



WIADOMOŚCI GOSPODARCZE

M I A S T O O S T R O Ł Ę K A – P O W I A T O S T R O Ł Ę C K I

Nr 8

29.03.2012

nakład 25 001

Potrzebny jest wspólny plan promocji regionu kurpiowskiego!

CZAS NA KURPIE
KUPUJ LOKALNE PRODUKTY

KONKURS CZAS NA KURPIE KUPUJ LOKALNE PRODUKTY	GAZETA WIADOMOŚCI GOSPODARCZE	KATALOG I OFERTY LOKALNYCH FIRM	AKTUALNOŚCI GOSPODARCZE Z OSTROŁĘKI I POWIATU PROMOCJA FIRM	ZALETY GOSPODARCZE OSTROŁĘKI I POWIATU	PORADY DLA PRZEDSIĘBIORCÓW PRZYDATNE LINKI
---	-------------------------------------	------------------------------------	--	---	--

Coraz więcej regionów, gmin i miast w Polsce skutecznie wprowadza w życie elementy tzw. marketingu terytorialnego, który ma na celu pokazanie głównych zalet danego terytorium dla inwestorów, przedsiębiorców, turystów, instytucji i mieszkańców. Efektem skutecznego marketingu terytorialnego powinno być zwiększenie zainteresowania firm i inwestorów regionem, wzrost rozpoznawalności regionu, lepsza obsługa mieszkańców przez urzędy, pobudzenie lokalnego patriotyzmu gospodarczego, zwiększenie świadomości tradycji kulturalnych, zapobieganie wyludnieniu itp. Inaczej mówiąc w tego typu marketingu sprzedajemy dobry „produkt” jakim jest region, gmina czy miasto akcentując ich najlepsze i prawdziwe cechy. Taki plan marketingowy powinien być spoj-

ny, realny, długoterminowy a powinni w nim uczestniczyć wszyscy, którzy mają wpływ na wizerunek danego terytorium i społeczności, a więc gminy, przedsiębiorcy i organizacje pozarządowe, media, lokalni politycy, agendy rządowe itp. Tyle dobrej teorii a jak zrobić to w praktyce? Zapewne pojawi się wiele problemów - tych realnych i tych sztucznie nadmuchianych.

Kto opracuje wspólny plan marketingowy regionu kurpiowskiego?

Ostrołęka i poszczególne gminy powiatu ostrołęckiego mają swoje strategie rozwoju, które mogą być załącznikiem takiego planu, ale jak się dobrze w nie wczytać to okazuje się, że często inaczej opisują swoje zalety. Przykładem może być polityka podatkowa Ostrołęka od kilku lat nie

podwyższa podatków lokalnych, natomiast wiele gmin idzie inną drogą, a więc charakteryzując cały region nie będzie można już mówić o najniższych podatkach lokalnych. Podstawą jednolitego planu marketingowego powinno być porozumienie międzygminne, które wskaże także środki finansowe na jego realizację. Takie porozumienie byłoby dobrą podstawą do ubiegania się o środki pomocowe z UE. Plan powinien być z początku ograniczony do podstawowych działań, a dopiero potem rozbudowywany. Kto powinien brać udział w realizacji programu? W realizacji programu marketingu terytorialnego regionu kurpiowskiego powinni brać udział wszystkie gminy, powiaty, firmy, lokalne media, organizacje pozarządowe, instytucje kulturalne

przy wsparciu lokalnych polityków i agend rządowych. Teoretycznie taka akcja wspierająca rozwój całego regionu jest akceptowana przez wszystkich ale ...w praktyce zapewne pojawią się „nadmuchane sztuczne problemy” takie jak: kto ważniejszy, ile płacić, kto organizatorem itp. Do tej pory poszczególne gminy i organizacje pozarządowe a także duże firmy na swoje różne sposoby i z różnym skutkiem reklamowały w bezpośredni lub pośredni sposób nasz region. Może właśnie nadszedł czas na wspólne, tańsze i skuteczniejsze działania. Nie będzie to łatwe ale warto spróbować. Są już pierwsze doświadczenia w realizacji programu (w skrócie) „Czas na Kurpie”. Dobrze by było pójść o krok dalej.

Antoni Piasecki, OFG

Chcemy przywrócić Narew miastu

Dwa lata temu opracowaliśmy ogólną koncepcję zagospodarowania nadbrzeża Narwi między mostami. Niestety, bez środków zewnętrznych nie jesteśmy w stanie takiej inwestycji zrealizować, a w ostatnim naborze nasz projekt znalazł się na liście rezerwowej. Tym niemniej rozpoczęliśmy przygotowania do uporządkowania terenu wzdłuż wału przeciwpowodziowego. Przy współpracy Rejonowego Zarządu Gospodarki Wodnej udało się wykarzczać faszynę na obszarze między mostami i przy basenie portowym. W najbliższym czasie wejdą tam ekipy sprzątające, by usunąć naniesione przez wodę zanieczyszczenia. W swoich działaniach nadal opieramy się o założenia koncepcyjne sprzed dwóch lat. Zakładały one budowę ścieżek spacerowych, rowerowych i miejsc do cumowania pomiędzy mostami. Życie zweryfikowało nam trochę finansowanie tych pomysłów, ale poprzez Związek Gmin „Pisa -Narew” chcemy ubiegać się o dofinansowanie w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko. Stwarza on możliwości inwestowania w obszary nadrzeczne na terenach zurbanizowanych objętych także Naturą 2000, bo jednym z jego założeń jest przeniesienie turystyki z terenów chronionych (bagien, łęgówisk



Grzegorz Płocha,
Wiceprezydent Ostrołęki

ptaków czy ostoi zwierzyny). Liczymy na to, że uda nam się zaproponować alternatywną formę wypoczynku, czy to poprzez trasy do nordic-walking’u, ścieżki rowerowe czy punkty widokowe. Myślimy o zagospodarowaniu terenu portu przy moście Madalińskiego, by zaoferować uprawiającym turystykę wodną możliwość zacumowania, uzupełnienia zapasów i spędzenia noclegu. Być może w ten sposób uda się ograniczyć dzikie biwaki i jednocześnie zachęcić przepływających do zwiedzenia Ostrołęki. Jeśli udałoby się nam pozyskać na to dofinansowanie, zgodnie z założeniami programu mamy czas na realizację projektu do końca 2014 roku. Pozwoliłoby to nam na realizację pierwszego etapu przywracania Narwi miastu.



Zabija bakterie, pleśń, grzyby i roztocza

Przemysław Wilmanowicz (na zdjęciu) czasem żartując ze swojej pracy, mówi że jest zabójcą. Zabójcą bakterii, pleśni, grzybów, roztoczy, alergenów.

Jego firma KONAD powstała w 2007r. i zajmuje się kompleksowym praniem wszelkiego rodzaju dywanów, wykładzin, sof, kanap, narożników, poduszek, krzeseł, tapicerki samochodowej itp, a usługi wykonuje bardzo rzetelnie i starannie. Każdego klienta traktuje indywi-

dualnie. Jednocześnie stara się, aby oferta cenowa była jak najbardziej konkurencyjna! Krótko o praniu: pranie dywanów i wykładzin z wykorzystaniem głowicy piorącej, powoduje większą penetrację pranej powierzchni poprzez jej rozczesanie, skutkiem tego jest podwyższona jakość czyszczenia tejże powierzchni dywanu czy wykładziny oraz skuteczne rozczesanie włosa z wykorzystaniem specjalistycznego walca szczotkowego. W przypadku mocniej za-

brudzonych powierzchni stosuje się specjalistyczną głowicę piorącą PW10. Firma używa profesjonalnych odkurzaczy oraz środków piorących. W 2011 roku Przemysław Wilmanowicz wprowadził do swej oferty usługi ozonowania. Firma otrzymała certyfikat firmy Ozonowanie.com. Co to jest ozonowanie i na czym polega? Dezynfekcja ozonem, popularnie określana jako ozonowanie, jest metodą odkażania bez użycia chemii. Stosowanym środkiem

biobójczym jest ozon, gaz o silnych właściwościach dezynfekcyjnych. Dzięki użyciu wydajnego generatora ozonu o przemysłowej wydajności w krótkim czasie osiąga się stężenie krytyczne, przy którym następuje dezynfekcja - niszczone są grzyby, roztocza, bakterie, wirusy, alergeny, pleśń i szkodliwe dla zdrowia drobnoustroje. Ale przede wszystkim ozon zabija nieprzyjemny zapach. Więcej szczegółów na www.konad-ostroleka.pl Tel.602 373 041



WYWIAD DLA WIADOMOŚCI GOSPODARCZYCH

Myjnia bezdotykowa to jest to!

Z Dariuszem Zyskiem-właścicielem firmy PROFIT rozmawiał Aleksander Wysocki.

Wiadomości Gospodarcze: Centrum Higieny „PROFIT” uruchomiło w Ostrołęce na ul. Bohaterów Westerplatte 1 a samoobsługową myjnię bezdotykową. Czym różni się ona od innych myjni w mieście?

Dariusz Zysk: Przede wszystkim innowacyjną technologią mycia mikroproszkiem dozowanym w demineralizowanej wodzie o temp. 60 st. C. Żadna myjnia w Ostrołęce nie dysponuje urządzeniem o tak zaawansowanej technice. Zastosowanie mikroproszku do bezdotykowego mycia powoduje wysoką skuteczność mycia i całkowicie eliminuje konieczność stosowania szczotek, czy też gąbek do doczyszczania. Każdy, kto miał okazję skorzystać z myjni ręcznych, w których używa się urządzeń wysokociśnieniowych wie, że nawet duże ciśnienie wody nie jest w stanie usunąć tzw. „cienia brudu”, i wymagana jest interwencja pracownika z gąbką lub szczotką. Takie czynności nie pozostają oczywiście bez wpływu na stan lakieru, który może ulec uszkodzeniu, ponieważ nie da się wykluczyć zarysowania lakieru, gdy na gąbce znajdują się drobiny piasku. W naszej myjni nie ma takiego problemu. Mikroproszek z detergentem, rozpuszczony w ciepłej, zdemineralizowanej wodzie pod bezpiecznym ciśnieniem działa w dwójaki sposób: po pierwsze usuwa brud wiążąc go z detergentem i działając jak mikro-gąbka, a po drugie rozrywa wiązania międzycząsteczkowe na granicy lakieru i kurzu,

pozostawiając samochód idealnie czysty. Ponadto zdemineralizowana woda (tzw. woda miękka) nie zostawia po wyschnięciu karoserii plam, które są spowodowane obecnymi w twardej wodzie solami mineralnymi. To w 100 procentach bezpieczna dla lakieru i efektywna technologia, opatentowana przez niemiecką firmę Ehrle, działającą na rynkach światowych od 1929 roku.

WG: A kiedy warto jest myć samochód?

DZ: Zawsze wtedy, kiedy jest brudny. Szczególnie zimą nasz samochód narażony jest na korozję wskutek stosowania soli do roztopiania śniegu. Proszę pamiętać, że sama woda nie posiada żadnych właściwości korozyjnych. To sole w niej rozpuszczone powodują korozję. Musimy również wiedzieć, że nawet w lecie, kiedy nie stosuje się soli drogowej, błoto, które oblepia nasz samochód składa się po części z wody i właśnie soli zawartych w glebie, powodując, że proces korozji zachodzi nawet w okresie lata. Oczywiście nie tak szybko jak jesienią czy zimą, ale jednak nie da się go uniknąć. Dlatego właśnie, szczególnie po zimie, powinniśmy dbać o nasz samochód.

WG: Czy mycie samochodu w takiej myjni jest bezpieczne dla lakieru?

DZ: Obecnie stosowane lakiery, są stosunkowo mało wrażliwe na duże różnice zmian temperatury. Elastyczność lakierów stosowanych w przemyśle samochodowym, nie jest przeszkodą do korzystania z myjni, a wręcz przeciwnie. Należy jednak zalecić pewną ostroż-

ność w stosunku do mycia powierzchni szpachlowanych i lakierowanych w warunkach warsztatowych. Podczas mycia zimowego samochodu zalecane jest szczególnie woskowanie na gorąco (Program 3). Woskowanie konserwuje lakier i zmniejsza szybkość przylegania brudu do samochodu ułatwiając następne mycie. Konieczne natomiast jest skorzystanie z ostatniej funkcji myjni, jaką jest osuszenie polimerem (Program 4). Polega ono na nałożeniu specjalnego preparatu rozpuszczonego w osmotycznej, pozbawionej minerałów wodzie, na umytą i nawoskowaną powierzchnię auta. Nałożony w ten sposób polimer powoduje, że woda spływa z samochodu jak po przysłowiowej kaczce i nie zostawia żadnych śladów w postaci plam, które szczególnie widoczne są na samochodach o ciemnej karoserii.

WG: Czy obsługa myjni wymaga jakichś specjalnych umiejętności?

DZ: Nie sądzę. Instrukcja mycia znajduje się w każdym boksie. Jest prosta i czytelna. Wystarczy wrzucić monetę (lub włożyć specjalny kluczyk - to opcja dla klientów flotowych) i nacisnąć przycisk z odpowiednim programem, skierować pistolet na samochód i zacząć mycie. Myjnia posiada cztery programy: mycie zasadnicze gorącą wodą demineralizowaną z mikroproszkiem, płukanie zimną wodą wodociągową, woskowanie woskiem z nanocząsteczkami tytanu, osuszenie nanopolimerem rozpuszczonym w wodzie osmotycznej.



Klient może wybrać sobie dowolny program, ale gwarantowany efekt uzyskuje się stosując wszystkie programy kolejno. Jeśli zdarzy się, że klient nie posiada akurat bilonu, może skorzystać z rozmieniarki banknotów umieszczonej w kontenerze umiejscowionym pośrodku myjni.

WG: Dlaczego warto jest korzystać właśnie z takich samoobsługowych myjni?

DZ: Mycie samochodu na terenie firmy czy prywatnej posesji nie jest możliwe ze względu na ochronę środowiska. Przepisy obowiązują wszystkich, a takie mycie pojeździ grozi sankcjami karnymi w postaci wysokiego mandatu, który może być nałożony przez policję czy straż miejską. Miejsc do mycia jest w Ostrołęce zbyt mało. Sytuacja, kiedy na umycie samochodu trzeba czekać nie raz pół godziny, a samo mycie zajmuje kolejne dwadzieścia minut doprowadza kierowców do irytacji. Wiadomo jest, że czas to pieniądz. Dlatego nasza myjnia wyposażona w sześć stanowisk mycia i cztery stanowiska odku-

rzania jest dobrą propozycją dla tych, którzy nie mają czasu i nie chcą czekać w długich kolejkach. Jeżeli natomiast nasi klienci zechcą jeździć w niedziele i święta czystym samochodem – wychodzimy im naprzeciw! Nasza myjnia czynna jest całą dobę przez siedem dni w tygodniu. Poza tym istotną rolę odgrywać ma tu cena i jakość. O jakości już wspominałem, tu nie może być żadnych kompromisów. Teraz kilka słów o cenie. Całkowity koszt mycia zależy od wielu czynników, takich jak wielkość samochodu, stopień jego zabrudzenia i wprawa, z jaką kierowca posługuje się pistoletem ciśnieniowym oraz od tego, jakie programy mycia wybierze. Gwarantujemy, że za 1 zł klient ma czas 50 sekund mycia w dowolnym programie, klient korzystający ze specjalnego programu lojalnościowego będzie dysponował czasem 1 minuty za złotówkę i ekstra bonusem do 240 sekund. (Regulamin promocji dostępny na naszej stronie internetowej www.chprofit.pl/myjnia). Wprawny kierowca jest w stanie umyć samochód

typu VAN za 6-8 złotych w czasie 5 do 7 minut. Mnie oczywiście zajmuje to już znacznie mniej czasu. Z czasem każdy dochodzi do takich umiejętności. Tym szybciej im częściej korzysta z myjni. Mycie w myjni ręcznej jest znacznie droższe. Wszyscy wiemy, że taka usługa waha się w granicach 20-25 złotych. Kalkulacja jest więc prosta. Za złotówkę klient może także skorzystać z odkurzacza przez 3 minuty. Tak więc, za dwa złote można odkurzyć całą samochód.

WG: Do kogo jest skierowana wasza oferta?

DZ: Nasza oferta kierowana jest do klientów indywidualnych, korporacji taksówkowych, a także do właścicieli firm dysponujących swoją flotą samochodową, itp. Przenosząc pieniądze na mycie samochodu, przekazują pracownikom, specjalny kluczyk chipowy (który można doładować w naszej firmie) i mają pewność, że ich pieniądze zostaną wykorzystane tylko na mycie samochodu. Otrzymają też fakturę z potwierdzeniem wykonania usługi.

WYWIAD DLA WIADOMOŚCI GOSPODARCZYCH

„Smaki Kurpiowszczyzny” powalczą w konkursie

Z Mariuszem Kleczkowskim, właścicielem Karczmy Ostoja, rozmawiamy o sukcesach, działalności firmy oraz o planach na przyszłość.

Wiadomości Gospodarcze: Pan to jak człowiek orkiestra – Prezes firmy, animator kultury i turystyki, szef Karczmy Ostoja, właściciel rekordu Guinnessa. Co Pan najbardziej lubi robić?

Mariusz Kleczkowski: Tak, brzmi to całkiem fajnie, natomiast po wielu latach działania na ostrołęckim rynku porównanie do orkiestry to chyba tylko do orkiestry dętej, z której zeszło powietrze albo, której brakuje tchu. Ale na poważnie, rzeczywiście Firma „Forty”, której jestem prezesem nadal działa i ciągle poszukuje swego miejsca na rynku wzbogacając swoją ofertę. Nadal prowadzimy stację paliw, która obecnie działa pod logiem Shella, karczma „Ostoja”, a od ponad roku mieszczący się w WSAP, klub „U studentów”. W oparciu o Karczmę, która ma charakter regionalny staramy się także przygotować regionalne atrakcje turystyczne, jak nagrodzone w ubiegłej edycji konkursu „Biesiada Kurpiowska” i „Napał oddziały kurpiowskiego z XVIII w.” Staramy się rozwijać i propagować kuchnię kurpiowską (rekord Guinnessa). Klub „U studentów” stał się popularnym lokalnym dyskotekowym. Tego

wszystkiego nie prowadzę oczywiście sam, pomagają mi w tym żona i dwóch synów oraz 25 pracowników. Co najbardziej lubię robić – trudne pytania, bo życie i praca zawodowa powoduje często zmianę priorytetów i zwykłe konieczności, które najczęściej nie idą w parze z marzeniami. Mimo wszystko z całą pewnością mogę powiedzieć, że w tym co robiłem zawodowo często kierowałem się tym co lubię robić, a co udało się zrobić to już zupełnie inna sprawa. Na pewno lubię rzeczy nowe, lubię wszystko co jest związane z regionem i przyrodą. Lubię integrować ludzi. Ale wszystko o czym wspominałem, to jak w popularnej piosence Maryli Rodowicz już było, a kolejny rok działalności to kolejne wyzwania.

WG: Zaczniemy od atrakcji turystycznych. Co można znaleźć w ofercie pana firmy?



MK: No cóż, zaznaczyć należy że dotychczasowa oferta jest nadal aktualna. A są wśród niej: imprezy integracyjne „Biesiada kurpiowska” i „Napał”, spływy kajakowe Narwią i Omulwią, dla szkół impreza „Kajakiem i rowerem po Kur-

piach” (rajd rowerowy na trasie Ostrołęka - Przystań, po drodze zwiedzanie Ośrodka Etnograficznego w Lelisie, spływ kajakowy z Przystani do Ostrołęki), żywa lekcja historii w ramach, której zwiedzamy zrewaloryzowane Mauzoleum Bitwy pod Ostrołęką 1831 oraz pomniki zlokalizowane na polu bitwy, a także poznajemy umunduro-



wanie i broń piechura 4 Pułku Piechoty Liniowej. W tym miejscu chcę wyrazić ubolewanie, że ww. atrakcje cieszą się małą popularnością w Ostrołęce, a ostrołęckie firmy i szkoły wybierają oferty konkurencyjne, często dużo droższe i trudniejsze w organizacji. Jeśli chodzi o nowości tegoroczne to proponujemy ofertę z turystyki przyrodniczej jak ptasie fotosafari, podprowadzanie i pokazywanie wybranych ptaków i zwierząt np. żurawi, zimorodków czy bobrów. Tradycyjnie na początek maja zapraszamy na rozpoczęcie sezonu turystycznego. Może uda się wrócić

do tradycji flisackich i zorganizować prawdziwy spływ tratwami

WG: Karczma Ostoja znana jest nie tylko z dobrej i regionalnej kuchni, ale także z organizacji wielu imprez kulturalnych. Co Pan planuje na 2012 r?

MK: Faktem jest, że byliśmy organizatorem wielu koncertów (np. Dody, Eweliny



OSTFEST i rockowych ROCKOLEKA, które w tym roku także zagospodarzą w plenerze Ostoja. Mimo zmienionych warunków mam nadzieję, że także w tym roku na naszych scenach w plenerze Ostoja i klubie „U studentów” zagospodarzą gwiazdy muzyki shantowej, disco-polo i hip-hopu. Na szczególnie jeszcze za wcześnie. Jeśli chodzi o kulinaria, to opracowaliśmy linię produktów kuchni kurpiowskiej pod nazwą „SMAKI KURPIOWSZCZYZNY”, którą zgłosiliśmy do tegorocznej edycji konkursu na produkt lokalny. Są to potrawy przygotowywane według tradycyjnych przepisów ze sprawdzonych lokalnych surowców. Między innymi należą do nich pierogi (4 rodzaje w tym z kurką i kapustą), kozicak, rejbak, zupa z kurek i żurek, rejbak, kurpiowskie jadło, kotlet bartnika, fafernuchy i łagodniak, deser żurawinowy, a także nalewki sosnowka i pigwówka. Produkty te zostaną wyróżnione w manu karczmy „Ostoja” oraz specjalnie oznaczone na opa-

kowaniach wyrobów garmazeryjnych.

WG: Produktów garmazeryjnych? Uruchomił pan ostatnio linię produkcyjną, to chyba wielkie wyzwanie?

MK: Tak, uruchomiliśmy taką linię, korzystając z wolnych mocy przerobowych kuchni klubu „U studentów”, bo niestety, nasze obiady w cenach promocyjnych od 10 zł. nie cieszą się popularnością. W naszej ofercie wyrobów garmazeryjnych można znaleźć: pierogi, krokiety, paszteciki, kluski, pieczenie, placki), które przeznaczone są do sprzedaży detalicznej w sklepach. Artykuły produkowane są według domowych przepisów, na bieżąco bez zamrażania z użyciem lokalnych surowców, bez konserwantów. Współpracujemy z kilkunastoma sklepami w Ostrołęce i okolicy (w Ostrołęce m.in. z popularną „Stodołą” PSS „Społem”). Jest to nowa działalność, zobaczymy czy się utrzyma. Zapraszamy do spróbowania naszych wyrobów.



Biżuteria artystyczna zdolnej ostrołęczanki ma szansę na nagrodę!

Marta Ambroziak (Pracownia Artystyczna Ambra-Art.) zajmuje się ręcznym wykonywaniem biżuterii artystycznej z czystego srebra technikami Art Clay. Swoim klientom oferuje biżuterię i ozdoby personalizowane, wisiory z napisami na wyjątkowe okazje np. narodziny dziecka, ślub, matura oraz zawiesz-



ki i medaliony pamiątkowe z odciskiem paluszka czy rączki dziecka w czystym srebrze. Oferta firmy skierowana jest do osób ceniących sobie indywidualność i poszukujących oryginalnych wyrobów, których wyjątkowość polega na ręcznym wykonaniu w pojedynczym egzemplarzu. Każdy kto kupi produkt



Komplet „Kurpiowska wycinanka” został zgłoszony do konkursu „Czas na Kurpie – Kupuj Lokalne Produkty” Fot. Ambra-Art

pracowni może mieć pewność, że jest to oryginalna i niepowtarzalna biżuteria. Marta Ambroziak postanowiła pokazać swoje wyroby szerszej grupie potencjalnych klientów. Komplet otwierający kolekcję „Wycinanka kurpiowska” został zgłoszony do konkursu „Czas na Kurpie – Kupuj Lokalne Produkty”. Biżuteria wykonana została z Art Clay Silver, cyrkonii oraz Inu. Inspiracją do powstania tego kompletu była kurpiowska wycinanka z motywem gołąbków. Art Clay Silver, z którego wykonana jest biżuteria został opatentowanym wynalazkiem japońskiej firmy AIDA Chemical Industries Co. Składa się z mikrono-

wych cząsteczek przemysłowego odzyskiwanego srebra, do którego po oczyszczeniu i sproszkowaniu dodawany jest organiczny środek wiążący (papier) oraz woda. W rezultacie powstaje materiał w wyglądzie przypominający glinę, który po uformowaniu i wysuszeniu wypala się w odpowiedniej temperaturze (od 650 st. C do 870 st. C) ręcznym palnikiem gazowym lub w piecu. W trakcie wypalania woda wyparowuje, środek wiążący wypala się, a cząsteczki srebra łączą się ze sobą. Uzyskujemy w ten sposób wyrób z czystego srebra. W postaci glinki wytwarzany jest również brąz oraz miedź. Od 2007

roku glinki metali są dostępne również w Polsce. Pracownia Artystyczna Ambra-Art daje klientom możliwość zakupu ręcznie wykonanej biżuterii autorskiej oraz realizację indywidualnych projektów na zamówienie lub według pomysłu klienta. Możliwość zakupu pamiątek – osobistych talizmanów (odciski, własne sentencje na wisiorych) wykonanych z czystego srebra. W maju br zobaczymy wyroby naszej zdolnej ostrołęczanki na lokalnych targach. A.W



Marta Ambroziak
tel. 507 464 119
ambra-art.@wp.pl
www.ambra-art.blogspot.com

Marta Ambroziak zajmuje się ręcznym wykonywaniem biżuterii artystycznej z czystego srebra technikami Art Clay Fot. Archiwum własne

Jak podwykonawca powinien zadbać o swoje prawa

Ustawa z dnia 29 stycznia 2004 r. prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2010 r. nr 113, poz. 759 ze zm.) nie definiuje pojęcia podwykonawcy mimo, iż w jej treści znajdziemy to określenie. W szczególności zwrot „podwykonawca” pojawia się przepisach artykułu 36 ust. 4 i ust. 5. Paradoksalnie pomimo braku definicji pojęcia „podwykonawcy” przepisy ustawy PZP ustanowiły, jako generalną zasadę, udział podwykonawców w realizacji zamówienia publicznego. Ograniczenie możliwości podwykonawstwa w zamówieniach publicznych traktowane jest zatem jako wyjątek. Wykonawca już w ofercie musi określić więc te części zamówienia, które zamierza powierzyć podwykonawcom. Ustawa nie reguluje jednak kwestii dot. sankcji za naruszenie tego obowiązku w trakcie realizacji zamówienia. Zamawiający nie może w żadnym wypadku żądać, aby w ofercie wykonawca podawał nazwy (firmy) podwykonawców, którzy będą brać udział w realizacji zamówienia. Konstrukcja ww. przepisu wyraźnie wskazuje, że jedyną informacją, której żąda zamawiający, to jaka część zamówienia zostanie powierzona podwyko-

nawcom. Analizując treść ustawy PZP można więc przyjąć, że wykonawca biorący udział w postępowaniu, spełniający warunki udziału w nim, może powierzyć wykonanie zarówno części jak i całości zamówienia podwykonawcom. Ubogie to regulacje, ale od czego odesłanie zawarte w art. 14 ustawy PZP? Przecież zgodnie z wolą ustawodawcy, do czynności podejmowanych przez zamawiającego i wykonawców w postępowaniu o udzielenie zamówienia stosuje się przepisy ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 roku- Kodeks Cywilny, jeżeli przepisy ustawy nie stanowią inaczej. A tutaj za rogiem czyha art. 6471 kodeksu cywilnego, który normuje kwestie dotyczące zgody inwestora na zawarcie umowy z podwykonawcą, formę umowy oraz odpowiedzialność inwestora i generalnego wykonawcy za zapłatę wynagrodzenia podwykonawcy. Otóż, w myśl przywołanego przepisu, w umowie o roboty budowlane zawartej między inwestorem (czytaj zamawiającym), a wykonawcą (generalnym wykonawcą), strony ustalają zakres robót, które wykonawca będzie wykonywał osobiście lub za pomocą podwykonawców. Należy podkre-

ślić, iż do zawarcia przez wykonawcę umowy o roboty budowlane z podwykonawcą jest wymagana zgoda inwestora (zamawiającego). Jeżeli inwestor (zamawiający), w terminie 14 dni od przedstawienia mu przez wykonawcę umowy z podwykonawcą lub jej projektu, wraz z częścią dokumentacji dotyczącej wykonania robót określonych w umowie lub projekcie, nie zgłosi na piśmie sprzeciwu lub zastrzeżeń, uważa się, że wyraził zgodę na zawarcie umowy. Dodatkowo, do zawarcia przez podwykonawcę umowy z dalszym podwykonawcą jest wymagana zgoda inwestora (zamawiającego) i wykonawcy. Reasumując, co powinien zrobić przedsiębiorca, który ma szansę zostać podwykonawcą w przetargu na roboty budowlane? Jak optymalnie zabezpieczyć swój interes ekonomiczny? Po pierwsze: umowę o podwykonawstwo należy zawrzeć w formie pisemnej. W przeciwnym wypadku będzie ona nieważna. Tak zwana umowa „na gębę”, rodzi wysokie prawdopodobieństwo, że podwykonawca nie otrzyma wynagrodzenia. Co więcej, w przypadku ustnej umowy nie będzie mógł dochodzić tego wynagrodze-



nia przed sądem. Po drugie: generalny wykonawca musi również uzyskać zgodę zamawiającego na zawieranie umów z podwykonawcami. Brak tej zgody uniemożliwia dochodzenie wynagrodzenia. Czasem zdarza się, że zamawiający wyraża taką zgodę w samej umowie z generalnym wykonawcą. Warto więc zwrócić się do zleceniodawcy o udostępnienie tekstu tej umowy. Jeżeli inwestor (zamawiający) nie wyraził zgody w samej umowie, musi to zrobić osobno w przypadku każdego pod-

wykonawcy. W celu lepszego zabezpieczenia własnych interesów dobrym rozwiązaniem może okazać się uzyskanie zgody inwestora (zamawiającego) na piśmie. Nie zawsze jest to jednak konieczne - jeśli po otrzymaniu umowy podwykonawczej wraz z dokumentacją nie zgłosi on swojego pisemnego sprzeciwu lub zastrzeżeń w terminie 14 dni, to uważa się, że zgodę wyraził. Niezależnie od zapisów umowy podwykonawczej i głównego kontraktu, wynagrodzenia za wykonane prace

podwykonawca może żądać zarówno od generalnego wykonawcy (podmiotu, z którym podpisał umowę podwykonawczą), jak i bezpośrednio od inwestora (zamawiającego), bądź też od obu z nich naraz. Inwestor i wykonawca ponoszą bowiem solidarną odpowiedzialność za wynagrodzenie podwykonawcy. Właśnie ta odpowiedzialność przesądza o wymogu uzyskania opisanej wyżej zgody inwestora (zamawiającego).

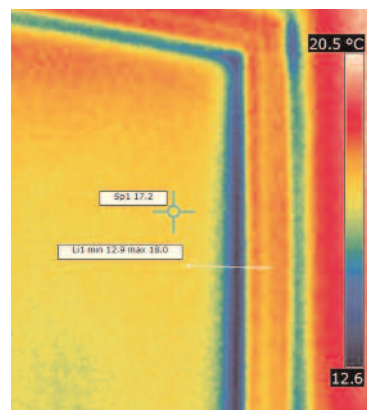
Katarzyna Wiśniewska
Urząd Miasta Ostrołęki

Czy opłaca się montować okna z pakietem 3 szybowym zamiast z pakietem 2 szybowym

Zróbmy kalkulację na przykładzie okien w kolorze obustronnym w systemie Vr70 firmy Vertexprofil klasy A, pakiet 2 szybowy, gdzie współczynnik przenikania ciepła dla całego okna wynosi średnio $U=1,35$ i porównajmy ją do okien typu V90+ tej samej firmy z pakietem 3 szybowym i ciepłą ramką dystansową gdzie wsp. U wynosi średnio $U=0,80$. Przykład jest dokonany na domku jednorodzinny, gdzie łączna powierzchnia okien wynosi 26,21mkw. Różnica we wsp. U wynosi 0,55 na korzyść okien 3

szybowych natomiast różnica w cenie między oknami 3 szybowymi a 2 szybowymi wynosi łącznie 2.488,43 zł. Po jakim czasie taki wydatek nam się zwróci w postaci niższych rachunków za ogrzewanie? W pierwszej kolejności obliczamy oszczędności w watach i kilowatogodzinach na 1 sezon grzewczy. Oszczędności wyliczamy z rozwiniętego wzoru wsp U (można tego dokonać ręcznie bardzo szybko). W naszym przypadku wychodzi, że oszczędzamy w 1 sezonie grzewczym 1.713 kwh. W drugiej ko-

lejności obliczamy jak to przekłada się na koszty energii (na wysokość rachunków) w zależności od źródła energii, gdyż każde ma inną cenę. Jeżeli do ogrzewania będziemy zużywać energię elektryczną to oszczędność wyniesie na 1 sezon 770 zł, a w ciągu 5 lat - 3850zł, natomiast jeżeli ogrzewamy gazem to oszczędność na 1 sezon grzewczy wyniesie 616 zł, a w ciągu 5 lat - 3.080zł. Inaczej mówiąc dodatkowy wydatek na okna 3 szybowe w wysokości 2.488,43 zł zwróci się przy obecnych cenach energii po nieco



Zdjęcie termowizyjne okna z pakietem 2 szybowym. Na zdjęciu widać (zaznaczone kolorem niebieskim) dużą utratę ciepła na styku szyba-rama okienna, gdyż pakiet szybowy jest zbyt płytko osadzony w profilu. Przy pakiecie 3 szybowym nie ma takich anomalii

ponad 3 latach w przypadku stosowania energii elektrycznej jako źródła ogrzewania oraz po 4 latach w przypadku opalania gazem ziemnym. Podobnych kalkulacji można dokonać również przy innych źródłach energii. Jedno jest

pewne – inwestycja w energooszczędne okna bardzo szybko się zwraca, podobnie jak inwestycja w ocieplenie domu.

Wacław Karolak,
doradztwo energetyczne
Tel. 692 695 300

UWAGA, WAŻNY KOMUNIKAT DLA FIRM!

19 maja w Ostrołęce odbędą się targi „Czas na Kurpie –kupuj lokalne produkty”. W targach mogą wziąć udział firmy z Ostrołęki i powiatu ostrołęckiego. Uczestnictwo jest bezpłatne. Targi mają charakter wystawowo-kiermaszowy, co oznacza, że w czasie ich trwania będzie prowadzona również sprzedaż towarów i usług po promocyjnych cenach. Zgłoszenie do udziału w targach można pobrać ze strony www.czasnakurpie.com.pl. Uwaga, termin składania zgłoszeń upływa 10 kwietnia.



WYDAWCA: URZĄD MIASTA OSTROŁĘKI, WSPÓŁPRACA
MERYTORYCZNA — STOWARZYSZENIE

PRZEDSIĘBIORCÓW „OSTROŁĘCKIE FORUM GOSPODARCZE” ORAZ STAROSTWO POWIATOWE W OSTROŁĘCE