

CERTYFIKATY DLA BIZNESU



Niezbędnik każdej firmy – certyfikat SSL

Certyfikat SSL staje się obowiązkową pozycją na liście zakupów wszystkich firm, które posiadają serwisy w Internecie. Daje klientowi bardzo istotne poczucie bezpieczeństwa.



Michał Spławski

Artykuł 36 ustawy o ochronie danych osobowych nakłada obowiązek stosowania środków technicznych i organizacyjnych dotyczących ochrony przetwarzania danych oraz zabezpieczenie ich przed dostępem osób nieuprawnionych. Z kolei Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji w sprawie dokumentacji przetwarzania danych osobowych oraz warunków technicznych i organizacyjnych wprost narzuca obowiązek stosowania środków ochrony kryptograficznej danych wykorzystywanych do uwierzytelnienia.

W praktyce najczęściej wymienianym i stosowanym środkiem zabezpieczeń transmisji danych i autoryzacji dostępu jest właśnie certyfikat SSL.

Certyfikat – co możemy zyskać

Jest on szczególnie istotny w przypadku e-commerce, gdzie użytkownicy strony podają swoje dane osobowe, a także często dane płatności. Przechwycenie nieszyfrowanej transmisji przez nieupoważnioną osobę może narazić firmę zarówno na straty finansowe, jak również utratę wizerunku, czy też odpowiedzialność prawną. Certyfikat zabezpiecza transmisję danych pomiędzy serwerem a przeglądarką internetową klienta. Nie tylko zapewnia, że dane dotrą tam gdzie powinny, ale również zagwarantuje, że nie zostaną przechwyczone bądź zmodyfikowane przez osobę trzecią. Certyfikat SSL chroni również przed atakami. Przykładowo zapobiega phishingowi – czyli podstawieniu fałszywej strony internetowej, łudząco podobnej do oryginalnej, mającej jednak na celu przechwycenie danych, np. logowania użytkownika. Osoba wykonująca taki atak nie będzie posiadała dostępu do certyfikatu SSL, którym dysponuje wyłącznie faktyczny właściciel danej witryny.

Dzięki temu atak ma znacznie mniejsze szanse powodzenia.

Budowanie wiarygodności firmy

Przeglądarki internetowe wyraźnie oznaczają witryny, które korzystają z certyfikatów. Dodatkowo, podczas procedury wydania, wystawcy certyfikatów wyższej klasy dokonują dokładnej weryfikacji podmiotu aplikującego. Dzięki temu mamy pewność, że certyfikat został wydany dla uprawnionej nazwy domeny oraz, że podmiot, który się danym certyfikatem posługuje, rzeczywiście istnieje i funkcjonuje. Jest to szczególnie widoczne w przypadku certyfikatów typu EV. Przeglądarki internetowe premiuje je poprzez wyświetlanie ich w zielonej barwie, jednoznacznie kojarzącej się z bezpieczeństwem. Dodatkowo użytkownik widzi pełną nazwę firmy, która posługuje się certyfikatem. Certyfikaty takie, kiedyś używane praktycznie wyłącznie przez banki i inne instytucje finansowe, obecnie dostępne są dla każdego rodzaju biznesu.

Zaufanie to podstawa

Wdrożony certyfikat pokazuje kontrahentom firmy, że dba ona o poufność danych oraz ich transmisji.

Ponadto sprawia, że są oni bardziej skłonni zostać dłużej na stronie i lepiej zapoznać się z ofertą.

Certyfikat zwiększa skłonność do zakupu. Przeprowadzone badania wskazują, iż używanie certyfikatu SSL, szczególnie EV, sprawia, że konsumenci bardziej ufają marce i są bardziej skłonni dokonać transakcji w danym serwisie internetowym. Kupujący zyskują świadomość, że dane ich dotyczące są należycie chronione. Ma to szczególne znaczenie w przypadku podawania danych kart płatniczych. Certyfikat SSL uznanego wystawcy będzie tu jednym z kluczowych elementów zapewnienia kupującego, że firma należycie dba o jego bezpieczeństwo. Certyfikat jest pomocny przy pozycjonowaniu. Firma Google już w 2014 roku oficjalnie potwierdziła, że będzie dawać dodatkowe punkty przy wyznaczaniu pozycji w wyszukiwarce tym witrynom, które korzystają z certyfikatu SSL.

Proste i niedrogi

Dzięki dużej konkurencji wystawców certyfikatów, inwestycja związana z zakupem nie jest wysoka, a biorąc pod uwagę korzyści zde-

cydowanie warto takiego zakupu dokonać. Dodatkowo dostawcy usług hostingowych wysokiej jakości oferują instalację certyfikatu bez żadnych dodatkowych opłat. Często istnieje też możliwość uzyskania certyfikatu bezpłatnie na okres próbny. Mnogość oferowanych rozwiązań (np. certyfikaty dla jednej lub wielu domen) pozwala znaleźć pasujące rozwiązanie do praktycznie każdej sytuacji. Certyfikaty SSL są światowym standardem. Miliony stron internetowych korzystają z tej technologii, która przynosi wiele korzyści, z których główne omówiliśmy powyżej.

Certyfikaty SSL są tylko jednym z narzędzi ochrony jakie powinna wdrożyć firma, nie są odpowiedzią na wszystkie wyzwania. Co prawda mogą spowalniać działanie serwera WWW, aczkolwiek z każdym rokiem, w związku ze wzrostem wydajności zarówno serwerów, jak i urządzeń używanych przez odwiedzających strony, ma to coraz mniejsze znaczenie. Za dobry certyfikat należy również zapłacić, jednakże taka inwestycja powinna zwrócić się bardzo szybko.

BIZNES RAPORT

Zyskać zaufanie klienta

Czytając o certyfikatach SSL często można trafić na stwierdzenie, że zwiększają one zaufanie do strony internetowej lub sklepu. Jednak co to oznacza w praktyce? Czy zaufanie internautów można zmierzyć i przełożyć na liczbę transakcji?



Maciej Kurek

Rachel Botsman, badająca fenomen ekonomii współdzielenia stwierdziła, że zaufanie jest walutą nowej gospodarki. To dzięki niemu platforma Airbnb i wiele innych z powodzeniem łączą internautów szukających noclegu, czy usług z osobami mogącymi je zaoferować. Jednak rola, jaką zaufanie odgrywa w sieci, nie zaczęła się wraz z pojawieniem się pojęcia „sharing economy”.

Zakupy w e-sklepie

Wszędzie tam, gdzie internauci przekazują swoje dane lub pieniądze, zaufanie jest kluczowe. Wystarczy przypomnieć sobie ostatnie zakupy w portalu aukcyjnym. Zwykle patrzymy na cenę i zdjęcia, czytamy informacje o produkcie i opcjach dostawy. Sprawdzamy też, jakie oceny wystawili sprzedającemu inni klienci. Negatywne opinie mogą skutecznie powstrzymać nas przed zaku-

pem, nawet jeśli cena towaru jest atrakcyjna. Podobny mechanizm działa w przypadku sklepów internetowych. Wyniki badań pokazują, że klienci zwracają uwagę na bezpieczeństwo zakupów i są w stanie porzucić koszyk, jeśli nie będą mieć zaufania do witryny. Według raportu z badań „E-commerce w Polsce 2015” zrealizowanych przez Gemius dla e-Commerce Polska, już 55 proc. internautów z naszego kraju deklaruje kupowanie online. Coraz więcej z nich postrzega też zakupy w sieci jako bezpieczne. To dobra wiadomość dla właścicieli e-sklepów, jednak te same badania pokazują, że wciąż pozostaje sporo do zrobienia. Badanych zapytano, co skłoniłoby ich do częstszych zakupów online. Odpowiedź „bezpieczniejsze formy płatności” wskazało 23 proc. respondentów. Z kolei wśród osób, które nie kupują w internecie, 27 proc. jako powód podaje obawę o bezpieczeństwo płatności.

Korzyści dla certyfikowanych

Wyniki badań pokazują nie tylko rolę, jaką odgrywa zaufanie podczas zakupów online. Wskazują również obszary, które można poprawić, by zwiększyć liczbę klientów. Z raportu

Gemiusa wynika, że rzeczą, która najsilniej wpływa na przekonanie o wiarygodności sklepu podczas pierwszej wizyty, są recenzje i opinie innych klientów. Niestety trudno o nie na początku działalności. Są jednak rzeczy, które można poprawić dość szybko i we własnym zakresie. Na kolejnych miejscach badani wymienili dostępność informacji o zwrotach, firmie i reklamacji oraz certyfikaty zaufania wystawione przez niezależne organizacje (20 proc. wskazań). Zwiększenie zaufania do sklepu wystarczy zatem zacząć od lepszej informacji na stronie i wykupienia certyfikatu SSL, szyfrującego dane przesyłane przez klientów. Kolejnym zyskiem dla sklepu internetowego i każdego innego serwisu szyfrującego połączenia jest pozycja w wynikach wyszukiwania. Dwa lata temu pracownicy Google ogłosili, że ich wyszukiwarka zbiera informacje o tym, czy witryna stosuje certyfikat SSL. Fakt ten jest od tego czasu wykorzystywany jako jeden z czynników decydujących o pozycji strony na liście z wynikami wyszukiwania. Warto pamiętać, że algorytm Google analizuje wiele informacji o stronie i ważniejsze od certyfikatu SSL są choćby unikalna treść, szybkość ładowania witryny i struktura kodu. Jednak szczególnie w konkurencyjnych branżach każda „cegółka” budująca reputację strony w wyszukiwarce jest dobrą inwestycją.

Autor jest specjalistą ds. marketingu w Kei.pl

Certyfikowana firma może zyskać więcej

Przy tak dużej konkurencyjności na rynku, z jaką mamy do czynienia, istotnym jest wyróżnienie swojej firmy, a co za tym idzie usługi czy produktu. Bardzo ważnym elementem jest podkreślenie wiarygodności firmy.



Marcin Andrzejewski

Obecnie na wielu produktach czy usługach możemy znaleźć logo wyróżnienia pozwalające zasugerować odbiorcy, że właśnie ten produkt/usługa powinny zostać wybrane. Należy jednak zwracać uwagę na wiele przesłanek takiego wyróżnienia, jak choćby świadomość klienta, że jeśli dane logo spotyka się wszędzie na wszystkich produktach, czy rzeczywiście w jego opinii zwiększa to wiarygodność producenta?

Istota certyfikatu

Aktualnie na rynku funkcjonują godła dostępne masowo na wielu produktach, co nie pozwala poten-

cjalnemu klientowi na wybór „wiarygodniej” firmy czy produktu, a wręcz wprowadza zamieszanie. Bo co ma zrobić, jeśli na półce znajdzie ponad połowę produktów różnych producentów z informacją o tym samym wyróżnieniu? Założeniem samej certyfikacji jest ułatwienie wyboru i wskazanie najbardziej wiarygodnej firmy. Dlatego zwracamy baczność uwagę na to, jakimi certyfikatami posługuje się firma, ponieważ nie każdy świadczy akurat o jej wiarygodności. Ważną rolę w doborze odpowiedniego wyróżnika – certyfikatu spełnia dział promocji i marketingu. Niejednokrotnie spotkałem się z wyróżnionymi firmami, które w żaden sposób nie wykorzystują tej informacji do kreowania swojego wizerunku. Nie wiem dlaczego. Przecież godło może uczestniczyć w funkcjonowaniu firmy na każdej płaszczyźnie. Po pierwsze wiadomo, że sukces firmy to sukces ludzi. Według mnie jest to pierwsza grupa, która po-

winna dowiedzieć się o certyfikacie, jak i otrzymać podziękowania od zarządu za wkład wniesiony w wyniki klasyfikujące firmę tak wysoko. Na pewno podnosi to morale załogi, jak również sprawia, że pracownicy czują się częścią zespołu, firmy. Kolejnym etapem zwrócenia uwagi, jest przekazanie takiej informacji kontrahentom. W dobie tak wielu różnych obaw związanych ze współpracą między firmami, szczególnie finansowych, pochwalenie się w odpowiedni sposób otrzymaniem certyfikatu, na pewno ma znaczący wpływ na potwierdzenie wiarygodności. Ostatnim zaś etapem jest zwrócenie uwagi opinii publicznej poprzez rozsądne wykorzystanie otrzymanego znaku – godła certyfikacji, w szeroko pojętych działaniach marketingowych. I nie chodzi mi tutaj o samo zamieszczenie logo na stronie internetowej, czy papierze firmowym. Skoro już postanowiliśmy wziąć udział w konkursie, otrzymaliśmy certyfikat, pochwalmy się nim. Zamieścimy na materiałach promocyjnych, w reklamie, na produktach.

Autor jest dyrektorem programowym Centralnego Biura Certyfikacji Krajowej

POTWIERDŹ SWOJĄ WIARYGODNOŚĆ FINANSOWĄ!

Pozyskuj lukratywne kontrakty!
Łatwiej wygrywaj przetargi!



CERTYFIKAT WIARYGODNOŚCI BIZNESOWEJ

POZYSKAJ GO JUŻ DZIŚ!

Do 26.08.2016 r. napisz na:
cwbGF@bisnode.pl
podając hasło
„Jestem wiarygodny”.

Jeżeli spełniasz kryteria* Certyfikatu
otrzymasz go za

1 zł

*Kryteria znajdziesz na:
CertyfikatWiarygodnosciBiznesowej.pl

Certyfikat to elitarnie wyróżnienie, które
Bisnode Polska przyznaje przedsiębiorstwom
o najwyższej kondycji i płynności finansowej.

dun & bradstreet
WORLDWIDE NETWORK

Bisnode
Make a smart decision

Ekologiczne podejście do biznesu – wysokie standardy dla rybołówstwa

Od ponad 40 lat światowa gospodarka nie może rozwiązać problemów rybołówstwa. W 1974 r. Organizacja Narodów Zjednoczonych ds. Wyżywienia i Rolnictwa (FAO) w raporcie dotyczącym światowych połowów („State of the World's Fisheries and Aquaculture”), określiła że 10 proc. łowisk jest przełowionych, a w raporcie z 1989 r. – przełowionych było już 26 proc. Z najnowszego raportu FAO opublikowanego w lipcu br. wynika, że aż 31,4 proc. zbadanych, światowych stad ryb jest nadmiernie eksploatowanych. Jedynie w stosunku do 10,5 proc. zbadanych stad możliwe jest dalsze zwiększenie poziomów eksploatacji bez uszczerbku dla ich stabilności.



Anna Dębicka

Stan zasobów ryb i owoców morza pogarsza się pomimo podejmowanych od lat działań wdrażających zasady zrównoważonego rybołówstwa. Znaczenie koncepcji zrównoważonego rozwoju w przewidywaniu problemów rybołówstwa polega na uświadomieniu i wyraźnym podkreśleniu ścisłej zależności między trwałością środowiska a trwałością rozwoju światowego rybołówstwa oraz na potrzebie całościowego podejścia do problemów tak ważnego sektora. Dlatego zobowiązania dotyczące odbudowy i utrzymania zasobów na poziomach gwarantujących zrównoważone połowy od lat uwzględnia w swoich strategiach m.in. ONZ i Unia Europejska.

Odpowiedzialne połowy

W 1992 r. w Cancun w Meksyku przyjęto deklarację dot. zrównoważonego rybołówstwa, która była podstawą do przyjęcia w 1995 r., przez FAO, Kodeksu odpowiedzialnego rybołówstwa, a następnie wytycznych dotyczących oznakowania ekologicznego produktów rybnych. Niestety wpro-

wadzenie szeregu regulacji, zasad, praw zarówno lokalnych, regionalnych jak i międzynarodowych na przestrzeni wielu lat nie przyniosło oczekiwanych efektów. Spowodowało to intensyfikację działań ekologicznych organizacji pozarządowych. Program certyfikacji ma na celu stworzenie mechanizmów rynkowych, promujących zrównoważone praktyki rybackie. Uznanie dla produktów certyfikowanych,

konsumentów do wyboru produktów rybnych pochodzących ze zrównoważonego rybołówstwa. Program jest skuteczny. Na całym świecie kupcy deklarują chęć zakupu certyfikowanych dziko żyjących ryb i owoców.

Certyfikowane produkty

W Polsce jest już zarejestrowanych blisko 350 certyfikowanych produktów z ryb i owoców morza.

i usprawnić metody zarządzania, by móc poddać się certyfikacji.

Z myślą o przyszłych pokoleniach

Zdobycie certyfikatu i związana z nim poprawa w zakresie stosowania zrównoważonych praktyk połowowych, powoduje z kolei istotną poprawę zarządzania żywymi zasobami mórz i oceanów, i jednocześnie zwiększa konkurencyjność rybołów-



działnego rybołówstwa, a także dążyły do ulepszania swoich działań. To przekonuje przetwórców, dostawców, handlowców oraz

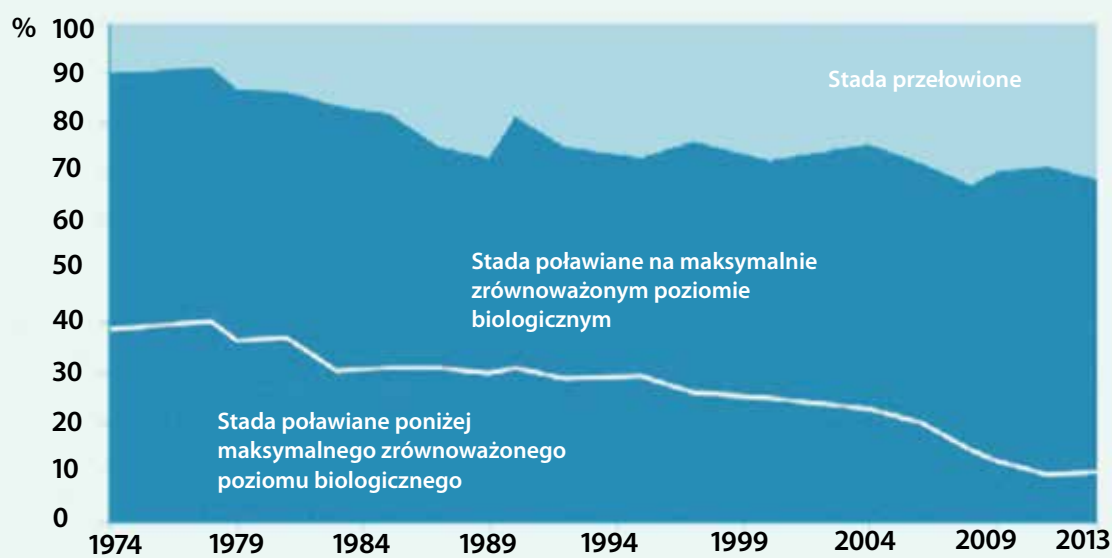
staje się zachętą dla innych firm, by także dążyły do ulepszania swoich działań. To przekonuje przetwórców, dostawców, handlowców oraz

Niektórzy liderzy rynku posiadają niemal 100 proc. produktów certyfikowanych tj. Frosta, Ikea, McDonald's. Również sieci handlowe coraz częściej deklarują wybór produktów certyfikowanych. W Polsce dostępna jest szeroka gama certyfikowanych produktów marki własnej w sieci Kaufland oraz Aldi. Coraz częściej produkty marki własnej oraz kluczowych polskich producentów pojawiają się w sieci Lidl, Carrefour czy supermarketach Alma. Wzrost światowego popytu i otwartości rynku na certyfikowane produkty rybne ze zrównoważonych źródeł jest istotnym bodźcem dla rybołówstwa do poddania się rygorystycznym oraz wiarygodnym ocenom, wymaganych w ramach programu certyfikacji. Ma także znaczny wpływ na różne rodzaje połowów, które są prowadzone poniżej standardu. Jeśli organizacje rybackie chcą czerpać profity rynkowe, muszą ograniczyć negatywny wpływ swoich praktyk połowowych na środowisko

stwa na rynku. Podstawowym elementem ekonomii jest silny wpływ mechanizmów rynkowych na zachowania ludzi. Zasada ta znajduje również zastosowanie w przypadku programu certyfikacji, który jest ściśle powiązany z rynkiem rybnym i światowym rybołówstwem. Wiele rodzajów rybołówstwa, które objęte zostały procesem oceny pod kątem zgodności ze standardami ekologicznego połowu, już wcześniej cechowało się właściwym zarządzaniem. Aby uzyskać certyfikat, konieczne były jedynie niewielkie zmiany. Poztytywne zmiany wprowadzane do rybołówstwa służą zachowaniu stabilnych populacji ryb dla przyszłych pokoleń, zdrowych siedlisk i ekosystemów morskich oraz zapewnieniu trwałości tych korzyści na długie lata. Te przemiany są bezprecedensowym przykładem wpływu mechanizmów rynkowych na przemiany zrównoważonych praktyk rybackich.

Autorka jest program manager in Poland, Marine Stewardship Council

Globalne zmiany w stanie światowych stad ryb od 1974 (raport SOFIA 2016)



Wykres opracowany na podstawie raportu FAO, SOFIA 2016, Anna Dębicka MSC Polska

Bezpieczeństwo w sieci

Certyfikacja jest postępowaniem ściśle określonym procedurami, mającym na celu potwierdzenie spełnienia przez firmę bądź produkt konkretnych wymogów. Czy ma ona związek z relacją klient-firma?



Elżbieta Kornaś

Rynek usług IT w Polsce cały czas się rozwija. Od kilku lat średnia jego wartość wzrasta rocznie o około 4 proc. i wynosi obecnie ponad 3 mld USD. Według danych GUS w ciągu czterech lat liczba firm usługowych IT wzrosła o ponad połowę. Zapowiadany rozwój tej branży wiąże się ze wzrostem liczby nowych firm, a co za tym idzie, dużą konkurencyjnością w tym sektorze. Czynniki te determinują sposób działania przedsiębiorstw. Ich celem jest budowanie i pielęgnowanie relacji z klientem, co wiąże się z ciągłym podnoszeniem jakości usług i standardów obsługi. I tu właśnie pojawia się miejsce na rozwój certyfikacji.

Certyfikat metodą na zbudowanie wiarygodności

XXI wiek to era społeczeństwa informacyjnego. Ciągłe atakują nas hasła mówiące, że człowiek jest niewolnikiem Internetu. I faktycznie tak jest. W dzisiejszych czasach mało kto wyobraża już sobie funkcjonowanie bez niego, szczególnie wśród mło-

dego pokolenia. Firmy nastawione na klienta przenoszą swoją działalność do sieci. W efekcie końcowym wszyscy na tym korzystamy. Procesy zakupowe są zautomatyzowane i dostępne o każdej porze a ich realizacja jest natychmiastowa. Jak zadbać o jakość swoich usług i wyróżnić się na tle konkurencji? Jak dotrzeć do klientów i zdobyć ich zaufanie? Na te

z usługi. Z rozmów z naszymi klientami wiem, że widoczne zabezpieczenie strony www poprzez stosowanie odpowiedniej certyfikacji pomaga firmom kojarzyć markę z takimi cechami jak bezpieczeństwo, wiarygodność czy wysokie standardy jakości. To wszystko wpływa na zwiększenie uznania dla firmy, a co za tym idzie, zaufania do niej. Wielu użytkowników e-sklepów rezygnuje z dokonywania transakcji w Internecie obawiając się przechylenia pieniędzy i danych osobowych przez osoby trzecie. Aby klienci ufali stronie www

thority*, która dostarcza informacji o sprawdzeniu firmy bezpośrednio z TrustLogo, bez kliknięcia i czekania na przesłanie danych. Najważniejszą cechą pieczęci bezpieczeństwa jest element tzw. certyfikacji. Przed jej przyznaniem dokonywana jest weryfikacja firmy/serwisu pod względem standardów bezpieczeństwa przeprowadzanych płatności online.

Ochrona danych osobowych

Od wielu lat pracując w branży IT obserwuję wzrost świadomości potrzeby ochrony danych wrażliwych.

dzią na ten problem są certyfikaty SSL, które szyfrują informacje wysyłane z komputera na serwer, w tym dane osobowe klientów. Dzięki temu nikt nie jest w stanie ich podejrzeć. Dane są bezpieczne i profesjonalnie chronione. Zabezpieczenie certyfikatami SSL zalecamy wszystkim wirtualnym, na których dane wrażliwe klientów mogą być zagrożone. Dotyczy to stron instytucji finansowych, sklepów internetowych, stron administracji publicznej, serwisów przetwarzających dane na temat zdrowia pacjentów, serwisów uczelni, a także serwerów pocztowych czy baz danych. Statystyki mówią same za siebie. Liczba zablokowanych ataków na strony internetowe wynosi średnio milion na dzień i stale rośnie. Ciągłe pojawiają się nowe informacje w sieci na temat oszustw. Dlatego coraz częściej klienci zwracają uwagę na to czy strona www jest certyfikowana i firma faktycznie istnieje. Dokonują płatności wyłącznie na stronach sprawdzonych i wiarygodnych, na których dokonywanie transakcji jest bezpieczne. Certyfikaty SSL o najwyższym poziomie walidacji Extended Validation (EV) gwarantują użytkownikowi, że działalność firmy została sprawdzona na wielu szczeblach. Strony internetowe zweryfikowane w ten sposób wyróżniają zielony pasek adresu w przeglądarce. EV polecam serwisom, które działają w oparciu o przesyłanie wrażliwych informacji, szczególnie instytucjom finansowym i rządowym.

Autorka jest sales director CertyfikatySSL.pl



pytania nie ma jednoznacznej odpowiedzi. Każda branża jest inna. Jednak istnieją metody na potwierdzenie wiarygodności podmiotów i zbudowania zaufania do marki, dzięki którym obecni klienci zwiążą się z firmą na dłużej, a nowi zaufają i skorzystają

i dokonywali na niej zakupów, wystarczy zadbać o odpowiednią certyfikację. Pieczęć bezpieczeństwa Card Payment informuje użytkowników, że witrynie ufają światowe marki kart kredytowych. Funkcjonalność pieczęci jest oparta na technologii IDAu-

Z raportu „Symantec Website Security Threat Report (WSTR) 2015” wynika, że 57 proc. osób badanych martwi się o bezpieczeństwo przesyłanych informacji w Internecie. Klienci wybierają te firmy, które wdrażają politykę ochrony danych. Odpowie-

Certyfikat Wiarygodności Finansowej gwarancją rzetelności i uczciwości

Zaledwie 1 procent firm na polskim rynku znajduje się w elitarnym gronie wyróżnionych Bisnode Certyfikatem Wiarygodności Biznesowej. W świetle nowelizacji Ustawy Prawo Zamówień Publicznych stawia je to w uprzywilejowanej pozycji przy ocenie ofert w postępowaniu przetargowym.



Tomasz Starzyk

Nowelizacja wprowadza ważne zmiany w systemie zamówień publicznych, m.in. wzmacnia pozycję kryteria oceny ofert, co oznacza odejście od kluczowego znaczenia kryterium najniższej ceny. Wprowadzone zmiany ułatwiają udział małych i średnich firm w przetargach oraz wiążą zamówienia z prawem pracy. Po-

nadto zapisy ustawy zobowiązują ogłaszającego przetarg do sprawdzenia aktualnego stanu i kondycji finansowej potencjalnych wykonawców.

Na razie ogłaszający przetarg nie posiadają jeszcze zautomatyzowanych systemów do sprawdzania firm pod tym względem. Muszą jednak spełniać wymogi ustawy, co utrudnia ich pracę. Warto zatem zwiększyć swoje szanse już na początku, potwierdzając swoją najwyższą kondycję finansową, rzetelność i transparentność. A w tym pomoże Certyfikat Wiarygodności Finansowej. Otrzymanie Certyfikatu to wyróżnienie, które zdobyć mogą wyłącznie firmy spełniające ści-

śle określone kryteria świadczące o jej najwyższej kondycji finansowej. Bisnode Certyfikat Wiarygodności Biznesowej daje gwarancję, że jego właściciel jest wiarygodnym kontrahentem, z którym warto nawiązywać współpracę i powierzyć wykonanie prac ogłoszonego przetargu. Wyróżnienie przyznawane przez wywiadownię gospodarczą Bisnode Polska*, honorowane jest na całym świecie i przyczynia się do zwiększenia atrakcyjności rynkowej firmy. Podstawą przyznania przedsiębiorstwu Bisnode Certyfikatu Wiarygodności Biznesowej są twarde dane finansowe. Na ocenę kondycji certyfikowanej firmy bezpośredni wpływ mają takie wskaźniki, jak płynność finansowa, wysokość zadłużenia i rentowność. Pod uwagę brana jest zdolność finansowa podmiotu, poziom zarejestrowanych, przeterminowanych

płatności, wnioski z sądów gospodarczych o upadłość lub postępowanie naprawcze, ogłoszenie upadłości, rozpoczęcie procesu likwidacji oraz negatywne sygnały prasowe. Ocena kondycji finansowej odbywa się na podstawie danych finansowych nie starszych niż dwa lata. W przypadku spółek prawa handlowego za podstawę do oceny brany jest bilans i rachunek wyników. W przypadku podmiotów nieprowadzących pełnej księgowości, ocena opiera się na danych o przychodach, kosztach i wyniku finansowym podmiotu zadeklarowanych przez właścicieli zakładów. Dodatkowym kryterium są informacje o moralności płatniczej badanego podmiotu płynące z programu monitorowania przeterminowanych płatności Bisnode Polska. Dlatego też certyfikat jest nie tylko potwierdzeniem siły finansowej

przedsiębiorstwa na rynku, lecz również stanowi gwarancję minimalnego ryzyka współpracy. Nadanie Certyfikatu jest poświadczaniem dla zamawiającego przetarg, że potencjalny wykonawca wykazuje wysoki poziom płynności finansowej, a jego funkcjonowanie na rynku nie jest zagrożone. Stanowi gwarancję jakości i rzetelności w podejściu do wykonywanych zadań przez wykonawcę.

**Bisnode jest europejskim liderem w dostarczaniu danych i analiz. Pomagamy firmom tworzyć bezpieczne relacje biznesowe przez cały okres współpracy. Podejmowanie trafnych decyzji umożliwiamy naszym klientom poprzez inteligentne wykorzystanie danych. Zatrudniamy 2400 pracowników w 18 krajach. Centrala Bisnode znajduje się w Sztokholmie. Więcej informacji o Bisnode znajdziesz na stronie: www.bisnode.pl, i warunkach przyznawania certyfikatu: www.certyfikatwiarygodnoscibiznesowej.pl. Bisnode Polska*