanym znaczy tyle, co „made in Germany" lub „made in Japan"?
Myślę, że to kwestia stereotypu i bez weryfikacji danego produktu ciężko powiedzieć, czy już sama kwestia, gdzie dany produkt został wyprodukowany odgrywa znaczącą rolę. Największą rolę odgrywa tutaj świadomość klienta, czy inwestora oraz poprzednie doświadczenia w kontakcie z produktem.

Jak ocenia Pan polską/lubelską myśl techniczną, jakość rodzimej oferty dla budownictwa? Co zadecydowało o sukcesie firmy Verano?
Firma Verano produkuje grzejniki i klimakonwektory podłogowe. O sukcesie przedsiębiorstwa zadecydowała przede wszystkim wykwalifikowana kadra, specjalistyczny park maszynowy oraz współpraca z uczelniami wyższymi (Politechniką Warszawską, Politechniką Krakowską oraz Politechniką Lubelską). Realizowane prace badawcze w ramach Inkubatora Innowacyjności Politechniki Lubelskiej czy stypendiów dla doktorantów Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego umożliwiły wdrożenie innowacyjnych produktów.

W jakim stopniu polska/lubelska oferta produktów i technologii stosowanych w budownictwie jest rzeczywiście autonomicznym polskim wytworem, a na ile zależy od partnerów zagranicznych i okoliczności zewnętrznych (np. fundusze UE na badania i rozwój, licencje, patenty, zagraniczni dostawcy lub podwykonawcy, zagraniczni specjaliści, współpraca instytucji i firm)?
Rozwój innowacyjnych produktów opiera się na analizie dostępnych rozwiązań w kraju i za granicą. Ponadto analizowany jest aktualny stan badań naukowych w czasopismach międzynarodowych oraz zastrzeżenia patentowe. W przypadku produkcji grzejników i klimakonwektorów podłogowych cała produkcja przeprowadzana jest w siedzibie firmy w Lublinie (tj. produkcja wymiennika ciepła, obudowy czy kratek podłogowych). Jedynym elementem grzejników obecnie dostarczanym przez partnera z zagranicy są wentylatory.

Na ile polska/lubelska branża budowlana jest obecna za granicą i czy ma szansę na dalszą ekspansję?
Grzejniki obecnie sprzedawane są do krajów Unii Europejskiej, Rosji, Ukrainy, Kanady czy Australii. Planowane są kolejne kierunki eksportu. Eksport w głównej mierze zależy od przedstawienia oferty producenta w danym kraju oraz marketingu bezpośredniego. Corocznie firma inwestuje w szkolenia branżowe dla odbiorców hurtowych i firm wykonawczych – VERANO ON TOUR.

Czy firmy uczestniczące w różnych realizacjach i projektach budowlanych i inwestorzy finalni korzystają szeroko z polskich/lubelskich technologii i produktów, czy raczej nie?
Konkurujemy zarówno ceną, ale przy zachowaniu wysokiej jakości produktu, jak również terminami dostaw i profesjonalnym doradztwem technicznym. Wysoka jakość produktów potwierdzona została certyfikatami wydanymi przez niezależne laboratoria badawcze.

Dziękuję za rozmowę.

Nie bądźmy „Chinami Europy”

Jerzy Liniewicz, jurek.l@ihz.pl

Ryszard Biesak, współwłaściciel firmy Torys sp. z o.o., chwali krajowych fachowców i proponuje polskim firmom sensowną strategię eksportu

Jednym z ważnych trendów marketingu/reklamy jest odniesienie do lokalnego (państwo, region) charakteru czy pochodzenia produktu. Czy w sektorze budowlanym ma sens odwoływanie się do pozatechnicznych czynników, by pozyskać klienta?

Jakość większości produktów wytwarzanych w naszym kraju nie odbiega poziomem od towarów importowanych, a często go przewyższa. Dowodem jest ekspansja polskich firm na wiele rynków zagranicznych, nawet tych najbardziej wymagających. Niestety bardzo często my – Polacy - twierdzimy, że „polskie jest gorsze” i może rywalizować jedynie ceną. W celu odwrócenia tych trendów konieczne są działania promocyjne i marketingowe. Jako dystrybutor materiałów do produkcji stolarki często pytam producentów, czy uważają, że ich produkt jest gorszy, niż wykonany za granicą. Niemal zawsze jest to pytanie, które bulwersuje rozmówców.

Czy w branży budowlanej hasła takie, jak np. „Dobre, bo polskie/lubelskie” lub inne w tym stylu, pokazują prawdę o produktach i technologiach, czy lepiej jest pozostać przy formule „made in EU”, a polskie akcenty pominąć?

Z punktu widzenia przedsiębiorcy najlepsze jest takie określenie, które przyniesie większą sprzedaż. Świadomość klientów jest skierowana coraz częściej na promowanie polskich produktów. Świadczą o tym częste napisy w marketach „produkt polski”. Osoby świadome tego, jak rozwinięty jest marketing tych instytucji, powinny tylko wyciągnąć z tego wnioski.

Czy „made in Poland” na produkcie budowlanym znaczy tyle, co „made in Germany” lub „made in Japan”?

Przedsiębiorcy w większości zdają sobie sprawę, że napis „made in Germany” określa miejsce, gdzie została naklejona metka. Bardzo wiele firm niemieckich, francuskich, itp. produkuje swoje wyroby np. w Chinach, z materiałów nie zawsze dobrej jakości. W związku z tym coraz częściej sprawdzamy jakość wyrobu. Osobiście największe zaufanie do takich napisów mam w przypadkach produktów polskich i wyrobów z krajów skandynawskich, gdzie „patriotyzm” do własnych produktów jest największy.

Jak ocenia Pan polską/lubelską myśl techniczną, jakość rodzimej oferty dla budownictwa? Co zadecydowało o sukcesie firmy Torys?

Nie ulega wątpliwości, że mamy w kraju świetnych fachowców. Szkoda tylko, że wielu wyjechało za granicę – zostali skuszeni większymi zarobkami. Renomowane koncerny lokują swój kapitał w Polsce nie bez przyczyny. Jedną z nich jest zapewne dobra kadra techniczna. Proszę sprawdzić, jak wielu studentów Politechniki pracuje już podczas studiów – o czymś to świadczy. Cieszy mnie bardzo stwierdzenie, że moja firma jest postrzegana jako taka, która osiągnęła sukces. W przypadku, gdy wszyscy pracownicy są zdania, że firma to przede wszystkim ludzie – ich kompetencje, rzetelność i pasja tworzenia, a nie jedynie marka czy budynek – sukces jest pewny.

W jakim stopniu polska/lubelska oferta produktów i technologii stosowanych w budownictwie jest autonomicznym polskim wytworem, a na ile zależy od partnerów zagranicznych i okoliczności zewnętrznych?

Produktów takich jest coraz więcej. Bardzo cieszy, że są to nie tylko wyroby jednostkowe produkowane dla konkretnego odbiorcy, ale również i te produkowane seryjnie. Funduszom europejskim zawdzięczamy możliwość usprzętowienia zakładów, co zapewnia wysokie standardy wykonania. Fundusze pozwoliły także zbudować piękne siedziby firm, co jest nie bez znaczenia przy nawiązywaniu kontaktu z klientami.

Na ile polska/lubelska branża budowlana jest obecna za granicą i czy ma szansę na dalszą ekspansję?

Wiele firm zawdzięcza swoje istnienie eksportowi. Szkoda tylko, że podbijamy zagraniczne rynki w większości wyłącznie ceną. Na własne życzenie chcemy być „Chinami Europy”. Wiele firm dąży wyłącznie do wzrostu wielkości produkcji, a nie kalkuluje, czy produkując mniej po odpowiednio wyższej cenie zarobiłoby tyle samo. Taki wyścig prowadzi do systematycznego obniżania jakości i trudno się dziwić, że nasze towary będą brane pod uwagę wyłącznie tam, gdzie liczy się cena, a nie jakość. Przykładem lubelskiej firmy z naszej branży, która dba przede wszystkim o swoją markę jest firma Pol-Skone. Uważam, że celem tej firmy nie jest zawojowanie nagle całego świata, lecz posiadanie dobrej marki. Współpraca z tą firmą układa się bardzo dobrze, życzyłbym sobie, aby zakres współpracy stale wzrastał.

Czy firmy uczestniczące w różnych realizacjach i projektach budowlanych i inwestorzy finalni korzystają szeroko z polskich/lubelskich technologii i produktów, czy raczej nie?

Niestety, konkurujemy przede wszystkim ceną. Najlepszych fachowców zagospodarowują duże zagraniczne koncerny, które są w stanie zapłacić im o wiele więcej i mają największe szanse wprowadzać innowacje. Nowa technologia to prawie zawsze nowy koszt wdrożenia i dopiero po pewnym czasie przynosi spodziewane efekty. Wiele małych firm nie stać na ten czas. W bardzo dużym stopniu przedsiębiorcy są wspierani funduszami unijnymi, co stanowi dużą pomoc, ale nie załatwia wszystkiego. Często nowe wdrożenie nie jest pozbawione mankamentów – aby je usuwać musimy je sprzedawać, słuchać konsumentów i eliminować wady. O tym musimy pamiętać przy zakupie nowych rozwiązań. Jednak fakt, że powinniśmy wspierać nowe rozwiązania jest dla mnie oczywisty.

Dziękuję za rozmowę.

BIO SOLIDny kocioł ekologiczny SAS

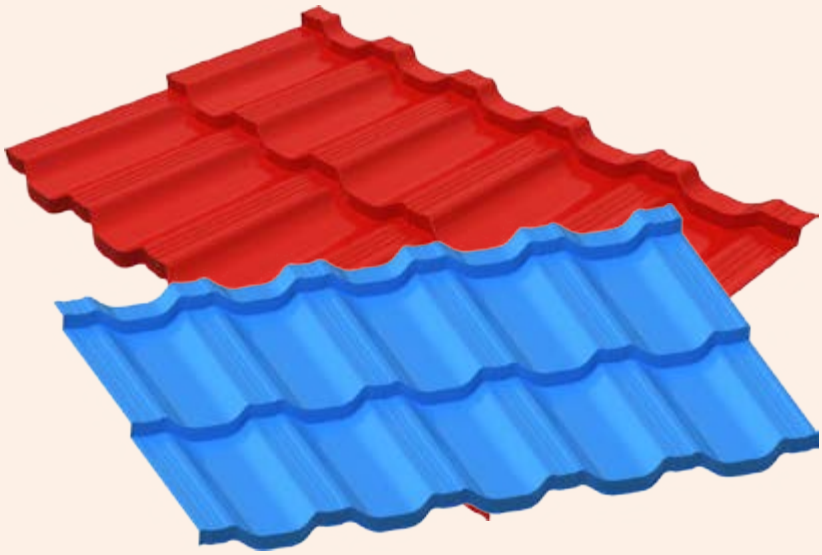
Nie wystarczy posiadanie kotła w klasie 5 według normy PN-EN 303-5:2012, by spełnić wszystkie wymagania programów dających możliwość dofinansowania wymiany „starego pieca" na nowoczesne urządzenie grzewcze przyjazne środowisku. W przypadku kotła SAS BIO SOLID z palnikiem peletowym SAS Multi Flame nie stanowi to problemu. Kocioł jest wpisany na niemiecką listę BAFA, posiada EcoDesign dla mocy 14 kW, a także został wpisany na listę Euro TOPTEN. Konstrukcja z ceramicznymi elementami i turbulatorami spalin zapewnia wysoką sprawność (powyżej 92%) i zdecydowanie ogranicza emisję spalin i szkodliwych pyłów. Wyposażenie kotła pozwala na sterowanie rozbudowaną instalacją (4 pompy, 2 zawory mieszające), a także umożliwia rozbudowę o sterowanie zewnętrzne i obsługę przez internet. Poza konstrukcją, urządzenie na rynku wyróżnia nowoczesny design i świeżość kolorystyki, co nie pozostaje bez znaczenia we współczesnych kotłowniach.

www.sas.busko.pl

Blachodachówka modułowa LENA

Naszą odpowiedzią na rosnące potrzeby rynku jest nowy wzór blachodachówki modułowej. Unikalne podwójne przetłoczenie gwarantuje usztywnienie arkuszy i podnosi walory estetyczne produktu. Dwumodułowe arkusze znacznie redukują odpad, więc doskonale sprawdzają się przy skomplikowanych, wielopołaciowych dachach. Na życzenie Klienta realizujemy także zamówienia arkuszy ciętych na wymiar.

www.wat.com.pl



Rekuperator Renovent Excellent 400

To kompaktowe urządzenie przystosowane do montażu naściennego przeznaczone jest do domów jednorodzinnych o większej powierzchni. Obecnie rekuperatory Brink serii Renovent Excellent 400 odzyskują ciepło ze sprawnością do 95%. Wskaźnik zabrudzenia filtra pokazuje na wyświetlaczu, kiedy filtr jest zanieczyszczony. Nowy system ochrony przed niskimi temperaturami pozwala na optymalną pracę nawet przy bardzo niskich temperaturach atmosferycznych. W pełni automatyczny bypass zapobiega podgrzewaniu powietrza nawiewanego do budynku przez powietrze wywiewane. Bypass jest całkowicie sterowany automatycznie, poprzez ustalenie temperatury, przy której ma on się otworzyć. Jest to odczuwalne szczególnie podczas letnich nocy, gdy pożądane jest świeże powietrze.

www.rekuperacja-wentylacja.eu

Gotowi na przyszłość – nowe kotły kondensacyjne Buderus

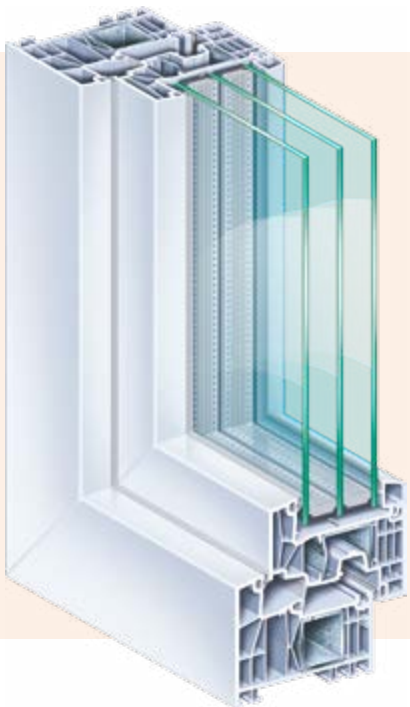
Do oferty handlowej marki Buderus weszła nowa linia urządzeń kondensacyjnych Logamax plus GB192i/192iT. Gazowe kotły kondensacyjne dotychczas najczęściej ukrywane w kotłowniach lub innych pomieszczeniach technicznych, dzięki marce Buderus staną się elementami tworzącymi nowoczesny wygląd apartamentów i domów. Fronty najnowszych kotłów Logamax plus GB192i/GB192iT wykonane są ze szkła tytanowego, które zostało specjalnie opracowane dla marki Buderus. Jest ono czyste, solidne i bardzo wytrzymałe. Podstawowe ustawienia parametrów kotłów można modyfikować za pomocą panelu dotykowego zespolonego z przednią szklaną obudową urządzenia. Panel dotykowy został zaprojektowany tak, aby był czytelny, zrozumiały i intuicyjny. Kotły mogą być sterowane przez internet za pomocą smartfona lub tabletu. Wymienniki ciepła stosowane w kotłach wykonane są ze specjalnego, nierdzewnego stopu aluminium. Obróbka powierzchni odlewu stopu odbywa się z użyciem technologii ALU plus zmniejszającej przyczepność zanieczyszczeń i pozostałości spalania, przez co kocioł pracuje stabilnie ze swoją optymalną sprawnością i efektywnością.

www.buderus-przyszłość.pl

Nowe okno na wiosnę

Wiosną 2017 roku Okno Dom startuje z kolejnym nowym produktem. 7-komorowe okno **Kömmerling 88 Premium**, pasywne w standardzie z uszczelką środkową, znakomitą izolacyjnością termiczną oraz maksymalnie dopasowanym wzmocnieniem stalowym to produkt, jakiego na rynku jeszcze nie było. Nowa generacja profili w standardowym rozwiązaniu spełnia wymagania dla domów pasywnych przy zastosowaniu pakietu trzyszybowego i izolacyjności U_w = 0,72 W/(m^{2}K).

www.oknodom.com.pl



Panel Dachowy (Blacha na rąbek stojący)

Tradycyjny w wyglądzie i nowoczesny w formie Panel dachowy z rąbkiem stojącym jest naszą propozycją dla współczesnego, wymagającego Klienta. Zastosowanie zamków zatrzaskowych pozwala na szybkie i pewne łączenie paneli bez widocznego mocowania a prostota wzoru podkreśla efekt klasycznej elegancji.

www.wat.com.pl

Maciej Krawczyk z firmy Klinar tłumaczy zasady aplikowania „ciepłego parapetu”

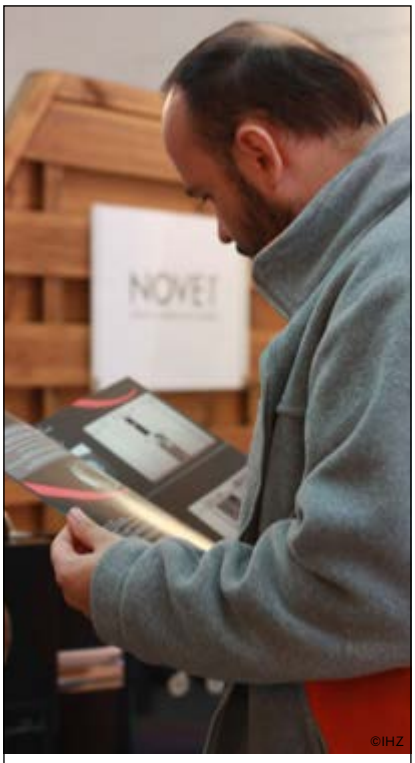
Otwarty Torys

Jerzy Liniewicz, jurek.l@ihz.pl

Lubelska firma Torys, czołowy dystrybutor materiałów do produkcji i montażu okien i drzwi na terenie południowo-wschodniej Polski, po raz kolejny zorganizowała swoje Dni Otwarte. Ryszard Biesak, współwłaściciel firmy Torys, zapytany o cel imprezy, odpowiedział naszej redakcji: – *Dni Otwarte firmy Torys mają zapoznać naszych klientów z nowymi trendami w branży, innowacyjnymi rozwiązaniami i najnowszą technologią, która pojawia się na rynku i powinna już teraz zainteresować wszystkich, którzy mają do czynienia ze stolarką. W trakcie naszego spotkania, wraz z naszymi partnerami, promujemy – podkreślam to mocno – nowe rozwiązania i informujemy też naszych partnerów o tym, co dzieje się w firmie Torys. Tematyka dni otwartych nie jest przypadkowa. Zawsze dobieramy ją pod kątem potrzeb klientów i chcemy, by to, co wspólnie wypracujemy, było przydatne dla wszystkich. Tak też się dzieje.* Tym razem wiodące tematy imprezy obejmowały pokazy technik malarskich i prezentacje systemów lakierniczych (firma Renner), laboratorium pomiarowo-badawcze i omówienie wymagań i przepisów obowiązujących w obrocie oknami i drzwiami (firma Romb), elektroniczną kontrolę dostępu i nowoczesne rozwiązania w produkcji drzwi (firma Novet) oraz coraz bardziej rozwojowy temat tzw. ciepłego parapetu, czyli profili podokiennych, ich zastosowania i montażu (firma Klinar). Chcemy odnotować niezwykłą pasję, kreatywność i dar przekonywania Macieja Krawczyka, szefa firmy Klinar, który znakomicie prezentował walory i zasady aplikowania „ciepłych parapetów” jako elementu budownictwa energooszczednego.

Celowość imprezy widzi nie tylko jej organizator, ale i uczestnicy/partnerzy. – *W trakcie Dni Otwartych także i my prezentujemy nasze najnowsze produkty. Jest to naprawdę dobra okazja, ponieważ Torys to nasz autoryzowany partner handlowy na Lubelszczyźnie. I dlatego niektóre produkty firmy Novet mają tu nawet swoją premierę. Na Dniach Otwartych pokazaliśmy m. in. systemy drzwi przesuwanych, wkładki elektroniczne, czy też okucia do tafli szklanych, a także zamki i zawiasy. Oferta skierowana jest do producentów stolarki i z takimi firmami prowadzimy rozmowy. Dni Otwarte to świetna możliwość do kontaktu z naszymi partnerami biznesowymi i trudno wyobrazić sobie nawet sytuację, by się tu nie pojawić*– wyjaśnia Ireneusz Stachurski, regionalny kierownik sprzedaży firmy Novet, producenta okuć i systemów do stolarki.

Dni Otwarte firmy Torys odbyły się 23 września br. w siedzibie firmy przy ulicy L. Herc w Lublinie.



Uczestnicy Dni Otwartych firmy Torys w trakcie tej imprezy mają możliwość zapoznać się z nowymi technologiami, które stanowią przyszłość branży stolarki

CJ BLOK sp. z o.o.

Fabryka Elementów Budowlanych

36-060 Głogów Młp., Rudna Mała 42A
tel. 17 851 82 20–21, fax 17 851 66 70
e-mail: biuro@cjblok.com.pl
kominy@cjblok.com.pl

CIEPŁY I EKOLOGICZNY DOM

NOWOCZESNE SYSTEMY KOMINOWE

MAŁA ARCHITEKTURA I OGRODZENIA

KOMPLEKSOWA OFERTA CJ BLOK DLA DOMU I OGRODU

www.cjblok.com.pl

Polacy w elicie dekarzy

Justyna Moszczyńska, Polskie Stowarzyszenie Dekarzy

26. Mistrzostwa Świata Młodych Dekarzy zorganizowane przez Polskie Stowarzyszenie Dekarzy i firmy partnerskie odbyły się tym razem w Warszawie. Polska znakomicie wypadła jako gospodarz imprezy, a nasi dekarze potwierdzili swoje wysokie umiejętności zawodowe i przynależność do światowej elity.

Polacy na podium

Całkiem sporo, bo aż 25 drużyn z 12 krajów świata od kwietnia do października przygotowywało się na Mistrzostwa Świata Młodych Dekarzy w Polsce, ćwicząc pod okiem mentorów w krajowych ośrodkach kształcenia dekarzy, by godnie reprezentować swoje kraje. Przez trzy dni drużyny rywalizowały ze sobą w Warszawie o tytuł mistrzów dekarstwa w trzech kategoriach konkursowych: dach metalowy, dach stromy i dach płaski. Pracując osiem godzin dziennie na modelach dachowych przygotowanych przez Polskie Stowarzyszenie Dekarzy, udowadniali, że zasługują na tytuł najlepszych.

Polacy mają się czym pochwalić – dwa pierwsze miejsca w kategorii dach metalowy i dach stromy należą do ekip z Polski! Pierwsze miejsce w kategorii dach płaski zajęli Szwajcarzy. Mistrzowskie drużyny uzyskały największą ilość punktów za wykonanie zadań zgodnie ze sztuką dekarską i zaleceniami producentów, optymalne wykorzystanie materiałów zapewnionych przez organizatorów oraz zachowanie zasad BHP.

26. Mistrzostwa Świata Młodych Dekarzy odbyły się w dniach od 26 do 29 października 2016 roku w Centrum Kongresowo-Targowym MT Polska w Warszawie. Redakcje *Lubelskiego Fachowca* i *Lubelskiego Poradnika Budowlanego* objęły Mistrzostwa patronatem medialnym.

Atrakcje imprezy

Hala Mt Polska przywitała gości wieloma atrakcjami na stoiskach wystawienniczych Partnerów Mistrzostw. Najważniejsze atrakcje to bicie rekordu Polski w montażu okna dachowego na czas (z firmą Velux), spotkanie z najsilniejszym Polakiem – Mariuszem Pudzianowskim na stoisku firmy Blachy Pruszyński i spotkanie z Rajdos Ekipos, turnieje piłkarzyków na stanowisku firmy FAKRO, Life-cooking na stoisku firmy VILPE, pokazy sztuki dekarskiej na stanowisku firmy Blachotrapez, wystawa „Wyczarowane z drewna" – w ramach współpracy klas dekarskich z PSD, a także pokaz mody dekarskiej SNICKERS w wykonaniu grupy AFRICA STYLE. A wszystko relacjonował Filip Chajzer.

Goście

Mistrzostwa odwiedziły 32 delegacje z całego świata w tym m.in. z USA, Chin, Rosji, Białorusi, Turcji, Chorwacji, Czech i Norwegii - pomimo, że kraje te nie wy-

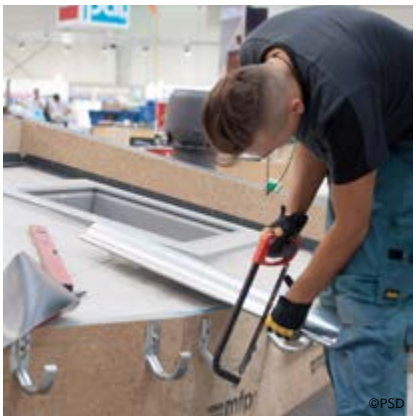
stawiały swoich drużyn na zawody. Halę MT Polska odwiedziło 4,5 tys. osób: dekarze, architekci, właściciele firm dekarskich, przedstawiciele jednostek samorządów regionalnych, uczniowie szkół o profilu budowlanym (w ramach kampanii edukacyjnej ZAWÓD PRZYSZŁOŚCI – DEKARZ).

Kongres IFD

Równolegle do Mistrzostw w hotelu Marriott w Warszawie odbywał się 64. Kongres IFD. Goście Kongresu omawiali najnowsze trendy na rynku dekarskim i prezentowali stanowiska poszczególnych krajów w zakresie zmian zachodzących w branży. Polska zakończyła także prezydenturę w IFD i Michał Olszewski, dotychczasowy Prezydent Światowej Federacji Dekarzy, przekazał tę funkcję następcy – Walterowi Bisig ze Szwajcarii. Goście Kongresu codziennie odwiedzali arenę Mistrzostw Świata Młodych Dekarzy.

Integracja dekarzy

Zawodnicy podczas wydarzenia wzięli udział w 3 wieczorach integracyjnych zorganizowanych przez PSD i IFD. Pierwszy wieczór miał charakter integracyjny drużyn, podczas drugiego wieczoru (polskiego) - wraz z Partnerami (firmami FAKRO i BLACHY PRUSZYŃSKI) zaprezentowane zostało to, co w Polsce najlepsze, najpiękniejsze i najsmaczniejsze. Goście zostali oczarowani przez polską gościnność. Podczas Gali wyłoniono zwycięzców Mistrzostw. Niespodzianką była także nagroda Prezydenta IFD dla drużyny z kategorii dach metalowy za wykonanie orła z blachy. ■



Więcej o imprezie i działalności PSD: www.dekarz.com.pl, www.facebook.com/PolskieStowarzyszenieDekarzy

REKLAMA

OREX
Robert Karwowski

Warsztat i biuro
20-423 Lublin, ul. Piękna 8
tel. 606 973 317

Orex jest firmą ślusarsko-budowlaną zajmująca się produkcją:
• przęseł ogrodzeniowych • bram • furtek • krat
• konstrukcji stalowych

Oferujemy profesjonalne malowanie proszkowe elementów o maksymalnych wymiarach 3000 × 1500 × 1800 mm

Oferujemy również:
• automatykę do bram przesuwnych i skrzydłowych • siatki ogrodzeniowe
• ogrodzenia panelowe

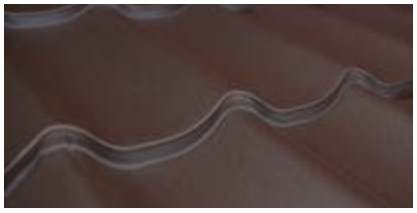
Wybrane produkty transportujemy i profesjonalnie montujemy zgodnie z życzeniem klientów

www.orex.biz.pl • www.lakiernia-proszkowa-lublin.pl • e-mail: biuro@orex.biz.pl

WAT – producent blach dachowych

Firma WAT powstała w 1991 roku. Od początku swojego istnienia zajmuje się sprzedażą wyrobów hutniczych, materiałów budowlanych oraz artykułów metalowych. W miarę upływu czasu firma rozpoczęła sprzedaż, a następnie produkcję blaszanych pokryć dachowych. W pierwszej fazie były to blachy trapezowe o różnych wysokościach, a później także blachodachówka oraz poszczególne obróbki blacharskie nawet do 6 mb.

Materiał wsadowy, który wykorzystujemy do profilowania blach, produkcji m.in. ArcelorMittal, Marcegaglia, U.S. Steel, Tata jest najwyższej jakości. Produkowane przez nas wyroby uzyskały Aprobatę Instytutu Techniki Budowlanej oraz Atesty Państwowego Zakładu Higieny. Oznacza to, że spełniają one wymagania stawiane inwestorom przez nowe prawo budowlane.



Blachodachówka MAJOR

Blachodachówka FALA

Blachodachówka LENA

Panel dachowy – blacha na rąbek

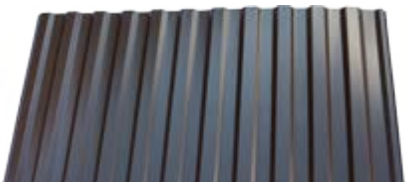
Klienci znajdą w Przedsiębiorstwie WAT szeroką gamę materiałów i akcesoriów pokryciowych oraz elewacyjnych stosowanych w budownictwie jednorodzinnym (budynki mieszkalne, gospodarcze) i przemysłowym (supermarkety, obiekty wielkopowierzchniowe). Wszystkie sprzedawane przez nas towary dowozimy własnym transportem na miejsce wskazane przez klienta, dzięki czemu nasza oferta staje się kompleksowa i bardziej atrakcyjna.

Nieustanne zabieganie o poprawę jakości naszych wyrobów wiąże się z koniecznością modernizacji linii produkcyjnych w czym znacznie wsparły nas dotacje UE. Dzięki nim udało się nam wymienić istniejący park maszynowy oraz poszerzyć ofertę o nowe wzory.

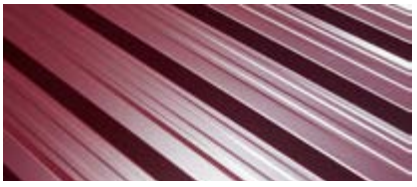
Produkując według najnowszych technologii proponujemy Państwu:

- blachodachówkę MAJOR – klasyczne pokrycie dachowe o uniwersalnym zastosowaniu zarówno w budownictwie jednorodzinnym jak i na obiektach użyteczności publicznej, kompleksach przemysłowych i gospodarczych;
- blachodachówkę FALA – eleganckie i trwałe pokrycie dachowe łączące tradycję z nowoczesną technologią. Wyglądem przypomina dachówkę ceramiczną;
- blachodachówkę modułową LENA – to nasza odpowiedź na rosnące potrzeby rynku. Unikalne podwójne przetłoczenie gwarantuje usztywnienie arkuszy, a jednocześnie podnosi walory estetyczne produktu. Istnieje możliwość zamówienia arkuszy na wymiar;
- panel dachowy – blachę na rąbek;
- trapezy: T-8, T-12, T-18, T-18 EKO, T-35.

Trapez T-8



Trapez T-12



Trapez T-18 EKO

Trapez T-35

Blacha z powłoką antykondensacyjną

W swojej ofercie posiadamy również blachę z powłoką antykondensacyjną, czyli samoprzylepną membraną klejoną do spodniej strony blachy. Podstawowe zalety tej powłoki to: absorbcja wilgoci pojawiającej się na wewnętrznej stronie dachu wskutek kondensacji pary wodnej, dodatkowa ochrona przed korozją, zwiększona izolacja akustyczna i termiczna.

Zapraszamy do oddziałów naszej firmy na bezpłatną wycenę.

WAT PRODUCENT BLACH DACHOWYCH

WAT
Mętów 165 koło Lublina
tel. 81 751 9884, 81 751 8664
www.blachywat.pl

Bychawa, ul. Piłsudskiego 7–15
tel. 81 566 08 58, 81 566 0917
Kraśnik, ul. Urzędowska 44
tel. 81 825 0977, 81 825 1789

WAT

PRODUCENT
BLACH
DACHOWYCH

NOWOŚĆ

BLACHODACHÓWKA MODUŁOWA

LENA

GWARANCJA DO 35 LAT

GRANITE® HDX i GRANITE® STORM

20-388 Lublin, Mętów 165 tel/fax 81/751-86-64

©OIP Lublin

Produkcja, zastosowanie i bezpieczne usuwanie azbestu

Monika Sierakowska-Czeladziński, Inspektor Pracy, Okręgowa Inspekcja Pracy Oddział Lublin

Znany od czasów starożytnych, zdobył sobie wielką popularność w budownictwie i przemyśle w XX wieku. W Polsce produkowano wyroby azbestowe od 1907 do 1998 roku, a obecnie trwa długoletni proces ich usuwania zgodnie z Programem Oczyszczania Kraju z Azbestu na lata 2009–2032.

Pojęciem azbestu objęta jest grupa minerałów włóknistych, naturalnie występujących w przyrodzie, o unikalnych właściwościach chemicznych i fizycznych. „Azbest" stanowi więc nazwę handlową takich materiałów nieorganicznych, które pod względem chemicznym są uwodnionymi krzemianami różnych metali (magnezu, sodu, wapnia lub żelaza), a przez swoje właściwości zyskały szerokie zastosowanie, głównie w budownictwie, ale też w motoryzacji, chemii, przemyśle maszynowym i włókienniczym. Włókna azbestowe są bowiem lekkie i trwałe, odporne na działanie wysokich temperatur, korozję i gnicie, wytrzymałe na działania mechaniczne, mają właściwości umożliwiające tkanie, zaplatanie i mieszanie z różnymi spoiwami.

Lubelskie azbestem stało

Produkcja wyrobów azbestowych na terenie Polski trwała od 1907 do 1998 roku i została wstrzymana po wejściu w życie Ustawy o zakazie stosowania wyrobów zawierających azbest z 19 czerwca 1997 roku (Dz.U. nr 101, poz. 628 z 1997 r. i nr 156 z 1998 r.). Według danych szacunkowych przed zakazem stosowania azbestu Polska posiadała w zabudowie około 15,5 mln ton wyrobów zawierających azbest, a jego „lwia część" (aż 2 mln ton) znajdowała się właśnie na terenie województwa lubelskiego.

W 2013 roku na zlecenie Ministerstwa Gospodarki zaktualizowano informacje o zakładach, które w czasach „azbestowej świetności" stosowały go w produkcji i które są wymienione w załączniku nr 4 do wyżej wymienionej ustawy. Zgodnie z zawartymi w opracowaniu informacjami, do roku 1997 w Polsce działały 24 zakłady produkujące wyroby azbestowe na mniejszą lub większą skalę, w tym dwa na terenie województwa lubelskiego: Lubelskie Zakłady Eternitu w Lublinie (produkcja płyt falistych) oraz Zakład Produkcji Płytek Cementowo-Azbestowych w Końskowoli (produkcja płyt typu „karo"). Dla każdego z zakładów opracowano kartę zawierającą podstawowe informacje o stanie zakładu i jego wpływie na środowisko.

Z treści przedmiotowych kart wynika, że w lubelskich zakładach nie zaobserwowano negatywnego wpływu azbestu na środowisko oraz na zdrowie mieszkańców nieruchomości znajdujących się w pobliżu zakładów, a ich zabudowania są obecnie w „dostatecznym stanie technicznym" i na ich terenie prowadzona jest działalność handlowo-usługowa.

Uwalniamy się od azbestu

Zauważalny w ciągu ostatnich lat wyraźny wzrost ilości prac związanych z usuwaniem materiałów budowlanych zawierających azbest ma niewątpliwie związek z Programem Oczyszczania Kraju z Azbestu na lata 2009–2032. Utrzymuje on cele przyjętego 14 maja 2002 roku przez Radę Ministrów „Programu usuwania azbestu i wyrobów zawierających azbest, stosowanych na terytorium Polski", a także określa nowe zadania niezbędne do oczyszczenia kraju z azbestu w okresie 24 lat, wynikające ze zmian gospodarczych i społecznych, jakie nastąpiły w związku ze wstąpieniem Polski do Unii Europejskiej.

Zgodnie z założeniami Programu do roku 2032 Polska ma za zadanie „uwolnić się" od szkodliwego wpływu azbestu (zarówno na środowisko, jak i zdrowie człowieka) poprzez całkowite jego usunięcie oraz unieszkodliwienie. Zadanie to realizowane jest między innymi przy pomocy wsparcia finansowego dla działań prowadzonych przez jednostki samorządu terytorialnego, co ma bezpośrednie przełożenie zarówno na ilość wykonywanych prac, jak i – co najważniejsze – na ich jakość. Ponadto programy wsparcia w swoich założeniach mają za zadanie informować

osoby zainteresowane usunięciem azbestu o możliwościach skorzystania z pomocy, a wykonawców robót pracujących w kontakcie z azbestem edukować w zakresie bezpieczeństwa i higieny pacy.

Pod nadzorem PIP

Tematyka BHP podczas usuwania wyrobów zawierających azbest z obiektów budowlanych i przemysłowych jest od lat w kręgu szczególnych zainteresowań organów kontroli Państwowej Inspekcji Pracy. Dzieje się tak głównie ze względu na ilość zagrożeń, jakie wiążą się z przedmiotową pracą, zarówno przez fakt kontaktu pracowników z materiałami zawierającymi azbest, jak i same warunki wykonywania pracy – zazwyczaj usuwanie azbestu oznacza pracę na wysokości, czyli – w myśl obowiązujących przepisów – pracę szczególnie niebezpieczną.

Analiza kontroli przeprowadzonych w roku 2015 i porównanie ich wyników (zarówno pod względem stwierdzonych nieprawidłowości, jak i wydanych środków prawnych) z wynikami kontroli z lat ubiegłych wykazała, że stan BHP przy wykonywaniu prac w kontakcie z azbestem ulega poprawie. Najmniej nieprawidłowości stwierdza się nadal w podmiotach, które od lat usuwają wyroby zawierające azbest, nawet takich, dla których demontaż azbestu nie stanowi głównego profilu działalności. Zakłady usuwające azbest dorywczo nie mają w tym zakresie wystarczającej wiedzy i nie uzyskują zadowalających efektów zarówno pod względem organizacyjnym, technicznym, jak i w zakresie właściwego przygotowania pracowników do wykonywania tych prac (wyposażenie w wymaganą przepisami odzież ochronną oraz środki ochrony indywidualnej, przeszkolenie w zakresie BHP oraz uzyskanie zaświadczeń o braku przeciwwskazań zdrowotnych do pracy w kontakcie z azbestem). Poziom przestrzegania przepisów prawa pracy, w tym przepisów BHP zależny jest bowiem od stopnia wiedzy, świadomości i zaangażowania pracodawców, co przekłada się bezpośrednio na zaangażowanie pracowników.

Województwo lubelskie zajmuje drugą lokatę (po mazowieckim) pod względem ilości nagromadzonych wyrobów zawierających azbest w obrębie obiektów budowlanych i przemysłowych, a co za tym idzie, w najbliższych latach można spodziewać się znacznej intensyfikacji prac związanych z jego usuwaniem. Pociągnie to za sobą potrzebę włączenia większego potencjału ludzkiego firm specjalizujących się w bezpiecznym usuwaniu wyrobów zawierających azbest, jak i tych, które „skuszą się" możliwością zarobienia szybkich pieniędzy, robiąc to „na dziko", bez wymaganych procedur, dokumentów i odpowiedniego przygotowania. Dlatego tak istotne jest promowanie dobrych praktyk wśród pracodawców, co Państwowa Inspekcja Pracy stale realizuje w ramach swoich działań prewencyjnych. ■

Wszystkim zainteresowanym problematyką usuwania azbestu sugerujemy odwiedzenie strony www.lublin.pip.gov.pl (aktualności), gdzie znaleźć można relację z Konferencji „Praca z azbestem – aspekty zdrowotne, prawne i środowiskowe". Konferencja odbyła się 22 listopada br. na Politechnice Lubelskiej, a zorganizowali ją: Okręgowy Inspektorat Pracy w Lublinie, Województwo Lubelskie i Wydział Budownictwa i Architektury Politechniki Lubelskiej.

REKLAMA

STAN® LAB

PPH Stanlab Sp. J.
ul. Diamentowa 7
20-447 Lublin

tel. 81 744 10 15
81 710 07 09
fax 81 744 10 14

dhf@stanlab.net

OFERUJEMY:
- sklejki szalunkowe
- dźwigary, podpory budowlane
- OSB, MDF, HDF, HPL
- tarcicę
- płyty meblowe
- płyty stolarskie
- sklejki meblowe i opakowaniowe
- listwy sprężynujące, ramy łóżkowe
- korek techniczny
- materiały plandekowe
- folie transparentne
- folie zbrojone

www.stanwood.pl

W montażu warstwowym zewnętrzna warstwa izolacji zapobiega przedostawaniu się wilgoci z zewnątrz do szczeliny wypełnionej pianką

Nowe trendy w montażu okien

Ryszard Biesak, Torys

Przy budowie różnych obiektów coraz więcej naszej uwagi pochłania wybór materiałów i technologii zapewniających jak najmniejsze straty energii w okresie eksploatacji budynku. Powszechnie wiadomo, że pod tym względem „najsłabszymi" elementami są dachy i otwory okienno-drzwiowe, przez które ucieka najwięcej ciepła.

Niestety, kiedy dochodzi do konieczności rozważenia problemów związanych z energooszczędnością stolarki okiennej, wysiłki inwestorów nagminnie kończą się na wyborze tych o jak najlepszych parametrach termoizolacyjnych, bez uwzględniania wagi sposobu ich osadzenia. W efekcie oszczędności, osiągnięte (przynajmniej w przewidywaniach) dzięki zakupowi nawet bardzo dobrych okien, przy nieodpowiednim montażu są pozorne, a straty energii pogłębiają się z każdym rokiem. Często mamy na przykład zastrzeżenia dotyczące zimnego glifu z odczuwalnym, pozornym, powiewem zimnego powietrza, upatrując źródło problemu w nieszczelności skrzydła. A to nie zawsze jest prawdą. Zjawisko to spowodowane jest najczęściej postępującą degradacją warstwy uszczelnienia na styku okna ze ścianą. Zapobiec można mu na kilka sposobów, stosując nowoczesne technologie osadzenia okien.

Ciepły montaż

Często nazywa się tak montaż warstwowy. W metodzie tej warstwę uszczelniającą z pianki poliuretanowej, która jest głównym izolatorem, osłania się taśmami: paroszczelną od strony pomieszczeń i paroprzepuszczalną od strony zewnętrznej. Stanowiąc dodatkową izolację, taśmy przede wszystkim regulują wilgotność ściany. To bardzo ważne, ponieważ pojawienie się wilgoci w ścianie powoduje znaczne obniżenie parametrów zarówno termicznych, jak i akustycznych otworu okiennego. Taśma paroszczelna powoduje zatrzymanie wilgoci działającej na okno od strony wewnętrznej oraz tej, która pojawia się w warstwie uszczelniającej z pianki poliuretanowej, uniemożliwiając jej dalsze przenikanie w kierunku pomieszczeń. Taśma paroprzepuszczalna zaś umożliwia jej odprowadzenie na zewnątrz budynku. Ponadto chroni warstwę pianki przed opadami atmosferycznymi.

Oprócz taśm wewnętrznych i zewnętrznych dostępne są również taśmy uniwersalne, które spełniają powyższe warunki w zależności od sposobu ich przyklejenia.

Okno zamontowane w strefie ocieplenia (widok od strony pomieszczeń)

Problematyczne uszczelnienie okna z węgarkiem wykonanym z cegły lub warstwy ocieplenia w technologii ciepłego montażu rozwiązuje się przez zastosowanie taśmy rozprężnej. Rozprężając się samoistnie, koryguje ona zmianę wielkości szczeliny, której pojawienie się związane jest na przykład z ruchem termicznym okna. Niektóre firmy zalecają stosowanie tego rodzaju taśm jako zamiennika dla pianki poliuretanowej.

I jeszcze jedno, ciepły montaż jest metodą stosowaną od niedawna, a naprawienie nawet drobnych błędów wymaga bardzo dużych nakładów czasowych i finansowych. Jego wykonanie warto więc zlecić wyspecjalizowanej ekipie.

Posadowienie okna w ścianie

Dzięki przeprowadzonym analizom przebiegu izoterm i położenia punktu rosy ustalono, że na termoizolacyjność okna bardzo duży wpływ ma jego miejsce posadowienie w murze. Ustalono jednocześnie jego optymalne położenie, które jest różne w zależności od konstrukcji ściany:

- w ścianach jednowarstwowych okno powinno być zamocowane w środkowej części ściany. Przemawia za tym maksymalne doświetlenie pomieszczenia i mniejsze wychłodzenie zewnętrznej strony ramy okiennej;
- w ścianach dwuwarstwowych okno mocujemy, wysuwając je w kierunku zewnętrznej krawędzi warstwy wewnętrznej, czyli muru. Jeszcze lepsze parametry uzyskuje się, wysuwając okno w warstwę ocieplenia;
- w ścianach trójwarstwowych najkorzystniejsze jest umieszczenie okna w warstwie o najlepszych parametrach termicznych, zwykle jest to warstwa środkowa (ocieplenie). Jeżeli okno jest grubsze od warstwy ocieplenia, licujemy je z jego zewnętrzną stroną.

Montaż w warstwie ocieplenia

Wraz z pojawieniem się technologii montażu okien w warstwie ocieplenia, pojawiły się problemy z zachowaniem jego stabilności w trakcie użytkowania. Rozwiązuje się je na kilka sposobów, mocując okno przy użyciu specjalnych konsol lub profili instalacyjnych (tzw. system Simplex).

Konsole to specjalne kształtowniki metalowe lub tworzywowe. Mocuje się je sztywno do ściany i okna na całym jego obwodzie, co zapewnia jego stabilność oraz precyzyjną regulację położenia ramy.

Specjalny profil instalacyjny pozwala uzyskać stabilne i ciepłe połączenie okna

REKLAMA

BUDOWNICTWO ARANŻACJE OGRÓD
LUBDOM®
24–26 MARCA 2017

NOWOŚCI TARGÓW:
- wyposażenie wnętrz
- budownictwo energooszczędne
- bezpieczny dom
- architektura ogrodu

TARGI LUBLIN

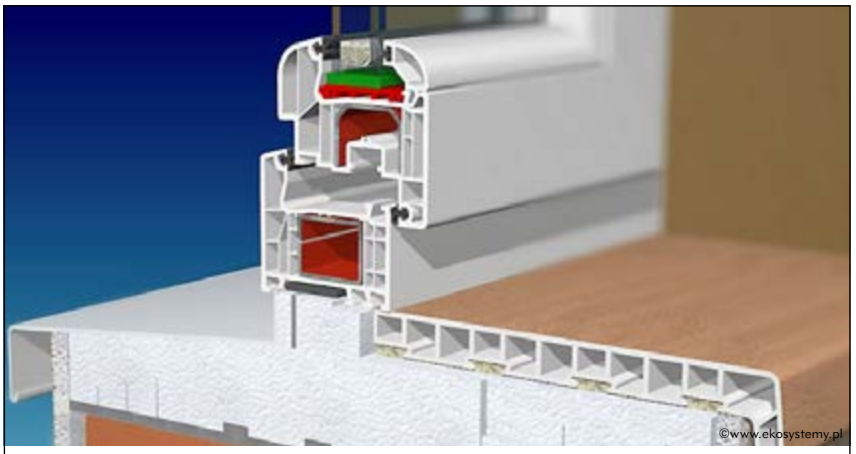
www.lubdom.targi.lublin.pl

Profile instalacyjne wykonuje się z materiałów o dużym współczynniku przenikania ciepła (np. ze sprasowanej pianki poliuretanowej z dodatkiem drobin aluminiowych), które mocuje się wokół otworu okiennego. Stanowią one zatem jego przedłużenie, będące podstawą dla montowanego okna. Uzyskuje się dzięki temu i stabilne, i ciepłe połączenie okna.

Profile podparapetowe

Najbardziej newralgicznym miejscem połączenia okna ze ścianą jest część podparapetowa. Wykruszanie się pianki poliuretanowej pod wpływem obciążenia dokonuje się tu najszybciej. Ciekawym rozwiązaniem tego problemu, który od jakiegoś czasu proponuje rynek, jest tzw. ciepły parapet. Jest to specjalnie wyprofilowany podkład wykonany z polistyrenu ekstrudowanego (XPS), charakteryzującego się bardzo dobrą izolacyjnością termiczną, akustyczną, a także wysoką odpornością na działanie wilgoci, twardością i wytrzymałością.

Podkład taki łączy się z ramą okienną na zamek – specjalne wyprofilowane złącze, zapewniające dokładne przyleganie podkładu do ramy. Ponadto większość producentów centralnie pod ramą okienną umieszcza na całej szerokości okna taśmę rozprężną, która dodatkowo zapewnia szczelność.



Montaż w strefie ocieplenia wymaga zastosowania elementów stabilizujących okno. Mogą to być konsole albo specjalne profile instalacyjne. Przestrzeń pod parapetem zabezpiecza się, stosując profile podparapetowe

Podsumowanie

W okresie systematycznego wzrostu cen nośników energii ogrzewania warto dokonać poważnej analizy opłacalności zamocowania okien według nowych metod. Materiały stosowane do różnych technologii montażu energooszczędnego systematycznie tanieją, inwestycja staje się więc coraz bardziej rentowna. Nie można również pominąć faktu zwiększonego komfortu cieplnego oraz mniejszej podatności ścian na powstawanie grzyba. W wielu krajach „ciepły montaż" stał się już standardem. ■

REKLAMA

FORUM WENTYLACJA® 2017

SALON KLIMATYZACJA® 2017

15 LAT 2003 2017

NAJWIĘKSZE WYDARZENIE BRANŻOWE

7-8 MARCA
WARSZAWA

WYDARZENIA TARGOWE

SEMINARIA
dwudniowy cykl wykładów, źródło praktycznej wiedzy

ARENA TECHNOLOGII
systemy VRF oraz wentylatory oddymiające

STREFA INSTALATORA
praktyczne pokazy i montaże, wymiana doświadczeń

KONKURS
najnowsze urządzenia prezentowane przez wystawców

Pomysłodawca i organizator:
Stowarzyszenie Polska Wentylacja®

spw@wentylacja.org.pl | tel./fax 22 542 43 14

www.forumwentylacja.pl

Okno nowoczesne, energooszczędne i bezpieczne KöMMERLING 76 MD

Okno w systemie Kömmerling 76 MD to kolejny produkt w naszej ofercie, który spełnia wymagania nowoczesnego budownictwa i potrzeby naszych klientów. Osiąga najwyższe parametry izolacyjności termicznej, wartość współczynnika Uf do 1,0 W/(m^{2}K) w wersji standardowej, natomiast **Uw dla okna** referencyjnego do **0,73 W/(m^{2}K).** To nowoczesny i najlepszy w swojej klasie system okien, który sprawia, że oszczędzanie energii jest komfortowe i proste.

Okno dobrze wyposażone o głębokości zabudowy 76 mm, 6 -komorowe.

Znakomita szczelność. System MD z dodatkową uszczelką środkową w ramie, dzielącą przestrzeń między ramą a skrzydłem na dwie komory termoizolacyjne, dzięki czemu uzyskuje się dodatkowy wzrost izolacyjności termicznej.

Lepsze zabezpieczenie przed włamaniami. Okucia ROTO NT z elementami antywłamaniowymi w standardzie. Funkcja RU okna wyposażona w 3 zaczepy antywyważeniowe, funkcja R okna wyposażona w 1–3 zaczepy antywyważeniowe.

Perfekcyjna wentylacja. Mikrowentylacja – zaczep do mikrowentylacji zapewnia stałą wymianę powietrza.

Większy komfort użytkowania. Blokada błędnego położenia klamki ze zintegrowanym najazdem zapobiega obwieszaniu się skrzydła i jednocześnie blokuje funkcję uchyłu przy otwartym oknie.

Klamki Roto secustik w kolorze białym lub w kolorze okleiny.

Uszczelka – wypełnienie dolnego wrębu ramy zapewniająca ochronę przed brudem i ułatwiająca pielęgnację okna.

Uszczelki z materiału TPS o podwyższonej trwałości i odporności na czynniki atmosferyczne i promieniowanie UV; wtłaczane w profil już w fabryce u producenta profili okiennych.

Energooszczędne szyby. Zgodnie z tendencją do stałego zwiększania energooszczędności domów i zmianami warunków technicznych, standardem w oknach stają się **pakiety trzyszybowe** o współczynniku Ug między 0,7 a 0,5 W[m^{2}K].

Listwa podokienna (montażowa) gwarantująca bezpieczny transport i ułatwiająca montaż parapetów.

Okno dobrze dopasowane do Twoich oczekiwań. W zależności od potrzeb, wyprodukujemy okno, które poprawi poziom izolacji cieplnej domu, zwiększy ochronę przed hałasem, zapewni dostęp naturalnego światła i ciepła do wnętrza domu oraz zagwarantuje bezpieczeństwo domowników.

OKNO DOM

Zakład Produkcyjny
21-080 Garbów, ul. Młyńska 12, tel. 81 501 8220,
garbow@oknodom.com.pl, www.oknodom.com.pl

Biuro Handlowe
20-309 Lublin, ul. Łęczyńska 1
tel. 81 441 3710, oknodom@oknodom.com.pl

Nowy Citroën Jumpy to idealny partner każdego profesjonalisty. Wyróżnia się niezwykłymi zaletami użytkowymi. Został zaprojektowany na bazie nowej platformy, zmodernizowano jego design, co widać choćby po imponująco nowoczesnym przodzie. W kompaktowej wersji nadwozia o długości 4,6 metra, wyjątkowej w tym segmencie samochodów, idealnie sprawdza się w użytkowaniu miejskim. Manewry i jazda nim po mieście nie stanowią większego problemu. Pomimo kompaktowych wymiarów zachowuje wszystkie atuty samochodu dostawczego: 1400 kg ładowności użytkowej, 5,1 m objętości ładunkowej i 3,3 m długości użytkowej. Nowy Citroën Jumpy Kombi jest również dostępny w wersji długości XS, zapewniając wygodne miejsce aż dziewięciu osobom.

www.dealer.citroen.pl/lublin-fixforumlider

Kompaktowa wiertarko-wkrętarka XR 14,4 V wyposażona jest w nowe akumulatory 2,0 Ah XR w technologii litowo-jonowej. Bezszczotkowa technologia budowy silnika zapewnia doskonałą wydajność urządzenia. Metalowe koła zębate w 2-biegowej przekładni wpływają z kolei na zwiększenie czasu pracy i dłuższą żywotność. 15 pozycji momentu obrotowego umożliwia odpowiednie dostosowanie przy wkręcaniu różnych wkrętów w wielu materiałach. Dioda LED umieszczona w stopie z funkcją opóźnienia wygaszenia daje lepszą widoczność pola pracy oraz pełni w razie potrzeby funkcję latarki. Ponadto wsuwane mocowanie akumulatorów pozwala na ich szybki montaż i demontaż, a stalowy zaczep do paska i silny, magnetyczny chwyt bitów zapewnia dodatkową wygodę. Wielonapięciowa ładowarka pozwala na ładowanie wszelkich wsuwanych akumulatorów typu XR 18 V, 14,4 V, a także 10,8 V. Maksymalny moment obrotowy wynosi 57 Nm.

www.phuasmet.pl

Urządzenia do diagnozowania usterek układów hydraulicznych, doboru mocy oraz testowania i regulacji podzespołów, takich jak pompy, zawory, siłowniki hydrauliczne czy rozdzielacze. Oprócz manometrów mamy w swojej ofercie bardziej rozbudowane urządzenia diagnostyczne, jak próbnik hydrauliczny czy hydrotester. Przy pomocy obu urządzeń można symulować zbliżone do rzeczywistych warunki pracy układu hydraulicznego lub podzespołu, a wskazania na manometrze i przepływomierzu (w przypadku Hydrotestera) i wynikające z nich zależności pozwalają diagnozować poprawność działań elementu, wartość nastaw zaworów, stopień szczelności, dobór mocy zasilania itd. Zastosowanie tych urządzeń pozwala zaoszczędzić czas i pieniądze.

www.hydrotech.lublin.pl

ZAKPOL

Lublin, ul. Młyńska 11
tel. kom. 601 295 550, 881 737 838
e-mail: zakpollublin@wp.pl
www.zakpol-lublin.pl

Materiały budowlane

- cement • styropian
- tynki elewacyjne
- cegła • beton towarowy
- bloczki fundamentowe
- belit • beton komórkowy
- stropy teriva • stal
- systemy kominowe

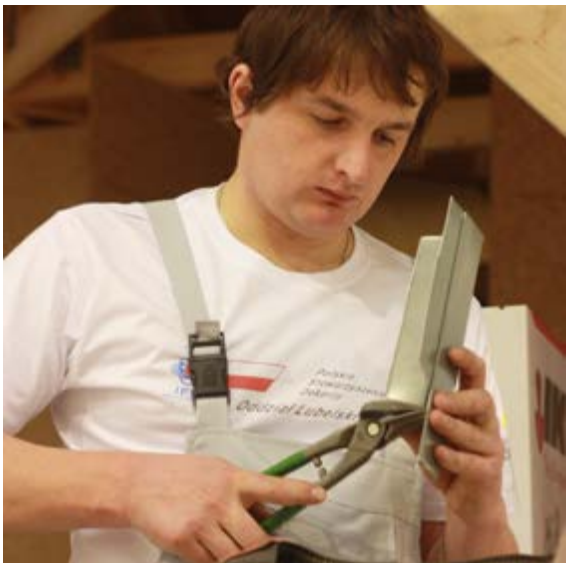
TRANSPORT HDS

HYDROTECH

Lublin, ul. Janowska 7c, tel./fax 81 534 24 65
www.hydrotech.lublin.pl

DORADZIMY WYMYŚLIMY WYKONAMY
KOMPLEKSOWE ROZWIĄZANIA Z ZAKRESU HYDRAULIKI SIŁOWEJ

SPRZEDAŻ PRODUKCJA PROJEKTY REMONTY



Potrzeba dobrego prawa

Przemysław Cybul, Polska Federacja Budownictwa

Polska Federacja Budownictwa obserwuje i aktywnie reaguje na zmiany przepisów prawnych regulujących funkcjonowanie biznesu w branży budowlanej. Od 2013 roku, zamiast zyskiwać na zapowiadanych przez kolejne rządy zmianach, polscy przedsiębiorcy wciąż liczą straty.

Nieuczciwa konkurencja ze strony potężnych zachodnich korporacji skutecznie utrudnia funkcjonowanie coraz mniej licznym polskim producentom materiałów dla budownictwa. Polskie firmy dystrybucyjne również przeżywają trudny okres. Niemal wszystkie większe firmy musiały zmienić profil swej działalności, znacznie ją ograniczyć lub zamknąć. Stan ten spowodowany jest wieloma czynnikami, ale najsilniej na kondycję dystrybutorów materiałów budowlanych w Polsce wpływają dwa elementy. Z jednej strony konkurencja hipermarketów (w perspektywie Europy, w Polsce jest najwięcej hipermarketów budowlanych na jednego mieszkańca!), a z drugiej szara i czarna strefa. Powszechną stała się sprzedaż materiałów i usług budowlanych bez podatku VAT. Sprzedaż materiałów budowlanych ze stawką VAT 8% pod pozorem wykonywania usług jest dziś normą. Rzetelnie działające firmy dystrybucyjne, sprzedające materiały ze stawką 23%, nie mają szans z tańszą o 15% „garażową" konkurencją.

O problemie tym PFB oraz inne organizacje przedsiębiorców już od 2013 roku informują kolejne ekipy polskiego rządu. Konieczna jest zmiana patologicznej ustawy o podatku VAT. Straty Skarbu Państwa spowodowane sprzedażą materiałów budowlanych na podstawie sfałszowanych faktur VAT oraz wiążącą się z tą sprzedażą szarą strefą w sektorze usług budowlanych, jedynie w segmencie nowych domów jednorodzinnych, wynoszą w Polsce ponad 1,6 mld zł rocznie!

Apele przedsiębiorców częściowo przyniosły pozytywny skutek. Od 1 stycznia 2017 roku wystawienie lub użycie faktury VAT potwierdzającej nieprawdę co do czynników mających wpływ na ustalenie wysokości podatku VAT jest przestępstwem z art. 271a i 277a Kodeksu karnego! Taka działalność oznaczać może nawet 25 lat więzienia. Należy zwrócić uwagę, że w przypadku sprzedaży materiałów budowlanych ze stawką 8% – jako fikcyjnej usługi, odpowiedzialność karną ponosić będzie również nabywca tych materiałów. Rzetelni dystrybutorzy materiałów budowlanych w tych drastycznych przepisach dostrzegają dla siebie światełko w tunelu, gdyż obecnie przegrywają grę konkurencyjną z tańszą, nieuczciwą, garażową konkurencją.

Nowym pomysłem Ministerstwa Finansów jest zaplanowane na przyszły rok wprowadzenie „VAT-u odwróconego" w opodatkowaniu usług budowlanych. W ocenie PFB jest to niepotrzebne dalsze komplikowanie przepisów ustawy o podatku VAT. Przepisów już dziś niezrozumiałych, wieloznacznych i wewnętrznie ze sobą sprzecznych. Zmiany te, zamiast ograniczyć szarą strefę, jedynie ją zwiększą. Wiele małych firm wykonawczych, w obawie przed konsekwencjami wynikającymi z łatwych do popełnienia błędów, już przenosi swą aktywność do szarej strefy.

Odchodząc od tematów prawnych, warto zwrócić uwagą na inny istotny element, który może wspierać rozwój naszej gospodarki i naszego kraju. Jest nim tzw. patriotyzm ekonomiczny. Rosnąca świadomość ekonomiczna konsumentów, objawiająca się przemyślanym wydawaniem swoich pieniędzy przy dokonywaniu zakupów i wybieraniu produktów, wspomaga naszą gospodarkę. Pieniądze nie wędrują za granicę, na rachunki zachodnich koncernów, lecz zostają w Polsce i wspomagają rozwój firm, które tu płacą podatki. Jedynie silna własna gospodarka przyczynia się do wzrostu stopy życiowej społeczeństwa. Wzrost i rozwój w Polsce obcych firm oznacza jedynie ekonomiczną kolonizację naszego kraju. Produkty polskich producentów bardzo często są wyższej jakości niż ich zagraniczne substytuty. Szkoda, że tak wiele polskich firm zostało już wykupionych i zlikwidowanych przez zachodnią konkurencję. Oczywistym faktem jest, że im trudniej znajdujemy w sklepach polskie produkty, tym bardziej podporządkowujemy się ekonomicznie zachodnim korporacjom i gospodarkom. Naszymi pieniędzmi wydawanymi na zakupy produktów obcych firm, wspieramy w sposób oczywisty rozwój gospodarczy Niemiec, Wielkiej Brytanii, Francji itd. Wybór należy do każdego z nas.

Komisja Europejska pracuje…

prof. Mirosław Piotrowski, europoseł

Ciężko pracuje Komisja Europejska pod wodzą Jean-Claude'a Junckera i jego zastępcy Fransa Timmermansa. W ubiegłym tygodniu w Brukseli w napięciu oczekiwano na ogłoszenie najnowszego planu prac Komisji w zakresie ekoprojektowania. Nastąpiło to z opóźnieniem, ale warto było czekać. W komunikacie Komisji przeczytaliśmy, że wytypowała ona grupy produktów o największym potencjale energooszczędności i zamierza się nimi zająć, poddać dogłębnym badaniom (odpowiednio je sklasyfikować). Są to m.in. windy, odkurzacze wysokociśnieniowe, suszarki do rąk i czajniki elektryczne. To kolejny milowy krok w pracach Komisji. Ma się tym zajmować do 2019 roku. Już wcześniej w podobnym obszarze zanotowała wiele sukcesów. Przypomnę tylko o wycofaniu tradycyjnych żarówek ze sklepów i zastąpieniu ich energooszczędnymi, zakazie produkowania odkurzaczy o mocy powyżej 1600 Watt, instrukcji dotyczących bezpiecznego palenia świec oraz regulacji w sprawie ilości wody w spłuczkach toaletowych i pisuarach. Intencje oczywiście były i są szczytne - oszczędność energii i wody. Mówiłem o tym wielokrotnie w Telewizji Trwam i Radiu Maryja, ale dopiero niedawno, trzy tygodnie temu dostrzegł to szef Komisji Europejskiej Juncker, który przemawiając w Berlinie mówił: „Błędem było, że Unia Europejska i Komisja Europejska wtykała swój nos w każdy szczegół regulacji europejskich i narodowych dotyczących życia codziennego". Juncker poszedł dalej, wymieniając konkretne przykłady - regulacji kranów prysznicowych, puszek do oliwy, a także, jak stwierdził wprost „żeby już więcej nie troszczyć się w Europie o spłuczki toaletowe". Tak mówił Juncker całkiem niedawno.

Okazuje się jednak, że aparat urzędniczy z trudem dopasowuje się do jego wytycznych. Komisja nadal zajmuje się czajnikami i suszarkami do rąk. Patronuje temu wiceprzewodniczący Komisji Frans Timmermans, który niezwykle mocno zaangażował się w tropienie deficytu demokracji w Polsce. Robi, co może, aby napiętnować prawicowy rząd. Ma tylko jeden problem - procedura, na podstawie której to robi podważana jest również przez unijnych prawników, a co ważniejsze ma trudności ze złożeniem wniosku o zastosowanie sankcji. Dla skutecznego wprowadzenia sankcji potrzebna jest jednomyślna zgoda wszystkich pozostałych państw członkowskich, a Timmermans wie, że obecnie takiej zgody nie ma. Co więcej, w obliczu Brexitu, a także możliwego Frexitu, czyli wyjścia Francji z Unii Europejskiej, politycznych perturbacji we Włoszech, ogromnego problemu migracji i związanego z tym sporu Unii Europejskiej z Turcją, społeczeństwa innych państw z dystansem i niechęcią patrzą na tego typu poczynania Komisji. A patrzą zarówno na „wtykanie swojego nosa", jak to ujął Juncker, w wewnętrzne suwerenne decyzje państw członkowskich, jak i na regulowanie wszystkich możliwych obszarów życia codziennego, z czajnikami i suszarkami włącznie. Jak zauważył ponad pół roku temu przewodniczący Parlamentu Europejskiego Martin Schulz w wywiadzie dla niemieckiego dziennika „Europa znajduje się od dłuższego czasu na równi pochyłej. Wiele osób straciło zaufanie do instytucji zarówno narodowych, jak i europejskich". A tak przy okazji warto odnotować, że sam Martin Schulz ogłosił, że będzie kończył swoją przygodę w instytucjach europejskich i przechodzi do polityki krajowej, czyli narodowej, niemieckiej. Obecnie poszukiwany jest jego następca, a Komisja Europejska nadal pracuje. ■

Prof. dr hab. Mirosław Piotrowski – polityk, historyk, profesor Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II, od 2004 poseł do Parlamentu Europejskiego (VI, VII i VIII kadencji), bezpartyjny, członek grupy Europejskich Konserwatystów i Reformatorów. W PE jest członkiem Komisji Rozwoju Regionalnego, Delegacji do spraw stosunków z państwami Azji Południowo-Wschodniej i Stowarzyszeniem Państw Azji Południowo-Wschodniej (ASEAN). Pracuje w Komisji Spraw Zagranicznych i Delegacji do Wspólnego Zgromadzenia Parlamentarnego AKP-UE. Autor licznych publikacji naukowych. Od 2003 r. profesor nadzwyczajny KUL.

Grupa Europejskich Konserwatystów i Reformatorów

Europejscy Konserwatyści i Reformatorzy (EKR) European Conservatives and Reformists to grupa Parlamentu Europejskiego, kierująca się w swojej działalności poszanowaniem praw jednostki, zasad wolnego rynku oraz suwerenności państw członkowskich UE. Zasady te zostały zawarte w Deklaracji Praskiej, która stała się podstawą ideową grupy. EKR jest trzecią pod względem liczebności, grupą polityczną w PE: liczy 73 posłów z 16 państw. W jej skład wchodzą m.in. posłowie Prawa i Sprawiedliwości, najliczniej reprezentowani są w niej brytyjscy konserwatyści. Z tego ugrupowania pochodzi Syed Kamall – lider EKR w Parlamencie Europejskim VIII kadencji.

Publikacja sponsorowana przez Grupę Europejskich Konserwatystów i Reformatorów w Parlamencie Europejskim

Anonimowość w Internecie a ochrona dóbr osobistych

adw. dr Rafał Choroszyński

W ostatnich latach sfera Internetu znacząco opanowała aktywność społeczną, zarówno jako pole do przedstawiania informacji, jak i sprzedaży dóbr oraz wyrażania opinii. Istotne znaczenie ma przy tym to, że internet zapewnia anonimowość i pod jej przykrywką prezentowanie różnych poglądów i dokonywanie ocen jest ogromnie ułatwione, wręcz do anarchicznej swobody wspieranej poczuciem bezkarności i brakiem odpowiedzialności za treść publikowanych wypowiedzi.

Z punktu widzenia czytelników *Fachowca lubelskiego* może się wydawać interesujące omówienie sytuacji, w której osoba, produkt, firma lub usługa zostaną krytycznie potraktowane, a wpis ich dotyczący jest nie tylko nieprawdziwy i krzywdzący, ale – z uwagi na swoją anonimowość – trudny do zwalczania.

Przechodząc na grunt analizy prawnej, należy wskazać, że prawo polskie przewiduje ochronę tzw. dóbr osobistych. Zgodnie z definicją zawartą w art. 23 kodeksu cywilnego są to „[...] w szczególności zdrowie, wolność, cześć, swoboda sumienia, nazwisko lub pseudonim, wizerunek, tajemnica korespondencji, nietykalność mieszkania, twórczość naukowa i artystyczna, wynalazcza i racjonalizatorska[...]". Jak widać jest to katalog otwarty, a w orzecznictwie sądowym wypracowano m.in. ochronę innych, nie wymienionych w tym przepisie dóbr, takich jak: wolność, swoboda sumienia, dobre imię, dobra sława, reputacja, dobra opinia u innych, wizerunek.

Z ochroną dóbr osobistych mamy do czynienia w przypadku ich naruszenia, do którego dochodzi wówczas, gdy następuje negatywna reakcja wobec chronionej wartości, a: „przy ocenie naruszenia należy uwzględnić nie tylko znaczenie użytych słów, ale również cały kontekst sytuacyjny oraz jego społeczny odbiór oceniany według kryteriów właściwych dla ludzi rozsądnych i uczciwych, konieczne jest więc zachowanie należytych proporcji i umiaru".

Granicę cywilnoprawnej ochrony wyznacza art. 24 k.c., wskazując, że „ten, czyje dobro osobiste zostaje zagrożone cudzym działaniem, może żądać zaniechania tego działania, chyba, że nie jest ono bezprawne". W razie dokonanego naruszenia można żądać, ażeby osoba, która dopuściła się naruszenia, dopełniła czynności potrzebnych do usunięcia jego skutków, w szczególności, aby złożyła oświadczenie w odpowiedniej treści i odpowiedniej formie. Na zasadach przewidzianych w kodeksie cywilnym można również żądać zadośćuczynienia pieniężnego lub zapłaty odpowiedniej sumy pieniężnej na wskazany cel społeczny. Jeżeli wskutek naruszenia dobra osobistego została wyrządzona szkoda majątkowa, poszkodowany może żądać jej naprawienia na zasadach ogólnych.

Jak więc widać, wachlarz możliwości znalezienia ochrony jest szeroki, ale w przypadku naruszenia dobra osobistego w sposób anonimowy okazuje się być iluzoryczny, gdyż nie wiadomo przeciwko komu kierować roszczenie. Procedura ochrony sprowadza się bowiem albo do żądania ustalenia na drodze sądowej, że powstał stan zagrożenia lub naruszenia dobra osobistego, albo żądania zaniechania naruszenia, bądź do wniesienia pozwu o usunięcie skutków naruszenia dobra osobistego, np. poprzez zamieszczenie oświadczenia czy przeprosin.

Również przy żądaniu zadośćuczynienia pieniężnego, zapłaty na cel społeczny lub dochodzeniu odszkodowania na zasadach ogólnych, konieczny jest adresat żądania, a jak go ustalić, gdy chowa się za zasłoną anonimowości lub pseudonimu? Przykładowo, gdy na forum internetowym pojawia się kłamliwy i oczerniający wpis dotyczący produktu, usługi, firmy, to można żądać jego usunięcia, wydania oświadczenia przez autora wpisu, że nie był on zgodny z prawdą, oraz przeprosin, a także zapłacenia określonej kwoty. W przypadku, gdyby osoba, wobec której takie roszczenia są złożone, nie godziła się na ich spełnienie, sprawę można skierować do sądu, celem uzyskania orzeczenia, które będzie można przymusowo egzekwować.

Roszczenia związane z ochroną dóbr osobistych należy kierować bezpośrednio do naruszającego. Jak wskazano, nie zawsze jednak jest to możliwe, gdy osobę naruszającą dobra osobiste trudno jest zidentyfikować. Zgodnie z przepisami ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną z 18 lipca 2002 roku (j.t. Dz. U. z 2016 r., poz. 1030, dalej „uśude"), odpowiedzialność za takie treści może ponieść usługodawca, który jest odpowiedzialny za serwis, w ramach którego taka treść się pojawiła (usługodawca hostujący). Jednakże wspomniany usługodawca ponosi odpowiedzialność tylko wtedy, gdy otrzymał on informację z wiarygodnego źródła (np. od poszkodowanego) o bezprawnym charakterze treści umieszczonej na hostowanym przez niego serwisie oraz mimo posiadania takiej wiedzy treści tego rodzaju nie usunął. Należy przy tym pamiętać, że usługodawców nie obciąża obowiązek przeglądania treści zamieszczanych na ich serwisach. Jeżeli jednak serwis (usługodawca hostujący) na takie żądanie nie zareaguje i nie usunie komentarzy, to nie zdejmie z siebie odpowiedzialności za ich treść. Przy braku reakcji serwis przyjmuje na siebie odpowiedzialność i w przypadku skierowania sprawy do sądu, to serwis będzie stroną pozwaną, tak jakby sam był autorem komentarzy.

W prawie europejskim zagadnienie to pojawiło się w dyrektywie 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 8 czerwca 2000 r. w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego na rynku wewnętrznym (Dz. Urz. WE L 178 z 17 lipca 2000 roku). Zgodnie z art. 14 ust. 1 tej Dyrektywy, ustawodawstwo państw członkowskich powinno być tak ukształtowane, aby usługodawca hostingu nie był odpowiedzialny za informacje przechowywane na żądanie usługobiorcy, pod warunkiem jednak, że usługodawca nie ma wiarygodnych wiadomości o bezprawnym charakterze działalności lub informacji, lub usługodawca podejmie niezwłocznie odpowiednie działania w celu usunięcia lub uniemożliwienia dostępu do informacji, gdy uzyska takie wiadomości lub zostanie o nich powiadomiony.

Na gruncie tej regulacji zapadł wyrok z 10 października 2013 roku (nr 64569/09) w sprawie Delfi AS przeciwko Estonii, gdzie Europejski Trybunał Praw Człowieka orzekł, że dopuszczalne jest przypisanie odpowiedzialności portalowi

informacyjnemu za pojawienie się obraźliwych wpisów pod tekstem umieszczonym w internecie, gdy wpisy internautów są obraźliwe i nienawistne, a administrator portalu nie zapobiegł ich upublicznieniu.

W prawie polskim przełomowe znaczenie dla tej problematyki ma wydany 30 września 2016 roku wyrok Sądu Najwyższego. Dotyczył on sprawy publikowania obraźliwych komentarzy i odmowy ich usunięcia przez portal, który wskazywał, iż w myśl własnego Regulaminu, użytkownicy publikują informacje i opinie wyłącznie na własną odpowiedzialność i zwalnia się administratora z odpowiedzialności za ich treść. Sądy zajmowały się tu zagadnieniem z art. 14 ust. 1 uśude, który przewiduje odpowiedzialność podmiotu, który udostępnił zasoby systemu teleinformatycznego w celu przechowywania danych przez usługobiorcę, jedynie wówczas, gdy podmiot ten wie o bezprawnym charakterze danych, a pomimo tego nadal nie uniemożliwia dostępu do nich. Zdaniem sądów niższych instancji, portal nie ma obowiązku zapoznawania się z wpisami internautów, ani też obowiązku ich weryfikacji w celu zapobiegnięcia ewentualnemu naruszeniu dóbr osobistych, bowiem zgodnie z art. 15 uśude, usługodawca nie jest obowiązany do sprawdzania przechowywanych na administrowanym przez siebie portalu internetowym wpisów, a brak usunięcia tych wpisów nie może być rozpatrywany w kategoriach należytej staranności, bowiem przepisy ustawy nie nakładają na podmioty świadczące usługi hostingu obowiązku dochowania należytej staranności. W stosunku do prawa prasowego Sąd Najwyższy natomiast przyjął, że usługodawca internetowy w takich sytuacjach swoim zachowaniem przyczynia się w istotny sposób do naruszenia dóbr osobistych, skoro świadcząc usługi hostingu nie tylko udostępnia powierzchnię dyskową, celem przechowywania informacji dostarczonych przez usługobiorców o treści obraźliwej, czy naruszającej dobra osobiste, ale także umożliwia dostęp do tych treści i zapoznawanie się z nimi przez inne osoby. Ponadto administrator portalu internetowego ma techniczne możliwości zablokowania dostępu do tego rodzaju komentarzy bądź ich usunięcia. W konsekwencji Sąd Najwyższy uznał, iż przepis art. 24 § 1 k.c. nie ogranicza swojego zastosowania do bezpośrednich sprawców naruszenia dóbr osobistych, którymi w tym konkretnym przypadku są anonimowi autorzy, ale obejmuje swoim zakresem wszelkie działania określonego podmiotu, które w jakikolwiek sposób powodują czy przyczyniają się do naruszenia dóbr osobistych poszkodowanego lub do pogłębienia naruszeń tych dóbr, dokonanych uprzednio przez inne podmioty. Znaczące są tu stwierdzenia Sądu, że: „Wolność wypowiedzi wykonywana na forach internetowych przez anonimowych autorów często prowokuje niepohamowane wypowiedzi, które przeradzają się w mowę nienawiści naruszającą dobra osobiste osób trzecich. Dostępność nienawistnych komentarzy w sieci może być praktycznie bezterminowa, a pociągnięcie do odpowiedzialności poszczególnych internautów jest w praktyce niemożliwe. [...] Poszkodowany nie ma żadnego obowiązku posiadać internetu, czytać portali internetowych czy poświęcać swój czas na sprawdzenie, czy na serwisach nie jest obrażany, zniesławiany, bądź czy nie jest podważany jego autorytet. Osoba nie korzystająca z internetu może nawet nigdy nie dowiedzieć się o dotyczących jej bezprawnych, anonimowych wpisach, które bezpowrotnie podważają jej autorytet. Internet to medium, które z założenia ma być przyjazne społeczeństwu informatycznemu, a zatem powinny istnieć skuteczne mechanizmy prawne, które będą zapobiegać wykorzystywaniu go do działań naruszających godność oraz cześć obywateli i to bez żadnych skutków prawnych dla sprawców". Jest to kontynuacja linii orzeczniczej zapoczątkowanej przez wyrok Sądu Najwyższego z 10 stycznia 2014 roku, I CSK 128/13.

W konkluzji przyjęto, że obciążenie poszkodowanego dowodem, iż administrator portalu internetowego miał pozytywną wiedzę o bezprawnym charakterze wpisów anonimowych komentarzy, czyniłoby ochronę dóbr osobistych iluzoryczną i to nie tylko tych osób, które w ogóle nie korzystają z internetu. Zawsze bowiem administrator mógłby powołać się na przepis art. 15 uśude, który zwalnia go od obowiązku sprawdzania przechowywanych lub udostępnianych przez niego danych internetowych. W ten sposób nastepowałaby nieproporcjonalna redukcja ochrony dóbr osobistych w stosunku do ogólnych zasad wynikających z art. 24 k.c. czy prawa prasowego. Konsekwencją przypisania stronie pozwanej przymiotu sprawcy naruszenia dóbr osobistych powoda jest przejście na nią ciężaru wykazania, że jej działanie nie było bezprawne.

Na koniec należy wspomnieć o specyficznym przypadku ochrony dóbr osobistych, jakim jest ściganie karne zniesławienia, pomówienia i zniewagi. Jeżeli treść wpisu zarzuca popełnienie czynu uważanego społecznie za naganny, to obok naruszenia dobrego imienia dochodzi do popełnienia przestępstwa opisanego w art. 212 Kodeksu karnego. Zniesławienie dokonane w internecie ma szczególny charakter, gdyż kara za dokonanie go za pomocą środków masowej komunikacji jest surowsza, niż w przypadku zwykłego pomówienia.

Drugim, podobnym przestępstwem, które wiąże się z naruszeniem dobrego imienia osoby jest przestępstwo zniewagi. Polega na poniżeniu, czyli uwłaczaniu w sposób, jaki powszechnie jest uznawany za obraźliwy.

W tak zinterpretowanym stanie prawnym dotychczasowa bezkarność trolli internetowych, zuchwale i lekceważąco naruszających dobre imię osób czy renomę firm i ich produktów, będzie podlegała ostrzejszej ocenie i ściganiu, skoro na drodze karnej można ustalać IP komputera, z którego zamieszczono inkryminowany wpis, co pozwala na ustalanie tożsamości, a jednocześnie portale zostały obciążone obowiązkiem dbałości o brak naruszania przez zamieszczane wpisy dóbr osobistych podmiotów, które wpisy te dotyczą. ■

Jeżeli mieliby Państwo życzenie, aby zająć się jakimiś zagadnieniami w sposób dokładniejszy, proszę o kontakt z redakcją: informator@ihz.pl

dr Rafał Choroszyński

ukończył studia na Wydziale Prawa i Administracji UMCS oraz na Wydziale Filozofii i Socjologii UMCS. W latach 1996–1998 odbywał aplikację sądową w Sądzie Okręgowym w Lublinie, a w latach 1998–2001 aplikację adwokacką w Okręgowej Radzie Adwokackiej w Lublinie (patron adw. Jerzy A. Sieklucki). Od 2001 roku prowadzi Indywidualną Kancelarię Adwokacką.

W latach 2004–2006 był Zastępcą Sekretarza Okręgowej Rady Adwokackiej w Lublinie. Adiunkt na WFiS UMCS w Lublinie. Członek Komisji Szkolenia ORA w Lublinie, wykładowca i egzaminator, patron 15 aplikantów adwokackich, prowadzących obecnie własne Kancelarie Adwokackie. Specjalizuje się w prawie cywilnym, gospodarczym, karnym.

Sterowanie instalacją grzewczą

Projektując instalację grzewczą, należy podjąć ważną decyzję o wyborze źródła ciepła oraz układu sterującego całym systemem. Nowoczesne kotły z automatycznym podawaniem paliw stałych, komfortem użytkowania i sterowaniem dorównują urządzeniom gazowym czy olejowym, a przy tym pozwalają obniżyć koszty ogrzewania.

Firma SAS opracowała zaawansowane konstrukcyjnie kotły: SOLID, BIO SOLID, EFEKT oraz BIO EFEKT o wysokiej sprawności i niskiej emisji zanieczyszczeń, spełniające wymagania klasy 5 w całym zakresie normy PN-EN 303-5:2012. Największy na rynku typoszereg mocy 14÷48 kW pozwala optymalnie dobrać kocioł dla potrzeb konkretnej instalacji. Zastosowany układ sterowania umożliwia modulację mocy w zakresie 30–100%, co jest bardzo istotne w sytuacji zmiennego zapotrzebowania na ciepło. Regulator kotła steruje pracą jego podzespołów, jak również całej instalacji grzewczej. Umożliwia on sterowanie pompami obiegowymi (c.o.1, c.o.2, c.w.u, cyrkulacyjną, przewałową), a dodatkowo regulacja na podstawie odczytów z czujników pomieszczenia, czujnika zewnętrznego i krzywej grzewczej pozwala na automatyczne przełączenie trybu pracy zima/lato. Dział konstrukcyjny SAS z myślą o użytkownikach budynków o niewielkim zapotrzebowaniu na ciepło opracował kotły: SMART oraz BIO SMART, które idealnie sprawdzą się w instalacjach wyposażonych w bufor ciepła. Wyposażenie źródła ciepła w dodatkowy moduł obsługi bufora umożliwia zarządzanie magazynowaniem ciepła i prawidłową eksploatację kotła w budynku energooszczędnym.

SAS BIO SMART 10kW – idealne źródło ciepła dla budynków energooszczędnych, szczególnie polecany w instalacjach wyposażonych w bufor ciepła

Kotły podajnikowe SAS wyposażone w standardzie w regulator MultiFun mogą kontrolować pracę instalacji z dwoma obiegi mieszającymi (grzejnikowy/podłogowy), a wbudowany moduł ETHERNET pozwala na jej zdalną kontrolę za pośrednictwem platformy e-multifun (konto: Standard/Premium). Rozwiązanie to pozwala na sterowanie kotłem oraz całą instalacją z dowolnego miejsca na świecie oraz stały nadzór nad kotłownią w sytuacjach alarmowych a także na zdalną pomoc instalatora lub serwisu.

SAS EFEKT – kocioł retortowy w klasie 5 biorący udział w gminnych programach wymiany starych pieców na urządzenia niskoemisyjne. Podobnie jak kocioł SAS BIO EFEKT z palnikiem peletowym

Dystrybutor kotłów SAS Tadmar
20-481 Lublin, ul. Olszewskiego 11
tel. 81 710 40 80, fax 81 710 40 88, kom. 795 152 359
www.tadmar.pl, tadmar.lublin@saint-gobain.com

SAS®

POSTAW NA DOBRY **EFEKT**

... BIO EFEKT

PN-EN 303-5:2012 KLASA 5 PN-EN 303-5:2012

EFEKTywne rozwiązania w 5 klasie

Konstrukcja wymiennika z ceramiką i retortą obrotową	**EFEKT** - niskoemisyjność, wysoka sprawność >90%
Kompaktowe wymiary, wersja z czopuchem do góry i przepustnicą spalin	**EFEKT** - dopasowanie do małych kotłowni
Największy wybór mocy – typoszereg 14-46 kW	**EFEKT** - idealny dobór mocy do każdego domu
Czujnik otwarcia klapy zasobnika, STB	**EFEKT** - bezpieczeństwo użytkowania
Czyste spalanie w palniku SAS Multi Flame na pelety	**BIO EFEKT**

Dowiedz się więcej o **NOWYCH KOTŁACH** SAS w klasie 5 **EFEKT** i **BIO EFEKT** **www.sas.busko.pl**

Ubezpieczenie firmy budowlanej

Jerzy Liniewicz, jurek.l@ihz.pl

Prowadzenie biznesu to sztuka precyzyjnego rozpoznania i zaspokojenia potrzeb klienta w taki sposób, by osiągnąć przy tym określony zysk. To jednak tylko jedna strona biznesu. Druga polega na tym, by skutecznie chronić własny majątek i interesy i likwidować lub choćby minimalizować straty mogące być konsekwencją negatywnych zdarzeń i okoliczności. Tu z pomocą przychodzi ubezpieczenie firmy.

Firma to mikrokosmos

Firma w szerokim rozumieniu tego słowa to całkiem spory „kawałek" i suma wielu elementów. To oczywiście majątek (np. nieruchomości lokale, magazyny, samochody, fachowe narzędzia, komputery), ale i ludzie, kontrakty, terminy, operacje biznesowe (czyli to, co i jak robimy), odpowiedzialność. Jest tego naprawdę sporo. Każdy z tych elementów może współtworzyć zysk, ale może też być narażony na zagrożenia. Dlatego towarzystwa ubezpieczeniowe już dawno temu wprowadziły do oferty ubezpieczenia dla firm. Cieszą się one także w Polsce coraz większą popularnością, bo czasy niefrasobliwości odchodzą do lamusa, a żaden poważny przedsiębiorca nie może pozwolić sobie na straty będące wynikiem braku wyobraźni, zaniedbań, czy kierowania się zasadą, że „jakoś to będzie". Nasz tekst w możliwie klarowny i syntetyczny sposób pokaże co i (mniej więcej) za ile może ubezpieczyć przedsiębiorca budowlany. Skupimy się na najważniejszych sprawach, które dyktuje samo życie - doświadczenie tak firm budowlanych, jak i ekspertów ubezpieczeniowych odpowiedzialnych za współpracę z biznesem.

Chronić majątek

Oczywista sprawa w ramach ubezpieczenia „mikrokosmosu" firmy to ochrona jej majątku. Majątek firmy to w pierwszym rzędzie budynki, budowle, lokale itp. Może tam być siedziba firmy, jej oddział, punkt obsługi klienta itp. Inne rodzaje majątku to też hala produkcyjna (montażowa), magazyn, skład. Może to być garaż. W firmach budowlanych, nawet niewielkich, to „normalka". – *Tego rodzaju majątek ubezpiecza się na wypadek ognia i innych zdarzeń losowych. Ich katalog jest obszerny, ale najważniejsze to (prócz ognia) także huragan, deszcz nawalny, piorun, zalanie, upadki drzew i masztów, uderzenie pojazdu*– informuje Paweł Szewczyk, ekspert od ubezpieczeń, właściciel firmy Ubezpieczenia Nowy Styl. Szczegółowe wyliczenie zagrożeń i dodatkowe regulacje (np. co do ryzyka powodzi, za co niekiedy trzeba dodatkowo zapłacić) należy przeanalizować w ramach konkretnej oferty. Zupełnie drobny przedsiębiorca budowlany, który ma firmę (a przynajmniej jej biuro) w domu, czy mieszkaniu, powinien poinformować o tym fakcie agenta ubezpieczeniowego w chwili ubezpieczania tego domu, czy mieszkania. Odpowiednia polisa uwzględni tę okoliczność i będzie można spać spokojnie, chroniąc i prywatny, i firmowy majątek. Trudno wyobrazić sobie świat i firmę bez komputerów, nośników danych, tabletów, sprzętu foto, czy video. Rozsądek nakazuje chronić te sprzęty od zdarzeń losowych i kradzieży.

Kolejne składniki majątku firmy budowlanej to wspominane wcześniej magazyny, ich wyposażenie, niezbędne przy pracach budowlanych urządzenia i narzędzia (często bardzo skomplikowane i bardzo drogie). To także środki obrotowe składowane w magazynie, czy na hali, np. półprodukty wykorzystywane do produkcji czegoś kompletnego. Dobry, choć nie jedyny przykład to profile okienne służące do produkcji gotowych okien, ale także masa innych elementów składowych całości (śruby, obudowy, elementy napędowe). Szkoda byłoby pozostawić to wszystko na pastwę nie zawsze łaskawego losu. Ale po co, skoro można je ubezpieczyć od ognia i innych zdarzeń losowych, ale dodatkowo także od kradzieży. Mienie można ubezpieczać nie tylko na terenie firmy, ale i poza nią.– *Bardzo przydatna jest w tym przy-*

Przykładowa kompleksowa oferta polisy ubezpieczeniowej dla firmy budowlanej

Ubezpieczenie mienia od ognia i innych zdarzeń losowych
- Zakres ubezpieczenia rozszerzony
- Obejmuje: deszcz nawalny, dym i sadza, grad, huragan, huk ponaddźwiękowy, katastrofa budowlana, lawina, napór śniegu i lodu, opad atmosferyczny, osunięcie się ziemi, pożar, trzęsienie ziemi, uderzenie pioruna, uderzenie pojazdu, upadek drzew i masztów, upadek statku powietrznego, wybuch, zalanie, zapadanie się ziemi.
- Uwaga – wykupiona franszyza redukcyjna

Rodzaj mienia i jego ubezpieczenie
- Budynki/lokale – ubezpieczenie na sumy stałe według wartości odtworzeniowej (nowej) – suma ubezpieczenia/limit 100 tys. zł;
- Maszyny, urządzenia, wyposażenie – ubezpieczenie na sumy stałe według wartości odtworzeniowej (nowej) – suma ubezpieczenia/limit 100 tys. zł.

Klauzule dodatkowe
- Klauzula przepięć – 50 tys. zł;
- Klauzula ubezpieczenia maszyn i urządzeń od uszkodzeń i awarii – 100 tys. zł;
- *Inne szczegółowe klauzule dodatkow*
- **Łączna suma ubezpieczenia mienia zgłoszonego do ubezpieczenia – 200 tys. zł; łączna składka – 351 zł**

Zakres ubezpieczenia: od ryzyka kradzieży z włamaniem i rabunku
- Uwaga – franszyza redukcyjna: wykupiona
- Maszyny, urządzenia, wyposażenie – ubezpieczenie na sumy stałe według wartości księgowej brutto – suma ubezpieczenia/limit 50 tysięcy złotych;
- *Klauzule dodatkowe*

Łączna suma ubezpieczenia mienia zgłoszonego do ubezpieczenia – 50 tys. zł; łączna składka – 258 zł

Ubezpieczenie Odpowiedzialności Cywilnej
- Uwaga – franszyza redukcyjna wykupiona (warunkowo)

Odpowiedzialność Cywilna
- zgodnie z ogólnymi warunkami ubezpieczeń oferowanych firmom – OC deliktowa i kontraktowa – suma gwarancyjna na jedno i wszystkie zdarzenia – 200 tys. zł

Rozszerzenia zakresu o ryzyka dodatkowe:
- OC z tytułu wykonania robót budowlano-montażowych – podlimit sumy gwarancyjnej na jedno i wszystkie zdarzenia – 200 tys. zł;
- OC pracodawcy za wypadki przy pracy – podlimit sumy gwarancyjnej na jedno i wszystkie zdarzenia 200 tys. zł;
- OC za szkody wynikłe z działania młotów, kafarów, walców – podlimit sumy gwarancyjnej na jedno i wszystkie zdarzenia 100 tys. zł;
- OC za wadliwie wykonane prace lub usługi – podlimit sumy gwarancyjnej na jedno i wszystkie zdarzenia 100 tys. zł;
- OC z tytułu czystych strat finansowych – podlimit sumy gwarancyjnej na jedno i wszystkie zdarzenia 50 tys. zł;
- *Inne szczegółowe klauzule dodatkowe*
- **Łączna składka – 1597 zł**

Ubezpieczenie sprzętu elektronicznego od szkód materialnych oraz danych, programów, nośników danych
- Sprzęt stacjonarny – ubezpieczenie na sumy stałe według wartości odtworzeniowej (nowej) – suma ubezpieczenia/limit 1 tys. zł;
- Sprzęt przenośny – ubezpieczenie na sumy stałe według wartości odtworzeniowej (nowej) – suma ubezpieczenia/limit 1 tys. zł;
- Dane, programy, nośniki danych – ubezpieczenie na pierwsze ryzyko według wartości odtworzeniowej (nowej) – suma ubezpieczenia/limit 10 tys. zł;
- *Inne szczegółowe klauzule dodatkowe*
- **Łączna suma ubezpieczenia mienia zgłoszonego do ubezpieczenia – 12 tys. zł; łączna składka – 49 zł**

Ubezpieczenie mienia w transporcie krajowym(cargo)
- Zakres ubezpieczenia – zgodnie z postanowieniami towarzystwa ubezpieczeniowego, zakres rozszerzony o załadunek/wyładunek
- Mienie w transporcie krajowym – ubezpieczenie na pierwsze ryzyko, suma ubezpieczenia 100 tys. zł;
- Klauzule dodatkowe.
- **Łączna składka – 352 zł**

Ubezpieczenie Assistance
- Zakres ubezpieczenia – Klauzula Ubezpieczenia Assistance – limit odpowiedzialności 2,5 tys. zł

Łączna składka – 2607 zł (ubezpieczenie na jeden rok)

Opr. JL na podstawie symulacji z firmy ubezpieczeniowej Ubezpieczenia Nowy Styl.

Uwaga: powyższe zestawienie to dobra baza ilustrująca zakres i koszt kompleksowego ubezpieczenia (lokalnej) firmy budowlanej. Ma jednak charakter informacyjny. Szczegółowa oferta może się różnic w zależności od wielu czynników – np. zakresu i sum ubezpieczenia, zwyżek/zniżek, indywidualnych negocjacji itp.

padku opcja rozszerzenia ochrony tego rodzaju majątku od kradzieży na budowie. To życiowa sytuacja, bo przecież część majątku firmy budowlanej czy ekipy wykonawczej (np. pewne urządzenia, narzędzia) przebywa stale na budowie w trakcie jej trwania. Trzeba jednak mieć świadomość, że taki obiekt, w którym trwają prace budowlane czy plac budowy muszą być oświetlone i ogrodzone i nie wolno pozostawiać narzędzi na terenie nie mającym tego rodzaju zabezpieczeń – wyjaśnia Paweł Szewczyk.

Samochody i transport

Samochody to także kluczowy składnik majątku i trudno wyobrazić sobie firmę budowlaną, która nie ma do dyspozycji choćby jednego samochodu lub nawet (małej) floty. Tu sprawa jest w miarę

>

prosta. Nawet dziecko wie, że ubezpieczenie OC (odpowiedzialności cywilnej) jest obowiązkowe i biada temu, kto wyjedzie na drogę bez tego rodzaju polisy. Jeśli złapie go Policja, jeśli spowoduje kolizję – los jego jest nie do pozazdroszczenia, a kara bolesna. A ubezpieczenie AC (auto casco) chroni nas przed skutkami szkody wyrządzonej nam samym z własnej winy (każdy może się zagapić), ale też przed żywiołami (kto nie widział drzewa zwalonego na samochód w trakcie wichury?). Inne pola ochrony w ramach AC to oczywiście kradzież samochodu i szkoda wyrządzona przez nieustalonego sprawcę. Wszystko bardzo życiowe... – *Równie życiowe i przydatne jest tzw. ubezpieczenie cargo – ubezpieczenie towaru i ładunku w trakcie transportu na wypadek zdarzenia z własnej winy. W firmie budowlanej to niemal konieczność. Taka polisa chroni np. firmę sprzedającą i montującą okna w sytuacji, kiedy źle zabezpieczona stolarka spadnie i stłucze się w trakcie jej dowozu na plac budowy lub do domu klienta. Nie trzeba nikogo przekonywać, że to spory koszt, a mówiąc ściśle – spora strata* – dodaje szef firmy Ubezpieczenia Nowy Styl. Okna to jeden z wielu przykładów. Firmy budowlane, instalatorzy, montażyści mają na co dzień do czynienia z transportem kruchych, delikatnych przedmiotów (szkło, meble, lustra, ceramika, ale i delikatne urządzenia, które ze sobą transportują ekipy monterskie, czy instalacyjne). Raz na ileś tras coś może pójść (a raczej pojechać) nie tak i mamy problem. W sytuacji, kiedy to osoba trzecia „wjedzie" w samochód transportujący okna, czy kruchą ceramikę i je zniszczy – działa polisa OC sprawcy. – *Ubezpieczenie cargo obejmuje też kradzież ładunku, o ile samochód stoi w miejscu oświetlonym i ogrodzonym. Tak więc montażyści okien mogą wieczorem przygotować sobie stolarkę i narzędzia do jej montażu, zostawić to wszystko w samochodzie, by rano – bez stresu – udać się na plac budowy i rozpocząć pracę. Ale – przypominam – samochód musi stać w odpowiednim miejscu* – uczula Paweł Szewczyk. Samochód nie może stać na odludziu, w miejscu, które aż kusi, by samochód okraść, w ciemności, na terenie bez zabezpieczeń miejsc parkingowych. Za kradzież w takich okolicznościach na odszkodowanie nie ma co liczyć.

Kiedy spaprzemy robotę

Każdy (nie tylko lubelski) fachowiec budowlany powinien wiedzieć, co powinien zrobić, czego zrobić nie powinien i działać zgodnie z regułami sztuki budowlanej. Wtedy świat byłby piękny, a problemy by zniknęły. Inwestycje powstawałyby w terminie, nic nie trzeba by poprawiać i nikt do nikogo nie

miałby pretensji. To piękne, ale świat wygląda czasami inaczej. Mówiąc zupełnie wprost – każdy, nawet najlepszy fachowiec, może coś „spaprać" i wtedy pojawia się kwestia odpowiedzialności za błędy w pracach budowlanych, straty i szkody wynikające z tego dla innych. – *Tu z pomocą przychodzi ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej (OC) za szkody wyrządzone w trakcie prac budowlanych. Drobna firma remontująca mieszkanie może przypadkiem rozbić szybę w oknie właściciela, ktoś inny może zerwać kabel, czy przewód, zalać sąsiada, uszkodzić rurę w trakcie prac ziemnych. Czasami straty są mniejsze, innym razem duże, ale odpowiedzialności nie unikniemy. Kto ma polisę OC – zniesie tę przykrą sytuację lepiej. Polisa tego rodzaju obejmuje ponadto nienależyte wykonanie pracy, np. postawienie krzywej ściany. Nie oznacza to oczywiście, ze można sobie „odpuszczać" solidność, licząc, że w razie czego wykpimy się polisą* – tłumaczy Paweł Szewczyk. Uczciwość fachowca powinna być jego naczelną dewizą, a do kogo to nie przemawia – przemówi kolejna (wyższa) składka za kolejną polisę OC fachowca od krzywych ścian lub odmowa jej wystawienia przez towarzystwo ubezpieczeniowe. Warto być przyzwoitym i profesjonalnym!

Właściciel firmy budowlanej zatrudniający ludzi może i powinien wykupić polisę OC pracodawcy za wypadki w pracy. Budowy to miejsca o podwyższonym ryzyku wypadkowym (prace na wysokościach i wykopach przodują w tych „czarnych" statystykach, a i na teoretycznie mniej niebezpiecznej budowie coś może się przydarzyć). Kwota z polisy OC pracodawcy gwarantuje wypłatę pieniędzy dla poszkodowanego pracownika.

Przydać się też może ubezpieczenie gwarancji finansowej – na wypadek nieterminowego i nienależytego wykonania kontraktów. Ale to opcja dla większych lub wręcz (bardzo) dużych firm na realizację większych lub (bardzo) dużych kontraktów, do tego dość skomplikowana pod względem wymogów formalnych (dokumenty, zaświadczenia, procedury) i nie koniecznie aż tak przydatna małej lub średniej, typowej firmie lokalnej działającej w „budowlance".

Otwartość z agentem

Na koniec jeszcze jedna ważna sprawa – to, jak powinna wyglądać idealna, a przynajmniej naprawdę dobra i sensowna komunikacja i współpraca przedsiębiorcy budowlanego i agenta ubezpieczeniowego. – *Przygotowanie oferty powinno opierać się o szczegółową analizę potrzeb, a sam klient powinien o tychże potrzebach oraz obawach biznesowych mówić w otwarty sposób. Każda branża narażona jest na inne zagrożenia oraz błędy i tę specyfikę zawsze trzeba uwzględniać. W budownictwie kluczowym rodzajem ubezpieczenia jest ubezpieczenie OC działalności. Każda firma powinna być zabezpieczona od ewentualnych błędów w wykonaniu powierzonych prac oraz w powierzonym mieniu. Na rynku ubezpieczeniowym są produkty „uszyte na miarę" firm budowlanych, jednak to zadaniem klienta jest wybranie odpowiedniego zakresu ubezpieczenia przy kompleksowej pomocy i wyjaśnieniu tematyki przez doświadczonego agenta* – tłumaczy Bartłomiej Klekner, specjalista ds. ubezpieczeń, kierownik Oddziału firmy CUK Ubezpieczenia. Analizując oferty ubezpieczeniowe, patrzmy nie tylko na zawarty w niej zakres ochrony, ale i wyłączenia, pamiętając, że w tych sytuacji ochrony ubezpieczeniowej mieć nie będziemy. Trudno wymienić wszystkie wyłączenia przy wszystkich zagrożeniach i zdarzeniach, ale jedno jest jasne: szkody umyślne, szkody powstałe w wyniku używania środków odurzających (alkohol, narkotyki itp.), szkody powstałe w wyniku używania pojazdu/sprzętu, na którego używanie nie mamy uprawnień, szkody w sytuacji, kiedy dany sprzęt, czy urządzenie nie ma aktualnych przeglądów technicznych/serwisu to oczywiste wyłączenia, z którymi musimy się liczyć. O ile jednak, jeśli jako przedsiębiorcy budowlani, czy pracownicy budowlani, zachowamy codzienną solidność i odpowiedzialność, nie musimy się do wyłączeń aż tak bardzo zrażać.

Ubezpieczenia biznesu są ubezpieczeniami dobrowolnymi, ale warto kierować się rozsądkiem i swoją firmę w ten sposób chronić. Taka ochrona jest w wielu kłopotliwych sytuacjach skuteczna i ratuje wiele spraw. Doświadczenia własne i innych ludzi z branży, wyobraźnia i rozmowa z agentem ubezpieczeniowym pozwolą wybrać optymalną polisę, a składka, za którą ją kupimy będzie wówczas naprawdę sensownym wydatkiem.

Konsultacja: Paweł Szewczyk, ekspert ubezpieczeniowy, szef firmy Ubezpieczenia Nowy Styl i Bartłomiej Klekner, specjalista ds. ubezpieczeń, kierownik Oddziału firmy CUK Ubezpieczenia.

Nasadzenia żywopłotów – to nie takie trudne

Andrzej Krzysiak, www.iglaki.agro.pl

Zachęcamy firmy układające kostkę i budujące ogrodzenia do rozszerzenia swojej działalności o nasadzenia żywopłotów oraz alei wewnętrznych wzdłuż kostki. Wiosna i lato to dobry czas na te prace.

Sadzenie roślin w rzędzie nie wymaga specjalnych umiejętności. Oto podstawowe zasady:

1. Rośliny uprawiane w doniczkach możemy sadzić przez cały rok.
2. Rośliny kopane z gruntu sadzimy wiosną do ruszenia wegetacji i jesienią.
3. Pod układ korzeniowy sadzonych roślin sypiemy ziemię z nawozami mineralnymi, w ilości min. 10 litrów na sztukę.
4. Ziemię torfową przysypujemy ziemią wydobytą z dołka i formujemy z niej poziomą nieckę na wodę.
5. Po posadzeniu obficie podlewamy, tzn. 5–10 litrów wody na sztukę.
6. Tkaninę ściółkującą możemy ułożyć przed sadzeniem lub po sadzeniu i mocujemy ją szpilkami stalowymi.

Zalecane rozstawy pomiędzy roślinami: Tuja Szmaragd 70 cm, Tuja Brabant 70–80 cm, Tuja Aureospicata 100 cm. Zalecana odległość od ogrodzenia powinna być taka, jak pomiędzy roślinami, czyli 70–100 cm.

Jak widać, nie są to czynności skomplikowane i każdy może je wykonać.

Kosztorysowanie:

- zakup roślin od 8 do 50 zł za szt.;
- cena robocizny wynosi 40–50% od ceny roślin;
- ziemia 10–12 zł (worek 50–60 litrów i wystarcza na 4–6 roślin);
- tkanina z ułożeniem 5–10 zł za metr kwadratowy zależnie od potrzeby wyrównywania terenu.

Jest więc dobra możliwość zarobienia dodatkowych pieniędzy w tym samym miejscu.

Zapraszam do współpracy!

REKLAMA

DRZEWKA I KRZEWY OZDOBNE

KRZYSIAK ANDRZEJ GOSPODARSTWO SZKÓŁKARSKIE

Szkółka:
Kijany 27A (nad Wieprzem)
tel. 81 757 75 93
tel. kom. 515 893 782

Punkt sprzedaży:
Łuszczów,
tel. 81 750 16 07
tel. kom. 506 747 604

PRZESYŁKA ROŚLIN KURIEREM

Zapraszamy firmy do współpracy na dogodnych warunkach

Bogaty asortyment

- iglaków w pojemnikach
- roślin liściastych w pojemnikach
- żywopłotów
- dużych iglaków z gruntu

Miła i profesjonalna obsługa

www.iglaki.agro.pl e-mail: biuro@iglaki.agro.pl

Grzechy główne w obsłudze klienta

Artur Noga-Bogomilski, www.marketing.org.pl

marketing w praktyce
MEDIA I SZKOLENIA

To jedno z kolejnych zaskoczeń w naszym rankingu. Prawie jedna piąta konsumentów bezustannie skarży się na niemiłą, nieuprzejmą i opryskliwą obsługę. Odnoszą wrażenie, że obsługujący ich pracują jak za karę, skarżą się na kompletny brak zaangażowania i traktowanie klienta jak przeszkodę.

Nasz ranking stworzyliśmy w oparciu o wiele wzajemnie uzupełniających się źródeł informacji. Przede wszystkim przeanalizowaliśmy dokładnie wyniki licznych przeprowadzonych przez nas badań satysfakcji i jakości obsługi realizowanych dla klientów z różnych branż.

Skupiliśmy się na analizie sytuacji krytycznych oraz na najczęściej pojawiających się trudnościach w relacjach konsumentów z markami. Wzięliśmy również pod uwagę opinie audytorów, którzy na co dzień zajmują się realizacją badań typu mystery shopper. Ich spostrzeżenia są bezcenne, gdyż jako jedni z nielicznych mają doświadczenia związane z obsługą klientów w różnych sektorach biznesu i wśród wielu marek. Rozmawialiśmy również z osobami, które w dużych organizacjach odpowiadają za działania związane z budowaniem jakości, monitorują doświadczenia konsumentów z marką, tworzą i weryfikują standardy jakości obsługi. Przejrzeliśmy też wypowiedzi i wpisy zamieszczane w Internecie, w tym przede wszystkim te w mediach społecznościowych. Efektem tak szeroko zakrojonej analizy stał się katalog ponad dwudziestu najczęściej popełnianych błędów w obsłudze klienta.

W kolejnym etapie poddaliśmy tę listę ocenie 650 konsumentów reprezentujących różne kategorie socjodemograficzne. Prosiliśmy o wskazanie maksymalnie pięciu błędów, z którymi spotykają się najczęściej w kontaktach z firmami. Zależało nam na zebraniu opinii i wrażeń konsumentów bazujących na swoich codziennych interakcjach z markami reprezentującymi różne sektory. Dlatego ranking nie koncentruje się na żadnej konkretnej branży.

Brak zainteresowania rzeczywistymi potrzebami klienta – 45%

Prawie połowa badanych spotyka się z sytuacją, w której pracownik obsługi nie wykazuje zainteresowania potrzebą klienta. Zamiast rozwiązywać problemy konsumentów, proponując najlepszą kombinację usług lub cech produktów, oferowane są te rozwiązania, na których sprzedaży najbardziej zależy pracownikowi firmy. Skarżąc się na takie zachowania, klienci często opisują ten proces jako wciskanie produktu. Tymczasem oni oczekują rzetelnego doradztwa i pomocy.

Brak zainteresowania rzeczywistymi potrzebami klienta może przybierać różne formy. Jedną z łagodniejszych, według wielu konsumentów, jest klasyczny up-selling, czyli działania mające na celu podniesienie końcowej wartości transkacji. W wywiadach pojawiają się najczęściej opisy sytuacji przy kasie – oferowanie drobnych przekąsek, napojów, słodyczy itp. Takie działania, mimo że wciąż dyskutowane, stały się tak naprawdę pewnym standardem i większość klientów zdążyła się już do nich przyzwyczaić. Prawdziwe problemy, wynikające z braku zainteresowania rzeczywistymi potrzebami klienta, mogą pojawić się w przypadku skomplikowanych produktów lub usług. Niekorzystna wieloletnia umowa ubezpieczeniowa czy produkt bankowy niedopasowany do rzeczywistych potrzeb klientów, źle dobrany abonament telefoniczny, pakiet dostępu do internetu i płatnej telewizji – to przykłady produktów, które mogą spowodować poważne straty finansowe klienta i spowodować w konsekwencji brak zaufania do marki.

>

Ogrzej się ciepłem grzejników marki Buderus

Grzejniki stalowe

Nowe grzejniki stalowe Logatrend, dzięki zwiększonej średnio o 2,3% mocy i dużej powierzchni grzewczej, zapewniają absolutny komfort cieplny pomieszczeń. Grzejniki posiadają wszystkie niezbędne atesty, a nowoczesne metody ich malowania są gwarancją najwyższej jakości. Kolor standardowy grzejników Buderus to nieskazitelna biel, zaś na zamówienie mogą być wyprodukowane we wszystkich kolorach palety RAL.

Ciepło jest naszym żywiołem

Buderus

Jedyny Skład Firmowy Grzejników Buderus w Lublinie!

Buderus Top Partner Firma Dyś

ul. Budowlana 2
20-469 Lublin
tel. 601-388-543, 603-388-063
www.buderus.lublin.pl

Długi czas oczekiwania na obsługę – 36%

Wydawałoby się, że w czasach, gdy możliwy jest dostęp do niemal wszystkiego przez internet, telefon i aplikacje mobilne, problem długości czasu obsługi nie powinien dotyczyć aż 36% klientów. Tymczasem dotyczy! Co więcej, dotychczasowy symbol tego problemu, czyli kolejka, nabiera w oczach konsumentów szerszego znaczenia. Podobnie, czyli jako zbyt długi czas obsługi, klienci opisują doświadczenia z wielostopniowymi i czasochłonnymi systemami IVR lub nieintuicyjnymi aplikacjami.

Jednocześnie klienci coraz bardziej świadomie postrzegają kolejkę jako efekt i następstwo innych, dużo poważniejszych problemów, z jakimi boryka się organizacja. Może np. świadczyć o awaryjności systemów informatycznych, chaosie komunikacyjnym i kompetencyjnym lub o skomplikowanych, biurokratycznych procedurach.

Brak wystarczającej wiedzy o produktach i usługach – 32%

Problem ten jest często akcentowany w przypadku branż, które oferują bardziej złożone rozwiązania. Prym w tym zakresie wiodą instytucje finansowe, zwłaszcza ubezpieczyciele i banki. Braki w znajomości własnych produktów zdarzają się również pracownikom firm telekomunikacyjnych, motoryzacyjnych i informatycznych. Budowaniu kompetencji i wiedzy pracowników z pewnością nie sprzyja wysoka rotacja, która jest cechą charakterystyczną firm z wielu branż. Oczekiwania konsumenta są jasne i przejrzyste: pracownik obsługi musi posiadać pełną wiedzę dotyczącą oferowanych produktów. Powinien umieć precyzyjnie odpowiedzieć na każde pytanie i doradzić klientowi najlepsze z możliwych rozwiązań.

Ukrywanie lub naginanie informacji związanych z ofertą – 31%

Brak wiedzy pracowników może czasami przerodzić się w świadome działanie, polegające na nieinformowaniu o pewnych niekorzystnych dla klienta warunkach oferty. Konsumenci tradycyjnie skarżą się na gwiazdki w umowach, które coraz częściej traktują jak potencjalne pułapki i zagrożenia. Sytuacji nie ułatwiają skomplikowane i długie umowy oraz regulaminy. Gdy do tego dodamy pracownika, który celowo przemilcza istotne, trudno zauważalne na pierwszy rzut oka informacje, to w dalszych relacjach pomiędzy firmą a jej klientem mamy już potencjalnie duży problem.

Typowy przykład, który przewijał się w rozmowach z klientami, to kwestia opłat za produkty bankowe. Zwolnienie z opłat za kartę kredytową lub rachunek bankowy przy spełnieniu warunku określonej ilości i wartości transakcji lub wpływów na konto to niemal standardowe rozwiązanie. Niestety, pracownicy w dążeniu do realizacji celów sprzedażowych często przemilczają te informacje, co może rodzić dodatkowe koszty, a w konsekwencji – rozczarowanie klientów.

Z innych relacji konsumentów wynika, że kolejnym, newralgicznym punktem doświadczeń w tym obszarze jest częsty brak informacji o konsekwencjach rezygnacji z umowy w trakcie jej obowiązywania. Te elementy oferty również z oczywistych względów nie są wyraźnie akcentowane przez sprzedawców.

Brak postawy proklienckiej – 28%

„Czułem się jak petent" – to najczęściej pojawiająca się opinia klientów, którzy spotkali się z tym problemem w trakcie obsługi. Petent to osoba, która o coś prosi, a druga strona może tę prośbę spełnić lub nie. Petent zawsze znajduje się na słabszej pozycji. Sprowadzenie klienta do pozycji petenta oznacza całkowite zakwestionowanie najbardziej oczywistych i naturalnych standardów obsługi. Tymczasem przywilejem klienta jest możliwość podejmowania wyborów i stawiania oczekiwań w zamian za zaangażowanie w ofertę konkretnej marki. Mimo to ponad jedna czwarta konsumentów w kontakcie z firmami czuje się potraktowana jak petent, a nie jak klient.

Schematyczne traktowanie klienta – 23%

Jednym z głównych celów wielu współczesnych organizacji jest standaryzacja. Oznacza to, że w określonych i zdefiniowanych warunkach każdy klient otrzyma taki sam poziom jakości obsługi, taki sam produkt, takie same korzyści emocjonalne i racjonalne. Jednak niemal jedna czwarta polskich konsumentów doświadcza przerostu standaryzacji, która przeradza się w bezduszny automatyzm. Procedury, instrukcje i wewnętrzne regulaminy rzadko są w stanie przewidzieć i odpowiedzieć na każdą sprawę, z którą klient zwraca się do firmy. Zwycięska organizacja to taka, która potrafi zachować równowagę pomiędzy standaryzacją a możliwie indywidualnym i spersonalizowanym podejściem do klienta.

Niski poziom kultury osobistej pracowników obsługi – 18%

Uważam, że jest to jedno z kolejnych zaskoczeń w naszym rankingu. Prawie jedna piąta konsumentów bezustannie skarży się na niemiłą, nieuprzejmą i opryskliwą obsługę! Często zdarzają się również sytuacje, w których pracownik danej firmy jest skrajnie bierny, pasywny i nie wykazuje jakiegokolwiek zainteresowania potrzebami klienta. Nasi respondenci mają wrażenie, że obsługujący ich w taki sposób pracują jak za karę, skarżą się na kompletny brak zaangażowania i traktowanie klienta jak przeszkodę.

Pomyłki i błędy w rozliczeniach, zamówieniach, dokumentach – 17%

W zamówieniu ze sklepu internetowego znajdujesz produkty, których nie wybierałeś. Bank pobrał nienależną prowizję. Na fakturze za telefon pojawia się opłata za transfer danych, mimo że nie przekroczyliśmy darmowego limitu... Tego rodzaju sytuacji doświadcza prawie co piąty klient.

Brak kontaktu po sprzedaży (mimo wcześniejszej obietnicy) – 16%

Opisując ten problem, konsumenci wskazywali na dwa typy sytuacji. Pierwsza z nich to niespełniona obietnica kontaktu z klientem po zawarciu umowy lub zakupie produktu. Wielokrotnie pojawia się poczucie, że klient jest ważny i doceniany jedynie do momentu zawarcia transakcji. Potem firma przestaje się nim kompletnie interesować. Drugim rodzajem doświadczeń jest ponowny kontakt ze strony pracownika firmy, jednak realizowany w sposób schematyczny, pasywny i pozbawiony zaangażowania. Przykładem takiej sytuacji jest telefon z życzeniami świątecznymi, w trakcie którego pracownik odczytuje bezbarwnym głosem ustaloną formułkę, a następnie dąży do jak najszybszego zakończenia rozmowy.

Posługiwanie się skomplikowanym i niezrozumiałym językiem – 13%

Problem ten jest szczególnie często akcentowany przez klientów mających kontakt z firmami finansowymi, technologicznymi oraz warsztatami samochodowymi.

Jak widać z powyższego zestawienia, klienci wciąż stykają się z problemami w trakcie procesów obsługi i mają wiele słusznych uwag. Rzadko zdarza się, by pracownikom BOK zależało na rzeczywistym zrozumieniu klienckich potrzeb. Nagminne jest, niestety, traktowanie klientów jak petentów. ■

Moc kabla, wolność bezprzewodowca

Pierwszy na świecie system wymiennych baterii akumulatorowych 18/54 V DEWALT® XR FLEXVOLT. Dwie wartości napięć zwiększają możliwości elektronarzędzi o prace zarezerwowane do tej pory dla mocnych sieciówek. Każdy fachowiec będzie mógł pozwolić sobie na elastyczność pracy z dużą mocą.

Do ciężkich prac budowlanych potrzebne są elektronarzędzia o dużej mocy. Do tej pory była to domena urządzeń zasilanych sieciowo, a kompromis między większymi możliwościami, a czasem pracy powodował konieczność posiadania wielu narzędzi rozwiązujących obydwa problemy. A gdyby jednak udało się pracować tylko jednym urządzeniem?

Nowe zasady, zero kompromisów

Na potrzeby fachowców odpowiada DEWALT® XR FLEXVOLT – akumulatory z funkcją zmiany napięcia 18/54 V o pojemnościach 6 Ah lub 9,3 Ah. Po zamontowaniu jednego z takich akumulatorów w elektronarzędziu, styki „informują" akumulator o koniecznym napięciu zasilania. Maszyny o napięciu 54 V pracowały będą wtedy z akumulatorem o pojemności 2,0 Ah lub odpowiednio 3,1 Ah, natomiast np. wiertarko-wkrętarki serii 18V z tymi samymi akumulatorami pracowały będą jako 6 Ah lub odpowiednio 9,3 Ah. Ich podwójna przewaga to czas pracy oraz mocy dostatecznej do zasilenia narzędzi dotąd istniejących jedynie w świecie technologii przewodowej. Nowe rozwiązanie znacząco poprawia mobilność i ułatwia dostęp do elektronarzędzi przy różnych typach prac na wysokości, czy też w miejscach bez dostępu do sieci elektrycznej. Akumulatory XR FLEXVOLT są w pełni kompatybilne z dotychczasowymi produktami serii 18 V.

Gama przełomowych produktów DEWALT® XR FLEXVOLT składa się z ośmiu elektronarzędzi 54 V: szlifierka, młot udarowy SDS+, piła tarczowa, pilarka Alligator®, pilarka szablowa, zagłębiarka, piła stołowa, 216 mm pilarka ukosowa. Jeden akumulator 54 V i wachlarz nowych produktów DEWALT® XR FLEXVOLT zmieniają zasady gry, kończąc czas kompromisów.

Nowe akumulatory są dostępne w renomowanych salonach technicznych i u dystrybutorów DEWALT® w całej Polsce.

DeWALT - amerykański producent elektronarzędzi dla profesjonalistów. Firma została założona w 1924 roku przez Raymonda De Walta. DeWALT jest wyspecjalizowanym producentem maszyn do obróbki drewna i metalu. W swej ofercie posiada również szeroki asortyment elektronarzędzi przenośnych jak wiertarki, młoty, szlifierki kątowe. Oferuje także akcesoria do swoich produktów. DeWALT jest wiodącą na rynku amerykańskim, a w ostatnich latach najbardziej dynamicznie rozwijającą się marką elektronarzędzi na świecie. Żółto-czarna kolorystyka jest charakterystycznym znakiem towarowym profesjonalnych elektronarzędzi i akcesoriów DeWALT.

ASMET®

ASMET Lublin
ul. Energetyków 4
tel. 81 744 12 01
kom. 50 50 52 802

ASMET Lublin
ul. Kasprowicza 112
tel. 81 746 31 50
kom. 607 157 007

ASMET Puławy
ul. Lubelska 53
tel. 81 887 72 73
kom. 50 50 50 335

ASMET Zamość
ul. Przemysłowa 2c
tel. 84 639 11 68
kom. 50 50 50 336

Daj mi klienta, to kupię u ciebie!

dr Agnieszka Prokopczuk, Fundacja Praktyków Biznesu
www.polskiinstalator.com.pl

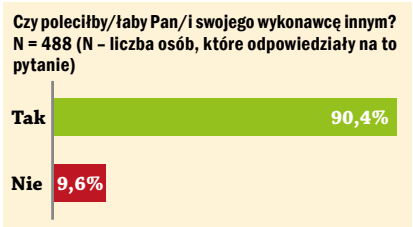
To zdanie znokautowało przedstawiciela handlowego, któremu towarzyszyłam podczas wizyt handlowych w terenie. Właściwie było ono początkiem końca całego spotkania. Już tylko szybkie pożegnanie z instalatorem. Z szerokim uśmiechem skrywającym zakłopotanie, bezradność i porażkę wycofaliśmy się, a mój towarzysz, już w samochodzie, wyrzucił z siebie całą frustrację jednym pytaniem: Skoro nie ma klientów, to nie kupi! Czy ja mogę coś z tym zrobić?

Aby wesprzeć wykonawcę w pozyskiwaniu klientów, warto zastanowić się, dlaczego wielu z nich nie ma zapewnionego frontu robót? Czy jest to wynikiem słabej jakości świadczonej pracy lub zbyt wygórowanej ceny? Z pewnością oba te czynniki mają ogromne znaczenie. W dzisiejszych czasach klienci nie akceptują źle wykonanej usługi. Są coraz bardziej świadomi swoich praw – jako klienci i konsumenci, i coraz skuteczniej je egzekwują. Orientują się również w cenach, jakie obowiązują za poszczególne usługi i nie akceptują zawyżonych stawek. Jest jednak pewien wyjątek od tej reguły: klienci zapłacą więcej, gdy otrzymają coś więcej.

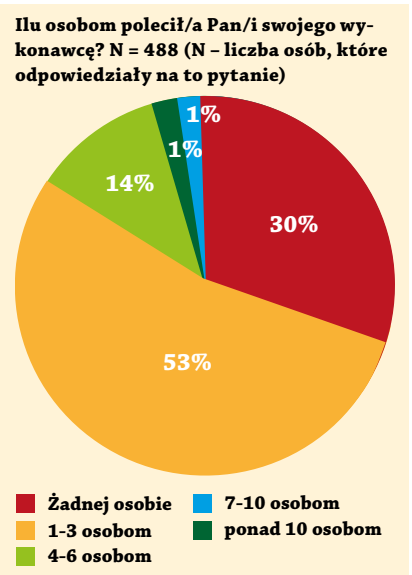
Inną przyczyną braku wystarczającej liczby zleceń jest niedostateczna umiejętność ich pozyskiwania. Tymczasem obecnie są niesamowite możliwości promocji oraz reklamy własnej firmy, i to za niewielkie pieniądze. Trzeba jednak wiedzieć, co i gdzie warto zrobić, aby miało to realny wpływ na rozwój firmy wykonawczej.

Wykonawca z polecenia dostaje kredyt zaufania

Wykonawca z polecenia, już na wstępie, dostaje duży kredyt zaufania. Z przeprowadzonych przez nas badań wynika, iż 84,5% inwestorów indywidualnych szukało instalatora właśnie z polecenia, a więc pytało swoich znajomych, czy mogą im zarekomendować dobrego fachowca. Sam fakt, iż wykonawca był z polecenia dla 53,4% badanych inwestorów stanowiło kryterium jego wyboru. Jest to trzeci co do ważności czynnik, na który zwracają uwagę inwestorzy podczas podejmowania decyzji, komu powierzyć swoje zlecenie. Od polecenia ważniejszym czynnikiem była cena, którą wskazało 71,3% badanych i doświadczenie, które było ważne dla 63,7% inwestorów.



Rekomendowany instalator postrzegany jest również jako wart swojej ceny. Traktuje się go jak fachowca dającego klientowi poczucie bezpieczeństwa i jak osobę, która wykona usługę na najwyższym poziomie. Z kimś takim trudniej jest negocjować, bo lepiej zapłacić więcej poleconej osobie, niż nająć kogoś tańszego z tzw. ulicy.



Chętnie poleciłbym swojego wykonawcę

Polecenia od zawsze były i są najlepszym sposobem na to, by sami klienci zgłaszali się do wykonawcy i cierpliwie czekali w kolejce. Mimo iż rozwiązanie jest znane i oczywiste, to jednak wielu instalatorów nie potrafi skutecznie wpłynąć na swoich klientów, aby ich polecali znajomym.

Warto jednakże wiedzieć, że zadowoleni klienci są gotowi do tego, aby polecać wykonawcę swoim znajomym. Dotarliśmy do 491 inwestorów indywidualnych, którzy korzystali z usług wykonawcy z branży instalacyjnej. Ponad 90% badanych było zadowolonych z jakości i standardu usługi, przy czym osoby te deklarowały gotowość do polecania wykonawcy kolejnym zainteresowanym.

Zadowolenie z usługi i gotowość do polecania wykonawcy nie oznacza jednak, że inwestor faktycznie to zrobi. Powodów może być bardzo wiele. Najczęściej inwestorzy nie pamiętają o tym, że wykonawca, z którego usług korzystali, faktycznie jest godny polecenia. Niektórzy nie chcą brać na siebie odpowiedzialności za rekomendowanie kogokolwiek, a jeszcze inni nie mają już żadnego kontaktu do wykonawcy. O tym, że inwestorzy nie polecają wykonawcy w stopniu, w jakim byliby na to gotowi, świadczą ich własne odpowiedzi. 30% badanych nie poleciło swojego wykonawcy nikomu, a ponad połowa rekomendowała wykonawcę jednej, dwóm lub maksymalnie trzem osobom. Jedynie 16% badanych zadeklarowało, iż aktywnie poleca swojego wykonawcę wśród kolejnych inwestorów, z czego 1% polecił swojego wykonawcę ponad dziesięciu osobom. Polecenie to polegało na zamieszczeniu rekomendacji w internecie.

Jak zadbać o polecenia?

Zadowoleni inwestorzy deklarują, iż sami z siebie polecają wykonawcę kolejnym zainteresowanym. Robią to ze względu na chęć pomocy znajomym, którzy poszukują instalatora. 30% spośród zadowolonych klientów wymaga jednak zaktywizowania, czyli zachęty do tego, by czynnie polecali usługi określonej firmy. Kolejna kwestia to liczba poleceń. Pożądane byłoby, aby zadowolony klient aktywnie i często polecał swojego wykonawcę – także wtedy, gdy od wykonania u niego instalacji minęło już kilka lat. Tymczasem do polecenia wykonawcy więcej niż trzem kolejnym osobom przyznało się jedynie 16% badanych. Jak zatem zadbać o polecenia, aby mieć zapewniony stały front robót?

Zadanie nie jest proste, bo wymaga wyczucia, kiedy i jak rozmawiać z klientami, by ta rozmowa zaowocowała stałą i długofalową relacją. Kolejna rzecz to nauczenie się, jak wykorzystać dostępne instalatorowi narzędzia do tego, aby ułatwić klientom polecanie jego usług.

Zdarza się, że do osiągnięcia sukcesu wystarczy jedna szczera rozmowa

z prośbą o polecenie. Jednakże w zdecydowanej większości przypadków, aby ten mechanizm zadziałał, należy spełnić kilka warunków:

- wzbudzić zaufanie i zaprezentować się jako kompetentny wykonawca i doradca;
- dobrze wykonać zlecenie z dbałością o detale i estetykę wykonania – nie wszyscy klienci potrafią ocenić fachowość, ale estetykę wykonania potrafi ocenić każdy;
- nawiązać z inwestorem życzliwą relację, zostać przez niego zapamiętanym i to w pozytywnym świetle;
- zaoferować klientowi coś więcej – doradzić lepsze rozwiązanie, wykonać coś ekstra, co nie zostało ujęte w pierwotnym kosztorysie i pozostawić klienta z „długiem wdzięczności" – aby chciał się zrewanżować;
- zapytać o ocenę własnej pracy, zadbać o całkowite zadowolenie klienta, warto również poprosić o rekomendacje/referencje/polecenie;
- utrzymywać z klientem kontakt po wykonaniu usługi – pretekstów można znaleźć kilka, najważniejsze, aby klient nie zapomniał wykonawcy i miał świadomość, że oczekuje on polecania jego usług.

Warsztaty „Co zrobić, aby dotychczasowi klienci polecali Cię innym?"

Od października 2015 r. Fundacja Praktyków Biznesu rozpoczyna cykl warsztatów „Co zrobić, aby dotychczasowi klienci polecali Cię innym?". Program adresowany jest do wykonawców z branży instalacyjnej, a jego celem jest wyposażenie instalatorów w wiedzę i umiejętności do skutecznego pozyskiwania poleceń i rekomendacji. Szkolenia odbędą się w Warszawie, Krakowie, Wrocławiu i Poznaniu. Szczegółowe informacje można znaleźć na stronie www.praktycybiznesu.org. Kontakt: biuro@praktycybiznesu.org lub tel. 501 199 439.

To tylko najważniejsze elementy, które wskazują na wysoki standard obsługi klienta i utrzymywanie z nim stałej, biznesowej relacji. Oprócz tego znaczenie mają detale, np. nie warto prosić o polecenie zanim nie uzyska się informacji zwrotnej, że klient jest zadowolony z wykonanej usługi, inaczej efekt może być odwrotny od zamierzonego. Ważne jest również umiejętne korzystanie z narzędzi, takich jak wizytówki, naklejki, katalogi zdjęć, pisemne referencje czy np. fanpage na facebooku.

Pomoc handlowca w pozyskiwaniu zleceń

Wsparcie wykonawcy w pozyskiwaniu zleceń jest zadaniem niezwykle trudnym i wymagającym znajomości zarówno rynku, jak i zachowań klientów – inwestorów. Warto nadmienić, iż działania takie są koniecznie, gdyż właśnie brak klientów jest najczęstszym problemem instalatorów, nawet tych, którzy radzą sobie na rynku dobrze. Właściwe rozpoznanie potrzeb wykonawców i ich umiejętne zaspokojenie są podstawą dobrej relacji handlowej. Zatem, aby sprzedawać więcej, należy wspierać swoich odbiorców w kompetentnym i skutecznym pozyskiwaniu klientów. Jeśli handlowiec pomoże instalatorowi pozyskać klienta, ten z pewnością zakupy zrobi u niego. Zasada wdzięczności i potrzeba zrewanżowania się wciąż jeszcze działają. ■

REKLAMA

Kominox – nowy sklep!!!
Wentylacja, klimatyzacja, rekuperacja

Nasz asortyment:
- centrale wentylacyjne i klimatyzacyjne;
- wentylatory łazienkowe, kanałowe, dachowe, ścienne, osiowe i przeciwwybuchowe;
- nagrzewnice elektryczne i wodne;
- klapy przeciwpożarowe i oddymiające;
- rekuperatory;
- filtry;
- kurtyny powietrzne.

Osprzęt do klimatyzacji:
- rury miedziane;
- koryta instalacyjne;
- konsole;
- pompki skroplin;
- rurki i kształtki odprowadzania skroplin.

Wentylacja:
- kanały i kształtki wentylacyjne prostokątne oraz okrągłe;
- przepustnice;
- kratki, anemostaty i nawiewniki;
- tłumiki;
- czerpnie ścienne i dachowe;
- izolacje techniczne i akcesoria montażowe.

Zapraszamy do współpracy:
- klientów hurtowych;
- montażystów;
- projektantów;
- firmy.

KOMINOX

Kominox
Sklep stacjonarny
pon.–pt.: 7–17, sob.: 7–13
Lublin, Szerokie 32 (wjazd od ulicy Nałęczowskiej)
tel. kom. 517 302 190, wentylacja@kominox.pl

Sklep internetowy
www.wentylacja-klimatyzacja.eu
Jesteśmy na allegro:
allegro@kominox.pl

Warto konkurować uczciwie

Aldona Mazurkiewicz, redakcja@swiatkominkow.pl

Od młodych lat najpierw rodzice, a później nauczyciele i pedagodzy dbali, by wszyscy razem i każdy z osobna nie tylko rozumiał znaczenie słowa „uczciwy", ale też by pewne przyjęte w naszym kręgu kulturowym zasady moralne i obyczaje umiał stosować. W dorosłym życiu wymagamy uczciwości od polityków i urzędników, choć w tej dziedzinie daleko nam do doskonałości, od najbliższych – rodziny, przyjaciół – a także od osób, z którymi mamy do czynienia czy to w sklepie, zakładzie fryzjerskim, dentystycznym, czy w warsztacie samochodowym.

Zarówno w dużym biznesie, jak i tym małym jest to bardzo ważne, gdyż procentuje później powrotem klienta np. do miłej i nie borującej zdrowych zębów dentystki, do rzetelnego hydraulika i dbającego o nasze interesy bankowca. Wracamy do ludzi i zakładów, które uważamy za uczciwie prowadzone, bo chyba nikt świadomie nie wróciłby do jakiegokolwiek sklepu czy zakładu usługowego, w którym go oszukano. Taka sama jest sytuacja, gdy mamy do czynienia z firmą budowlaną. Nie tylko miło, ale też i opłacalnie – z punktu widzenia firmy – jest sprawić, aby z naszej usługi czy pracy był zadowolony klient. W codziennych sytuacjach często się o tym nie myśli, ale nie można przecenić tego typu sytuacji. Równie istotne jest to w stosunkach między firmami. Jednak tam, gdzie wchodzą w grę pieniądze i to niekoniecznie duże bywa, że o taką zwykłą ludzką uczciwość jakoś trudniej. W tego typu aspektach działalności komercyjnej z pomocą przyszedł ustawodawca. Pakiet ustaw, które mają na celu ochronę interesów przedsiębiorców, często konkurujących ze sobą, ma pomóc w sytuacjach, w których brakuje zwykłej ludzkiej przyzwoitości. Ustawy te chronią nie tylko przedsiębiorców, ale też i konsumentów. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów to dwa najważniejsze akty prawne chroniące prawa przedsiębiorców działających na tym samym rynku oraz ich klientów. Ten pakiet ustaw ma pomóc niezdecydowanym wybrać „właściwą ścieżkę".

Nie mam zamiaru cytować poszczególnych przepisów konkretnych ustaw. Chcę jedynie zwrócić uwagę na to, jak ważna jest rzetelność i sumienność w biznesie. Mam nadzieję, że szczególnie w naszym budowlanym świecie tego typu problemów będzie jak najmniej. Branża budowlana sprzedaje specyficzny produkt/usługę, nie tylko samą technologię, ale coś, co ma stworzyć klimat i przyjemną atmosferę w domu. Urządzanie, czy remont domu powinien przynosić radość, więc cała „operacja" zamówienia koniecznych produktów i prowadzenie prac budowlanych nie powinno „rodzić się w bólach". Sprawa uczciwości w branży ma jeszcze jeden aspekt. Źle zaaplikowana technologia, czy nieprawidłowo zamontowane urządzenie może zagrażać zdrowiu i życiu domowników, dlatego też warto dołożyć wszelkich starań, aby do tego nie dopuścić. Czasami warto poświęcić godzinę czy nawet dzień więcej, jeśli wymaga tego sytuacja. Te parę groszy, które „stracimy" w tym czasie, i tak do nas wróci dzięki zadowolonemu klientowi czy kontrahentowi, a i osobista satysfakcja będzie większa. Nie oszukujmy się jednak i pamiętajmy jako przedsiębiorcy o absolutnych podstawach. Przede wszystkim nie zostanie oszukany ten kto nie da się oszukać, bo to właśnie okazja czyni złodzieja. Jak zatem zapobiegać takim „okazjom" by nie dać się wystrychnąć na dudka? Przede wszystkim unikajmy nieprecyzyjnie sformułowanych umów. Każdy niejasno określony zapis to pole, a dla niektórych wręcz zachęta do nadużyć. Unikajmy też zaciągania zobowiązań czy zawierania umów na słowo. Bez żadnej umowy lub choćby pokwitowania – szczególnie w przypadku przekazywania pieniędzy.

Mówiłam już, że ustaw cytować nie będę, chcę tylko zasygnalizować parę zagadnień i skłonić do refleksji. W tym celu powołam się na kilka przykładów, które jedynie pozwolą pokazać kilka aspektów rzetelności w interesach. Zgodnie z ustawą o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji „czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta" (Art. 3. 1). Definicja ta jest dość ogólna, dlatego w ustawie podano przykłady czynów uznanych przez ustawodawcę za niedozwolone. Są nimi m.in. oznaczenia wprowadzające w błąd co do tożsamości przedsiębiorcy, towaru czy też jego pochodzenia geograficznego. Ustawodawca wymienia również pomawianie lub nieuczciwe zachwalanie, dlatego też ciekawym zjawiskiem są powstające coraz liczniej portale konsumenckie, na których oceniane są zarówno restauracje, producenci, usługodawcy, a ostatnio nawet lekarze. Firmy budowlane, montażyści i instalatorzy też musza się liczyć z taką oceną. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji zabrania pomawiania firm, produktów i usług przez innego przedsiębiorcę. Prawo do wypowiadania własnego zdania ma konsument. Nie oznacza to jednak, że dyskredytowanie w ramach krytyki konsumenckiej jakiegoś przedsiębiorcy nie będzie sprzeczne z prawem, gdy będzie naruszało dobra osobiste przedsiębiorcy. Dozwolona jest tak zwana rzetelna krytyka konsumencka. Wirtualna rzeczywistość daje możliwość wielu nadużyć, chociażby anonimowość, która daje poczucie bezkarności. Ciekawe, jak prawo w przyszłości ustosunkuje się do tego typu zjawisk, które w miarę rozwoju nowych mediów stwarzają coraz więcej możliwości nieuczciwych zachowań.

Coraz więcej aspektów naszego życia, nie tylko prywatnego, ale też i gospodarczego, jest obecnych w wirtualnej rzeczywistości. Już coraz trudniej jest znaleźć firmę, która nie posiada własnej strony internetowej. Istnienie określonej, dobrze rozpoznawalnej domeny internetowej lub odwiedzanego profilu na facebooku jest często warunkiem sukcesu. Dlatego też za sprzeczne z prawem uznane zostało zarówno blokowanie, jak i dyskredytowanie domen rynkowych konkurentów. Szczególną sytuacją jest użycie zarejestrowanego znaku towarowego innej firmy w celu ściągnięcia klientów na własną stronę WWW. Takie działanie wprowadza klienta w błąd co do tożsamości przedsiębiorcy, a dodatkowo może być uznane za wprowadzającą w błąd konsumenta reklamę. Interpretując to zachowanie, można je uznać także za utrudnianie dostępu do rynku. Działanie to jest nie tylko sprzeczne z do-

brymi obyczajami, na które powołuje się ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, ale też narusza przepisy Prawa własności przemysłowej.

Reklama jest dźwignią handlu i chyba wszyscy już docenili jej rolę. Coraz chętniej wykorzystywanym w celach reklamowych medium stał się Internet, dający więcej możliwości niż inne media. Zagadnienie nieuczciwej reklamy dotyczy zatem nie tylko telewizji, ale też i Internetu. Nieuczciwa reklama, zgodnie z przepisami, to przekaz, który zmierza do wywołania wśród konsumentów wrażenia, że jest informacją neutralną, a nie reklamą. Taki przekaz jest nie tylko czynem nieuczciwej konkurencji, ale też dodatkowo narusza zbiorowe interesy konsumentów chronione w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

W jednym z orzeczeń sąd ochrony konkurencji i konsumentów stwierdził, że „istotą pojęcia dobrego obyczaju jest szeroko rozumiany szacunek dla drugiego człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się właściwym informowaniem o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniu uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniu partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołaniu błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności". Stwierdzenie to w wyraźny i prosty sposób określa, jak powinniśmy działać i czego tak naprawdę konsument oczekuje od sprzedawcy czy usługodawcy. Konsumenci często czują się bezradni w sytuacjach konfliktowych. Aby takowych uniknąć, powinni zwracać uwagę nie tylko na polecenie danej firmy przez znajomego, ale też w miarę swoich możliwości zapoznać się ze stylem prowadzenia działalności. To, czy firma jest uczciwa w stosunkach ze swoimi partnerami i kontrahentami, wbrew pozorom może mieć duże znaczenie. Często właśnie od takich rzeczy zależeć może później jakość serwisu gwarancyjnego czy wręcz jego istnienie.

Etyka jest „cnotą kardynalną", jak mówią w pewnej reklamie. Trudno nie zauważyć, że w świecie, w którym coraz większą rolę odgrywają pieniądze, czasami o tym zapominamy. Potrzeba dopiero takiej katastrofy, jak w World Trade Center czy trzęsienia ziemi we Włoszech, by cały świat zatrzymał się na chwilę i pomyślał o rzeczach najważniejszych. Mam nadzieję, że w miarę wzrastania naszej świadomości jako stosunkowo „młodych kapitalistów", nasza kultura, etyka pracy i zwykła codzienna uczciwość będą coraz bardziej powszechne. A przede wszystkim, że żaden klient firmy budowlanej (dystrybutora materiałów, montażysty, instalatora) nie wyjdzie z niej niezadowolony, bo będzie to zły PR nie tylko dla tej firmy, ale i dla całej branży. Z tego samego powodu warto dbać o dobry wizerunek branży na zewnątrz, a problemy z zakresu firma – firma załatwiać między sobą. Dlaczego? Bo przecież technologie i materiały budowlane mają nie tylko tworzyć dom, ale przede wszystkim mają przynosić radość, roztaczać ciepło i tworzyć niepowtarzalną domową atmosferę i o tym musimy sami pamiętać a naszym klientom stale przypominać. Życzmy zatem sobie, aby każdemu (potencjalnemu) inwestorowi decyzje dotyczące kształtu własnego domu i późniejsze roboty budowlane kojarzyły się też z dobrym fachowcem i rzetelnym wykonawcą.

REKLAMA

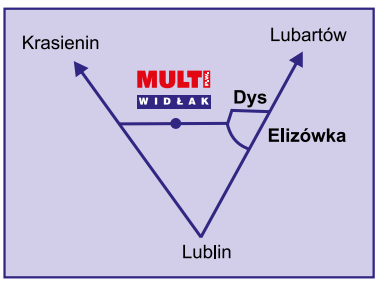
MULT P.W. WIDŁAK

DYS k/Lublina
tel./fax 81 501 28 44
fax 501 28 43
tel. kom. 605 310 100
605 310 339

WÓZKI WIDŁOWE

URZĄDZENIA TRANSPORTU WEWNĘTRZNEGO
(wszystkie typy)

• sprzedaż • serwis • wynajem • części



e-mail: multiwidlak@interia.pl • www.multiwidlak.pl

PROMOCJA!

WÓZEK WIDŁOWY NISSAN

ZAWIESIE DO PALET

SZUFLA HYDRAULICZNA

Samochód w firmie

Jerzy Liniewicz, jurek.l@ihz.pl

Każdy przedsiębiorca budowlany musi mieć do dyspozycji samochód lub nawet większą ich ilość. Trudno wyobrazić sobie sprawne działanie firmy bez pojazdu. I nie może to być pojazd byle jaki, pierwszy lepszy. Samochód dla firmy budowlanej musi spełniać kilka kryteriów, a najlepszy pod tym względem jest samochód dostawczy.

Przestrzeń

Przestrzeń ładunkowa to bez wątpienia najważniejszy „składnik" dobrego samochodu firmowego. Sprawa jest oczywista – w samochodzie musi się zmieścić określony ładunek. Raz mniejszy (np. w małej firmie remontowej wiozącej farby czy chemię budowlaną plus drabinę i narzędzia), kiedy indziej całkiem spory (typowa poważniejsza „akcja transportowa" to przewóz stolarki okiennej do inwestora). Wymiana całej stolarki w standardowym mieszkaniu to około 4-5 okien i duże drzwi balkonowe, a w przypadku domu jednorodzinnego sprawa jest jeszcze bardziej „pojemna" i trzeba się liczyć z koniecznością przewiezienia nawet kilkunastu okien, drzwi. To i waży, i zajmuje miejsce. A co zrobić z przewozem mebli, dużej ilości materiałów budowlanych, sporych narzędzi, a także ludzi z ekipy budowlanej? Bez pojemnego samochodu nic się tu nie poradzi. Producenci samochodów oferują jednak sporo modeli znakomicie dostosowanych do różnego typu zadań transportowych. Modele te różnią się rodzajem przestrzeni ładunkowej (konstrukcje otwarte/zamknięte), wielkością i pojemnością tej przestrzeni (od około 1 m^3, poprzez wersje pośrednie, aż do kilkunastu m^3), a konkretny wybór musi odzwierciedlać obecne, a nawet przyszłe (przewidywane) potrzeby firmy. Czasem wystarczy mniejszy i prosty samochód, który bazuje na konstrukcji samochodu osobowego, ale ma zamkniętą, całkiem użyteczną przestrzeń ładunkową. Nie zmieścimy w niej co prawda stolarki dla domu czy dużych mebli, ale na pewno w sposób bezpieczny możemy używać takiego samochodu do transportu narzędzi bądź ograniczonej ilości innych niezbędnych produktów. Dla małej firmy to dobra oferta – choćby na początek. Jednak najbardziej popularne i wszechstronne są oczywiście samochody z innej klasy – mamy na myśli typowe samochody dostawcze z zamkniętą przestrzenią ładunkową. Jest ich na polskim rynku wiele i niemal każdy europejski, koreański lub japoński producent ma je w swoje ofercie. Takie „woły robocze" na kołach to wizytówka firm budowlanych. A do ich prowadzenia wystarczy prawo jazdy kategorii B.

„Dostawczak" jest naj...

Klasa samochodów dostawczych to szeroka i wszechstronna gama rozwiązań i modeli. Wozy z tego segmentu mają kilka wersji rozstawu osi, kabin czy wysokości dachu. Napędzane są różnymi silnikami, a ich przestrzeń pasażerska i robocza bywa różnie aranżowana. Trudno w jednym artykule opisać całą tę złożoność, ale trzeba mieć świadomość, że jest ona faktem. Producenci starają się odpowiedzieć na potrzeby firm budowlanych, a te są różne. I stąd bierze się

>

CITROËN

NOWY CITROËN **JUMPY**

MOCNE STRONY

TRZY DŁUGOŚCI, W TYM WERSJA KOMPAKTOWA
XS to unikatowa wersja o długości zaledwie 4,6 metra, ułatwiającej miejskie manewry

MODUWORK
konstrukcja pozwalająca przewozić przedmioty o długości nawet 4 metrów

WYŚWIETLANIE INFORMACJI W POLU WIDZENIA DROGI
technologia ułatwiająca życie i pracę

BEZDOTYKOWE OTWIERANIE DRZWI PRZESUWNYCH
można otworzyć i zamknąć drzwi, nawet gdy obie ręce są zajęte

WYSOKOŚĆ TYLKO 1,9 M
dostęp do parkingów podziemnych

EFEKTYWNOŚĆ
nowa platforma w połączeniu z silnikami najnowszej generacji

KOMFORT MARKI CITROËN
źródło dobrego samopoczucia

Szczegóły i informacje o aktualnej ofercie:

FIX FORUM LIDER sp. z o.o.
21-030 Motycz, Konopnica 164 E
tel. 81 506 5408

www.dealer.citroen.pl/lublin-fixforumlider

aż tyle wersji samochodów dostawczych. Każda z tych wersji pasuje do określonej działalności firmy i odpowiada na określone zapotrzebowanie robocze. Firmy budowlane na pewno znajdą wersję odpowiednią dla siebie. Warto pokazać jednak przykładowe rozwiązania o charakterze modelowym – taki dobry standard, który ilustruje problem. Co powinien oferować dobry „dostawczak" – oto jest pytanie? O przestrzeni ładunkowej już wiemy. Naprawdę bardzo przyzwoity wynik w tej konkurencji to około 15 m^3 przestrzeni do załadunku oraz możliwość umieszczenia ładunku o długości nieco ponad 4 metry. Takie parametry mają największe modele. O jednej sprawie zapomnieć nie można. Dobrze jest móc dużo do samochodu wpakować, ale równie dobrze, by ów ładunek bezpiecznie (czyli w całości) dowieźć na miejsce. Tutaj samochód też musi się popisać i dysponować skutecznymi rozwiązaniami antykradzieżowymi oraz możliwością zabezpieczenia przewożonych przedmiotów podczas transportu. Przydatny może być hak holowniczy umożliwiający holowanie przyczepy. Można w niej umieścić dodatkowy „tonaż", by szybciej i efektywniej przetransportować to, co akurat mamy przewieźć.

©IHZ

Lista życzeń

W obecnych czasach najbardziej liczy się ergonomia i funkcjonalność używanych przez człowieka urządzeń. Urządzenie ma sprawnie działać, być przyjazne i bezpieczne. Tego samego oczekujemy od samochodów. Jak ma się to do samochodu dostawczego? W oparciu o powyższe zasady można sporządzić listę wymagań i oczekiwań, którymi powinien się kierować potencjalny nabywca takiego samochodu. Choć specyfikacja poszczególnych modeli może w różnym stopniu spełniać powyższe warunki (a i potrzeby użytkownika bywają różne), to warto wiedzieć, co na takiej liście może się znaleźć. Analiza ofert producentów aut i wymagań użytkowników daje podstawę do tego, by stwierdzić, że listę tę, poza kwestią wielkości przestrzeni ładunkowej, tworzą przede wszystkim:

- ergonomia – możliwości transportowe, sprawny załadunek/rozładunek, bezpieczeństwo człowieka i przewożonych elementów, możliwość efektywnej pracy ludzkiej i jej komfort, poszanowanie ludzkich sił;
- dostęp do przestrzeni ładunkowej – stopień zintegrowany z tylnym zderzakiem jest tu nieocenioną pomocą dla osób mających w taki czy inny sposób do czynienia z ładunkiem;
- uchwyt do mocowania ładunku – gwarantuje zabezpieczenie ładunku i przewożenie go w sposób bezpieczny;
- oświetlenie przestrzeni ładunkowej – komfort i bezpieczeństwo pracy podczas różnych czynności, np. załadunku/rozładunku czy selekcjonowania przewożonych przedmiotów;
- drzwi boczne - muszą być wytrzymałe i dające się łatwo przesuwać, by umożliwić ludziom swobodny i bezpieczny dostęp do przestrzeni ładunkowej i pracę w niej;
- drzwi tylne – ich skrzydłowa konstrukcja także zapewnia swobodny dostęp do przestrzeni ładunkowej i ułatwi bezpieczna pracę ludziom, przyczyniając się także do bezpieczeństwa ładunku;
- charakterystyka, poziom bezpieczeństwa, osiągi i wyposażenie samochodu – tu wchodzi w grę wiele spraw – oszczędny i mocny silnik, komfort i (bogate) wyposażenie auta (szacunek dla ludzkich sił i zdrowia, łatwość prowadzenia i manewrowania), rozwiązania wzmacniające bezpieczeństwo jazdy, technologie proekologiczne), design.

Warto też z kalkulatorem w dłoni przeanalizować sprawy serwisowania samochodu, warunki gwarancyjne/pogwarancyjne, koszty eksploatacji, bo i to się liczy (a nawet przelicza) i żaden przedsiębiorca nie może tych spraw pominąć.

Podsumowując krótko sprawę samochodu firmowego – w tym przypadku głównie samochodu dostawczego – trzeba stwierdzić, że przedsiębiorca budowlany ma w czym wybierać zarówno, jeśli chodzi o markę „dostawczaka", jak i jego konkretny model (wersje, konfiguracje). To dla biznesmena dobra wiadomość, ponieważ w tym akurat przypadku duża konkurencja na rynku działa na jego korzyść i realnie zwiększa szansę znalezienia dobrej oferty. Pozostaje jedynie wykorzystać samochód w taki sposób, by zwiększyć też własną konkurencyjność.

Leasing – podstawowe informacje

Co do kwestii sfinansowania zakupu samochodu dla firmy, najlepszym rozwiązaniem wydaje się leasing. Wybrane i istotne z punktu widzenia przedsiębiorcy korzyści z leasingu są następujące:

- Podatkowe – opłata wstępna i raty leasingowe mogą stanowić w całości koszt uzyskania przychodu – korzyści podatkowe niedostępne w przypadku finansowania zakupu środka trwałego poprzez finansowanie kredytowe, a w efekcie – przyspieszenie amortyzacji podatkowej inwestycji;
- Elastyczne struktury opłat – możliwość dopasowania rat leasingowych do sezonowej działalności klienta;
- Brak obciążenia bilansu – dla firm z segmentu małych i średnich przedsiębiorstw typowa dla rynku transakcja leasingowa nie obciąża bilansu firmy, tzn. korzystający nie wykazuje zobowiązań leasingowych w swoim bilansie;
- Mniej formalności – doceni to każdy przedsiębiorca, który i tak na co dzień musi zajmować się wieloma często uciążliwymi sprawami formalnymi związanymi z prowadzeniem firmy.

Źródło: Opr. JL na podstawie materiałów Spółdzielczego Banku Powiatowego w Piaskach.

GRANIT DULNIAK sp. j.

OFERTA

- kominki
- parapety
- blaty
- kuchnie
- łazienki
- posadzki
- schody
- płyty granitowe
- elementy ozdobne
- środki konserwujące

REALIZUJEMY ZAMÓWIENIA WEDŁUG INDYWIDUALNYCH PROJEKTÓW

ZAPRASZAMY FIRMY DO WSPÓŁPRACY

Zakład Kamieniarski Granit Dulniak Sp.j.

20-439 Lublin, ul. Głuska 16
tel. 81 744 08 27, fax 81 745 54 26

info@granit.lublin.pl
www.granit.lublin.pl

— Vito Furgon już za —

79 990 PLN netto

— Sprinter Furgon już za —

96 400 PLN netto

Vito: zużycie paliwa w mieście/poza miastem/średnie: 8,8-6,6/6,0-5,0/6,9-5,7 l/100 km; średnia emisja CO_2: 182-150 g/km,
Sprinter: zużycie paliwa w mieście/poza miastem/średnie: 17,1-7,3/10,9-6,1/13,1-6,6 l/100 km; średnia emisja CO_2: 302-170 g/km.

Atrakcyjne wyposażenie w cenie:

- klimatyzacja
- elektrycznie sterowane szyby
- elektrycznie sterowane lusterka
- centralny zamek

Taka okazja trafia się raz na 20 lat!

Jeśli zaraz wyruszysz do salonu Mercedes-Benz, jeszcze zdążysz skorzystać z jubileuszowej oferty!
Z okazji 20-lecia Mercedes-Benz Polska możesz kupić bogato wyposażone modele Sprinter Furgon i Vito Furgon w cenach, które mogą się nie powtórzyć przez 20 lat.
Sprawdź też jubileuszową ofertę na model Mercedes Citan!

Nie spóźnij się

Mercedes-Benz
Vans. Born to run.

Lenartowicz Sp. z o.o., Lublin, Al. Spółdzielczości Pracy 84, tel.: 81 718 66 00