

MOJA FIRMA



Faktoring to remedium na problemy płynnościowe przedsiębiorstw

Rosnące koszty kredytów, ograniczone możliwości finansowania bankowego oraz nasilające się zatory płatnicze sprawiają, że przedsiębiorcy coraz częściej chcą korzystać z faktoringu. W 2025 r. to rozwiązanie będzie szczególnie ważne dla sektorów budownictwa, transportu i przemysłu, które wciąż doświadczają problemów z płynnością finansową.



EMANUEL NOWAK

ekspert firmy faktoringowej NFG

Ubiegły rok nie był zbyt łaskawy dla przedsiębiorców pod względem dostępu do zewnętrznego finansowania. W pierwszych dwóch kwartałach banki utrzymywały restrykcyjną politykę kredytową wobec MSP, co wynikało z wysokiej inflacji, niepewności gospodarczej oraz postrzeganego ryzyka. Przetrimowane zaległości finansowe przedsiębiorstw, jak pokazują dane KRD, liczone są w miliardach złotych, a tylko w drugiej połowie ubiegłego roku upadłość lub restrukturyzację w Polsce ogłosiło 2,5 tys. przedsiębiorców.

Na przekór tym trudnym realiom gospodarczym i ekonomicznym, a może raczej w odpowiedzi na

nie, faktoring coraz bardziej zyskuje na popularności, zwłaszcza wśród mikrofirm z problemami płynnościowymi. Według naszych danych w 2024 r. 79 proc. więcej mikroprzedsiębiorców niż w 2023 r. skorzystało z rozwiązań finansowych NFG, co dało 40-procentowy wzrost łącznego finansowania przedsiębiorstw r/r. Faktoring doceniły głównie mikrofirmy z branż budowlanej, transportowej, produkcyjnej i usługowej, gdzie budownictwo odpowiadało za jedną trzecią całego finansowania w NFG. Nowoczesne rozwiązania, takie jak Fakturatka czy eGotówka, dodatkowo zwiększyły atrakcyjność faktoringu jako elastycznego narzędzia finansowego, zwłaszcza dla przedsiębiorstw potrzebujących środków na zakupy firmowe bądź szybkiej zaliczki na przyszłe projekty.

Alternatywa dla kredytów

Ograniczona dostępność kredytów skłania przedsiębiorców do

poszukiwania rozwiązań, które zapewnią im płynność finansową bez długotrwałych procedur i wymogów związanych z zabezpieczeniami majątkowymi. Faktoring, dzięki swojej elastyczności i szybkości działania, stał się jedną z najbardziej atrakcyjnych opcji. W 2025 r. prognozujemy dalszy wzrost popularności faktoringu w segmencie mikro- i małych firm, które mają trudności w dostępie do tradycyjnych form finansowania.

• Budownictwo dyscyplinuje kontrahentów dzięki faktoringowi jawnemu

Branża budowlana zmagająca się z zadłużeniem wynoszącym 1,5 mld zł, a wzajemne długi między firmami budowlanymi wynoszą już ćwierć miliarda złotych. Nieterminowe płatności za wykonane usługi stwarzają ryzyko zatorów płatniczych i zagrożenie dla realizacji projektów.

Dlatego firmy budowlane chętniej korzystają z faktoringu jawnego, który zobowiązuje kontrahentów do regulowania należności bezpośrednio wobec faktora. To działa na nich mobilizująco, przypominając im o konieczności terminowego rozliczenia. Dzięki temu firmy budowlane mogą zapewnić sobie płynność finansową, realizować kolejne projekty i pokrywać bieżące koszty, takie jak zakup materiałów czy wynagrodzenia dla pracowników.

• Transport chroni relacje z kontrahentami, wybierając faktoring cichy

Sektor transportowy również tonie w długach, jego zadłużenie według danych KRD wynosi ponad 1,4 mld zł. Największą bolączką branży są długie terminy płatności faktur, często sięgające nawet 90 dni. Tymczasem przewoźnicy muszą przecież utrzymywać flotę, płacić za paliwo czy wypłacać pensje pracownikom.

Dlatego firmy transportowe częściej wybierają faktoring cichy, w którym kontrahenci nie są informowani o korzystaniu z usług faktoringowych. To rozwiązanie pomaga przewoźnikom zachować dobre relacje z kontrahentami, zapewniając jednocześnie szybki dostęp do gotówki niezbędnej na bieżącą działalność operacyjną.

• Przemysł dostrzega zalety faktoringu zakupowego i zaliczkowego. Zadłużenie sektora przemysłowego to już prawie 1,2 mld zł, a jedną trzecią tej kwoty są winni producentom ich nierzetelni kontrahenci. Problemem branży są również ograniczone możliwości finansowania, które uniemożliwiają firmom przemysłowym utrzymanie produkcji na odpowiednim poziomie.

Producenci chętniej korzystają więc z faktoringu zakupowego oraz zaliczkowego. Ten pierwszy pozwala przedsiębiorstwom na finansowanie zakupów materiałów i surowców, nawet gdy nie dyspo-

nują odpowiednią gotówką. Dzięki temu mogą sobie zapewnić ciągłość produkcji. Z kolei faktoring zaliczkowy umożliwia uzyskanie środków finansowych na pokrycie bieżących wydatków jeszcze przed wystawieniem faktur. Jest to szczególnie pomocne w sytuacjach, gdy przedsiębiorstwa muszą dokonać pilnych płatności, takich jak opłaty za energię, zakup komponentów czy wynagrodzenia.

Prognozy na 2025 r. – faktoring poduszką bezpieczeństwa dla przedsiębiorstw

W ubiegłym roku wysokie koszty kredytów i zastrzone wymagania banków znacznie ograniczyły dostęp do finansowania wielu przedsiębiorstw. W 2025 r. ten trend utrzyma się, choć z pewnym złagodzeniem w drugim półroczu. Dlatego prognozujemy, że faktoring nadal będzie pełnił rolę poduszki bezpieczeństwa dla mikroprzedsiębiorstw. Mimo stabilizującej się sytuacji gospodarczej, w transakcjach B2B wciąż będą bowiem występować wydłużone terminy płatności, co w naturalny sposób będzie napędzać zapotrzebowanie na finansowanie faktur, szczególnie w branżach budowlanej, transportowej czy produkcyjnej. Faktoring już teraz skutecznie wypełnia lukę pozostawioną przez kredyty, a jego popularność będzie tylko rosła, bo rosą też potrzeby finansowe polskich przedsiębiorstw.

Cierpliwość dużo ważniejsza niż umiejętność zarządzania czasem

Najnowsze badanie SW Research przeprowadzone na zlecenie fillup k24 jasno pokazało, że w pracy księgowego znajomość twardych reguł prawnych i podatkowych nie wystarcza. Potrzebne są kompetencje miękkie, które – po pierwsze – ułatwiają efektywną współpracę z klientem czy pracodawcą, po drugie – okazują się mocnym atutem w wyścigu z AI.

Przedsiębiorcy szukają u księgowych przede wszystkim cierpliwości i komunikatywności (po 45 proc. wskazań), zaangażowania w pracę na rzecz klienta czy firmy (39 proc.) oraz empatii (35 proc.). Co ciekawe, zarządzanie ryzykiem oraz zarządzanie czasem uplasowały się na samym końcu, zyskując uznanie odpowiednio 23 proc. i 21 proc. badanych. Przedsiębiorcy dobrze czują, że księgowi mają monopol na dostęp do „tajemnej wiedzy”, która – bez sprawnej komunikacji – pozostanie dla nich tajemna. – Bez księgowych kierownik byłby jak kapitan okrętu dryfującego we mgle. Księgowy jest nawigatorem i tłumaczem. Informuje o tym, w jaki sposób należy czytać liczby, oraz jakie są finansowe i prawne konsekwencje podejmowanych decyzji – mówi w raporcie fillup k24 dr hab. Stanisław Hońko, prezes zarządu Głównego Stowarzyszenia Księgowych w Polsce.

Czy perspektywa przedsiębiorców i księgowych jest spójna?

Badanie pokazuje momentami bardzo duże rozbieżności. Tak niedoceniane przez przedsiębiorców zarządzanie czasem uchodzi w oczach księgowych za najważ-

niejszą z kompetencji miękkich (wskazało na nią 57 proc. księgowych). Istotne różnice widzimy też przy umiejętności pracy w zespole (ważna dla 47 proc. księgowych i 25 proc. przedsiębiorców) oraz empatii (ważna tylko dla 13 proc. księgowych i aż 35 proc. przedsiębiorców). Firmy prawdopodobnie nie zawsze do końca czują specyfikę pracy księgowego.

– Częste zmiany regulacji prawnych oraz potrzeba adaptacji wpływają na rytm pracy. W tym kontekście czas można uznać za jeden z kluczowych zasobów w pracy księgowego, wręcz za swego rodzaju walutę, a oprogramowanie, które przyspiesza procesy (np. narzędzie k24), pozwala wygospodarować go na aktualizację wiedzy czy rozwój kompetencji. Choć presja czasu jest jednocze-



Sztuczna inteligencja nie ma szans z ludzkim ekspertem w budowaniu relacji z klientem



śnie nieodłącznym elementem zawodu, wielu księgowych uważa, że można nią zarządzać i się przygotować. To buduje odporność oraz poczucie kontroli, co – przy odpowiednich kompetencjach – przekłada się na większe zaufanie do siebie i poczucie sensu wykonywanej pracy – zauważa w raporcie Wojciech Jagodziński, ekspert ds. badań e-file.

Kompetencje miękkie twardym graczem w dobie AI

Zdaniem obu badanych grup sztuczna inteligencja nie ma szans z ludzkim ekspertem w budowaniu

relacji z klientem (obszar księgowości zarezerwowany dla człowieka wg 50 proc. ankietowanych), kreatywności przy rozwiązywaniu problemów (obszar księgowości zarezerwowany dla człowieka wg 39 proc. ankietowanych), negocjacji (obszar księgowości zarezerwowany dla człowieka wg 31 proc. ankietowanych).

– To ważne sygnały. Oznaczają, że każdy księgowy powinien inwestować w rozwój kompetencji miękkich, bo wkrótce mogą okazać się jego asem w rękawie. Sfery, w których ludzki ekspert pozostanie niezastąpiony, wymagają bardzo

wyrafinowanych operacji intelektualnych wykorzystujących typowo ludzkie przymioty: intuicję, inteligencję emocjonalną, empatię, znajomość specyficznych społeczno-ekonomicznych kontekstów wymykających się algorytmom. Wszelkie negocjacje i strategie są w biznesie nie tylko pracą na liczbach, ale w dużej mierze właśnie na relacjach. To oznacza konieczność wnikliwego czytania między wierszami surowych danych oraz umiejętność stosownego, klarownego zakomunikowania wniosków – podsumowuje Artur Kaczmarek, dyrektor ds. komunikacji w e-file.

Pieniądze na zazielenianie gospodarki

Każdy, kto planuje przyjazną dla środowiska inwestycję, może dostać w Credit Agricole kredyty na preferencyjnych warunkach lub gwarancje kredytowe z dotacją. Bank ma w swojej ofercie różnorodne rozwiązania, zarówno dla małych, jak i dużych firm.

AGATA KRACZEK

Pan Stefan z Niedźwiednika w województwie dolnośląskim z odnawialnymi źródłami energii zaprzyjaźniony jest od dawna. Sąsiadów już jakiś czas temu przestały dziwić panele fotowoltaiczne na dachach domu i zabudowań gospodarskich. Ciekawskie spojrzenia przyciągają za to cztery niewielkie białe kopuły, które wyrosły niedawno na łące na tyłach obory. To biogazownia, z której pan Stefan jest bardzo dumny.

– To nowoczesna instalacja spro-

wadzona z Niemiec, zasilana kiszonką z kukurydzy. Po przejściu procesu fermentacyjnego zamienia się w świetnie zbilansowany nawóz, który stosujemy na naszych polach. Przy okazji wytwarzamy własną, bardzo tanią energię – opowiada pan Stefan. Takie inwestycje jak biogazownia w Niedźwiedniku powstają w całym kraju dzięki narzędziom finansowym oferowanym przez bank Credit Agricole. Rolnicy i przedsiębiorcy rolni zainteresowani poprawą efektywności energetycznej i wykorzystaniem potencjału swego gospodarstwa mogą skorzystać np. z Zielonego

Kredytu. To oferta do 20 mln zł na okres spłaty do 20 lat. Wystarczy skontaktować się z mobilnym doradcą klienta agrobiznesowego Credit Agricole, a ten na pierwszym spotkaniu oceni zdolność kredytową i pomoże załatwić wszelkie formalności.

Kredyt Ekologiczny z unijną dotacją

Środki na inwestycje przyjazne środowisku dostępne są również dla firm „miejskich”. Takim wsparciem jest Kredyt Ekologiczny FENG wraz z bezzwrotną dotacją unijną. Środki pozyskane w ten sposób mogą być przeznaczone na realizację inwestycji poprawiających efektywność energetyczną.

– Dzięki temu rozwiązaniu firmy mogą uzyskać wsparcie finansowe na projekty przyczyniające się do poprawy efektywności energetycznej, ograniczenia emisji gazów cieplarnianych



oraz wykorzystania odnawialnych źródeł energii – wyjaśnia Maciej Zatorski, dyrektor Pionu Produktów Bankowości Korporacyjnej w Credit Agricole.

Inną formą wsparcia inwestycji prośrodowiskowych są gwarancje kredytowe Ekomax i Biznesmax Plus oferowane dla klientów biznesowych przez Credit Agricole we współpracy z Bankiem Gospodarstwa Krajowego. Z gwarancji Ekomax mogą korzystać małe i średnie firmy, któ-

re planują termomodernizację budynków lub chcą wprowadzić rozwiązania zmniejszające zużycie energii.

Biznesmax Plus jest formą zabezpieczenia kredytów inwestycyjnych przeznaczonych na innowację, ekoinnowację lub transformację cyfrową. Obie gwarancje zabezpieczają do 80 proc. kwoty kredytu inwestycyjnego i w obu przypadkach można dostać również do 20 proc. dopłaty ze środków unijnych.

Jak przekonuje Przemysław Przybylski, rzecznik Credit Agricole, transformacja energetyczna i przedstawianie gospodarki na „zielone” to nie jest żadna fanaberia. – Dziś to już standard rynkowy i odpowiedź na zmieniające się potrzeby klientów. Im szybciej biznes to zrozumie, tym więcej nowych klientów uda mu się pozyskać.

Materiał partnera

Jak budować zespół w realiach pracy zdalnej

Jak wygląda budowanie i utrzymywanie zespołu w czasach pracy zdalnej i hybrydowej? Bywa różnie. Kluczowe jest zrozumienie tego, czego potrzebuje nasz zespół, oraz tego, co jest niezbędne do tego, żeby osiągać określone efekty i wyniki.



ALEKSANDRA LEMAŃSKA
ekspertka ds. leadership, założycielka
LemanSkills

W zależności od branży, specyfiki środowiska pracy, specyfiki ról podstawą są elastyczność i zrozumienie – to klucz do podjęcia decyzji. Musimy jako lider odpowiedzieć sobie na pytanie, jak będziemy pracować, w jakim układzie. Jeżeli w hybrydzie, to w jakiej hybrydzie.

Przed pandemią wiele firm preferowało tradycyjne modele współpracy w biurze, na miejscu, w kontakcie. W jej trakcie wiele zespołów potrzebowało zaadaptować się do całkowicie innych, bardzo często zupełnie zdalnych rozwiązań. To z jednej strony pokazało, że jesteśmy w stanie pracować w różnym miejscu, w różnym czasie, ale z drugiej zwiększyło zależność od technologii. To, że potrzebujemy różnych rzeczy do tego, żeby być efektywni, do tego, aby zarządzić sobą, zadaniami w czasie, efektywnie się komunikować.

Praca zdalna – samo zło?

Praca zdalna nauczyła nas, jak efektywnie stawiać granice. Będąc

w domu, bardzo często zatracamy te pomiędzy życiem prywatnym a pracą. Nie tylko o to chodzi. Obecnie w modelu zdalnym czy hybrydowym istotnym staje się balansowanie między pracą zdalną a bezpośrednimi interakcjami zespołowymi, co wymaga nowych strategii rekrutacji, utrzymania, zaangażowania efektywności zespołu. Wiele danych mamy już dostępnych i badania wskazują, że wydajność czy jakość naszej pracy może różnić się w zależności od środowiska pracy. Przed pandemią praca zdalna czy hybrydowa była mało popularna. Najczęściej była stosowana w branży technologicznej, taki też był wymóg, często przewaga konkurencyjnej organizacji, która oferowała pracę zdalną czy hybrydową. W trakcie pandemii stało się to jednak niejako nową normą. Wiele osób bardzo doceniło elastyczność związaną z tymi opcjami. Praca hybrydowa czy zdalna zdaje się być trwałym rozwiązaniem, oczywiście w zależności od tego, jakie opcje wybierzemy.

Jeżeli chodzi o dni pracy w biurze vs. dni pracy zdalnej, kluczem jest, żeby utrzymać to, co jest najlepsze z obu tych światów i ograniczyć ryzyko. To, co jest pomocne w pracy stacjonarnej czy w bezpośrednim kontakcie, to na pewno trzy rzeczy. Jedną z nich to

relacje – budowanie relacji w życiu biurowym, w bezpośrednim kontakcie. Pracując w biurze, nie potrzebujemy jako menedżerowie, eksperci czy inni pracownicy szczególnie dbać o to, żeby robić przestrzeń na budowanie relacji. Jesteśmy razem, rozmawiamy siłą rzeczy, idziemy razem na kawę czy na lunch. Jesteśmy w stanie szybciej wymieniać się różnymi pomysłami czy opcjami na to, co można zrobić w określonych sytuacjach, jak rozwiązać jakiś problem. Możemy sprawniej dzielić się wiedzą, bo nie potrzebujemy specjalnie organizować tego czasu i przestrzeni – jesteśmy w niej razem cały czas. Co na pewno istotne, efektywniej też wdramy nowych pracowników i mamy lepszy dostęp do zasobów firmy, jeśli mamy kiepską cyfryzację i jej digitalizację. To właśnie pokazuje raport EY Polska „Praca zdalna po polsku” z marca 2024 r. Rzeczywiście, pracując zdalnie czy hybrydowo, bardzo często możemy tracić te przewagi. Jednocześnie praca zdalna czy hybrydowa pokazuje to, jaką elastyczność mamy w planowaniu dnia pracy, części

pracy, części życia prywatnego, i co możemy zrobić, żeby lepiej wykorzystać ten czas. Największymi zaletami, które pracownicy podkreślają w pracy zdalnej czy hybrydowej, są większa elastyczność, większa możliwość decydowania o tym, kiedy i jak pracujemy, większa oszczędność czasu na dojazdach do biura, szczególnie dla tych osób, które do biura czy miejsca pracy mają daleko i inwestują w to niekiedy nawet do czterech godzin dziennie. To też jest czas zabrany niejako z czasu, który mogą spędzić ze swoimi przyjaciółmi, rodziną, opiekując się swoim zdrowiem, zwierzętami czy skupić się na rozwoju osobistym lub zawodowym.

Pracownik czy domownik?

Pracownicy wskazują też, że model pracy zdalnej czy hybrydowej to wolność decydowania. Możemy wybrać, kiedy i jak pracujemy, bo liczy się efekt. Z drugiej strony bardzo często możemy stać się niewolnikami technologii i może się pojawić tzw. technostres, czyli doświadczanie presji wynikającej z ciągłej dostępności, intensywnego korzystania z technologii.

Części osób bardzo przeszkadza brak bezpośrednich interakcji z pracownikami innych zespołów czy swojego zespołu, szczególnie tym, dla których relacyjność jest bardzo ważna. O co chodzi? Przebywanie samotnie albo tylko z kilkoma osobami, z którymi się spotykamy, może prowadzić do osłabiania relacji, poczucia przynależności do zespołu, trudności w koordynowaniu projektów, w przepływie informacji. Mamy

niezabezpieczone potrzeby psychologiczne i motywacyjne, które mówią o tym, że potrzebujemy być rozpoznani jako ludzie wśród innych.

Jak praca zdalna wpływa na ludzi? Szczególnie na samym początku pandemii było to bardzo widoczne. Nie zwracaliśmy za bardzo uwagi na to, jak wyglądaliśmy. Kobiety bardzo często nie przejmowały się make-upem, mężczyźni – u góry koszula, na dole dres, panie zresztą również.

Można więc zauważyć, że przebywanie w domu bardzo często może przeszkadzać nam w wejściu w „tryb służbowy”. Ten tryb to może być zarówno miejsce, jak i strój czy rutyna działań – choćby odbijanie karty w biurze. Bardzo często jest tak, że osoby, które nie mają poczucia, że są w pracy, nie do końca angażują się w to, co robią. Mają niższy poziom wydajności, efektywności. Są też jednak tacy pracownicy, którzy funkcjonują dokładnie odwrotnie. Brak konieczności poświęcania czasu na dojazd czy – kolokwialnie mówiąc – „ogarnięcie się” do biura sprawia, że są od razu gotowi, siadają do komputera i zaczynają realizować zadania. Właściwie wykonują je od razu, od ręki – sprawniej, szybciej, lepiej. Bardzo różnie bywa i zależy od człowieka, jak środowisko, w którym jesteśmy, oddziałuje na nas jako na ludzi. W dzisiejszych realiach, kiedy możemy wybrać pomiędzy pracą stacjonarną, hybrydową lub zdalną, rolą lidera jest rozszyfrowanie tego, który z tych trybów będzie odpowiedni dla konkretnego członka zespołu.



**Model pracy zdalnej
czy hybrydowej
to wolność
decydowania.
Możemy wybrać,
kiedy i jak pracujemy,
bo liczy się efekt**

Windykacja 2025 – transformacja z ludzką twarzą

Polski rynek windykacyjny w 2025 r. będzie się mierzył z nowymi wyzwaniami. Wiele zależy od sytuacji finansowej konsumentów i małych firm, na którą będą mieć wpływ inflacja, zmiany na rynku pracy i nowe regulacje przygotowywane dla sektora zarządzania wierzytelnościami. Eksperti rynkowi przewidują, że fundusze unijne i inwestycje pomogą poprawić dyscyplinę finansową, chociaż zatory płatnicze całkowicie nie znikną.

W 2025 r. najważniejszą rolę w efektywności windykacji będą odgrywać technologie. Firmy z tego sektora systematycznie je wdrażają, aby jeszcze skuteczniej odzyskiwać należności dla przedsiębiorców oraz usprawnić ten proces. Pieniądze zamrożone w fakturach u niesolidnych kontrahentów są bowiem potrzebne przedsiębiorcom, aby mogli regulować swoje bieżące zobowiązania finansowe oraz myśleć o inwestowaniu i rozwijaniu biznesu.

Sztuczna inteligencja już nie taka sztuczna

Jednym z głównych kierunków rozwoju w 2025 r. będzie dal-

sze zastosowanie sztucznej inteligencji. AI ma potencjał do usprawnienia procesów windykacyjnych poprzez analizę danych i przewidywanie zachowań dłużników. Automatyzacja kontaktu z klientami, personalizowane strategie windykacyjne czy analiza ryzyka to tylko część działań, w których AI może przynieść wymierne korzyści.

Na przykładzie Kaczmarcki Inkasso widać, w jakim kierunku zmierzają zmiany w branży odzyskiwania należności. Firma konsekwentnie inwestuje w rozwój technologiczny – wdrożyła m.in. narzędzia automatyzujące procesy

obsługi spraw, w tym roboty usprawniające codzienną pracę. Najnowszym rozwiązaniem jest system do modelowania i zarządzania ścieżkami windykacyjnymi, który pozwala menedżerom na samodzielne tworzenie i modyfikowanie strategii odzyskiwania należności bez konieczności angażowania zespołów IT. Nie tylko odciąża on informatyków, ale także przyczynia się do wzrostu przychodów oraz buduje przewagę konkurencyjną firmy.

– Nowoczesne technologie pomagają optymalizować działania, przyspieszać procesy i spełniać oczekiwania zarówno korporacji, jak i przedsiębiorców z sektora MŚP, którzy wymagają elastyczności i zwinności w obsłudze wierzytelności. Chcą oni mieć pewność, że zostaną potraktowani indywidualnie. To z kolei wpływa na to, czy powierzą odzyskiwanie należności zewnętrznym negocjatorom, czy zdecydują się to robić samodzielnie – mówi Jakub Kostecki, prezes zarządu firmy windykacyjnej Kaczmarcki Inkasso.

Rynek wierzytelności gotowy na wszystko

To, jakie będzie zapotrzebowanie na usługi firm windykacyjnych w 2025 r., będzie zależało od warunków gospodarczych. Choć prognozy na 2025 r. nie zwiastują gwałtownego wzrostu liczby wierzytelności, firmy windykacyjne muszą być gotowe na ewentualne zawirowania ekonomiczne, takie jak spadek zdolności płatniczej konsumentów i przedsiębiorstw.

– Wszystko będzie zależało od sytuacji finansowej konsumentów oraz małych i średnich firm. Na razie jest ona stabilna, ale gospodarka jest nieprzewidywalna i mogą się pojawić różne czynniki, które wpłyną na zdolność do regulowania zobowiązań. Z kolei duże środki z Unii Europejskiej, które zostały przyznane Polsce, powinny pozytywnie stymulować gospodarkę, co przełoży się na nowe inwestycje i tworzenie dodatkowych miejsc pracy. Od tego będzie zależał zapotrzebowanie przedsiębiorstw na finansowanie działalności zarówno ze

źródeł unijnych, jak i krajowych, czyli z instytucji, takich jak banki, firmy pożyczkowe, leasingowe czy faktoringowe. Powinno to pozytywnie wpłynąć na dyscyplinę rozliczeń między przedsiębiorstwami, choć zatory płatnicze zapewne nie znikną – wyjaśnia Jakub Kostecki.

Jeśli zaś chodzi o konsumentów, bezpośredni wpływ na ich możliwości finansowe będzie miał poziom inflacji i koniunktura na rynku pracy. Obecnie nic nie zwiastuje, że sytuacja przedsiębiorców i konsumentów się pogorszy i firmy windykacyjne będą miały wyjątkowo dużo pracy. Gdyby jednak do tego doszło, są one odpowiednio przygotowane na obsługę wierzytelności w jeszcze większej skali niż dotychczas. Pokazał to okres pandemii, kiedy musiały one bardzo szybko dostosować się do nowej rzeczywistości, zarówno od strony logistycznej, jak i operacyjnej, kiedy niemal z dnia na dzień przyjęły do obsługi od klientów zwiększony portfel należności.

Ubezpieczenie na życie inwestycją w pracowników

Jednym z najbardziej wartościowych świadczeń pozapłacowych jest ubezpieczenie na życie, które nie tylko wspiera zatrudnionych w trudnych chwilach, ale także buduje wizerunek pracodawcy jako troskliwego i odpowiedzialnego partnera.



ANNA REMŻA

dyrektor agencji ubezpieczeniowej, ekspertka z zakresu indywidualnych ubezpieczeń na życie, członek Polskiego Stowarzyszenia Rekomendowanych Doradców Ubezpieczeniowych

Czym jest ubezpieczenie na życie?

Ubezpieczenie na życie to forma ochrony finansowej, która zabezpiecza rodzinę pracownika na wypadek jego śmierci lub poważnej choroby. Ten rodzaj benefitu jest także dobrą formą budowania pozytywnego wizerunku pracodawcy wśród pracowników. Można wpłynąć na następujące elementy:

Budowanie lojalności i zaufania wśród pracowników

Zapewnienie ubezpieczenia na życie to sygnał dla pracowników, że firma troszczy się o ich dobrostan oraz o ich bliskich. W czasach, gdy stabilność zatrudnienia i wsparcie w kryzysowych sytuacjach są szczególnie cenione, takie świadczenie pozwala budować zaufanie i zwiększać lojalność wobec pracodawcy.

Atrakcyjny benefit przyciągający talenty

W dynamicznym rynku pracy, zwłaszcza w sektorach wymagających specjalistycznych umiejętności, dodatki pozapłacowe mogą przeważać o wyborze oferty pracy. Ubezpieczenie na życie jako część pakietu świadczeń wyróżnia firmę na tle konkurencji. Kandydaci coraz częściej poszukują pracodawców, którzy oferują kompleksowy pakiet wsparcia, obejmujący nie tylko wynagrodzenie, ale także bezpieczeństwo socjalne.

Wzmocnienie poczucia bezpieczeństwa w zespole

Wielu pracowników zmagają się z obawami o przyszłość – zarówno swoją, jak i swoich rodzin. Ubezpieczenie na życie daje im poczucie, że w razie niespodziewanych zdarzeń losowych ich bliscy otrzymają wsparcie finansowe. Taka stabilizacja przekłada się na większe zaangażowanie w pracę, mniejszy stres i lepsze samopoczucie w codziennych obowiązkach.

Korzyści podatkowe dla pracodawcy

Ubezpieczenia na życie mogą być korzystne również z punktu widzenia finansów firmy. W Polsce część kosztów związanych z finansowaniem takich ubezpieczeń można zaliczyć do kosztów uzyskania przychodu, co obniża obciążenia podatkowe przedsiębiorstwa.

Jak ubezpieczenie na życie wpływa na wizerunek pracodawcy?

W dobie mediów społecznościowych i platform do oceny pracodawców, takich jak Lin-

kedIn, opinie pracowników mają ogromny wpływ na postrzeganie firmy. Pracownicy, którzy czują się docenieni i zabezpieczeni, często dzielą się pozytywnymi doświadczeniami, co buduje wizerunek firmy jako troskliwego i nowoczesnego pracodawcy. Ubezpieczenie na życie jest jednym z tych benefitów, które skutecznie wpisują się w strategię employer branding.

Dodatkowo tego typu świadczenie może być elementem polityki społecznej odpowie-

dzialności biznesu (CSR). Firma inwestująca w zdrowie i bezpieczeństwo swoich pracowników staje się wzorem dla innych przedsiębiorstw i zyskuje uznanie w oczach klientów oraz partnerów biznesowych.

Praktyczne aspekty wdrożenia ubezpieczenia na życie w firmie

Ubezpieczenie na życie to coś więcej niż tylko benefit. To inwestycja w dobrostan pracowników, ich bezpieczeństwo i komfort psy-

chiczny. Przynosi korzyści zarówno zespołowi, jak i firmie – buduje lojalność, zwiększa atrakcyjność miejsca pracy oraz wzmacnia pozycję pracodawcy na rynku.

Wprowadzenie takiego świadczenia to jasny sygnał, że firma myśli długofalowo i troszczy się o swoich ludzi. W efekcie przekłada się to na większe zaangażowanie, lepszą atmosferę pracy oraz stabilność zatrudnienia, co w ostatecznym rozrachunku przynosi realne korzyści dla każdego przedsiębiorstwa.

Szybko, bezpiecznie i tanio

Polski e-commerce wykazuje duży potencjał wzrostowy, który jednak nie jest jeszcze w pełni wykorzystywany – zwłaszcza w przypadku małych podmiotów. E-firmy i przedsiębiorcy wciąż jednak potrzebują wsparcia narzędziowego i kompetencyjnego.



JOANNA ERDMAN

prezesa zarządu w Fundacji Polska Bezgotówkowa

Fundacja Polska Bezgotówkowa od ponad siedmiu lat aktywnie wspiera mikroprzedsiębiorców w obszarze cyfryzacji i wdrażania płatności bezgotówkowych. Celem naszych działań jest eliminowanie barier w dostępie do infrastruktury płatniczej oraz wzmacnianie konkurencyjności i innowacyjności polskich biznesów. Od stycznia 2025 r. **rozszerzyliśmy zakres Programu Polska Bezgotówkowa o wsparcie dla branży e-commerce.** Właściciele małych biznesów, którzy zastanawiają się nad rozszerzeniem działalności i chcą założyć e-sklep, mogą otrzymać **dofinansowanie na pokrycie kosztów uruchomienia i obsługi płatności bezgotówkowych w swoich sklepach internetowych** i finansowanie transakcji przez okres 12 miesięcy.

Dotychczas do Programu Polska Bezgotówkowa przystąpiło już **ponad pół miliona przedsiębiorców oraz instytucji**. Podwoiliśmy sieć akceptacji płatności bezgotówkowych na polskim rynku, która na koniec II kw. 2024 r. wg danych NBP wynosiła **1,34 mln terminali**. Zmiana ta przyczyniła się w znacznym stopniu do zapewnienia **powszechnego dostępu do płatności elektronicznych** w sklepach, samorządach czy punktach usługowych – również w małych miejscowościach i na terenach wiejskich. Dzięki staraniom Fundacji i całej branży Polska awansowała również na 6. pozycję w Europie pod względem liczby terminali na 1 tys. mieszkańców.

To dobry moment, aby skierować nasze działania również w kierunku tych, którzy próbują skalować swój biznes w internecie. Wierzmy, że i w tym obszarze możemy wspólnie wiele osiągnąć, odkrywając przed polskimi firmami potencjał płynący z cyfryzacji i możliwości rozwoju transgranicznego. Jest o co powalczyć – wartość rynku e-commerce w Polsce w 2023 r. szacowano na **ponad 131 mld zł**, co sprawia, że nasz rodzimy rynek handlu internetowego jest **jednym z najszybciej rosnących w Europie**. Według prognoz CBRE zakupy online w Polsce w 2026 r. mogą stanowić **23 proc. handlu detalicznego**. Polski e-commerce wykazuje duży potencjał wzrostowy, który jednak nie jest jeszcze w pełni wykorzystywany – zwłaszcza w przypadku małych podmiotów. Barierami na drodze do ich wzrostu są m.in. **brak wystarczających inwestycji w technologie i innowacje, trudności w pozyskaniu kapitału oraz brak wiedzy na temat możliwości rozwoju transgranicznego**. Natomiast z perspektywy konsumentów główne bolączki e-commerce to przede wszystkim **obawy o bezpieczeństwo zakupów i płatności** wynikające m.in. z braku odpowiedniej wiedzy i kompetencji cyfrowych.

W e-commerce płatności odgrywają ważną (jeśli nie kluczową) rolę – wpływają na decyzje zakupowe konsumentów, a nawet są jedną z najczęstszych przyczyn porzucenia koszyków. Dlatego, zdaniem konsumentów, transakcje w internecie muszą być przede wszystkim **bezpieczne, szybkie i wygodne**. Najlepiej, aby odbywały się za pomocą jednego kliknięcia i w każdym e-sklepie w taki sam sposób. Jednym z rozwiązań, które odpowiada na preferencje kupujących w sieci jest usługa **Click to Pay**. To bezpieczna i wygodna metoda dokonywania płatności za zakupy online za pomocą karty płatniczej. Click to Pay zapewnia użytkownikom **spójny, szybki i bezpieczny proces płatności**, bez konieczności manualnego wprowadzania danych karty, logowania się do e-sklepów

i zapamiętywania haseł. W Click to Pay wykorzystana jest technologia **tokenizacji, czyli zastąpienia wrażliwych danych karty, losowo wybranym tokenem**, co zwiększa bezpieczeństwo płatności. Rozwiązanie jest oparte na globalnych standardach branży płatniczej **EMV Co.** i obsługiwane przez wszystkie organizacje płatnicze tworzące standard.

Dla polskich konsumentów kluczowym czynnikiem decydującym o dokonaniu pierwszego zakupu w e-sklepie, z którego wcześniej nie korzystali, jest **dostępność łatwego sposobu płatności** (21 proc.)². Jako Fundacja chcemy przede wszystkim wesprzeć narzędziowo i kompetencyjnie e-firmy i przedsiębiorców w obszarze płatności internetowych, które z kolei są jednym z kluczowych czynników determinujących sukces w biznesie internetowym.

Od 1 stycznia 2025 r. z dofinansowania **w ramach Programu Fundacji mogą skorzystać przedsiębiorcy, którzy rozpoczynają lub prowadzą działalność w internecie** (oferują sprzedaż usług lub towarów) i nie mają jeszcze (oraz nie mieli w ciągu ostatnich 12 miesięcy) umowy z agentem rozliczeniowym na przyjmowanie płatności bezgotówkowych online, w tym płatności instrumentami płatniczymi opartymi na kartach Visa i Mastercard. Z oferowanego wsparcia mogą skorzystać również akceptanci korzystający z terminali płatniczych (również w ramach Programu Polska Bezgotówkowa) oraz podmioty, które wcześniej przyjmowały płatności bezgotówkowe poprzez dowolną platformę zakupową typu marketplace. Jedyny warunek dotyczy założenia własnego e-sklepu.

Zakwalifikowani do Programu przedsiębiorcy działający w internecie, **otrzymają dofinansowanie** na pokrycie kosztów uruchomienia płatności bezgotówkowych w swoich sklepach internetowych i finansowanie obsługi transakcji dokonanych kartami Visa i Mastercard przez okres do 12 miesięcy lub do momentu osiągnięcia sumy obrotu w wysokości 50 tys. PLN brutto.

1. *E-commerce w Polsce: konkurencja i rosnące oczekiwania napędzają rozwój*; Strategy& 2024
2. *Raport Gemius i IAB Polska, E-commerce w Polsce*, <https://www.iab.org.pl/aktualnosci/raport-e-commerce-w-polsce-2023/>

Materiał partnera

HR 2025, czyli przepis na sukces pracodawców przyszłości



MAGDA PIETKIEWICZ

ekspertka rynku pracy i twórczyni platformy Enpulse

Wymagające otoczenie biznesowe sprawia, że firmy na bieżąco dostosowują swoje strategie HR do zachodzących zmian. Do kluczowych czynników determinujących to, co dzieć się będzie na rynku pracy w 2025 r., można z pewnością zaliczyć ESG, sztuczną inteligencję oraz coraz szybciej postępujące zmiany demograficzne.

Rok 2025 to czas pogłębienia się trendów, które obserwowaliśmy już wcześniej, a które w nadchodzących miesiącach będą determinowały zmiany zachodzące w HR. Demograficzna ewolucja i pokolenie Zet sprawią, że efektywna współpraca międzypokoleniowa będzie jednym z kluczowych wyznaczników konkurencyjności organizacji. ESG przestanie być tylko nowinką, stanie się standardem, a wręcz koniecznością. Sztuczna inteligencja zrewolucjonizuje sposób zarządzania talentami i rozwojem pracowników. Firmy odpowiednio zarządzające tymi elementami zyskają przewagę nad konkurencją i będą przyciągać talenty z każdego pokolenia.

Nowy rok, nowe ESG

W 2025 r. zasady ESG (environmental, social, governance) staną się integralnym elementem strategii HR, kształtując sposób, w jaki firmy zarządzają swoimi pracownikami i budują kulturę organizacyjną. Na znaczeniu zyskają działania mające na celu ograniczenie śladu węglowego, w tym edukacja pracowników w zakresie ekologii i zrównoważonego rozwoju. Istotną rolę staną się również inkluzywność i dbanie o dobrostan pracowników. W zarządzaniu zmianą będą zaś dotyczyły wynagrodzeń, rozwoju kariery oraz standardów etycznych, reprezentowanych przez przedsiębiorstwo.

Coraz większa świadomość oraz rosnące oczekiwania pracowników i klientów wymuszają na pracodawcach wprowadzanie zasad ESG, co staje się nieodłącznym elementem budowania nowoczesnej i odpowiedzialnej organizacji. Firmy, które będą



kładły większy nacisk na kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem, nie tylko zyskają na konkurencyjności na rynku pracy, ale także przyciągną talenty, dla których szeroko pojęta społeczna odpowiedzialność biznesu stanowi kluczowe kryterium wyboru miejsca pracy.

Współpraca międzypokoleniowa

W zespołach coraz częściej spotykają się przedstawiciele różnych generacji – od pokolenia baby boomers po „zetki”. Taki rozstrzał wiekowy sprzyja wymianie doświadczeń, wiedzy i nowych perspektyw. To jeden z powodów, dla których w nadchodzących miesiącach firmy będą koncentrować się na tworzeniu otwartych środowisk pracy – środowisk inkluzywnych, które pozwolą każdemu pokoleniu na pełne wykorzystanie ich mocnych stron. Organizacje będą także kłaść nacisk na szkolenia rozwijające kompetencje miękkie, takie jak komunikacja, empatia czy rozwiązywanie konfliktów. Dlaczego? Właśnie te umiejętności będą kluczowe dla efektywnej współpracy międzypokoleniowej – pomogą zniwelować potencjalne napięcia

wynikające z różnic w stylach pracy i oczekiwaniach wobec środowiska zawodowego.

Technologie również odegrają kluczową rolę w ułatwieniu współpracy międzypokoleniowej. Narzędzia wspierające pracę hybrydową, platformy komunikacyjne i aplikacje do zarządzania wiedzą umożliwią płynny przepływ informacji i zacieśnienie współpracy w zespołach zróżnicowanych wiekowo. Wielopokoleniowość wymuszać też będzie konieczność redefinicji tradycyjnych modeli kariery – elastyczne podejście do pracy, uwzględniające potrzeby zarówno młodszych, jak i starszych pracowników, stanie się standardem.

Sztuczna inteligencja w HR

Rok 2025 upłynie pod znakiem dalszego wzrostu znaczenia sztucznej inteligencji. AI odegra kluczową rolę w transformacji branży HR, zmieniając sposób rekrutacji, zarządzania talentami i analizy danych. Umożliwi szybsze i bardziej precyzyjne dopasowanie kandydatów do stanowisk, zwiększając obiektywność decyzji. Automatyzacja procesów pozwoli zespołom

swojego biznesu, ale brakuje im kompetencji oraz pewności siebie, aby podjąć pierwsze kroki w tym kierunku. Osoby, które dołączają do programu, otrzymują wsparcie we wdrożeniu odpowiednich narzędzi cyfrowych, co pomaga pielęgnować innowacyjność oraz potencjał, jaki drzemie w pracownikach.

Gen Z na rynku pracy

Mówiąc o sztucznej inteligencji, trudno nie zauważyć, że na rynku pracy coraz pewniej wkracza „technologiczni eksperci”. Przedstawiciele generacji Z to osoby dorastały w świecie Internetu, mediów społecznościowych i urządzeń mobilnych, co czyni ich naturalnymi użytkownikami narzędzi cyfrowych wspierających komunikację, zarządzanie projektami czy analizę danych.

Pokolenie Z może do organizacji wnieść naprawdę dużo, jednak by tak się stało, pracodawcy muszą spełnić ich jasno określone potrzeby. Generacja Z oczekuje, że organizacje nie tylko będą przestrzegać zasad ESG, ale także realnie angażować się w istotne dla lokalnych społeczności inicjatywy. Chcą autentyczności i konkretów, a nie na pustych obietnic składanych na potrzeby employer branding. Firmy, które potrafią spełnić te oczekiwania, nie tylko przyciągną młodych, utalentowanych pracowników, ale także zyskają przewagę konkurencyjną, stając się bardziej innowacyjne, zrównoważone i przygotowane na wyzwania przyszłości.

Prognozy

W 2025 r. pracodawcy będą musieli stawić czoła wyzwaniom związanym z ESG, współpracą międzypokoleniową oraz dynamicznym rozwojem sztucznej inteligencji. Kluczem do sukcesu stanie się umiejętność wprowadzania zrównoważonych praktyk, elastycznych modeli pracy oraz nowoczesnych technologii. Firmy, które postawią na różnorodność, rozwój talentów i autentyczne działania na rzecz społeczności, nie tylko zbudują przewagę na rynku, ale także stworzą środowiska pracy, które będą odpowiadać potrzebom wszystkich generacji. Rok 2025 to czas, w którym wartości i innowacje staną się fundamentem budowania konkurencyjnych i odpowiedzialnych organizacji. Oczywiście, zmiany następują w każdej branży. Bez względu na ich tempo, najważniejszym czynnikiem rozwoju firmy zawsze jednak pozostanie zaangażowanie pracowników, ponieważ to ono spaja pozostałe praktyki.



W zespołach coraz częściej spotykają się przedstawiciele różnych generacji – od pokolenia Baby Boomers po Zetki

HR skoncentrować się na strategicznych działaniach związanych z rozwojem pracowników i budowaniem kultury organizacyjnej. Zastosowanie AI obejmie także ocenę efektywności i zaangażowania pracowników. Dzięki temu firmy będą mogły identyfikować osoby zagrożone wypaleniem zawodowym i na bieżąco wdrażać odpowiednie działania.

Digitalizacja procesów i działań w firmie to dziś priorytet. Na horyzoncie pojawia się coraz więcej inicjatyw mających promować cyfryzację i sztuczną inteligencję. Wystarczy wspomnieć o projekcie „Go Digital” realizowanym przez Mastercard Strive i LBC Foundation, w której Enpulse także bierze udział. Inicjatywa skierowana jest do przedsiębiorców, które są otwarte na digitalizację



W 2025 roku pracodawcy będą musieli stawić czoła wyzwaniom związanym z ESG, współpracą międzypokoleniową oraz dynamicznym rozwojem sztucznej inteligencji

10 prostych kroków do założenia firmy

BEATA TĘGOWSKA

ekspertka ds. księgowości i ptac
w Systim.pl

Nowoczesne narzędzia oraz uproszczone procedury rejestracyjne pozwalają szybko i sprawnie zrealizować formalności, otwierając nowe możliwości dla przyszłych przedsiębiorców. Mogą oni teraz skorzystać z elektronicznej rejestracji, zaawansowanych systemów księgowych oraz zintegrowanych platform do zarządzania finansami stworzonych szczególnie dla małych firm.

Jak założyć firmę?

KROK 1. Wybór formy prawnej

Pierwszym krokiem jest decyzja o formie prawnej działalności. W Polsce najpopularniejsze formy to:

- jednoosobowa działalność gospodarcza (JDG),
- spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (sp. z o.o.),
- spółka cywilna,
- spółka akcyjna i inne.

Każda z tych form ma swoje zalety i wady, zależne od rodzaju działalności, skali operacji i potrzeb właściciela. Warto już na tym etapie zasięgnąć porady księgowej i jak najlepiej dopasować formę prawną do typu planowanej działalności.

KROK 2. Rejestracja działalności gospodarczej

Rejestracja działalności gospodarczej odbywa się elektronicznie poprzez:

- CEIDG (Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej) – dla jednoosobowych działalności gospodarczych i spółek cywilnych,
 - KRS (Krajowy Rejestr Sądowy) – dla spółek z o.o., spółek akcyjnych i innych spółek handlowych.
- Proces rejestracji wymaga:

- wypełnienia formularza online,
- podania podstawowych informacji, takich jak nazwa firmy, adres, PKD (Polska Klasyfikacja Działalności), dane kontaktowe,

Jak obserwujemy, wraz z nowym rokiem wiele osób zastanawia się nad rozpoczęciem własnego biznesu. Dziś, dzięki nowoczesnym rozwiązaniom i cyfryzacji, założenie działalności gospodarczej i jej prowadzenie to znacznie prostszy proces niż w przeszłości. Trzeba jednak znać wszystkie wymagania i procedury.



- podpisu elektronicznego lub profilu zaufanego do uwierzytelnienia wniosku.

KROK 3. Numer REGON i NIP

Po rejestracji w CEIDG lub KRS przedsiębiorca automatycznie otrzymuje numer:

- REGON – służący do identyfikacji podmiotów gospodarczych w Głównym Urzędzie Statystycznym,
- NIP – identyfikacyjny numer podatkowy.

KROK 4. Rejestracja w ZUS

Każdy przedsiębiorca, bez względu na wielkość firmy i jej działalność, musi zgłosić siebie oraz

ewentualnych pracowników do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych (ZUS). Zgłoszenie obejmuje deklarację do ubezpieczenia zdrowotnego i społecznego. Można to zrobić w pełni elektronicznie przez Platformę Usług Elektronicznych ZUS (PUE ZUS).

KROK 5. Wybór formy opodatkowania

Przedsiębiorca musi wybrać formę opodatkowania swojej działalności. Do wyboru ma: podatek liniowy, skalę podatkową, ryczałt od przychodów ewidencjonowanych oraz kartę podatkową. Każda z form ma swoje plusy i minusy, należy ją dobrać w zależności od wysokości do-

chodów i charakteru działalności.

KROK 6. Konto bankowe

Po szóste, firmowe konto bankowe, oddzielone od prywatnych finansów przedsiębiorcy, ułatwi zarządzanie finansami i spełnianie obowiązków podatkowych.

KROK 7. Księgowość

Przedsiębiorca musi też zdecydować, jak będzie prowadzić księgowość: samodzielnie, przy użyciu e-księgowości, programów do zarządzania firmą, czy z pomocą księgowej lub biura rachunkowego. Nowoczesne narzędzia e-księgowe umożliwiają automatyzację wielu procesów księgowych i są dostęp-

ne online, co czyni je atrakcyjnym rozwiązaniem dla mniejszych firm. Często mali przedsiębiorcy obawiają się m.in. fakturowania za swoje usługi. W Systim.pl np. przedsiębiorcy mają możliwość łatwego i samodzielnego wystawiania różnych rodzajów dokumentów sprzedażowych, takich jak faktura VAT, faktura Pro Forma, paragonów zwykłych, fiskalnych i innych. Dodatkowo można wystawiać inne dokumenty, takie jak: oferta, list przewozowy, dowód wewnętrzny oraz wszelkie dokumenty zakupowe. Na dokumentach sprzedażowych lub magazynowych można w łatwy sposób dokonywać korekt. Do faktur zakupowych istnieje możliwość wystawienia noty korygującej. Wystawione dokumenty sprzedaży można edytować oraz w każdym momencie wydrukować, pobrać do wersji PDF lub do wersji edytowalnej.

KROK 8. Zgłoszenie do Sanepidu lub innych organów (jeśli wymagane)

W zależności od rodzaju działalności konieczne może być zgłoszenie naszej działalności do Sanepidu, Inspekcji Pracy czy innych odpowiednich instytucji. Dotyczy to głównie branż, takich jak gastronomia, usługi kosmetyczne czy handel.

KROK 9. Spełnienie wymagań branżowych

Niektóre branże wymagają dodatkowych licencji, koncesji czy zezwoleń. Warto wcześniej zapoznać się z wymaganiami prawnymi dotyczącymi konkretnej działalności.

KROK 10. Rozpoczęcie działalności

Po dopełnieniu wszystkich formalności można rozpocząć działalność gospodarczą. Warto jednak pamiętać o regularnym monitorowaniu zmian w przepisach, prowadzeniu rzetelnej księgowości i zgłaszaniu wszelkich zmian w CEIDG lub KRS.

OGŁOSZENIE WŁASNE

W LUTYM NA ŁAMACH „GAZETY FINANSOWEJ” POJAWI SIĘ RAPORT

25 NAJWAŻNIEJSZYCH OSOBOWOŚCI NA RYNKU NIERUCHOMOŚCI

Zapraszamy do współpracy i promocji na łamach tego wydania.

Aleksandra Piekarska a.piekarska@gazetafinansowa.pl 512 382 737
Agnieszka Prasowska a.prasowska@gazetafinansowa.pl 501 209 900

