

PORADNIK DLA MSP



Jakie są zalety faktoringu dla MŚP w kontekście zarządzania płynnością finansową?

Recesja gospodarcza, spadki zamówień w niektórych branżach, długie terminy płatności faktur, a także potencjalnie wysoki koszt realizacji obietnic składanych przez partie w wyborach, to poważne czynniki wpływające negatywnie na płynność finansową firm. Większość przedsiębiorców zdaje sobie z tego sprawę i aktywnie szuka rozwiązań, które pozwolą im utrzymać budżet w dobrej kondycji. Jednym z nich jest faktoring.



Jerzy Dąbrowski

wiceprezes zarządu, Finea

Wg badania Stowarzyszenia Polskich Skarbników Korporacyjnych PCTA i Allianz Trade zdaniem 50 proc. managerów finansowych kluczowych polskich firm przeciętna rentowność firmy na tle branży zmniejszy się w skali całego 2023 r. Nie ma już śladu po pocovidowym optymizmie gospodarczym, teraz przedsiębiorcy raczej martwią się o to, żeby przetrwać w warunkach wysokich kosztów osobowych, energii i materiałów. W warunkach wysokokonkurencyjnej gospodarki nieskuteczną i ryzykowną strategią wydaje się zwiększanie cen i stawek za sprzedawane produkty i usługi. Lepszym rozwiązaniem jest wdrażanie i poprawianie mechanizmów zwiększających płynność finansową. Narzędziem, które w tych warunkach stale zyskuje na popularności jest faktoring.

Jak to działa?

Faktoring to metoda finansowania, która pozwala przedsiębiorcom na szybsze uzyskanie płatności za sprzedane produkty lub świadczone usługi. W Polsce, gdzie długie okresy rozliczeniowe są normą, firmy często muszą czekać na spłatę swoich należności. Na przykład faktura wystawiona w listopadzie, może zostać uregulowana w 2024 roku, co oznacza bardzo długi czas oczekiwania wpływający na płynność. Faktoring pozwala firmom na zniwelowanie tego problemu, umożliwiając im szybsze uzyskanie już zarobionych środków.

W praktyce, finansowanie faktoringowe działa jako alternatywa dla długiego oczekiwania na spłatę faktur. Gdy przedsiębiorca sprzedaje usługę lub produkt, wystawia fakturę z odroczonej terminem zapłaty na prośbę klienta. W tym momencie ma dwie opcje: czekać na zapłatę przez kilka tygodni lub skorzystać z usług firmy faktoringowej.

W przypadku wyboru faktoringu, firma faktoringowa (zwana faktorem) może udzielić finansowania niemal natychmiast po wystawieniu faktury. W zależności od umowy, środki mogą być przelane nawet w ciągu godziny. Zaliczka

faktoringowa, zwykle stanowi około 90 proc. wartości brutto faktury. Dzięki temu przedsiębiorca ma natychmiastowy dostęp do kapitału, który może wykorzystać na bieżącą działalność operacyjną – ZUS, US, płace, inwestycje. W ten sposób odsuwa od siebie widmo zatorów płatniczych.

Szybciej i elastyczniej

Korzyści z korzystania z faktoringu są znaczące. Po pierwsze, jest mniej podatny na fluktuacje stóp procentowych w porównaniu z kredytami bankowymi, co sprawia, że jest bardziej odporny na inflację. Dzięki szybkiemu dostępowi do środków, przedsiębiorcy mogą zrobić zakupy hurtowe, na przykład materiałów budowlanych czy paliwa, co zwiększa rentowność i konkurencyjność firmy.

Jest to również bardziej elastyczna i szybka forma finansowania w porównaniu z kredytami bankowymi. Środki mogą być dostępne w ciągu kilku godzin od momentu złożenia wniosku. Co więcej, faktoring jest bardziej dostępny dla różnych branż, ponieważ nie stosuje się tu „czarnych list” sektorów, które są wykluczone z finansowania. Zamiast tego, decyzje są podejmowane na podstawie indywidualnej oceny sytuacji finansowej i handlowej wnioskodawcy. Oczywiście większe instytucje bankowe mogą mieć bardziej rygorystyczne kryteria, podczas gdy faktorzy pozabankowi mogą działać szybciej i być bardziej elastyczne w swoich decyzjach.

W faktoringu to przedsiębiorca decyduje, co finansuje

Nie ma wymogu finansowania tylko dużych faktur przez faktoring;

nawet faktury na niewielkie kwoty są akceptowane. To przedsiębiorca decyduje, którą fakturę i kiedy chce sfinansować. Koszty związane z faktoringiem maleją, co jest efektem zwiększonej konkurencji na rynku oraz faktu, że nie są bezpośrednio powiązane ze stopami procentowymi. W praktyce, faktoring może być teraz bardziej opłacalny, ponieważ koszt przyspieszonej zapłaty faktury wynosi zaledwie 2 proc. miesięcznie. To jest niższa stawka niż wzrost cen usług i materiałów w wielu sektorach. Dlatego z faktoringu w coraz większym stopniu korzystają wszystkie firmy – zarówno małe jak i duże. Wynika to z zalet faktoringowego modelu finansowania. Część z nich jest uniwersalna i sprawdza się zarówno w czasie hossy i bessy, ale są też takie, które wyjątkowo korzystnie wypadają w obecnej sytuacji gospodarczej. Coraz więcej przedsiębiorców i zarządzających biznesem nie wyobraża sobie teraz sprawnego funkcjonowania swoich firm bez faktoringu. O ile w przypadku dużych przedsiębiorstw takie finansowanie jest świadomą i zaplanowaną strategią pozwalającą na szybszy rozwój, dla małych firm to często walka o przeżycie.

Problematyczne w tej metodzie finansowania mogą być jedynie zakazy cesji wierzytelności. Mogą utrudniać działalność gospodarczą i generalnie dostęp do finansowania dla małych firm. Postulaty zniesienia zakazu cesji są podnoszone od lat przez organizacje przedsiębiorców. Przedsiębiorca podpisujący długoterminowe zobowiązanie z partnerem, powinien zabezpieczyć sobie w umowie brak zakazu cesji wierzytelności. To w żaden sposób nie obciąża ani nie kompli-

kuje funkcjonowania kontrahenta. Faktoring umożliwia szybszy obieg pieniądza i zmniejsza ryzyko efektu domina, gdzie jedno opóźnienie w płatności może spowodować kolejne opóźnienia w łańcuchu dostaw i płatności. Dlatego faktoring w Polsce rozwija się nieprzerwanie od kilkunastu lat. Wzrostu obrotów branży nie zahamowała pandemia, wojna ani pogorszenie sytuacji gospodarczej czy rekordowa inflacja. Wręcz przeciwnie, w takich okolicznościach szczególnie małe i średnie firmy korzystają z tego modelu finansowania bardzo chętnie. Dzięki faktoringowi sięgają po swoje pieniądze, które są zamrożone w fakturach czekających na realizację przelewu. W ten sposób nie obciążają zdolności kredytowej, bo się nie zadłużają.

Jakie firmy korzystają z faktoringu?

Wg danych Polskiego Związku Faktorów, czyli organizacji skupiającej sporą część rynku, w Polsce w I połowie 2023 r. faktorom powierzono wierzytelności na kwotę niemal 225,7 mld zł. Na sfinansowanie w ten sposób swoich faktur zdecydowało się ponad 24 tys. firm. Przekazały do faktorów w pierwszym półroczu prawie 12,7 mln dokumentów płatniczych. Z faktoringu najczęściej korzystają firmy produkcyjne, wykonawcze, budowlane, instalacyjne, specjalistyczne, handlowe, importowe, eksportowe, transportowe, logistyczne, przewozowe. Są to przede wszystkim branże, w których normą są długie terminy zapłaty. Mogą to być jednoosobowe działalności gospodarcze, świadczące usługi zdalne, informatyczne, marketingowe, prawne lub administracyjne.

Faktoring dla klientów z rozproszonym portfelem należności

Jak wynika z danych Polskiego Związku Faktoringu, w pierwszym półroczu 2023 roku firmy faktoringowe sfinansowały bieżącą działalność krajowych przedsiębiorstw w kwocie blisko 225,7 mld zł. Obsługa faktoringowa rozproszonego portfela należności stanowi wyzwanie operacyjne zarówno dla branży, jak i klientów korzystających z takiej formy finansowania. Unikalna oferta data faktoring optymalizuje ten skomplikowany proces monitoringu oraz rozliczania poszczególnych transakcji.



Paweł Nowak

członek zarządu,
BNP Paribas Faktoring

trahentów oraz korespondujących z nimi rozliczeń, proces ten można

w pewnym zakresie zautomatyzować i usprawnić. Faktor prowadzi własny rejestr spłat dokonanych przez kontrahentów. Dla portfela, w którym znajduje się już nawet dwudziestu odbiorców oraz znaczna liczba faktur i ewentualnych korekt, weryfikowanie należności i ingerencja w relacje z kontrahentami może stanowić duże wyzwanie operacyjne.

Wylimitować obciążenie

Usługa data faktoring, czyli sposobu wymiany informacji między firmą faktoringową a klientem, eliminuje obciążenie, jakim jest ciągły monitoring spłat i odpowiednie alokowanie

płatności. Finansowanie odbywa się za pomocą rozliczenia sald, które może być aktualizowane nawet kilkukrotnie w ciągu dnia. To klient wskazuje firmie faktoringowej, który z odbiorców dokonał płatności i jakie faktury powinny być uznane za spłacone. Powoduje to faktyczne działanie usług faktoringowych w tle prowadzonej przez przedsiębiorcę działalności.

Data faktoring

Data faktoring w Polsce to wciąż rozwiązanie niszowe, mimo że jest popularne w Europie Zachodniej. Przedsiębiorcy w kraju przyzwyczajeni są do rozliczeń za konkretny dokument, co z uwagi na znaczną liczbę faktur, może skłaniać ich do poszukiwania bardziej komfortowego sposobu zarządzania cash flow.

Model saldowy data faktoring daje nam możliwość pracy na naprawę dużych zbiorach dokumentów. Posiadamy doświadczenie w obsłudze podmiotów posiadających nawet 3-4 tysiące kontrahentów czy w finansowaniu nawet kilkudziesięciu tysięcy faktur. Środki mogą być wypłacane nawet trzy razy dziennie na podstawie przesyłanej aktualizacji sald księgowych. To przypadki, gdzie tradycyjnie rozumiany faktoring zwyczajnie by się nie sprawdzał.

Zwiększenie potencjału

Data faktoring, jako sposób wymiany informacji, jest dostępny dla dowolnego modelu faktoringu. Korzyścią dla firm decydujących się na takie rozwiązanie jest przede wszystkim zwiększenie potencjału finansowania należności – niewspólnie wyższe i bardziej elastyczne rozwiązanie, które może być również finansowaniem poza bilansowym. Tego typu rozwiązania to istotny element oferty BNP Paribas Faktoring, dostępny dla wszystkich przedsiębiorców prowadzących sprzedaż z odroczonym terminem płatności.



W tradycyjnej formule faktoringu prowadzona jest podwójna rachunkowość – finansowane i obsługiwane są konkretne dokumenty księgowo. Firma faktoringowa ma pełną kontrolę nad wpływami od kontrahentów. W przypadku odpowiednio opisanych przelewów od kon-

Firmy sięgają po sztuczną inteligencję do zarządzania ryzykiem

Przedsiębiorcy nie oszczędzają wydatków na sztuczną inteligencję. Używają jej m.in. do optymalizacji różnego rodzaju procesów, tworzenia produktów czy obsługi klienta, a także zarządzania ryzykiem. Wsparcie w tym ostatnim obszarze nie ucieka uwadze ubezpieczycieli. Firmy, które skutecznie korzystają z tych narzędzi, mogą liczyć na lepsze warunki ubezpieczenia.



Mateusz Bartoszcze

broker ubezpieczeniowy, zastępca
dyrektora Oddziału w Krakowie, EIB

Według raportu McKinsey „The state of AI in 2022” już ponad 52 proc. przedsiębiorców na świecie przeznacza 5 proc. lub więcej ze swoich budżetów IT na rozwój sztucznej inteligencji. Co więcej, 63 proc. firm planuje zwiększyć swoje wydatki w tym obszarze w najbliższych latach. Wgląd w skalę inwestycji dają z kolei dane SkyQuest Technology Group, według których rynek samych tylko narzędzi AI do zarządzania ryzykiem ma wzrosnąć do 2030 r. sześciokrotnie w porównaniu

z 2022 r. – do poziomu 68,5 mld dolarów w skali globalnej. Skala spodziewanych inwestycji firm w narzędzia wspierające zarządzanie ryzykiem, zapobieganie awariom oraz minimalizację skutków innych nieprzewidzianych zdarzeń wcale mnie nie dziwi. W końcu skutki pożarów, zjawisk pogodowych, zlej konserwacji i awarii maszyn znajdują się w pierwszej piątce najkosztowniejszych szkód wskazanych w globalnej analizie ubezpieczeń korporacyjnych przygotowanej przez Allianz. Łącznie pochłonęły one połowę wartości odszkodowań wypłaconych w ostatnich pięciu latach. Warto też zauważyć, że nie tylko przedsiębiorcy inwestują w AI do zarządzania ryzykiem. Również rynek ubezpieczeń intensywnie korzysta z tych rozwiązań. Skoro zatem eksperci od oceny ryzyka chętnie z nich korzystają, to tym bardziej powinni zwrócić na nie uwagę przedsiębiorcy. Zwłaszcza że wpływają

one wymiennie na budżet firmy, także w wydatkach na ubezpieczenia. Według wspomnianego już raportu McKinsey, 43 proc. firm zauważyło, że korzystanie z AI do zarządzania ryzykiem obniżyło ich koszty, a 48 proc. odnotowało wzrost zysków z tego tytułu.

Jak sztuczna inteligencja pomaga zarządzać ryzykiem?

Rozwiązania korzystające z AI mogą wspomagać każdy etap procesu zarządzania ryzykiem, czyli ułatwić identyfikację ryzyk, ich pomiar, sterowanie oraz monitorowanie i kontrolę. Jak to może wyglądać w praktyce?

Identyfikacja i ocena ryzyka – sztuczna inteligencja może szybko usystematyzować wszystkie czynniki, które mają wpływ na działalność firmy, zestawiać je z potencjalnymi zagrożeniami i w efekcie wytypować główne ryzyka, z którymi musi zmierzyć się przedsiębiorstwo.

Predykcja i pomiar – na bazie danych historycznych AI może przygotować szacunek ewentualności wystąpienia poszczególnych zdarzeń, ocenić ich wagę i skalę wpływu na funkcjonowanie firmy. Te dane są kluczowe do ułożenia skutecznego planu zarządzania ryzykiem.

Monitoring i kontrola – sztuczna inteligencja może na bieżąco monitorować stan mienia firmowego czy poszczególnych zabezpieczeń, np.

przeciwpożarowych lub kontrolować procesy produkcji i stan parku maszynowego. Jednym z głównych zadań AI w tym obszarze, z którego chętnie korzystają firmy, jest ocena zużycia materiałów i komponentów maszyn. Kiedy zbliża się moment krytyczny, kiedy wzrasta ryzyko awarii, narzędzie wydaje alert, który pozwala zaplanować konserwację czy przegląd.

Nie możemy też zapominać o istotnej roli, jaką AI może odegrać w momencie wychwycenia nieprawidłowych parametrów, takich jak np. drgania, temperatura, przejrzystość powietrza, jak i kiedy dojdzie już do zniszczenia wytypowanych ryzyk. Automatyzacja procesu reakcji, jak np. natychmiastowe powiadomienie odpowiednich służb ratunkowych, często decyduje o rozmiarze potencjalnych szkód i strat. Minimalizuje zatem czas powrotu do codziennego funkcjonowania po incydentach. Trzeba także pamiętać o tym, że o jakości działania sztucznej inteligencji decyduje to, jakie i ile danych do przetworzenia jej „wgramy”. W końcu mimo określenia „inteligencja”, narzędzia te analizują wyłącznie te informacje, które jej przekazamy. Prowadzona przez nie analiza nie wyjdzie poza ściśle określony katalog danych, który ma za zadanie monitorować. Zatem, im więcej uwagi poświęcimy scenariuszom

potencjalnych zdarzeń, które zaprogramujemy, tym lepiej AI będzie pełniła swoją funkcję.

AI wpływa również na ubezpieczenie firmy

Jak widać, zaangażowanie sztucznej inteligencji w proces zarządzania ryzykiem może mieć istotny wpływ na liczbę zdarzeń i rozmiar szkód, które powodują. Dlatego korzystanie z tych rozwiązań może też mieć istotne znaczenie dla ochrony ubezpieczeniowej. W końcu skoro ryzyko jest mniejsze, szkody rzadsze i mniej kosztowne, to ubezpieczyciele są skłonni zaoferować firmie bardziej atrakcyjne warunki ochrony, zarówno co do zakresu polisy, jak i jej ceny. Towarzystwa ubezpieczeń przychylnie patrzą na firmy korzystające ze sztucznej inteligencji do wspierania procesów zarządzania ryzykiem. Ponadto, zarówno ubezpieczyciele, jak i brokerzy, coraz częściej oferują klientom korporacyjnym dodatkowe wsparcie w ramach systemów monitorujących i predykcyjnych na bazie AI. Zgoda firmy na wykorzystanie sugerowanych rozwiązań pozwala czasem na zmniejszenie składki, szczególnie gdy korzystamy z rozwiązań telemetrycznych. Czasem jest wręcz kluczowa do zawarcia umowy ubezpieczenia, jeśli mamy do czynienia z ryzykiem początkowo nieakceptowalnym przez towarzystwo ubezpieczeń.

**WSPIERAMY FIRMY
W REALIZACJI CELÓW
HR I BIZNESOWYCH**

zdrowafirma.medicovert.pl

Zdrowa Firma to zysk dla pracodawcy

W „Zdrowej Firmie” pracownicy czują się zadbaniani i są zdrowsi, dzięki czemu skuteczniej osiągają cele biznesowe.

- Pracownicy objęci opieką medyczną Medicovert niemal **dwa razy krócej przebywają na zwolnieniach lekarskich** niż populacja ogólna w Polsce¹.

- **Pracodawcy oszczędzają na mniejszej absencji** – w ciągu roku w przeliczeniu na każdą zatrudnioną osobę jest to ok. 1245 zł.

- Ponad **80 proc. badanych uważa, że opieka medyczna to ważny benefit**, a zapewnienie go zwiększa efektywność i zadowolenie z miejsca pracy.

- Poprzez programy zdrowotne i profilaktyczne, jak również promocję regularnej aktywności i zdrowej zbilansowanej diety, jest wspierany układ immunologiczny pracowników oraz buduje się odporność psychiczną pracowników.

- Większa satysfakcja pracowników oraz poczucie dbania o ich zdrowie w sposób holistyczny (zdrowie fizyczne, psychiczne i społeczne).

Od opieki medycznej do kompleksowych programów wspierających dobrostan

Dbanie o zdrowie pracowników nie zaczyna się w momencie, gdy trafiają oni do lekarza, ale znacznie wcześniej: w zdrowym i bezpiecznym miejscu pracy.

Jeszcze kilka lat temu dbanie o zdrowie pracowników ograniczało się do dostępu do prywatnej opieki medycznej i nie wydawało się, że mogłoby się to zmienić. Dziś opieka medyczna nadal pozostaje najbardziej cenionym benefitem, ale na znaczeniu zyskują też: wsparcie psychologiczne, work-life balance, programy profilaktyczne, webina-

ry o zdrowiu czy diecie oraz sport.

Medicovert w ramach konceptu Zdrowa Firma wspiera pracodawców – od dużych korporacji po małe i średnie przedsiębiorstwa – w ich działaniach na rzecz zdrowia, bezpieczeństwa i zaangażowania pracowników. Jednocześnie pomaga realizować cele związane z rozwojem biznesu.

Opieka medyczna i profilaktyka realizowana w ramach Medicovert Zdrowa Firma to dostęp do: różnych pakietów opieki medycznej, które można dostosować do potrzeb swojej firmy, medycyny pracy, podstawowej opieki zdrowotnej, konsultacji specjalistów (także w formie teleporad), zaawansowanej diagnostyki, stomatologii, rehabilitacji, opieki psychologicznej, psychiatrycznej oraz szpitalnej.

Medicovert Zdrowa Firma to także: pakiety sportowe dla pracowników i ich rodzin, wsparcie specjalistów w ob-

szarze budowania nawyków prozdrowotnych, a także nowoczesna platforma kafeleteryjna. Jest to narzędzie, dzięki któremu pracodawcy mogą ułatwiać pracownikom spędzanie czasu wolnego. Rozrywka, zdrowa dieta, dostęp do kultury oraz regularnie uprawiany sport, obok opieki medycznej, wpływają na ogólny dobrostan i zdrowie pracowników.

Więcej o „Zdrowej Firmie” oferowanej przez Medicovert można przeczytać na stronie internetowej firmy: zdrowafirma.medicovert.pl/

Podwójne wsparcie pracownika

Aż 28 proc. pracowników w Polsce deklaruje, że uprawia sport, aby rozładować stres. Co trzecia osoba przyznaje, że dzięki regularnej aktywności fizycznej rośnie ich komfort życia oraz poprawia się samopoczucie². W odpowiedzi na te potrzeby Medicovert – jako pierwsza firma na polskim rynku – wprowadził pakiety medyczno-sportowe Zdrowie Active.

Siedzący tryb życia i stres obniżają samopoczucie pracowników i ich zaangażowanie oraz negatywnie wpływają na ich zdrowie. Jak wynika

z raportu Medicovert „Praca. Zdrowie. Ekonomia”, w latach 2019 – 2022 liczba absencji pracowniczych z powodu depresji wzrosła o 86 proc.,

a o 27 proc. z powodu schorzeń układu ruchu. Z roku na rok przybywa też osób z nadwagą czy nadciśnieniem.

Benefit 2w1

Problemy zdrowotne pracowników wskazują, że, oprócz opieki lekarskiej i profilaktyki, konieczna jest **zmiana stylu życia oraz regularna aktywność fizyczna. Z badań wynika, że już 30-60 minut ćwiczeń dziennie zwiększa efektywność w pracy o 15 proc.**³

Dlatego też Medicovert jako pierwszy w Polsce wprowadził **pakiet Zdrowie Active**, łączący opiekę medyczną z pakietem sportowym. Pracownicy, którzy korzystają z pakietu Zdrowie Active, mają dostęp do ponad **20 form aktywności fizycznej** (treningów i zajęć, tańca, sztuk walki) w **ponad 4300 obiektach sportowych i rekreacyjnych w całym kraju**, m.in.: siłowniach, klubach fitness, saunach, na lodowiskach i basenach.

To się opłaca

Zdrowie Active to rozwiązanie, które pozwala w sposób holistyczny dbać o zdrowie: kontrolować je i utrzymywać w dobrej kondycji, budować odporność psychiczną i fizyczną dzięki ruchowi i profilaktyce medycznej, a gdy zachorują – szybko uzyskać pomoc i podjąć leczenie.

Więcej informacji o pakiecie Zdrowie Active: zdrowafirma.medicovert.pl/zdrowie-active/

1. Raport „Praca. Zdrowie. Ekonomia. Perspektywa 2022”, Medicovert.

2. Źródło: Raport „People at Work 2022”; Raport „Praca. Zdrowie. Ekonomia. Perspektywa 2022”, Medicovert.

3. Raport Well.hr - Baza pracownicza - Rusz się! Jak wspierać kondycję fizyczną pracowników.

Czym się kierować przy wyborze faktora?

Faktoring wspiera płynność finansową firmy i pomaga szybciej odzyskać pieniądze z faktur. Każdy dostawca tej usługi przekonuje, że to właśnie jego oferta jest najlepsza, ale reklamy zwykle pokazują tylko część prawdy. To, czy oferta finansowania będzie korzystna, zależy od całkowitych kosztów finansowania, a poznanie ich może wymagać od przedsiębiorcy odrobiny wysiłku.



Kamil Nowak

Head of Sales, Transcash

Jak każda usługa finansowa, również faktoring wiąże się z kosztami po stronie klienta. Podstawowym, który znajdziemy u każdego faktora, jest prowizja za sfinansowanie faktury, liczona od jej wartości. Wysokość prowizji zazwyczaj waha się od kilku do około 10 proc., przy czym zwykle ma też wartość minimalną, co również ma znaczenie przy ocenie opłacalności usługi. Kolejną często spotykaną opłatą jest abonament, zamiennie z kosztami obsługi administracyjnej. Prowizja pobierana jest od każdej sfinansowanej faktury, natomiast abonament to zazwyczaj opłata ponoszona co miesiąc i niezależna od częstotliwości korzystania z usługi. Warto pamiętać, że obowiązuje przez cały okres trwania

umowy, także gdy nie korzystamy z usługi. Przy finansowaniu pojedynczej faktury prowizja zwykle jest narzucona z góry, ale w innych wypadkach jest pole do negocjacji. Pole do ustępstw pojawia się, jeśli decydujemy się finansować całą relację z konkretnym kontrahentem. Tak dzieje się w Transcash, gdzie klienci tzw. faktoringu pełnego mogą negocjować nie tylko prowizję, ale też limit finansowania.

Kosztom podstawowym mogą towarzyszyć opłaty dodatkowe. Faktoryzy nie zawsze mówią o nich otwarcie, choć muszą umieścić je w umowie, którą warto przeczytać od deski do deski. Opłaty dodatkowe mogą dotyczyć takich kwestii, jak zmiana limitu wypłat lub niewykorzystanie go w danym okresie, wdrożenie windykacji należności czy zerwanie umowy przed jej zakończeniem. Warto więc dokładnie przeanalizować tabelę kosztów, by mieć pełen obraz sytuacji.

Marketing kontra fakty

Konkurencja na rynku faktoringowym jest zacięta – o portfele przedsiębiorców walczą kilkadzie-

siat firm. Marketing, który stosują, bywa jednak mylący, bo za wyjątkowo atrakcyjną stawką w reklamie mogą kryć się ukryte opłaty, które poznamy dopiero po sprawdzeniu cennika i regulaminu usługi. Te dokumenty dostarczają wiedzy o tym, ile i za jaki zakres usług należy zapłacić oraz w jakich wypadkach opłata może zostać naliczona. Analiza tylko kilku ofert faktorów pokazuje, jak skomplikowany potrafi być system opłat.

Jeden z faktorów działających na polskim rynku wymaga od klientów kilku opłat, choć w oficjalnej komunikacji wspomina tylko o jednej, czyli prowizji. W praktyce towarzyszy jej opłata za maksymalny limit miesięczny, liczona od kwoty, którą można pożyczyć w każdym miesiącu obowiązywania umowy. Trzeba ją uiszczać niezależnie od tego, czy korzystamy z usługi. Kolejna obowiązkowa opłata wynika z rodzaju i wielkości kwoty z faktur. Jeśli usługodawca

opłaca konkretne faktury kosztowe w imieniu klienta, opłata wynosi niecały 1 proc. wartości finansowania. Tyle samo zapłaci klient, który chciałby wypłaty środków na własne konto, pod warunkiem, że jest członkiem programu, który oferuje faktor. W przeciwnym razie opłata wzrasta dwukrotnie.

Z kolei drugi dostawca usług tego rodzaju nie ujawnia wysokości prowizji za sfinansowanie pojedynczej faktury – jest ona ustalana indywidualnie. W regulaminie znajdziemy zapisy, które tłumaczą ten stan. Na wysokość prowizji wpłynąć może zmiana stawki WIBOR, skorelowanej z wysokością stóp procentowych. Prowizja może ulec zmianie również w wyniku czynników subiektywnych, takich jak wzrost ryzyka transakcji związany z pogorszeniem sytuacji finansowej klienta. Faktor w razie konieczności dokonuje czynności windykacyjnych, ale obciąża klienta całkowitymi kosztami tego

procesu. Jeśli sprawa trafi na drogę sądową, dodatkowo pobiera prowizję od wysokości odzyskiwanej wierzytelności, która wzrasta, gdy płatnik pochodzi z zagranicy.

W ramach identycznej usługi u trzeciego faktora, prowizja naliczana jest dziennie i powiększona o odsetki. To jednak nie jedyna opłata, z jaką musi liczyć się klient. W regulaminie jest mowa o aż sześciu rodzajach prowizji, w tym za przyznanie, podwyższenie i odnowienie limitu. Kolejne prowizje dotyczą np. niezgłoszenia do finansowania faktury poddanej cesji globalnej lub dwukrotnego zgłoszenia do finansowania tej samej faktury, na przykład w wyniku błędu. Również w tym wypadku klient musi liczyć się z kosztami windykacji, w tym z osobną prowizją za monitorowanie spłaty oraz nawet kilkunastoprocentową opłatą od kwoty zadłużenia zarówno w przypadku windykacji polubownej, jak i sądowej.

Zanim zdecydujesz – sprawdź faktora

Jak widać, faktoryzy w świetle prawa mogą stosować wiele opłat i prowizji, choć niekoniecznie ujawniają je w swoich przekazach reklamowych. Dlatego przed podjęciem decyzji o wyborze usługodawcy warto dobrze przyjrzeć się regulaminowi usługi i cennikowi. Zwykle istnieje również możliwość negocjacji wysokości opłaty, zwłaszcza gdy przewidujemy długofalową współpracę z faktorem na zasadach cesji globalnej.



Cyfryzacja i edukacja sprawdzonymi sposobami na rozwój biznesu w trudnych czasach

Polscy mikroprzedsiębiorcy dostrzegają wiele wyzwań i trudności związanych z prowadzeniem firmy – pokazują wyniki badania przeprowadzonego dla Fundacji Polska Bezgotówkowa wśród właścicieli firm zatrudniających od 1 do 9 pracowników¹. Inflacja upatrywana jest jako jeden z głównych czynników negatywnie wpływających na kondycję ich firm – 41 proc. przedsiębiorców doświadczyło spadku realnych dochodów, a 53 proc. zauważyło ogólne pogorszenie swojej sytuacji finansowej.

Klient na wagę złota

Niemal połowa ankietowanych właścicieli firm (49 proc.) przyznała również, że w ciągu ostatniego roku liczba ich klientów zmalała. To efekt m.in. spowolnienia gospodarczego, na które wskazują dane rynkowe. W II kwartale br. wartość wskaźnika Dynamicznego Indeksu Konsumpcji (DIK) wyniosła 48,86 pkt, co oznacza, że wydatki konsumpcyjne mieszkańców Polski w ujęciu realnym, czyli po

oczyszczeniu z wpływu inflacji, wciąż maleją.

– Nastroje wśród małych i mikroprzedsiębiorców nie są zbyt zadowolające – niestety oszczędności w portfelach Polaków odbijają się najbardziej na najmniejszych biznesach, które często nie są odporne na kryzysy i boleśnie odczuwają odpływ każdego klienta. Budowanie odporności przedsiębiorstw to efekt wielu aktywności związanych m.in. również z rozwojem innowacyjności i cyfryzacji

firm. Mniejsze przedsiębiorstwa często nie mogą pozwolić sobie na inwestycje w kompetencje i technologie, co w dłuższej perspektywie odbija się na ich konkurencyjności. Jednym z głównych działań Fundacji Polska Bezgotówkowa jest wspieranie najmniejszych polskich przedsiębiorstw w budowaniu przewagi konkurencyjnej po to, aby mogły skutecznie reagować na wyzwania biznesowe oraz utrzymać, a przede wszystkim pozyskać nowych klientów – komentuje Joanna Erdman, prezeska zarządu Fundacji Polska Bezgotówkowa.

Sposoby na kryzysy

W odpowiedzi na spadek liczby klientów przedsiębiorcy najczęściej decydują się na rozszerzenie swojej działalności (39 proc.) oraz wprowadzanie obniżek cen i/lub promocji (32 proc.). Aby poradzić sobie z pogarszającą się sytuacją finansową, właściciele firm starają się obniżyć koszty prowadzenia działalności gospodar-

czej (45 proc.) oraz korzystać ze zgromadzonych oszczędności (39 proc.). 4 na 10 właścicieli firm planuje rozwój biznesu, przede wszystkim mając na myśli potrzebę zmiany kierunku prowadzenia działalności (47 proc.).

– Przedsiębiorcy szukają rozwiązań, które pomogą im zyskać przewagę konkurencyjną oraz utrzymać swoich klientów. Decydują się często na duże kroki np. przebranżowienie, tymczasem wiele efektywnych narzędzi jest w zasięgu ręki i nie wymaga ogromnych nakładów inwestycyjnych. Jak np. dostęp do bezpłatnych terminali w ramach Programu Fundacji Polska Bezgotówkowa. Badanie pokazuje, że już 2/5 przedsiębiorców poleciłaby innym przedsiębiorcom zachęcanie ich klientów do płatności przy użyciu terminala płatniczego – dodaje Joanna Erdman.

Inwestycja w wiedzę

Polscy przedsiębiorcy rozumieją przewagę, jaką daje wiedza

oraz przyznają, że sukces w biznesie zależy również od stałego rozwoju swoich kompetencji. Jak wskazuje badanie przeprowadzone dla Fundacji Polska Bezgotówkowa, najpopularniejszymi wśród właścicieli firm źródłami wiedzy na temat rozwoju biznesu są webinary (36 proc.) i kanały na YouTube (33 proc.). Przedsiębiorcy poszukują również informacji podczas szkoleń oraz na dedykowanych serwisach edukacyjnych – takich jak np. prowadzona przez Fundację Polska Bezgotówkowa platforma Akademia Przedsiębiorcy. Ponad połowa (51 proc.) respondentów przyznała, że na edukację i poszukiwanie informacji o rozwoju biznesu spędza maksymalnie do 5 godzin w tygodniu.

1. Badanie przeprowadzone przez Wavemaker Global dla Fundacji Polska Bezgotówkowa w sierpniu 2023 r. na próbie 600 przedsiębiorców zatrudniających od 1 do 9 pracowników. W badaniu wykorzystano metodę CAWI (online).

O czym powinny pamiętać MŚP, aby właściwie chronić swoje dane?

Wszystkie przedsiębiorstwa narażone są na ataki cyberprzestępców, bez względu na ich wielkość czy branżę, w jakiej działają. Jak wynika z Veeam Data Protection Trends Report 2023, w ubiegłym roku aż 83 proc. firm w Europie Środkowo-Wschodniej doświadczyło ataku ransomware. Z roku na rok ten odsetek rośnie, dlatego każda firma musi mieć świadomość, że atak jest kwestią czasu i lepiej być na niego gotowym już teraz.

Tomasz Krajewski

Senior Technical Sales Director na Europę Wschodnią, Veeam

Przestój czy utrata danych spowodowana atakiem lub awarią mogą być dotkliwe dla każdej firmy, a szczególnie dla tych mniejszych. Ich skutkiem są nie tylko problemy z płynnością biznesu, ale też możliwe konsekwencje prawne i finansowe, a także utrata zaufania obecnych i potencjalnych klientów. Jeśli przedsiębiorstwo straci dostęp np. do bazy kontaktów, odtworzenie jej może zająć wiele miesięcy. Z raportu Veeam wynika, że przestój w działalności po ataku ransomware trwa średnio nawet około trzech tygodni. Mniejsze organizacje dys-

ponują przy tym ograniczonymi zasobami i nie zawsze mogą pozwolić sobie na ubezpieczenie od cyberataku, żeby minimalizować jego efekty. Jeśli więc nie będą umieć szybko odtworzyć danych i przywrócić działalności, mogą mieć poważne problemy.

Najważniejsza zasada ochrony danych

Niektóre z firm mogą zakładać, że najszybszym rozwiązaniem jest opłacenie okupu. Nie oznacza to jednak, że dane i tak nie zostaną sprzedane czy opublikowane na czarnym rynku ani że uda się je w całości odszyfrować i odzyskać. Jak wskazał raport Veeam Ransomware Trends Report 2023, nawet ¼ przedsiębiorstw, które opłaciły

okup i tak nie odzyskała danych. Aby poradzić sobie w awaryjnej sytuacji, firmy powinny mieć solidny plan tworzenia kopii zapasowych i odzyskiwania danych, który zapewni ciągłość biznesową. Ważna jest tu sprawdzona zasada 3-2-1-0, na którą składa się kilka zaleceń: firma powinna mieć trzy kopie zapasowe kluczowych danych, przechowywanych na minimum dwóch typach nośników; Jedna z kopii powinna znajdować się poza siedzibą firmy, offline, odizolowana od sieci lub niezmiennalna. Ważne jest też dokładne przetestowanie czy kopie zapasowe zostały wykonane bezbłędnie, ponieważ danych nieprawidłowo zapisanych nie można odzyskać według zakładanego planu. Nasz raport wykazał, że 93

proc. ataków celuje w kopie zapasowe, aby zwiększyć presję zapłacenia okupu. Dlatego najważniejsza jest niezmiennosc, czyli zapewnienie, że repozytoria backupu nie mogą zostać usunięte lub uszkodzone.

Strategia i testowanie procedur kluczem do bezpieczeństwa

Ważne jest również, aby pamiętać, że samo posiadanie backupu i strategii tworzenia kopii zapasowych nie wystarczy. Kluczowe jest także przeprowadzanie regularnego audytu systemów ochrony zasobów. Pozwala to zidentyfikować wszystkie luki w zabezpieczeniach w i porę je załatać. Regularne testowanie planów odtworzenia danych oraz planu reagowania na incydenty daje też pewność, że w sytuacji kryzyso-

wej wszystkie zaangażowane osoby będą wiedziały, co powinny zrobić, a wszystkie kluczowe dla biznesu dane będą mogły zostać przywrócone. To jeden z najważniejszych elementów, niestety wciąż pomijany przez niektóre firmy. Tegoroczny raport Veeam Ransomware Trends Report wskazał, że 87 proc. firm dysponuje planem zarządzania ryzykiem, jednak jedynie 35 proc. uważa, że działa on dobrze.

Niezależnie od tego, ile osób zatrudnia firma ani jaki jest jej profil działalności, awarie i cyberataki mogą zagrozić nie tylko ciągłości biznesu, ale też jego całej działalności. Mniejsze organizacje posiadają mniejsze zasoby, ale jeśli chodzi o cyberodporność i bezpieczeństwo, nie powinny kierować się oszczędnościami i wybierać kompromisów między jakością a ceną. Takie działanie może niestety zemścić się w sytuacjach kryzysowych, gdyż nie zapewnia odpowiedniego poziomu zabezpieczenia zasobów i aplikacji. Warto pamiętać, że dobrze zaprojektowane rozwiązanie wcale nie musi wiązać się z wysokimi kosztami, a nawet może okazać się znacznie bardziej opłacalne w stosunku do wszystkich kosztów związanych z udanym cyberatakami i jego skutkami.

Ubezpieczenie grupowe atrakcyjne i dla pracownika i dla pracodawcy



Z Joanną Grudnik, dyrektorem Departamentu Sprzedaży Ubezpieczeń Grupowych w Unum Życie, rozmawia Justyna Szymańska.

Czego oczekują pracownicy po ubezpieczeniu grupowym oferowanym przez pracodawcę?

Zacznijmy od tego, że w ogóle ubezpieczenia grupowe na życie, same w sobie, są bardzo oczekiwanym benefitem. Nasze badania pokazują, że 72 proc. ankietowanych pracowników uważa ten benefit za ważny. Nic dziwnego, w hierarchii elementów, które wpływają na nasze poczucie bezpieczeństwa, ubezpieczenie na życie zajmuje wysoką, piątą pozycję, zaraz po pracy na etat, rodzinie, byciu w związku czy pracy na czas nieokreślony. Te wyniki

badania mówią jednoznacznie, że świadomość ubezpieczeniowa Polaków jest wysoka, a to rodzi oczekiwania względem oferty ubezpieczeń i benefitów. I dobrze! Bo dzięki temu, my możemy oferować różnorodne produkty. Co faktycznie jest cenione przez pracowników. Dzięki różnym wariantom sami mogą dopasować ochronę do swoich potrzeb, stylu życia, sytuacji rodzinnej czy hobby. Inną ochronę wybierze dojrzały pracownik na wysokim i odpowiedzialnym stanowisku, narażony na stres zawodowy, inną młody pracownik, który właśnie zakłada rodzinę, a jeszcze inną ktoś, kto odkrył w sobie pasję np. skoków ze spadochronem. Oferowanie jednego programu dla wszystkich to już przeszłość, dziś liczy się możliwość dopasowania ochrony do osobistych potrzeb pracowników. Wiemy też z naszych badań, że pracownicy bardzo zwracają uwagę na wysokość sum ubezpieczenia, zakres ochrony, czyli ilość i rodzaj zdarzeń, które są objęte ubezpieczeniem, a tak-

że to, czy mogą objąć ochroną swoich bliskich.

Co powinno być w dobrym ubezpieczeniu grupowym, by stało się atrakcyjnym benefitem?

Przede wszystkim ubezpieczenie grupowe musi być atrakcyjne i dla pracownika i dla pracodawcy. Dla obu stron ważny jest proces przystąpienia do tej ochrony: ma być prosto, czytelnie i przyjaźnie. Nie każdy przedsiębiorca musi być specjalistą w tym zakresie, dlatego wraz z programem ubezpieczenia oferujemy wsparcie we wdrożeniu go w firmach. Istotna jest też obsługa programu w trakcie jego trwania, dlatego osobom obsługującym benefity w danej firmie oddajemy intuicyjne narzędzie ułatwiające ich pracę. Tak holistyczne podejście do polis grupowych zdejmuje z pracodawców i pracowników ciężar informowania, promowania, czy pilnowania zapisów do ubezpieczenia. To atrakcyjne dla pracodawcy, a dla pracownika liczy się przede wszystkim

skuteczność ochrony. Słowem: czy i jak polisa zadziała w razie choroby, wypadku, urazu itp. Jaka będzie wysokość wypłaconego świadczenia? Jakie sytuacje czy zdarzenia są objęte ochroną, a jakie nie? Czy zgłoszenie zdarzenia będzie łatwe? Jak szybko otrzymam pieniądze? Oczywiście jest też, że im benefit mniej obciąża pracowniczą kieszeń, tym jest bardziej atrakcyjny. Pracownicy cenią finansowanie ochrony przez pracodawców, natomiast z naszych badań wynika, że jedynie co czwarta firma decyduje się na pełne finansowanie polisy grupowej. Co trzeci pracownik objęty grupowym ubezpieczeniem na życie współfinansuje składkę ze swoim pracodawcą.

Jakość ubezpieczenia z punktu widzenia pracownika – to także sprawna obsługa jego sprawy. Jak powinna ona wyglądać, by ubezpieczony był usatysfakcjonowany?

To prawda! Liczy się nie tylko sam proces przystąpienia do ubezpieczenia, gdzie wybie-

ramy dla siebie warianty, dodatkowe opcje ochrony czy ubezpieczamy bliskich. Liczy się też obsługa w trakcie trwania programu. Przynajmniej, niewiele z nas pamięta po kilku miesiącach czy roku, jaką wybrał ochronę. Dlatego nasi klienci otrzymują dostęp do Portalu Klienta Grupowego, w którym mogą zawsze sprawdzić swój zakres ochrony lub go zmodyfikować, zaktualizować swoje dane, bądź złożyć wniosek o wypłatę świadczenia. W tej konkretnej sytuacji czas ma znaczenie! Dlatego obsługa takich zgłoszeń jest u nas częściowo zautomatyzowana i ponad 60 proc. prostych spraw załatwiamy w ciągu jednego dnia, by jak najszybciej wypłacić pracownikom należne świadczenie. Pamiętajmy, że zakres ochrony i wysokość sum ubezpieczenia to wybór pracodawcy, podobnie jak decyzja o wyborze i finansowaniu ochrony dla swojej załogi. Jeśli zależy nam na satysfakcji pracowników, to wartościowe ubezpieczenie na życie będzie strzałem w dziesiątkę.



W polskim sektorze MŚP najwięcej jest dojrzałych firm

Niemowlak, nastolatek, student, dorosły czy dojrzały? EFL w najnowszym raporcie „Od startupu do MŚP. Etapy rozwoju firm w Polsce” pod lupę wziął cykl rozwoju mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. Z badania wynika, że najwięcej jest dojrzałych organizacji, zatrudniających co najmniej 10 pracowników i działających średnio od 6 do 20 lat (38 proc.). Najmniej „raczkuje” niemowlaków, czyli firm zatrudniających mniej niż 5 pracowników i działających krócej niż rok – 11 proc.

Ekspertki zwracają uwagę, że etap rozwoju determinuje model działalności, przedmiot koncentracji czy wyzwania organizacji. Na wyspecjalizowaną ofertę stawia aż 94 proc. niemowlaków, podczas gdy 65 proc. dojrzałych przedsiębiorców sprzedaje różne produkty i usługi różnym grupom klientów. Co więcej, na etapie powstawania firmy zarządzający skupiają się przede wszystkim na liczbie klientów i wzroście sprzedaży (57 proc. zapytanych), studenci najczęściej mają potrzebę stabilizacji (34 proc.), a oczkiem w głowie najbardziej dojrzałych przedsiębiorców są udziały rynkowe (36 proc.).

– Jak wynika z danych Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, sektor przedsiębiorstw odpowiada za blisko trzy czwarte wartości polskiego PKB. Przy czym małe i średnie przedsiębiorstwa generują blisko co drugą złotówkę, a największy udział w PKB mają mikrofirmy – około 30 proc. To ogromny potencjał, który szybko możemy stracić. Najtrudniejszy dla firm jest bowiem pierwszy okres prowadzenia działalności. Pierwsze dwanaście miesięcy przeżywa ok. 70 proc. organizacji, a trzy lata udaje się prowadzić biznes tylko co drugiej firmie. Te statystyki skłoniły nas do pytania, dlaczego wskaźniki przeżycia przedsiębiorstw są tak niskie, i do identyfikacji czynników sukcesu w rozwoju uczestników sektora MŚP. W trzynastej edycji raportu z serii pod lupą „Od startupu do MŚP” porównując etapy

rozwoju firmy do etapów rozwoju człowieka, zbadaliśmy, w jakiej fazie działalności są polskie mikro, małe i średnie firmy, oraz co determinuje prowadzenie biznesu w każdej z nich. Finalnie wytypowaliśmy pięć segmentów takich jak niemowlak, nastolatek, student, dorosły, dojrzały. Na pierwszy rzut oka na wyniki badania wydaje się, że polski sektor MŚP jest bardzo dojrzały i wie, jak radzić sobie, żeby piąć się coraz wyżej. Jednak składowych biznesowego sukcesu jest bardzo wiele – mówi Radosław Woźniak, prezes zarządu EFL.

5 etapów rozwoju firm

W badaniach naukowych rozwój firmy często porównywany jest do etapów rozwoju człowieka. Korzystając z takiego porównania przedstawiciele mikro, małych i średnich firm w Polsce określili, na jakim etapie rozwoju znajduje się prowadzona przez nich działalność gospodarcza. Badanie EFL „Od startupu do MŚP. Etapy rozwoju firm w Polsce. Pod lupą” pozwoliło na identyfikację pięciu segmentów firm na różnych etapach rozwoju, takich jak niemowlak, nastolatek, student, dorosły, dojrzały. W polskim sektorze MŚP najwięcej jest dojrzałych firm, zatrudniających więcej niż 10 pracowników i działających średnio od 6 do 20 lat – 38 proc. Najmniej „raczkuje” niemowlaków, czyli firm zatrudniających mniej niż pięciu pracowników i działających krócej niż rok – 11 proc. Na etapie nasto-

latka i dorosłego znajduje się po 18 proc. ankietowanych, a 15 proc. przedsiębiorców „studiuje”.

Niemowlak (11 proc. firm) to firma funkcjonująca na rynku krócej niż rok, zatrudniająca mniej niż 5 pracowników. Jej właściciel najczęściej rozpoczął działalność, gdyż zawsze chciał to zrobić, jest dokładny i skrupulatny. Główne trudności, z którymi zderzył się, zakładając firmę, stanowiły wysokie koszty związane z uruchomieniem działalności oraz kwestie prawno-podatkowe. Niemowlak czuje się najlepiej w obszarze wyspecjalizowanej oferty produktowej, z którą wyszedł na rynek.

Nastolatek (18 proc. firm) to firma funkcjonująca na rynku najczęściej 1-2 lata, zatrudniająca mniej niż 10 pracowników. Jej właściciel rozpoczął działalność, gdyż chciał spróbować działać na swoim, jest pomysłowy i kreatywny. Główny kierunek koncentracji działań na tym etapie rozwoju to wzrost liczby klientów i stabilizacja firmy. Mocne strony nastolatka to konkurencyjna oferta i wysokie kompetencje sprzedażowe.

Student (15 proc. firm) to firma mikro, mała lub średnia, funkcjonująca na rynku najczęściej 6-10 lat. Jej właściciel rozpoczął działalność, gdyż pojawiła się okazja. Wyróżnia ją komunikatywność, wytrwałość i konsekwencja. Największym wyzwaniem dla studenta były wysokie koszty związane z uruchomieniem działalności, a w pierwszym roku działalności trudne było pozyskanie finansowania. Na tym etapie co trzecia firma wypracowała już stabilne finanse, konkurencyjną ofertę i dostęp do talentów

Dorośla firma (18 proc. firm) funkcjonuje na rynku ponad 10 lat, ale zatrudnia do 10 pracowników. Właściciel rozpoczął działalność, bo chciał spróbować działania na swoim. Wyróżnia go komunikatywność, kreatywność oraz dbanie o finanse. Główne wyróżniki firmy na tym etapie to oferta produktowa, pozy-

cja rynkowa i doświadczony zespół pracowników.

Dojrzała firma (38 proc. firm) działa średnio od 6 do 10 lat, zatrudnia powyżej 10 pracowników – ponad połowa ma zespół liczący już powyżej 50 osób. Właściciel najczęściej rozpoczął działalność przy nadarzającej się okazji. Wyróżnia go kompetencja i wiedza oraz znajomość branży i elastyczność. Połowa dojrzałych firm osiągnęła już stabilność finansową, zbudowała atrakcyjną ofertę zapewniającą dynamiczny wzrost oraz skutecznie przyciąga i zatrzymuje utalentowanych pracowników. Co trzeci dojrzały ma również wypracowaną strategię. Większość ma tym etapie zdywersyfikowaną ofertę, a główny cel podejmowanych działań to wzrost udziałów rynkowych.

Na początku mniej znaczy więcej

Z raportu EFL „Od startupu do MŚP. Etapy rozwoju firm w Polsce. Pod lupą” wynika, że model działalności firmy zmienia się w cyklu życia firmy z wyspecjalizowanej w wybranej niszy w kierunku dywersyfikacji oferty. Niemowlaki, czyli nowo powstałe firmy, w zdecydowanej większości mają wyspecjalizowaną ofertę (94 proc.). Na etapie nastolatka taką ofertę ma 6 na 10 badanych, a wśród studentów i dorosłych co druga firma stawia na konkretną niszę. Szala przechyla się na korzyść dywersyfikacji w biznesie w najbardziej doświadczonych firmach. Co trzeci dojrzały specjalizuje się w wybranej kategorii produktowej, jednak większość prowadzi zdywersyfikowaną działalność w ramach jednej branży. Oferuje różne produkty i usługi różnym grupom klientów.

W opinii wiceprezesa VanKing Celkar Group, rozproszenie działalności nie jest dobrą koncepcją. – Zdecydowanie lepsza jest specjalizacja, czyli poszukanie odpowiedzi na zapotrzebowanie rynku, wstrzelenie się z konkretnym asortymentem. Nasza firma w ostatnich latach wyspecjalizowała się mocno w niszy samochodów dostawczych. Wszystko, co robimy, jest pośrednio lub bezpośrednio związane z naszą strategią wokół samochodów dostawczych do 3,5 tony. Zaczynając od asortymentu i stocku magazynowego po rekrutację i szkolenie personelu. Skupienie się na konkretnym obszarze, poszerzanie wiedzy na jego temat, zdobywanie unikalnego doświadczenia to jest coś, co wyróżnia i daje przewagę nad firmami, które wybrały strategię dywersyfi-

kacji, multibrandu – podkreśla Andrzej Celban, wiceprezes zarządu VanKing Celkar Group.

Koncentracja na klientach

W cyklu życia organizacji zmienia się również koncentracja strategiczna biznesu. Na etapie powstawania firmy zarządzający skupiają się przede wszystkim na liczbie klientów i wzroście sprzedaży – tak odpowiedziało 57 proc. zapytanych. W mniejszym stopniu liczą się rentowność (8 proc.) czy udziały rynkowe (11 proc.). Nastolatkowi wciąż najbardziej zależy na poszerzeniu grupy odbiorców produktów i usług (36 proc.), jednak częściej niż niemowlak zwraca uwagę na stabilizację (28 proc.), udziały rynkowe i rentowność (po 18 proc.). Student najczęściej ma potrzebę stabilizacji (34 proc.), podobnie jak dorosły (28 proc.). Jednak ten drugi chce jednocześnie zwiększać swoje udziały rynkowe (28 proc.), które są najważniejsze na etapie dojrzałości firmy (36 proc.).

Mocne strony badanych firm MŚP uzależnione są znacznie bardziej od cyklu życia niż od branży, w jakiej działają. Na każdym etapie badani wskazali w pierwszej kolejności na ofertę produktową, ale to najmłodsze firmy najmocniej wśród wszystkich organizacji są przekonane o unikalności swoich produktów lub usług. Dwa razy więcej niemowlaków niż dojrzałych wskazało na ten element (36 proc. vs. 18 proc.). Dla nastolatków ważnym wyróżnikiem są kanały i kompetencje sprzedażowe (14 proc.), zaś dalej, oprócz oferty różnie rola pozycji rynkowej (11 proc.) i doświadczonego zespołu (8 proc.). Wśród dojrzałych firm trudno odnaleźć dominujące cechy. Na tym etapie modele zarządzania są znacznie bardziej zróżnicowane niż wśród młodszych uczestników rynku.

Od kosztów po spadek wydajności

TOP3 wyzwania w prowadzeniu działalności stanowią wysokie koszty (33 proc.), presja konkurencji (28 proc.) i niska rentowność (25 proc.). Jednak biorąc pod uwagę etapy rozwoju, odpowiedzi się różnicują. Nowopowstałe przedsiębiorstwa zdecydowanie częściej niż ich starsi koledzy wskazują na wysokie koszty (57 proc. odpowiedzi). Dla niemowlaka większym wyzwaniem niż dla pozostałych jest również zbudowanie pozycji rynkowej (23 proc.). Nastolatkowie najczęściej obawiają się presji ze strony konkurencji (33 proc.) oraz częściej – w porównaniu do innych – spadającego popytu (29 proc.) i trudności w rekrutacji pracowników (18 proc.). Dla studenta głównym wyzwaniem pozostają wysokie koszty, ale częściej wskazują na trudniejszy dostęp do finansowania inwestycji (14 proc.) oraz problemy wizerunkowe (17 proc.). Dorosli najbardziej borykają się z wysokimi kosztami i niską rentownością. A najbardziej dojrzałe firmy MŚP, znacząco częściej niż ich młodszy koledzy, obawiają się stagnacji rozwoju (24 proc.) i spadku wydajności (15 proc.).



W polskim sektorze MŚP najwięcej jest dojrzałych firm, zatrudniających więcej niż 10 pracowników i działających średnio od 6 do 20 lat – 38 proc.

Zwiększyć bezpieczeństwo

Każdego roku wyraźnie dostrzegamy, że rośnie świadomość Polaków w zakresie ochrony danych osobowych oraz konieczności zastrzegania dokumentów osobistych w przypadku zagubienia lub kradzieży. A mimo to wciąż co roku odnotowywanych jest tysiące przestępstw dotyczących wyłudzeń kredytów i pożyczek z wykorzystaniem cudzych danych.



Tomasz **Gardziński**

menadżer ds. kluczowych klientów, ERIF
Biuro Informacji Gospodarczej

Tylko w II kwartale 2023 r. próbowano dokonać wyłudzenia kredytów na cudzą tożsamość aż 2,1 tys. razy, a kwota wyłudzeń w tych przestępstwach miała sięgnąć nawet 50 mln zł, na co wskazuje Związek Banków Polskich. W sumie w pierwszym półroczu bieżącego roku odnotowano 4,4 tys. takich prób wyłudzenia kredytów, a to niestety nie oddaje pełnej skali, bo podobne zdarzenia mają miejsce także w zakresie innych – niebankowych instytucji i oferowanych przez nie produktów – m.in. w przypadku ubezpieczeń czy zakupów z odroczoną płatnością u operatorów.

Przestępcy, mimo szeregu prób uszczelniania systemu i zaostrzania procedur, wciąż poszukują nowych metod, które umożliwią im dokonywanie takich wyłudzeń. Dlatego, by zabezpieczyć się przed ewentualnym oszustwem, można wykorzystywać szereg oferowanych na rynku narzędzi, które w razie podejrzenia popełnienia przestępstwa z wykorzystaniem naszych danych, pozwolą w porę zareagować i ustrzec się przed problemami.

Perspektywa biznesu

W 2023 r. według oceny banków i SKOK-ów zwiększyło się ryzyko wyłudzenia produktów kredytowych i pożyczek z 2,3 do 2,5 (ocena), co wynika z danych Związku Przedsiębiorstw Finansowych. Instytucje te na łamach raportu dotyczącego nadużyć w sektorze finansowym wskazują w aż 65 proc., że w ciągu ostatniego roku nasiliło się zjawisko nieautoryzowanych transakcji na rachunkach klientów czy w 29 proc. wyłudzenia kredytów i pożyczek. Natomiast firmy faktoringowe w aż 22 proc. zauważają zwiększone natężenie kradzieży tożsamości lub podszywania się pod faktoranta – co dzieje się na przestrzeni ostatnich 12 miesięcy.

Dane te wskazują, że z perspektywy firm weryfikacja tożsamości klientów oraz weryfikacja posługiwania się danymi osób zmarłych również mają ogromne znaczenie w zakresie ograniczania ryzyka, uszczelniania modeli scoringowych czy usprawniania pracy. Taka ostrożność przejawiająca się właśnie wykorzystywaniem możliwości weryfikacji

klienta i weryfikacji zgonu chroni firmę, ale również chroni samego klienta przed potencjalnym oszustwem.

Usługi oferowane na rynku przez Biura Informacji Gospodarczej pozwalają zwiększyć świadomość i pewność w zakresie zawieranych umów o współpracy, ograniczają ryzyko ewentualnych problemów z wypłacalnością i uregulowaniem należności czy też umożliwiają prowadzenie poprawnych – aktualnych baz danych. Weryfikacja toż-

samości osób zmarłych znajduje szczególne zastosowanie w przypadku postępowań sądowych lub egzekucyjnych. Nade wszystko weryfikacja klientów i możliwość zablokowania podejrzanych transakcji, pozwala firmom na świadome zawieranie umów współpracy z dbałością o zabezpieczenie przed fraudem.

Wszystkie działania mające na celu zwiększenie bezpieczeństwa i udaremnienie potencjalnych fraudów zyskują na znaczeniu.

Warto mieć świadomość możliwości, które niesie rynek w tym zakresie, bo ewentualne oszustwa, kradzieże tożsamości mogą być szalenie kosztowne i problematyczne w dochodzeniu prawdy. Codziennie spotykam się ze sprawami, którym można było zapobiec – wcześniej stosując właściwe rozwiązania antyfraudowe. Dlatego oprócz samej weryfikacji klientów, monitoringu samych siebie, ważne jest podejmowanie dyskusji w tych tematach i edukacja.

REKLAMA



**Rozwijaj z nami
swój biznes
Bądź o krok
przed innymi**

www.polskabezgotowkowa.pl

WSPIERAMY ROZWÓJ TWOJEJ FIRMY!

- Zapisz się na newsletter i rozwijaj swoją wiedzę o biznesie, dzięki Akademii Przedsiębiorcy!
- Odbierz terminal lub aplikację płatniczą na telefon za 0 zł na 12 miesięcy i sprawdź, jak zmieni się Twój biznes!



Nowe technologie a efektywne zarządzanie MŚP

Sztuczna inteligencja, gdy jest stosowana w etycznym sposób, może dostarczyć wiele korzyści małym i średnim przedsiębiorcom, pomagając im w utrzymaniu konkurencyjności i efektywności.



Jakub Andrzejewski

Business Development Manager for Poland & CIS, Progress

Dzięki AI można automatyzować powtarzalne i czasochłonne zadania, takie jak obsługa klienta, zarządzanie zapasami, rozliczenia czy obsługa księgową. To pozwala na oszczędność czasu i zasobów, które można przekierować na bardziej strategiczne zadania. To też doskonałe narzędzie do analizowania danych, identyfikowania trendów i uzyskiwania cennych informacji na temat rynku, konkurencji i klientów.

Dzięki temu przedsiębiorcy mogą podejmować lepsze decyzje biznesowe. Chatboty i systemy AI do obsługi klienta mogą być wykorzystane do szybkiego udzielania odpowiedzi na pytania klientów i rozwiązywania problemów, co poprawia jakość ich obsługi. Natomiast w zakresie cyberbezpieczeństwa sztuczna inteligencja może pomóc w identyfikacji cyberataków i zapobie-

ganiu im oraz ochronie poufnych danych przedsiębiorstwa.

Dane pod kontrolą

Korzyści płynące z wykorzystania AI zauważa coraz więcej firm, wykorzystując sztuczną inteligencję i uczenie maszynowe w swoich działaniach, np. do uruchamiania lub usprawnienia systemów informatycznych i biznesowych. Małe i średnie przedsiębiorstwa z ciekawością i otwartością podchodzą do najnowszych technologii, bo wiedzą, że usprawnienie obsługi klienta czy lepsze zarządzanie danymi będzie przekładało się na zwiększenie zaufania i lojalności wśród konsumentów. Budowanie zaufania do jakiegokolwiek aplikacji lub oprogramowania bazującego na AI, lub uczeniu maszynowym jest niezwykle ważne z punktu widzenia firm. Klienci będą chcieli potwierdzenia, że firmy działają w tym aspekcie etycznie i rzetelnie. Firmy muszą zatem pamiętać o minimalizowaniu tzw. luki informacyjnej. Kluczowa jest tu wiedza o tym, co i kiedy stało się z danymi, kto podjął te decyzje, gdzie to się stało i dlaczego dokonano zmian lub klasyfikacji danych. Wyposażone w narzędzia do prowadzenia audytu danych, ich identyfikacji oraz pochodzenia, małe i średnie przedsiębior-

stwa udowadniają, że biorą odpowiedzialność za swoje działania z wykorzystaniem sztucznej inteligencji. Ma to jeszcze większe znaczenie w przypadku danych wykorzystywanych do zasilania mechanizmów sztucznej inteligencji i sposobu, w jaki ona wykorzystuje je do podejmowania decyzji. Przedsiębiorcy, którzy chcą mieć pewność, że dane powierzone ich firmie są pod kontrolą, często wybierają produkty oferujące funkcję dwuczasuowości. Umożliwia ona użytkownikom śledzenie danych dla każdego rekordu w dwóch przebiegach – zarówno w trakcie ich użytkowania (gdy dane są poprawne w momencie obserwacji), jak i też w czasie dokonania transakcji (gdy dane zostały wprowadzone do bazy danych). Funkcja ta ułatwia użytkownikom bardziej

efektywne zarządzanie zmieniającymi się danymi, śledzenie tych zmian w czasie oraz zarządzanie wieloma zmianami w samej platformie danych. Ogranicza to potrzebę stosowania dodatkowych narzędzi we własnej infrastrukturze, co przyczynia się do jej uproszczenia oraz zmniejsza całkowity koszt pracy.

Sztuczna inteligencja sprzymierzeńcem firm i klientów

Aby jak najlepiej wykorzystać potencjał generatywnej AI, firmy muszą zapewnić sobie dostęp do wysokiej jakości danych istotnych dla odbiorców. Powinny również stale testować i optymalizować spersonalizowane treści, tak aby zmaksymalizować ich oddziaływanie na docelowych odbiorców. Spersonalizowane treści powstające na bazie generatywnej sztucznej inteligencji wydają się jednym z przełomów, na który czekała branża e-commerce. AI umożliwiła właścicielom biznesów i marketerom nawiązywanie głębszych relacji z klientami i osiąganie lepszych wyników w prowadzonych kampaniach reklamowych.

Nie można jednak zapominać o transparentności. Firmy korzystające z najnowszych technologii w procesach tworzenia i dostarczania konsumentom treści powinny udzielać informacji na temat sposobu gromadzenia, wykorzystania i ochrony danych. Zapewnienie klientom możliwości rezygnacji z otrzymywania



Aby jak najlepiej wykorzystać potencjał generatywnej AI, firmy muszą zapewnić sobie dostęp do wysokiej jakości danych istotnych dla odbiorców.

spersonalizowanych treści lub uwzględnienia ich danych w modelach sztucznej inteligencji stanowi dodatkowe potwierdzenie zaangażowania firm w praktyki zgodne z etycznymi standardami, o których nie można zapominać. Znaczenie generatywnej AI w personalizowaniu treści na dużą skalę będzie stale rosło. By nie stracić zaufania klientów, firmy będą musiały postawić na przejrzystość działania i respektowanie względów etycznych podczas korzystania z tej technologii. Przedsiębiorstwa muszą otwarcie mówić o wykorzystaniu sztucznej inteligencji, przykładając najwyższą wagę do najbardziej wrażliwych kwestii związanych z prywatnością czy tendencyjnością danych. Ten ostatni aspekt stanowi problem w 65 proc. przedsiębiorstw – tak wynika z badania Progress „Data Bias: The Hidden Risk of AI” z 2023 roku. Jednocześnie 51 proc. badanych uważa, że brak świadomości istnienia zjawiska tendencyjności danych oraz niedocenie jego negatywnego wpływu będzie stanowił barierę w rozwiązywaniu tego problemu.

Bezpieczeństwo priorytetem

AI czy uczenie maszynowe mogą być wykorzystywane także do zapobiegania cyberataków, a tym samym uchronić firmy przed znacznymi stratami finansowymi lub wyciekami danych. Dzięki wdrożeniu rozwiązań NDR możliwe jest wykrycie podejrzanej komunikacji w sieci, która może okazać się ransomware lub atakiem słownikowym. Sztuczna inteligencja na pewno odegra dużą rolę w rozwoju biznesu. Ułatwi działania programistom i marketerom, którzy nieustannie pracują nad znalezieniem jeszcze skuteczniejszych sposobów na dotarcie do odpowiedniej grupy konsumentów, oferując im treści skrojone na miarę. Z drugiej strony skorzystają też klienci, którzy będą mieć pewność, że najnowsze technologie działają, by zapewnić im najlepsze doświadczenie zakupowe. Należy też pamiętać, że konsumenci są dziś bardzo świadomi, dlatego będą wymagać od firm oceny potencjalnego wpływu sztucznej inteligencji na kwestie ochrony danych i ich stronniczość. Firmy muszą zatem korzystać z tej technologii w sposób etyczny.



Przedsiębiorstwa muszą otwarcie mówić o wykorzystaniu sztucznej inteligencji, przykładając najwyższą wagę do najbardziej wrażliwych kwestii związanych z prywatnością czy tendencyjnością danych.

Co trzecia firma w Polsce ułatwia swoim pracownikom zgłoszenie pracy zdalnej

Od wdrożenia nowelizacji Kodeksu pracy regulującej kwestię pracy zdalnej minęło ponad pół roku. Jak wynika z badania Webcon, obecnie 32 proc. firm w Polsce używa elektronicznych systemów do obsługi i zgłaszania wniosków o pracę zdalną. Pozostałe przedsiębiorstwa nadal nie zautomatyzowały tego procesu. W 42 proc. organizacji informację o pracy zdalnej przekazuje się osobiście, podczas rozmowy, w 27 proc. mailem, a w 10 proc. przypadków w formie papierowej.

Od 7 kwietnia 2023 roku zgodnie z zapisami kodeksu pracy każdemu pracownikowi przysługują 24 dni pracy zdalnej w ciągu roku. Prawo dotyczy tych stanowisk, które umożliwiają wykonywanie obowiązków przed komputerem, poza siedzibą firmy. Nowe przepisy regulują również to, kiedy pracodawca może wydelegować pracownika do pracy poza biuro, oraz sposoby refundacji kosztów wynikających np. ze zużycia energii czy zapewnienia niezbędnych narzędzi pracy.

Wnioskowanie automatyzują najwięksi...

Konsekwencją wprowadzonych przepisów są również nowe reguły dotyczące zgłaszania zapotrzebowania na pracę zdalną, ponieważ każda taka sytuacja musi być teraz uzgodniona wcześniej z pracodawcą. Jak pokazuje badanie Webcon, polskiego dostawcy systemu do obiegu dokumentów, firmy podchodzą do procesowania takich wniosków w różny sposób. Najwięcej z nich nadal robi to drogą tradycyjną – mailowo lub

na papierze (42 proc. wskazań), dość liczna grupa wykorzystuje do tego systemy IT, np. elektroniczny obieg dokumentów (32 proc.). W co czwartej firmie pracownicy przekazują swoim przełożonym taką informację mailowo, a w co dziesiątej na papierze.

Biorąc pod uwagę wielkość organizacji, największe z nich najszybciej zautomatyzowały proces wnioskowania o pracę zdalną. Blisko połowa firm zatrudniających co najmniej 250 pracowników umożliwia składanie wniosków o home office za pomocą elektronicznego obiegu dokumentów (47 proc.). Nadal jednak prawie tak samo powszechne jest zgłaszanie w tych firmach pracy zdalnej podczas rozmowy (42 proc.).

W średnich firmach e-obsługa pracy zdalnej jest równie popularna jak zgłaszanie jej osobiście (odpowiednio 44 proc. i 42 proc. wskazań). W co czwartej organizacji tej wielkości wnioskowanie o pracę zdalną realizowane jest za pomocą poczty e-mail. Małe firmy natomiast stawiają w tym kontekście głównie na kontakt osobisty



(47 proc.), rzadziej na komunikację mailową i elektroniczny obieg dokumentów (po 36 proc.).

... i firmy IT

Kiedy spojrzymy na branżę, prym w cyfryzacji procesów wiodą firmy technologiczne. W 52 proc. firm IT pracownicy mają możliwość zgłaszania pracy zdalnej poprzez system elektroniczny. Na drugim miejscu znajduje się produkcja (46 proc.). Elektroniczny obieg dokumentów jest dużo mniej popularny w firmach budowlanych, usługowych i handlowych – odpowiednio 27 proc., 29 proc. i 30 proc. ma wdrożony tej klasy system. W każdej z tych branż nadal sporo pracowników musi informować swoich szefów o pracy poza siedzibą firmy osobiście (odpowiednio 52 proc., 44 proc. i 37 proc.).

– Choć może się wydawać, że

wnioskowanie o pracę zdalną i obsługa wniosków o home office nie jest czasochłonnym zadaniem, to w perspektywie roku i dużej liczby pracowników skala takich działań może zaskoczyć, a co za tym idzie szybko wymagać usprawnień. W Webcon sugerujemy firmom postrzeganie obowiązku obsługi wniosków o pracę zdalną nie jako żmudny obowiązek, ale szansę na wartościowe zmiany, w tym połączenie tej informacji z innymi procesami w firmie. Systemy do obiegu dokumentów umożliwiające digitalizację obsługi takich zadań mają często wiele więcej możliwości, zaczynając od automatycznego zwalniania zasobów w firmie takich jak parking czy biurko, poprzez zaawansowane workflow wraz z podpisami elektronicznymi, kończąc na specyficznych aplikacjach branżowych. Wybór i wdrożenie work-

flow do obsługi wniosków o pracę zdalną mogą być początkiem drogi ku cyfrowej transformacji firmy. Elektroniczny obieg dokumentów daje szansę na znaczne podniesienie efektywności firmy i zadowolenia pracowników. Zgodnie z wynikami badań „Total Economic Impact of WEBCON BPS” aplikacje biznesowe stworzone na bazie naszej platformy mogą przyspieszyć realizację procesów nawet o 87 proc. Zaoszczędzony w ten sposób czas firmy z powodzeniem przeznaczają na działania strategiczne, wspierające budowanie przewagi konkurencyjnej – podkreśla Łukasz Semeniuk, dyrektor handlowy w Webcon. Metodologia badania: badanie przeprowadzono metodą CAWI w dniach 9-16 sierpnia na ogólnopolskiej próbie liczącej N=334 osób zarządzających lub pracujących przy cyfryzacji w firmie.

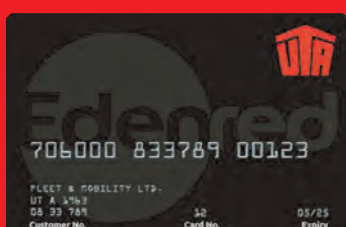
REKLAMA

1963
2023 | SIXTY YEARS
simplifying mobility



60 lat ułatwiamy mobilność w całej Europie

UTA Edenred - kompleksowe rozwiązania dla Twojej floty, niezależnie od rodzaju i ilości pojazdów.



POLSKIE MŚP SPODZIEWAJĄ SIĘ WZROSTU TRANSAKCJI BEZGOTÓWKOWYCH

Polscy przedsiębiorcy coraz częściej rozumieją potrzebę akceptacji płatności bezgotówkowych i dostrzegają ich korzyści. Niewątpliwie jest to ściśle związane ze zmieniającymi się zachowaniami konsumentów, którzy coraz rzadziej sięgają po gotówkę.



Robert **Andrukiewicz**

dyrektor ds. rozwoju produktów i card compliance, Fiserv Polska

Jak wynika z badania przeprowadzonego w lipcu ubiegłego roku na zlecenie Fiserv Polska, Polacy preferują płatności bezgotówkowe. 41 proc. respondentów płaci kartą, telefonem bądź zegarkiem zawsze, kiedy ma taką możliwość, a prawie 30 proc. robi to raz lub kilka razy w tygodniu. Najczęściej bezgotówkowo rozliczają się ludzie młodzi, więc przedsiębiorcy zdają sobie sprawę, że trend ten będzie rósł. Według raportu „Płatności bezgotówkowe w polskich MŚP”¹ przeprowadzonego przez PolCard from Fiserv w maju 2023 r., prawie 81 proc. firm z kategorii MŚP zajmujących się handlem i usługami umożliwia swoim klientom płacenie bezgotówkowo. Powyższe dane napawają optymizmem, ponieważ

pokazują, że wielu przedsiębiorców ma świadomość, jak istotne jest aktualnie oferowanie różnych form zapłaty za towary bądź usługi. Natomiast, jak pokazują dane, jest tutaj jeszcze wiele do zrobienia, ponieważ spośród badanych tylko 44 proc. posiada terminal płatniczy. Większość (blisko 90 proc.) umożliwia przede wszystkim płatność tradycyjnym przelewem. Oznacza to, że część firm nadal nie posiada urządzenia bądź aplikacji, które w znaczący sposób ułatwią rozliczanie się z klientami. Tylko ponad 6 proc. zadeklarowało posiadanie terminala aplikacyjnego. Natomiast telefon komórkowy jako urządzenie do obsługi kart płatniczych może być dużym ułatwieniem dla wielu biznesów takich jak m.in. restauracje lub hotele, gdzie pracownicy muszą przyjmować płatności z dala od kasy czy recepcji.

Zalety przyjmowania transakcji bezgotówkowych według polskich MŚP

Jak pokazuje wyżej wspomniane badanie, przedsiębiorcy coraz częściej rozliczają się bezgotówkowo i dostrzegają wiele zalet z tym związanych. Za największą 65

proc. ankietowanych uznaje szybszą i sprawniejszą obsługę swoich klientów. Firmy mają świadomość, że obecnie oczekiwania konsumentów są coraz wyższe i zależy im na sprawnym załatwieniu spraw. Gdy np. klienci nie mogą zapłacić bezgotówkowo, zdarza się, że rezygnują z zakupu czy usługi bądź idą do konkurencji. Kolejne wymieniane zalety transakcji bez użycia gotówki według MŚP to: wizerunek nowoczesnej firmy (51 proc.), mniejsze ryzyko związane z rozliczaniem płatności, czyli mniej pomyłek np. podczas wydawania reszty (46,5 proc.), mniejsze ryzyko związane z oszustwami i kradzieżami (43 proc.) oraz lepsza kontrola budżetu (39,5 proc.).

Coraz większe zainteresowanie usługami dodatkowymi

Wiele polskich MŚP ma także świadomość, że płatności bezgotówkowe to już nie tylko rozliczanie pojedynczej transakcji. Posiadanie terminala pozwala na skorzystanie z wielu dodatkowych usług czy funkcji, które mogą wpłynąć na rozwój i lepsze funkcjonowanie firmy, a nawet na dodatkowy zysk. Według raportu „Płatności bezgotówkowe w polskich MŚP”, ponad połowa (53 proc.) przedsiębiorców z sektora handlowo-usługowego, którzy posiadają terminal płatniczy, zintegrowała go z kasą fiskalną lub systemem kasowym. To połączenie pozwala na automatyzację procesów biznesowych, co z kolei

wiąże się ze sprawniejszą obsługą klienta. Dzięki temu kolejki są mniejsze, a doświadczenia konsumentów lepsze. Zniwelowane zostaje również ryzyko pomyłki kasjera podczas wpisywania kwoty. Polskie MŚP dostrzegają potencjał usług dodatkowych i reagują na potrzeby rynku. Prawie 44 proc. z nich oferuje klientom zwrot środków na rachunek karty, 43 proc. możliwość płatności w różnych walutach, czyli DCC. Natomiast 18 proc. badanych umożliwia realizację płatności kartami lojalnościowymi, podarunkowym czy bonami towarowymi. Zainteresowanie usługami dodatkowymi wśród przedsiębiorców powinno rosnąć, ponieważ pomagają one zwiększyć atrakcyjność punktu w oczach klientów oraz wyróżnić się na tle konkurencji.

Warto wspomnieć, że obecnie terminale płatnicze mogą być integrowane z systemami sprzedażowymi poprzez interfejsy chmurowe. Dzięki takiemu rozwiązaniu przedsiębiorcy zyskują dodatkowe możliwości dostosowania urządzenia do charakteru prowadzonej przez siebie działalności. To znacząco przyspiesza procesy wewnętrzne. Takie rozwiązania to przyszłość, która będzie mieć wpływ na pracę całego przedsiębiorstwa.

Liczba płatności bezgotówkowych w polskich MŚP powinna rosnąć

Jak pokazują badania, rozliczenia bezgotówkowe są coraz bardziej popularne w polskich przedsię-

biorstwach. Według raportu „Płatności bezgotówkowe w polskich MŚP” już prawie co czwarta firma posiadająca terminal deklaruje, że tego typu płatności stanowią u niej powyżej 75 proc. wszystkich transakcji. Podobny odsetek badanych (23 proc.) przyznaje, że jest to między 50 a 75 proc. Natomiast w co szóstej firmie (18 proc.) stanowią one około połowę. Co ważne, około 58 proc. przedsiębiorstw, które posiadają terminal płatniczy, uważa, że w ciągu najbliższych trzech lat liczba transakcji bezgotówkowych będzie rosła. Co czwarta natomiast (24 proc.) jest zdania, że będzie to zdecydowany wzrost, a co trzecia (34 proc.), że nieznaczny.

Powyższe wyniki badania oraz prognozy przedsiębiorstw, dotyczące wzrostu udziału płatności bezgotówkowych wśród ogółu transakcji, nie są zaskoczeniem, ponieważ w Polsce coraz więcej osób chce rozliczać się bez udziału gotówki – szczególnie ludzie młodzi. To zdecydowanie wpływa zarówno na zwiększanie się zainteresowania tymi formami transakcji wśród przedsiębiorców, jak i na wdrażanie przez nich dodatkowych usług. Płatności bezgotówkowe to już nie tylko przyłożenie karty do terminala, lecz cała gama rozwiązań, które optymalizują pracę całej placówki. Otoczenie, w jakim funkcjonują MŚP, stale się zmienia, a uwzględnianie najnowszych trendów może zadecydować o konkurencyjności firmy i zadowoleniu klientów.

e-CMR – technologia pomocna w monitorowaniu i kontrolowaniu floty

Bieżąca kontrola przesyłek, oszczędność czasu i bezpieczeństwo danych to kilka z wielu zalet, jakie daje e-CMR, czyli elektroniczny list przewozowy. A na upowszechnienie tego systemu na skalę europejską musimy poczekać do 2024 roku.

Maurycy **Kieruj**

prawnik, TC Kancelaria Prawna

Elektroniczne listy przewozowe umożliwiają śledzenie i monitorowanie przesyłek w czasie rzeczywistym. Dzięki temu, strony zaangażowane w proces transportu zyskują dostęp do aktualnych informacji o lokalizacji, statusie i stanie towarów, poprawiając widoczność i umożliwiając lepsze zarządzanie łańcuchem dostaw. System elektroniczny to też oszczędność czasu i ułatwienie we wprowadzaniu danych. To z kolei obniża koszty – elektroniczny CMR eliminuje potrzebę drukowania, przechowywania i transportu dokumentów papierowych. Zmniejsza to wydat-

ki związane z papierem, tuszem, opłatami pocztowymi i fizyczną przestrzenią magazynową. Korzystanie z elektronicznych listów przewozowych zmniejsza też ryzyko pojawienia się nieścisłości w dokumentach, o które nietrudno

w przypadku ręcznego wprowadzania danych. Systemy e-CMR pomagają minimalizować błędy dzięki automatyzacji procesów przechwytywania i walidacji danych.

Z perspektywy przewoźników, wprowadzenie e-CMR może przyczynić się do likwidacji kar umownych z tytułu niedostarczenia w terminie dokumentów przewozowych. Takie zapisy znajdują się obecnie w większości zleceń przewozowych i są potencjalnie łatwym argumentem dla nadawców do

umniejszenia frachtu przewoźnika. Elektroniczny obieg dokumentów powinien wyeliminować te praktyki, bo pozwala dostarczyć je do odbiorcy tuż po wypełnieniu.

Europejski system e-CMR coraz bliżej

Choć wiele europejskich krajów przyjęło protokół do Konwencji CMR, umożliwiający stosowanie e-CMR, nadal nie mamy jednolitej, unijnej platformy do takich działań. Tę rolę docelowo przejmie platforma e-FTI, jednak prace nad jej powstaniem mają się zakończyć dopiero w 2024 roku. Do tego czasu przewoźnicy są zdani na rozwiązania komercyjne, które już się pojawiają. W Polsce bazą do stworzenia go mógłby być system do monitorowania obrotu odpadami, który pozwala dokumentować i śledzić ich transport drogą elektroniczną.

Pałapki listów przewozowych

Błędne wypełnienie dokumentu CMR pociąga za sobą szereg

problemów. Nieprawidłowe lub niekompletne informacje w CMR mogą prowadzić do sporów prawnych, zwłaszcza jeśli wpływają na prawa i obowiązki zaangażowanych stron. Błędy w dokumentach przewozowych mają również wpływ na zakłócenia w operacjach logistycznych, takie jak opóźnienia w transporcie, nieprawidłowa dostawa towarów lub trudności w rozwiązywaniu reklamacji przewozowych. To z kolei naraża przewoźnika na koszty z tytułu kar umownych czy grzywny, którą nałożyć mogą też organy kontrolne, jeśli wykryją nieprawidłowości w dokumentacji.

Wprowadzenie elektronicznych listów przewozowych powinno rozwiązać przynajmniej część z tych problemów. Takie dokumenty z założenia będą chociażby bardziej czytelne, mniej podatne na uszkodzenie, zaginięcie czy podrobienie. Powinny też przyczynić się do optymalizacji procesów obiegu całości dokumentacji przewozowej.

