

TURBINY POLSKIEJ GOSPODARKI



2016

Ranking 150 MSP
Najlepsze produkty

RANKING 150 FIRM Z SEKTORA MSP

	Spółka	WIELKOŚĆ PRZYCHODÓW PO I PÓŁROCZU 2016 R. (TYS.)	WIELKOŚĆ PRZYCHODÓW PO I PÓŁROCZU 2015 R. (TYS.)
1	POLSKI HOLDING NIERUCHOMOŚCI	88 600	73 000
2	PRZEDSIĘBIORSTWO PRZEMYSŁU SPOŻYWCZEGO PEPEES	86 495	69 827
3	AAT HOLDING	85 320	77 999
4	INPRO	80 849	79 897
5	TUW SKOK	80 070	90 436
6	PROCHEM	79 728	84 314
7	ATM GRUPA	77 156	74 347
8	INDATA	76 499	31 958
9	PRZETWÓRSTWO TWORZYW SZTUCZNYCH PLAST-BOX	76 351	73 184
10	NORTH COAST	75 389	75 732
11	TRANS POLONIA	73 400	27 938
12	SUWARY	72 632	47 648
13	P.A. NOVA	71 855	75 636
14	LOKUM DEWELOPER	70 960	39 548
15	BYTOM	70 871	59 646
16	ODLEWNI POLSKIE	69 938	70 040
17	KORPORACJA BUDOWLANA "DOM"	68 985	58 452
18	SOLAR COMPANY	68 655	68 783
19	GK ATREM	67 249	47 326
20	POLSKI BANK KOMÓREK MACIERZYSTYCH	64 625	48 754
21	SEKO	63 890	61 629
22	KCI	62 030	56 827
23	PRZEDSIĘBIORSTWO MODERNIZACJI URZĄDZEŃ ENERGETYCZNYCH REMAK	61 965	47 991
24	TUW POLSKI ZAKŁAD UBEZPIECZEŃ WZAJEMNYCH	61 685	bd
25	CFI HOLDING	61 393	45 341
26	RELPOL	61 236	57 865
27	TU INTER POLSKA	60 911	61 592
28	UNIQA TUNŻ	60 315	82 777
29	MAKARONY POLSKIE	59 068	63 678
30	ARCHICOM	57 010	51 022
31	HERKULES	56 195	64 104
32	GK KINO POLSKA	56 133	52 864
33	MAGELLAN	54 900	56 711
34	PROTEKTOR	54 643	53 831
35	DROZAPOL-PROFIL	53 089	76 998
36	MEDICALGORITHMICS	52 822	23 241
37	MOSTOSTAL PŁOCK	50 441	45 325
38	ERG	49 935	42 673
39	FABRYKA OBRABIAREK RAFAMET	49 846	39 451
40	ZPC OTMUCHÓW	48 520	44 105
41	P.R.E.S.C.O. GROUP	48 240	17 670
42	PRZEDSIĘBIORSTWO HYDRAULIKI SŁOWEJ 'HYDROTOR'	47 576	47 411
43	I2 DEVELOPMENT	47 189	26 121
44	EUROPEJSKIE CENTRUM ODSZKODWAŃ	46 800	44 735
45	GK IMMOBILE	46 792	45 586
46	NOVITA	46 082	39 632
47	APLISENS	45 982	42 918
48	ZAKŁADY URZĄDZEŃ KOMPUTEROWYCH ELZAB	45 873	66 726
49	POLMED	45 390	33 952
50	GEKOPLAST	44 791	39 689

Szanowni Państwo

tradycyjnie już przedstawiamy Państwu ranking 150 najprężniejszych małych i średnich przedsiębiorstw – Turbiny Polskiej Gospodarki. Prezentujemy w nim wielkość przychodów po I półroczu 2016 r. tych firm, które bez wątpienia doskonale radzą sobie w nie najłatwiejszej sytuacji rynkowej. To one budują nasz rynek, nadają mu kształt, napędzają rozwój. Warto śledzić ich poczynania. Małe i średnie przedsiębiorstwa to prężnie rozwijający się sektor, który w bardzo dużym stopniu odpowiada za kształtowanie się polskiej gospodarki. Firmy prześcigają się w dostosowywaniu swoich produktów właśnie do tego wymagającego sektora.

W związku z tym redakcja „Gazety Finansowej” przygotowała też dla Państwa zestawienie Najlepszych produktów dla MSP. Z ogromu nadestanych zgłoszeń wybraliśmy te, które są najbardziej interesujące dla firm z sektora MSP. Wybraliśmy produkty w 10 branżach: bank, faktoring, ubezpieczenia, windykacja, leasing, opieka medyczna, oprogramowanie, karta paliwowa, transport i flota. W każdej z nich wyłoniliśmy po trzy wyróżniające się w naszej ocenie produkty. Zapraszam Państwa do wnikliwej lektury zestawienia oraz zapoznania się z ciekawymi tekstami eksperckimi przygotowanymi z myślą o tym sektorze.

Tempo rozwoju rynku MSP

Dla kategorii MSP nie ma międzynarodowego standardu co do struktury, udziału w wytwarzaniu wartości dodanej czy roli na rynku pracy.

wytwarzają 58 centów wartości dodanej w stosunku do jednego euro.

stwa definiowane jako małe, a więc z istoty silniejsze ekonomicznie.

Polska vs reszta świata

Najogólniejsze ujęcie strukturalne, według kryterium zatrudnienia mówi, że 29 proc. wszystkich zatrudnionych znajduje miejsce w mikro, 21 proc. w małych, 17 proc. w średnich i 33 proc. w dużych przedsiębiorstwach. Na tym tle można zidentyfikować różne profile krajów pod względem efektywnościowym tego sektora w stosunku do dużych przedsiębiorstw. Biorąc pod uwagę udział zatrudnienia i udział wartości dodanej Polska ma szczególną charakterystykę w porównaniu z innymi dużymi gospodarkami, takimi jak Niemcy, Francja, Włochy, Wielka Brytania czy Hiszpania. W Polsce występuje charakterystyczna, tylko dla niej dwubiegunowa sytuacja, w której efektywne duże przedsiębiorstwa są uzupełniane w tworzeniu PKB stosunkowo pracochłonnym i mało efektywnym sektorem MSP. Sektor ten jest zdominowany bowiem przez mikroprzedsiębiorstwa, których udział w całkowitej liczbie przedsiębiorstw zdecydowanie przewyższa średnią europejską. Ilościowo, słabym ogniwem w tej strukturze są przedsiębior-

Dlaczego mikro chcą pozostawać mikro?

Czy mogą wtedy oddolnie zmieniać strukturę branż? Czy mogą być bardziej odporne na kryzys? Z punktu widzenia tej grupy nie występuje podział na kraje rozwinięte i doganiające, ale raczej na kraje południa i pozostałe. Z perspektywy lat 2008 – 2014 i oceny odbudowywania siły ekonomicznej MSP po kryzysie ujawniły się dwie grupy krajów: o jednoczesnym wzroście wartości dodanej i stopy zatrudnienia oraz odwrotnie o spadku wartości dodanej i spadku stopy zatrudnienia. Te pierwsze to takie kraje jak Niemcy, Francja, Wielka Brytania, Szwecja, te drugie to Włochy, Hiszpania, pozostałe kraje południa i Polska. Na pytanie: dlaczego, wiele badań, a także obserwacja życia gospodarczego podsuwa kierunkowe odpowiedzi. I nie jest to poziom przedsiębiorczości ani dostęp do źródeł finansowania. [Komisja Europejska, European SME according to Annual Report on European SMEs 2014/2015].

Autorka jest ekspertem Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu



Małgorzata Kokocińska

Tylko na wysokim stopniu uogólnienia panuje zgoda w kwestii ogólnej liczby przedsiębiorstw i dominacji mikroprzedsiębiorstw w Unii Europejskiej. Ostatni raport Komisji Europejskiej na temat sytuacji MSP [2014/2015] donosi, że 99 proc. wszystkich biznesów to grupa MSP, że na trzy miejsca zatrudnienia, średnio dwa powstają w tym sektorze, a średnio dziewięć na dziesięć przedsiębiorstw w Unii Europejskiej to przedsiębiorstwa mikro, zatrudniające do dziewięciu pracowników i że MSP średnio



GWARANCJA WYSOKICH STANDARDÓW

Według raportu Instytutu Keralla Research w Polsce około 6,6 miliona samochodów używanych jest do celów służbowych przez firmy z sektora MSP. 76,6 proc. tych firm posiada floty nieprzekraczające 10 samochodów. Ciekawy jest fakt, że niemal 3/4 deklaruje, że zna usługę wynajmu długoterminowego natomiast niecałe 12 proc. aktualnie korzysta z takich rozwiązań.



Łukasz Niemczuk

Czy wynajem długoterminowy jest zatem usługą odpowiednią dla sektora MSP? Moim zdaniem zdecydowanie tak.

Arval, świadcząc usługę wynajmu długoterminowego pojazdów, zapewnia swoim klientom korzyści na trzech różnych poziomach. Po pierwsze pozwala zaoszczędzić czas, po drugie

pieniądze, a po trzecie zapewnia im bezpieczeństwo związane ze stałością kosztów i mobilnością. Korzyści są niebagatelne zwłaszcza dla sektora MSP.

Czynności administracyjne

Posiadanie samochodu związane jest z koniecznością dokonywania dużej liczby czynności administracyjnych. Każdy samochód należy wybrać analizując koszty związane z zakupem, użytkowaniem, bieżącą eksploatacją. Następnie takie auto musi zostać zarejestrowane i ubezpieczone. Analiza oferty ubezpieczeniowej poza faktem, że nie jest prosta, zajmuje sporo czasu. W okresie użytkowania pojazdu właściciel musi liczyć się jeszcze z zakupem opon, serwisowaniem, procesem likwidacji szkód, organizacją pomocy drogowej, czy samochodu zastępczego itd.

Zaoszczędzony czas

Warto się zastanowić, ile czasu potrzeba na realizację wszystkich tych czynności. Co można zrobić w tym czasie dla swojej firmy, jeżeli wszystkich tych obowiązków się pozbedziemy? Co w tym czasie, gdy zajmujemy się obsługą swojego samochodu robi konkurencja, która tych czynności się pozbyła? My-

ślę, że zwłaszcza w sektorze małych firm, gdzie często to właściciel lub kadra zarządzająca zaangażowana jest w realizację wspomnianych czynności, ten zaoszczędzony czas jest zdecydowanie najważniejszy.

Pod ścisłą kontrolą

W wielu przypadkach w kontaktach z partnerami mały przedsiębiorca jest traktowany jak konsument. Nie ma więc dostępu do programów rabatowych zarezerwowanych dla rynku flotowego. Nie chodzi tu wyłącznie o warunki zakupu pojazdu, ale także ceny części, usług, opon itd. Współpraca z takim partnerem jak Arval pozwala na wykorzystanie siły zakupowej dostawcy. Oszczędności biorą się nie tylko z różnicy cen, ale również z zakresu wykonanych czynności serwisowych. Każda interwencja dotycząca samochodu klienta Arval, jej zasadność, zakres, cena są autoryzowane przez naszego eksperta. Taka ścisła kontrola pozwala nam na oszczędności, które przekładają się na obniżenie kosztów ponoszonych przez naszych klientów.

Nie tylko oszczędności

Skorzystanie z oferty Arval to nie tylko oszczędności, ale również pewność

stałych kosztów oraz mobilności. Sytuacja, w której auto służące do pracy, bez którego prowadzenie działalności jest niemożliwe, trafia do serwisu, a koszt jego naprawy sięga kilku lub kilkunastu tysięcy złotych, może dla wielu małych przedsiębiorców stanowić poważny problem. Współpracując z Arval, klient ma gwarancję, że naprawa zostanie wykonana, a samochód opuści warsztat niezwłocznie po jej zakończeniu. W międzyczasie klient będzie poruszał się samochodem zastępczym, a jego biznes na tym nie ucierpi.

Atrakcyjne rozwiązania nawet dla najmniejszych

Klient decydujący się na współpracę z Arval, nawet jeżeli jest przedsiębiorcą wykorzystującym jeden pojazd, otrzymuje dostęp do tych samych rozwiązań, jakie w przekonaniu wielu są zarezerwowane wyłącznie dla korporacji, czy dużych flot. W ramach czynszu najmu, poza standardowymi usługami takimi jak: finansowanie pojazdu, pełna obsługa serwisowa, wymiana i serwis ogumienia, kompleksowe ubezpieczenie AC, OC, NNW, assistance, samochód zastępczy, likwidacja szkód komunikacyjnych, klient może sko-

rzystać z usług dodatkowych, jak: programy paliwowe, usługi telematyczne, szkoła bezpiecznej jazdy, szkolenia prewencyjne oraz uzyskuje dostęp do wszystkich aplikacji online oraz aplikacji mobilnych ułatwiających kontrolowanie swoich pojazdów. Biorąc pod uwagę specyfikę sektora MSP, Arval uprościł procedury jednocześnie gwarantując ten sam standard obsługi, jak dla klientów korporacyjnych. Przykładem może być weryfikacja zdolności kredytowej, która zapewnia klientowi decyzję w ciągu kilku godzin od momentu złożenia wniosku.

Konkludując, wynajem długoterminowy Arval jest zdecydowanie usługą dostosowaną do specyfiki sektora MSP.

Poza dostępem do pełnej gamy rozwiązań, klient otrzymuje gwarancję wysokich standardów obsługi, największe korzyści z siły zakupowej Arval, dostęp do wiedzy i ogromnego doświadczenia ekspertów. Poza tym redukuje koszty oraz pozbywa się ryzyka, co zwłaszcza w mniejszych firmach może okazać się niezwykle istotne.

Autor jest managerem ds. rozwiązań dla MSP w Arval Service Lease Polska Sp. z o.o.

Reklama

DACHSER

Intelligent Logistics

ZAWSZE BĄDŹ O KROK DO PRZODU.

DACHSER European Logistics

- Międzynarodowa i krajowa sieć drobnicowa
- Zarządzanie łańcuchem dostaw
- Logistyka kontraktowa i magazynowanie
- Innowacyjne technologie informatyczne

www.dachser.pl

RANKING 150 FIRM Z SEKTORA MSP

	Spółka	WIELKOŚĆ PRZYCHODÓW PO I PÓŁROCZU 2016 R. (TYS.)	WIELKOŚĆ PRZYCHODÓW PO I PÓŁROCZU 2015 R. (TYS.)
51	TUW-CUPRUM	44 782	42 461
52	APLITT	44 327	51 103
53	PZ CORMAY	44 096	21 332
54	TALEX	43 531	46 250
55	MLP GROUP	43 420	54 153
56	T.U.W. POCZTOWE	43 163	38 267
57	QUERCUS TFI	43 030	41 036
58	K2 INTERNET	40 679	39 867
59	SONEL	39 773	43 779
60	RANK PROGRESS	39 161	37 084
61	SCO-PAK	38 664	26 953
62	IPOPEMA SECURITIES	38 510	45 903
63	MNI	37 289	82 378
64	LARK.PL	37 257	48 144
65	CZERWONA TOREBKA	36 223	38 478
66	KRYNICKI RECYKLING	35 137	34 585
67	AILLERON	34 464	32 353
68	LARQ	34 163	21 328
69	OPTEAM	33 889	32 350
70	PPH KOMPAP	32 368	29 964
71	M. W. TRADE	31 737	36 693
72	PATENTUS	31 548	30 087
73	CONCORDIA CAPITAL	30 760	29 179
74	JHM DEVELOPMENT	30 066	39 535
75	SIGNAL IDUNA POLSKA TU	30 008	25 990
76	POLCOLORIT	29 838	25 724
77	MEDIACAP	28 671	29 078
78	PRÓCHNIK	27 836	19 825
79	SANWIL HOLDING	27 783	28 728
80	MEX POLSKA	27 472	24 227
81	PMPG POLSKIE MEDIA	26 760	25 756
82	TU SKOK ŻYCIE	25 370	32 225
83	MO-BRUK	24 328	18 862
84	APS ENERGIA	24 110	36 200
85	LABO PRINT	24 075	17 680
86	ZAKŁADY URZĄDZEŃ KOTŁOWYCH "STĄPORKÓW"	23 980	29 662
87	PROCAD	23 604	27 920
88	ED INVEST	22 848	21 441
89	PRIVATE EQUITY MANAGERS	22 680	57 226
90	SELVITA	22 664	17 244
91	MASTER PHARM	22 522	18 961
92	SIGNAL IDUNA ŻYCIE POLSKA TU	22 051	31 845
93	IMS	20 815	18 114
94	KORPORACJA GOSPODARCZA EFEKT	20 658	18 762
95	MOJ	20 547	33 249
96	SYNEKTIK	20 512	17 049
97	MEGARON	20 331	22 265
98	KUKE	20 155	20 454
99	ZAKŁADY AUTOMATYKI POLNA	18 018	16 639
100	PRIMA MODA	17 941	20 510

NARZĘDZIE GŁÓWNE – SOCIAL MEDIA

Każde przedsiębiorstwo poszukuje efektywnych sposobów na pozyskanie i utrzymanie klientów. Z biegiem czasu, narzędzia skuteczne dotychczas, stopniowo przestają działać, a ich miejsce zajmują nowe.



Tomasz Hermaniuk

Obecnie marketerzy coraz większą uwagę zwracają na możliwości oferowane przez Internet. Mają one szczególnie istotne znaczenie w sektorze MSP, w którym firmy nie dysponują wielkimi budżetami marketingowymi, pozwalającymi na dotarcie do szerokiego grona odbiorców przy użyciu tradycyjnych mediów. Wykorzystanie możliwości Internetu, a zwłaszcza social media marketingu otwiera przed małymi firmami niespotykane dotąd możliwości.

Możliwości marketingowe

Użytkownicy Internetu systematycznie rosną w siłę. Według danych CBOS co najmniej raz w tygodniu korzysta z sieci dwie trzecie (64 proc.) dorosłych Polaków. Krajowi internauci spędzają online przeciętnie 13 godzin tygodniowo. Niemal połowa z nich (29 proc. ogółu dorosłych) dokonuje zakupów online. Liczby te wskazują jednoznacznie, iż aktywność marketingowa firm powinna przesuwać się w kierunku Internetu. Dzieje się tak już od jakiegoś czasu. Budżety marketingowe przenoszone są stopniowo do sieci, kosztem mediów tradycyjnych, a jednym ze skuteczniejszych sposobów na zdobycie klienta i budowanie relacji z nim staje się wykorzystanie ogromnego potencjału mediów społecznościowych. Media społecznościowe wkroczyły w nasze życie z wielką siłą. Korzystamy z nich na każdym kroku, a wielu z nas nie wyobraża sobie porannej kawy bez sprawdzenia, co wydarzyło się w życiu naszych bliskich i znajomych od ostatniego logowania w sieci. Dzięki mediom społecznościowym ludzie zdobywają informacje i wiedzę o świecie oraz utrzymują kontakty z innymi użytkownikami. To, co w istotny sposób odróżnia je od mediów tradycyjnych, to fakt, iż dają praktycznie każdemu możliwość opublikowania własnych treści bez angażowania znacznych środków. Popularność portali społecznościowych rośnie. Według danych CBOS obecność w przynajmniej jednym z nich deklaruje 66 proc. internautów, co stanowi 42 proc. ogółu dorosłych. Regularnie korzysta z nich 82 proc. zarejestrowanych

osób. Liczba użytkowników samego Facebooka na świecie szacowana jest na 1,65 mld, Twittera na około 500 mln, a LinkedIn – na 400 mln. Jeśli więc firma chce być widoczna w sieci, nie może ignorować mediów społecznościowych.

Przystosowane do użytkownika online

Rozwój mediów społecznościowych stwarza firmom z sektora MSP niespotykane dotąd możliwości dotarcia do potencjalnych klientów w idealnym miejscu i czasie z ofertą dostosowaną do ich potrzeb. Aktywność marketingowa w social media polega przede wszystkim na budowaniu świadomości marki i zaufania klientów. Najważniejszą korzyścią jest możliwość stworzenia i budowania lojalnej i zaangażowanej społeczności użytkowników i fanów produktu lub marki. Obecność firmy w social media pozwala na bezpośrednią interakcję z klientami, umożliwia łatwy i szybki kontakt, prowadzenie dialogu lub szerszej dyskusji. Należy przy tym zadbać o to, aby reakcje firmy były szybkie i konkretne, gdyż internauci

nie chcą być ignorowani. Jest to zupełnie darmowa forma promocji, której skuteczność jest o wiele większa niż przekazu odpłatnego, gdyż jako treści pochodzące od innych użytkowników, są częściej otwierane i bardziej wiarygodne.

Tanio i dobrze

Rezultaty działań marketingowych prowadzonych w social media stają się coraz bardziej wymierne. W przeciwieństwie do mediów tradycyjnych, przy użyciu ogólnie dostępnych narzędzi analitycznych, można z łatwością obserwować rezultaty działań marketingowych wyrażone konkretnymi liczbami. Analiza statystyk umożliwia optymalizację działań marketingowych, dopasowanie ich do wybranej grupy docelowej i jej potrzeb. Wykorzystanie narzędzi social media pozwala na skuteczniejszą segmentację rynku oraz dotarcie do ściśle zdefiniowanego rodzaju odbiorcy. Można z niespotykaną dotąd precyzją docierać do specyficznego rodzaju odbiorcy. Dzięki informacjom gromadzonym przez portale internetowe, można przy tworzeniu kampanii reklamo-



są z natury klientami niechętnymi czekać. Użytkownicy mogą wyrażać swoje opinie, sugerować rozwiązania, proponować nowości lub kierunki ewolucji produktów lub usług. To sprawia, że firma może na bieżąco śledzić potrzeby i oczekiwania, a poprzez wsłuchiwanie się w głosy klientów, skuteczniej rozwijać swoją ofertę. Fakt, że media społecznościowe pozwalają na szybkie dotarcie z odpowiednimi treściami do odbiorców nie oznacza, że przekaz powinien ograniczać się jedynie do prezentacji oferty firmy. Użytkownicy cenią sobie również dodatkową wiedzę, która może być dla nich użyteczna, lubią praktyczne porady. Warto też zadbać o przedstawienie ludzkiej twarzy własnego biznesu, prezentując materiały z życia firmy lub branży. Specyfiką mediów społecznościowych jest również fakt, iż atrakcyjne treści są chętnie udostępniane przez użytkowników. Pozwala to na zastosowanie technik viral marketingu, które sprawiają, że nasi fani będą przekazywać informacje innym użytkow-

we w sieci zdefiniować profil odbiorcy, do którego dotrze przekaz. Dzięki takim rozwiązaniom możliwe jest efektywniejsze wykorzystanie budżetu marketingowego oraz dotarcie do potencjalnego klienta z treściami, których on sam chce i potrzebuje. Samo założenie profilu w social media nie jest skomplikowaną operacją. Jednak właściwe prowadzenie takiego konta nie jest już takie proste i wymaga pewnej wiedzy, zaangażowania i kreatywności. Niektóre firmy zlecają prowadzenie swoich profili w social media wyspecjalizowanym agencjom. Media społecznościowe stanowią wartościowe narzędzie marketingowe, którego odpowiednie wykorzystanie umożliwi firmom z sektora MSP budowanie trwałych i wartościowych relacji z klientami oraz skuteczne budowanie marki. Wymaga jednak sporej wiedzy, dużego zaangażowania i kreatywności.

Bezpieczny na drodze

Potrzeby małych i średnich przedsiębiorstw dotyczące ubezpieczeń komunikacyjnych znacząco różnią się od preferencji klienta indywidualnego. Zabezpieczenie interesów MSP w zakresie tego typu polis wiąże się nie tylko z wypełnieniem obowiązku ustawowego co do posiadania OC.



Mariusz Wichtowski

Chodzi bowiem przede wszystkim o zabezpieczenie interesów finansowych przedsiębiorcy i ochronę jego majątku. Z jednej strony posiadanie OC pozwoli na uniknięcie potencjalnej powszechnej sankcji karnej za jego brak. Dużo ważniejsze jest jednak wyeliminowanie zagrożenia roszczeniem o zwrot wypłaconego przez UFG lub PBUK świadczenia odszkodowawczego, poszkodowanym w ewentualnym wypadku. Jeśli przedsiębiorca nie ubezpieczył pojazdu, będzie musiał zwrócić wszystkie koszty. Wy-

sokość tych kwot często decyduje o przetrwaniu jego firmy.

Ubezpieczyć pojazd i pracownika

Praktyka pokazuje, iż roszczenia regresowe z tego tytułu nierzadko sięgają kilku milionów złotych.

W przypadku firm, których istotnym elementem działalności jest zachowanie mobilności, należy też bardzo poważnie rozważyć zawarcie ubezpieczenia autocasco posiadanej floty pojazdów. O ile w przypadku pojazdów osobowych, ewentualne koszty naprawy są zazwyczaj na dającym się przewidzieć poziomie, o tyle w przypadku pojazdów służących do przewozu osób, transportu towarów lub pojazdów specjalistycznych, koszty naprawy, jak i koszty ewentualnego holowania itp., stanowią ogromny ciężar finansowy. Warto przy tym wziąć pod uwagę ograniczenia związane z zaksięgowaniem wydatków w koszty działalności w przypadku braku ubezpieczenia AC. Nie bez znaczenia jest także podstawowe zabezpieczenie interesów kierujących pojazdami firmowymi. Uczestnicząc w kolizjach drogowych mogą być narażeni na doznanie obrażeń ciała i związaną z tym czasową niedyspozycję.



niem wydatków w koszty działalności w przypadku braku ubezpieczenia AC. Nie bez znaczenia jest także podstawowe zabezpieczenie interesów kierujących pojazdami firmowymi. Uczestnicząc w kolizjach drogowych mogą być narażeni na doznanie obrażeń ciała i związaną z tym czasową niedyspozycję.

Pozytywny wpływ na postawę pracownika

Zawarcie ubezpieczenia następstw nieszczęśliwych wypadków – często oferowanego komplementarnie do ubezpieczeń OC i AC – gwarantującego wypłatę świadczeń z tytułu zdrowotnych konsekwencji wypadku, może pozytywnie wpłynąć na postawę pracownika. Pamiętać też należy, że do zdarzeń drogowych może dojść poza granicami kraju. W ramach Europejskiego Obszaru Gospodarczego istnieje możliwość skorzystania z powszechnej służby zdrowia, pod warunkiem posiadania Europejskiej Karty Ubezpieczenia Zdrowotnego (EKUZ). Jednak nie obejmuje ona kosztów związanych z transportem poszkodowanego do kraju, podróży najbliższych itd. Tego rodzaju ryzyka można zabezpieczyć

zawierając ubezpieczenia kosztów leczenia i NW w czasie podróży zagranicznej. W interesie przedsiębiorcy leży przeanalizowanie jego potrzeb w zakresie stabilności finansowej i personalnej firmy. Uwzględnić on powinien nie tylko skutki bezpośrednie związane z ewentualnym wypadkiem, ale także ich potencjalny wpływ na przyszłość przedsiębiorstwa. Znając w pełni swoje potrzeby łatwiej jest przystąpić do negocjacji zakresu ryzyka ujętego w pakiecie. Wpłynie to oczywiście znacząco na jego cenę.

zawierając ubezpieczenia kosztów leczenia i NW w czasie podróży zagranicznej. W interesie przedsiębiorcy leży przeanalizowanie jego potrzeb w zakresie stabilności finansowej i personalnej firmy. Uwzględnić on powinien nie tylko skutki bezpośrednie związane z ewentualnym wypadkiem, ale także ich potencjalny wpływ na przyszłość przedsiębiorstwa. Znając w pełni swoje potrzeby łatwiej jest przystąpić do negocjacji zakresu ryzyka ujętego w pakiecie. Wpłynie to oczywiście znacząco na jego cenę.

Autor jest prezesem zarządu Polskiego Biura Ubezpieczycieli Komunikacyjnych

Reklama

NASZA MISJA

Naszą misją jest zapewnienie kompleksowych rozwiązań wynajmu długoterminowego dla przedsiębiorstw każdej wielkości poprzez consulting i usługi spełniające wymagania klientów, kierowców i pojazdów.

arval.pl



ARVAL
BNP PARIBAS GROUP

We care about cars. We care about you.

RANKING 150 FIRM Z SEKTORA MSP

	Spółka	WIELKOŚĆ PRZYCHODÓW PO I PÓŁROCZU 2016 R. (TYS.)	WIELKOŚĆ PRZYCHODÓW PO I PÓŁROCZU 2015 R. (TYS.)
101	MIRACULUM	17 823	14 165
102	SIMPLE	17 322	24 787
103	TU ZDROWIE S.A.	16 149	11 413
104	LSI SOFTWARE	15 675	14 297
105	ENERGOAPARATURA	15 031	12 532
106	TRITON DEVELOPMENT	14 751	18 269
107	MEDIATEL	13 873	36 917
108	SUNEX	13 699	14 330
109	FAST FINANCE	13 164	13 950
110	QUANTUM SOFTWARE	12 789	12 056
111	EKO EXPORT	12 285	11 826
112	CAPITAL PARTNERS	11 974	22 670
113	MUZA	11 882	12 135
114	POCZTOWE TUNŻ	11 721	428
115	CI GAMES	11 518	7 457
116	HYPERION	11 192	5 052
117	IZOLACJA-JAROCIN	10 461	9 301
118	TERMO-REX	10 396	9 015
119	MACIF ŻYCIE TUW	9 923	8 236
120	HUBSTYLE	9 726	5 626
121	ABADON REAL ESTATE	9 065	13 221
122	TUW REJENT-LIFE	8 330	7 795
123	D.A.S. TU OCHRONY PRAWNEJ	7 858	8 712
124	INC	6 343	9 822
125	ORION INVESTMENT	6 254	10 399
126	POWER MEDIA	5 991	5 165
127	BBI DEVELOPMENT	5 981	32 975
128	INVISTA	5 958	647
129	CREDIT AGRICOLE TU	5 834	1 948
130	TU INTER-ŻYCIE POLSKA	5 613	5 129
131	PBS FINANSE	5 101	4 950
132	CALATRAVA CAPITAL	3 133	296
133	SKYLINE INVESTMENT	3 045	2 952
134	RUBICON PARTNERS	2 892	1 239
135	ATLANTIS	2 390	1 202
136	ADIUVO INVESTMENTS	2 296	952
137	ELKOP	2 162	2 162
138	IBSM	1 526	1 697
139	FINANCIAL ASSETS MANAGEMENT GROUP	898	698
140	DGA	712	4 771
141	INVESTMENT FRIENDS CAPITAL	705	426
142	GRAVITON CAPITAL	696	935
143	INDYGOTECH MINERALS	640	807
144	SKOTAN	640	87
145	CLEAN&CARBON ENERGY	539	545
146	IMPERA CAPITAL	399	603
147	TUW MEDICUM	158	bd
148	PLATYNOWE INWESTYCJE	140	2 515
149	IQ PARTNERS	88	11 212
150	PARTNER TUIR	75	806

źródło: firmy, oprac. CBSF

FINANSOWANIE ZA POMOCĄ LEASINGU

Leasing stanowi obecnie wśród przedsiębiorców bardzo popularne źródło finansowania zakupu samochodów, maszyn i urządzeń, przy czym jest on coraz częściej wykorzystywany również jako źródło kapitału jako tzw. leasing zwrotny, w ramach którego przedsiębiorca odsprzedaje swój środek trwały na rzecz leasingodawcy biorąc go jednocześnie do użytkowania na podstawie umowy leasingu.



Marta Szafarowska

Umowa leasingu zakłada, że przedsiębiorca (finansujący) nabyte środki trwały, by oddać go do użytkowania lub używania i pobierania pożytków korzystającemu w zamian za ustalone wynagrodzenie, należne zazwyczaj w miesięcznych ratach. Skutki podatkowe umowy leasingu kształtują się różnie w zależności od tego, która strona umowy dokonuje, dla celów podatkowych, odpisów amortyzacyjnych.

Podatki leasingowe

W przypadku podatkowego leasingu operacyjnego opłaty leasingowe stanowią przychód finansującego i koszt uzyskania przychodu korzystającego, jeśli umowa leasingu została zawarta na okres odpowiadający co najmniej 40 proc. okresu normatywnej amortyzacji. Normatywny okres amortyzacji to czas, w trakcie którego środek trwały ulega pełnej amortyzacji podatkowej z zastosowaniem standardowych stawek amortyzacyjnych. W przypadku, przykładowo, samochodów osobowych czas ten wynosi 5 lat, co oznacza, że umowa leasingu operacyjnego musi być zawarta na okres co najmniej 2 lat. Oprócz minimalnego okresu trwania, umowa leasingu operacyjnego musi również przewidywać spłatę wartości początkowej środka trwałego. Fakt, iż opłaty ponoszone przez korzystającego w związku z zawarciem, jak i w trakcie trwania umowy leasingu stanowią jego koszt podatkowy w chwili ich poniesienia, decyduje o atrakcyjności tej formy finansowania inwestycji. Po pierwsze bowiem, kosztem takim – zaliczonym do kosztów podatkowych – jest opłata wstępna (bądź czynsz inicjalny), należna na rzecz finansującego w związku z zawarciem umowy leasingu. Opłata ta kształtuje się na różnym poziomie, od 0 proc. do 40 proc. wartości początkowej przedmiotu umowy.

Wydatek rozłożony w czasie

Przyjmując opłatę wstępną na poziomie np. 30 proc. korzystający jest uprawniony, by zaliczyć płatność z tego tytułu jednorazowo do kosztów uzyskania przychodu – finansu-

jąc zakup np. pojazdu kredytem lub z własnych środków, na zaliczenie tej kwoty do kosztów podatkowych potrzebowałby natomiast 1,5 roku. Ponadto, im wyższa opłata wstępna, tym korzystniejsze powinny być warunki samego finansowania w trakcie trwania umowy leasingu – finansujący ponosi bowiem mniejsze ryzyko związane z transakcją. Po drugie, kosztem podatkowym korzystającego są również miesięczne raty leasingowe. Jeśli umowa leasingu samochodu osobowego trwa np. 36 miesięcy, zaś suma rat leasingowych i opłaty wstępnej stanowi 95 proc. wartości początkowej samochodu, korzystający w ciągu tych 36 miesięcy może zaliczyć do kosztów podatkowych prawie całą wartość pojazdu. Tymczasem przy tradycyjnym zakupie

prowadzących działalność gospodarczą. Stwarza on bowiem wymierne korzyści również po jego zakończeniu. Jeśli osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą wykupi samochód osobowy od leasingodawcy np. po upływie 36 miesięcy trwania umowy leasingu, za 5 proc. początkowej wartości, lecz nie zaalokuje tego pojazdu do działalności gospodarczej, może następnie dokonać sprzedaży tego pojazdu bez konieczności zapłaty podatku VAT czy PIT. Wynika to z faktu, że nie przeznaczając samochodu do celów działalności gospodarczej, a więc nie wprowadzając go do ewidencji środków trwałych, nie odliczając podatku VAT od wykupu, ani też nie zaliczając wydatków związanych z dalszym użytkowaniem tego pojazdu do kosztów uzyskania przychodów, podatnik daje wyraz zaliczeniu go do swojego majątku prywatnego. Sprzedaż takiego majątku, w przypadku rzeczy ruchomych, po upływie 6 miesięcy od zakupu, nie podlega już opodatkowaniu PIT. Analogicznie, sprzedaż składnika majątku prywatnego, od którego podatnik nie odliczył naliczonego podatku VAT (w związku z brakiem wykorzystywania go do celów działalności), nie podlega opodatkowaniu podatkiem VAT.

Narzędzie służące finansowaniu

Oprócz oczywistych korzyści z jakimi wiąże się leasing, nie należy jednak zapominać o roli, jaką on pełni – jest narzędziem służącym finansowaniu nabycia środków trwałych. Konsekwentnie, tak jak w przypadku pożyczki, jeśli środek trwały ulegnie zniszczeniu lub zostanie ukradziony, korzystający nadal jest zobowiązany do spłaty pozostałej kwoty kapitału na rzecz leasingodawcy. Stąd zarówno dla leasingodawcy, jak i leasingobiorcy kluczową rolę pełni ubezpieczenie przedmiotu umowy leasingu – to dzięki wypłacie odszkodowania przez zakład ubezpieczeń leasingobiorca może zostać uwolniony od obowiązku spłaty przyszłych rat, tak długo jak wypłacone przez ubezpieczyciela odszkodowanie pokrywa pozostałą do spłaty kwotę kapitału. Z uwagi na elastyczność w zakresie kształtowania podstawowych elementów umowy leasingu (opłaty wstępnej, wysokości rat, okresu trwania i ceny wykupu), podatnik ma możliwość dostosowania tego produktu do swoich aktualnych potrzeb, tak biznesowych, jak i czysto podatkowych. Co więcej, sam produkt może ulegać zmianie w zależności od bieżących potrzeb korzystającego – w razie zmiany warunków biznesowych, podatnik może w drodze aneksu do umowy leasingu zmienić jego parametry na przyszłość.

Autorka jest partnerem w kancelarii MDDP Michalik Dłuska Dziedzic i Partnerzy oraz ekspertem podatkowym Związku Polskiego Leasingu

Z uwagi na elastyczność w zakresie kształtowania podstawowych elementów umowy leasingu (opłaty wstępnej, wysokości rat, okresu trwania i ceny wykupu), podatnik ma możliwość dostosowania tego produktu do swoich aktualnych potrzeb, tak biznesowych, jak i czysto podatkowych.

potrzebowałby na to 5 lat. Co równie istotne – w przypadku leasingu operacyjnego, traktowanego na potrzeby podatku VAT jako świadczenie usług – podatek VAT naliczany jest od każdej raty leasingowej, co pozwala korzystającemu rozłożyć w czasie związane z tym wydatki, w tym także koszt podatku, który nie podlega odliczeniu (np. w przypadku samochodów osobowych). Powyższych korzyści nie osiąga się już w razie wyboru podatkowego leasingu finansowego – jego skutki w zakresie i VAT, i podatków dochodowych, są identyczne jak w przypadku nabycia środka trwałego.

Leasing – dlaczego się opłaca?

Leasing operacyjny jest szczególnie popularny wśród osób fizycznych

Leasingować czy kredytować?

Przedsiębiorcy z sektora mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw inwestycje finansują najczęściej przy wykorzystaniu środków własnych. Wśród zewnętrznych instrumentów najbardziej popularne są kredyt bankowy oraz leasing, które poddajemy analizie, starając się odpowiedzieć na pytanie czym różnią się te dwa instrumenty finansowe.



Andrzej Sugajski

Jak się rozsądnie zadłużyć

Biorąc pod uwagę dostępność instrumentów finansowych, leasing może się okazać jedyną szansą na sfinansowanie środków trwałych dla tzw. młodych przedsiębiorców (czyli takich, którzy dopiero rozpoczęli swoją działalność). Banki zazwyczaj wymagają, aby działalność była prowadzona od co najmniej 12 miesięcy. Banki wymagają przedstawienia wielu dokumentów, w tym potwierdzających brak zaległości podatkowych, brak zaległości w opłacaniu składek na ZUS, a także dokumentów dotyczących przychodów przedsiębiorcy w ubiegłych okresach. Dla firmy leasingowej przedmioty charakteryzujące się dużą płynnością w obrocie (takie jak samochody, środki transportu czy maszyny), są dobrym zabezpieczeniem transakcji, ograniczając zakres oczekiwanych dodatkowych gwarancji. W odniesieniu do wymienionych przedmiotów łatwo zbywalnych, w leasingu stosowane są również uproszczone procedury,

polegające na zmniejszeniu liczby i zakresu oczekiwanych dokumentów, jak również skracające czas na podjęcie decyzji o zawarciu umowy. Z tego względu starając się o leasing możemy liczyć na otrzymanie decyzji kredytowej praktycznie od ręki, podczas gdy oczekiwanie na decyzję kredytową banku jest dłuższe. Jest to związane z bardziej szczegółową weryfikacją opierającą się na wymogach ryzyka.

Leasing operacyjny a finansowy

Funkcjonujący podział na leasing operacyjny oraz finansowy (kapitałowy) wynika z faktu, która strona umowy jest uprawniona do dokonywania odpisów amortyzacyjnych od przedmiotu leasingu. W sytuacji gdy uprawnionym do dokonywania odpisów amortyzacyjnych od przedmiotu umowy będzie finansujący, transakcja będzie miała charakter leasingu operacyjnego, natomiast jeśli uprawnionym do dokonywania odpisów amortyzacyjnych będzie korzystający, transakcja będzie miała charakter leasingu finansowego. Dzięki temu, że firma leasingowa zachowuje prawo własności przedmiotu leasingu przez cały okres jego użytkowania, korzystający może szybciej zamortyzować przedmiot inwestycji, może także zaoszczędzić na podatkach, dostosowując poziom kosztów, wynikających ze spłacanych rat kapitałowo-odsetkowych

do spodziewanych przychodów. W przypadku kredytu: własność jest po stronie kredytobiorcy, co może być istotnym argumentem dla klientów bardziej ceniących „posiadanie” od „używania”. Leasing operacyjny nie obciąża zdolności kredytowej firmy i nie jest widoczny w bilansie spółki, przez co wpływa na poprawę wskaźników finansowych firm. Leasing operacyjny pozwala także na obniżenie podstawy opodatkowania

na potrzeby podatku dochodowego o pełną wysokość rat leasingowych (zatem zarówno kapitał, jak i odsetki), które są zaliczane do kosztów uzyskania przychodu. Podobne korzyści nie odnoszą się do kredytu.

Zalety leasingu

Klient może dostosować strukturę rat leasingowych do indywidualnych potrzeb, w tym przez ustalenie poziomu wartości początkowego

zaangażowania, ceny wykupu i poszczególnych rat. W leasingu istnieje również możliwość ustalenia poszczególnych rat na zróżnicowanym poziomie, co jest wartością dodaną w przypadku „sezonowych” branż. Elastyczność umów leasingowych przejawia się również w łatwości przeniesienia wszelkich praw i obowiązków z nich wynikających na inny podmiot (innego przedsiębiorcę), czyli dokonania tzw. cesji umowy leasingu. Rozwiązanie jest stosowane przez klientów, którzy nie są w stanie spłacać należności na rzecz firmy leasingowej, względnie np. chcą pozbyć się starzejącego się technologicznie sprzętu, czy „wymienić” pojazd na nowszy model. Podobne rozwiązanie nie funkcjonuje w odniesieniu do umowy kredytowej. Korzystający ma nie tylko dostęp do tanich źródeł finansowania (firmy leasingowe finansują się praktycznie z tych samych źródeł co banki), ale także mają możliwość uzyskania lepszych warunków zakupu i użytkowania (ubezpieczenie, serwis, usługi dodatkowe) niż przy skorzystaniu z kredytu lub zakupu ze środków własnych. Wynika to z faktu, że firma leasingowa, dysponując bogatym i wieloletnim doświadczeniem na rynku dóbr inwestycyjnych, ma możliwość wynegocjowania korzystniejszych cen nabycia środków trwałych oraz cen wszelkich usług związanych z ich obsługą i serwisem. Poziom osiągniętych rabatów może kształtować się na poziomie od kilku do nawet 30 proc. od ceny katalogowej – w przypadku większych zamówień.

Autor jest dyrektorem generalnym Związku Polskiego Leasingu



LEASING OPTYMALNYM WYBOREM

Zaufanie, wsparcie, rada, bezpieczeństwo, partnerstwo w dobrych, ale przede wszystkim tych trudnych sprawach, bycie na dobre i na złe, to tylko część wartości, które cenimy w relacjach międzyludzkich, a przede wszystkim wśród przyjaciół i bliskich nam osób. Czy podobne oczekiwania możemy mieć w odniesieniu do partnerów biznesowych? Czy nie jest to utopią, w momencie kiedy zaczynamy mówić o finansach?



Jacek Rusek

Pierwsze wrażenie może być właśnie takie, jednak już samo zdefiniowanie drugiej strony relacji jako „partnera” legitymizuje odpo-

wiedź, która brzmi, lub co najmniej powinna brzmieć „TAK”. Rynek finansowy na przestrzeni ostatnich lat staje się coraz bardziej jednorodny produktowo, procesowo, technologicznie. Ceny, tak bardzo istotne w świecie redukcji kosztów, maksymalizacji zysków, poprawy wskaźników efektywnościowych, są na bardzo zbliżonych i co istotne dla segmentu Małych i Średnich Przedsiębiorstw stosunkowo niskich poziomach. Niewątpliwie pomagają w tym rekordowo niskie stopy procentowe, stanowiące stawki bazowe finalnego oprocentowania, dla głównej pary walutowej PLN/EUR.

Podstawa świadomego wyboru

Co w takim razie powinno być podstawą świadomego wyboru, takiego, a nie innego partnera biznesowego, który powinien wspierać bezpieczeństwo finansowe firmy? Kluczowe okazują się kompetencje, doświadczenie, elastyczność, wychodzenie naprzeciw oczekiwaniom drugiej strony. Przekładając to na świat finansów-leasingu to bycie z klientem podczas finansowania prostego aktywa (np. samochody, ciągniki, naczepy), ale przede wszystkim wtedy, kiedy transakcja jest niestandardowa w odniesieniu do środka trwałego (np. linie produkcyjne, tabor kolejowy, specjalistyczny sprzęt), struktury finansowania, czy złożoności wielu elementów związanych z bezpiecznym jej przeprowadzeniem np. w oparciu o produkty wspomagające, oferowane przez jednego, dedykowanego doradcę klienta (gwarancje, akredytywy, zabezpieczenie stopy procento-

wej czy korzystnego kursu waluty). Oczywiście istotna jest specjalizacja, ale również doświadczenie leasingodawcy czerpane z jego obecności na wielu rynkach międzynarodowych – know-how Grupy.

Kompleksowość rozwiązań

Schodząc do poziomu transakcji, kluczowa jest kompleksowość rozwiązań leasingowych – w specyfice leasingu operacyjnego lub finansowego, zarówno ruchomości, jak i nieruchomości, leasingu zwrotnego jako możliwości refinansowania poniesionych kosztów w związku z zakupem aktywa, czy też pożyczki leasingowej podczas korzystania ze wsparcia unijnego. Jeżeli do powyższego dodamy dużą elastyczność leasingodawcy co do struktury transakcji oraz harmonogramu spłat, który powinien uwzględniać sezonowość i specyfikę działalności klienta pojawia się nam „partner modelowy”. Skoro

wiemy już, komu chcemy powierzyć nasze plany i marzenia biznesowe, te średnio i długookresowe, pozostaje kwestia formy finansowania, ale tutaj sprawa wydaje się dosyć prosta. Jeżeli, na choćby jedno z niżej wymienionych pytań, odpowiemy „TAK”, leasing staje się optymalnym wyborem.

- Planuję inwestycje w środki trwałe bez skomplikowanej dokumentacji niezbędnej do typowego kredytu inwestycyjnego (prognozy finansowe, business plan)?
- Szukam finansowania aktywów z niskim wkładem własnym lub całkowicie bez zaangażowania własnych środków?
- Chcę uwolnić środki finansowe zamrożone w aktywach?
- Chcę płacić niższy podatek?

W gąszczu ofert, propozycji i partnerów, życzę Przedsiębiorstwom tylko świadomych decyzji i właściwych wyborów.

Autor jest dyrektorem linii leasingu SME w BNP Paribas Leasing Solutions

50 NAJBARDZIEJ DYNAMICZNYCH FIRM Z SEKTORA MSP

	Spółka	WIELKOŚĆ PRZYCHODÓW PO I PÓŁROCZU 2016 R. (TYS.)	WIELKOŚĆ PRZYCHODÓW PO I PÓŁROCZU 2015 R. (TYS.)	ZMIANA PROC.
1	POCZTOWE TUNŻ	11 721	428	2 636,99
2	CALATRAVA CAPITAL	3 133	296	958,45
3	INVISTA	5 958	647	820,87
4	SKOTAN	640	87	635,63
5	CREDIT AGRICOLE TU	5 834	1 948	199,49
6	P.R.E.S.C.O. GROUP	48 240	17 670	173,01
7	TRANS POLONIA	73 400	27 938	162,72
8	ADIUVO INVESTMENTS	2 296	952	141,18
9	INDATA	76 499	31 958	139,37
10	RUBICON PARTNERS	2 892	1 239	133,41
11	MEDICALGORITHMICS	52 822	23 241	127,28
12	HYPERION	11 192	5 052	121,54
13	PZ CORMAY	44 096	21 332	106,71
14	ATLANTIS	2 390	1 202	98,84
15	I2 DEVELOPMENT	47 189	26 121	80,66
16	LOKUM DEWELOPER	70 960	39 548	79,43
17	HUBSTYLE	9 726	5 626	72,88
18	INVESTMENT FRIENDS CAPITAL	705	426	65,49
19	LARQ	34 163	21 328	60,18
20	CI GAMES	11 518	7 457	54,46
21	SUWARY	72 632	47 648	52,43
22	SCO-PAK	38 664	26 953	43,45
23	GK ATREM	67 249	47 326	42,10
24	TU ZDROWIE	16 149	11 413	41,50
25	PRÓCHNIK	27 836	19 825	40,41
26	LABO PRINT	24 075	17 680	36,17
27	CFI HOLDING	61 393	45 341	35,40
28	POLMED	45 390	33 952	33,69
29	POLSKI BANK KOMÓREK MACIERZYSTYCH	64 625	48 754	32,55
30	SELVITA	22 664	17 244	31,43
31	PRZEDSIĘBIORSTWO MODERNIZACJI URZĄDZEŃ ENERGETYCZNYCH REMAK	61 965	47 991	29,12
32	MO-BRUK	24 328	18 862	28,98
33	FINANCIAL ASSETS MANAGEMENT GROUP	898	698	28,65
34	FABRYKA OBRABIAREK RAFAMET	49 846	39 451	26,35
35	MIRACULUM	17 823	14 165	25,82
36	PRZEDSIĘBIORSTWO PRZEMYSŁU SPOŻYWCZEGO PEPEES	86 495	69 827	23,87
37	POLSKI HOLDING NIERUCHOMOŚCI	88 600	73 000	21,37
38	MACIF ŻYCIE TUW	9 923	8 236	20,49
39	SYNEKTIK	20 512	17 049	20,31
40	ENERGOAPARATURA	15 031	12 532	19,94
41	BYTOM	70 871	59 646	18,82
42	MASTER PHARM	22 522	18 961	18,78
43	KORPORACJA BUDOWLANA "DOM"	68 985	58 452	18,02
44	ERG	49 935	42 673	17,02
45	NOVITA	46 082	39 632	16,27
46	POLCOLORIT	29 838	25 724	15,99
47	POWER MEDIA	5 991	5 165	15,99
48	SIGNAL IDUNA POLSKA TU	30 008	25 990	15,46
49	TERMO-REX	10 396	9 015	15,32
50	IMS	20 815	18 114	14,91

źródło: firmy, oprac. CBSF



Firma bezpieczna w sieci

Bezpieczeństwo – słowo klucz. Ale co oznacza? Musimy zadać sobie pytanie, czym jest dla każdego z nas, co nam gwarantuje i jak wpływa na nasze życie w każdym jego aspekcie.



Krzysztof Popiół

Jako przedsiębiorcy i właściele firm w szczególności musimy zadbać o bezpieczeństwo klientów, dane jakie posiadamy, a także o to, aby osoby postronne nie miały dostępu do informacji zgromadzonych w naszej bazie.

Zainwestuj w antywirus

W dobie nowoczesnych technologii i szybkiego ich rozwoju duża część spraw związana z prowadzeniem małej firmy organizowana jest za pomocą Internetu i różnego rodzaju systemów komputerowych. Jest to duże ułatwienie, które przede wszystkim oszczędza czas, ale niesie także za sobą wiele niebezpieczeństw. Należy pamiętać, że informacja to cenna rzecz i wiele firm o nią zabiega. Mamy w tej chwili swoją wojnę informacyjną, kto więcej wie, ten więcej zarobi. Co zrobić, aby ustrzec się przed utratą danych i jak się zabezpieczyć? Podstawa to oprogramowanie antywirusowe. Jest wiele darmowych rozwiązań, ale w wypadku wirusów należy pamiętać, że każdego dnia powstaje tysiące nowych, a ich baza musi być codziennie aktualizowana. Rozwiązania darmowe nie mają tak częstej aktualizacji, a tym wypadku czas działa na niekorzyść. Przed zakupem należy zastanowić się ile stanowisk bę-

dzie zainstalowanych, warto też kupić kilka licencji więcej na wypadek przyjscia nowych pracowników. Trzeba pamiętać o aktualizowaniu systemu operacyjnego, gdzie są odnajdowane luki w zabezpieczeniach, które producent systematycznie naprawia. Należy pamiętać, że program antywirusowy powinien mieć moduł, który wykrywa złośliwe oprogramowanie, ponieważ może ono przesyłać dane do osób nieuprawnionych. Firmowy sprzęt może stać się swoistym zombie, które przesyła informacje osobom trzecim bez naszej wiedzy, a one mogą posłużyć do preparowania wiadomości np. z fałszywymi danymi do przelewów.

Odpowiednie hasło

Kolejną ważną rzeczą są kopie zapasowe najważniejszych danych w firmie. Najlepiej kiedy są one na nośnikach zewnętrznych lub w chmurze. Kopię ważnych baz naszej firmy należy robić codziennie, a tych mniej istotnych raz na tydzień. Najlepiej, aby odbywało się to automatycznie za pomocą specjalnych programów. Jest wiele darmowych rozwiązań lub wbudowanych mechanizmów w systemy operacyjne. Bardzo istotną sprawą jest polityka haseł. Nie stosujmy krótkich i prostych haseł. Najlepiej unikać w nich: imion, nazwy własnej firmy, daty urodzenia, nazw miesięcy. Proste hasła są bardzo szybko łamane za pomocą programów, które najpierw przeszukują bazę słownikową, więc nie ułatwiamy pracy przestępcom. Tworząc hasła zastępujemy w nich znaki polskie znakami specjalnymi, należą do

nich takie symbole jak: @ # \$ proc. Dobrym rozwiązaniem jest stworzenie zdania złożonego lub nawet historyjki, której to pierwsze litery słów stworzą hasło zastępując przy tym niektóre polskie znaki znakami specjalnymi, liczbami, wielkimi i małymi literami. W przypadku haseł błędy ortograficzne mogą wręcz pomagać. Starajmy się zmieniać te hasła raz na 30 dni lub przynajmniej kilka razy w roku. Przeglądając pocztę uważajmy na maile, w których ktoś przesyła nam załącznik, który jest opisany np. jako regulamin do przeczytania lub różnego rodzaju umowy. Załączniki takie często zawierają pliki pakietu Office zawierające złośliwe makra, które na komputerze instalują oprogramowanie szpiegujące. Nigdy nie uruchamiamy makr w pakiecie Office jeżeli nie znamy właściciela pliku. W firmie starajmy się nie używać prywatnego sprzętu, często jest on mniej zabezpieczony i może przenosić do sieci wewnętrznej złośliwe oprogramowanie. Trzeba uważać na stronach banków i wybierać możliwie jak najwięcej opcji uwierzytelniania. Sprawdzajmy adresy stron banków pamiętając o tym, że zawsze muszą one być zabezpieczone połączeniem szyfrowanym, czyli w pasku adresu musi pojawić się „kłódeczka”. Pamiętajmy o tym, że banki nigdy nie proszą w mailach o logowanie się i weryfikację swoich haseł przez linki w wiadomościach. Są to spreparowane strony, których adresy są czasem bardzo podobne do stron banków. Bądźmy czujni i pamiętajmy zawsze lepiej być ostrożniejszym niż później naprawiać skutki swoich błędów i nigdy nie oszczędzajmy na bezpieczeństwie teleinformatycznym w firmie.

Autor jest kierownikiem działu IT Wyższej Szkoły Humanitas w Sosnowcu

Faktoring szansą dla firm z sektora MSP i alternatywą dla kredytu?

Na rynku działa wiele podmiotów zapewniających przedsiębiorcom bieżący dostęp do środków finansowych. Poza bankami, są to również firmy mające w ofercie usługę faktoringu. Czy korzystanie z faktoringu opłaca się z punktu widzenia właścicieli firm należących do sektora MSP?

Tomasz Nawrocki

Szacuje się, że firmy należące do sektora MSP mogą generować nawet do 70 proc. PKB. Mimo że to imponujący wynik, to nie zawsze mogły one liczyć na należyte traktowanie przez instytucje finansowe działające na rynku. Przedsiębiorcy prowadzący niewielkie firmy często skarżą się, że mają problem z pozyskaniem kredytu np. obrotowego, za pomocą którego mogliby sfinansować bieżące potrzeby. Podobnie było dotychczas z faktoringiem – ta usługa była skierowana wyłącznie do dużych przedsiębiorstw. Teraz jest inaczej, bo potrzeby drobnych przedsiębiorców dostrzegł Idea Money. To właśnie on zaproponował małym i średnim firmom alternatywne dla kredytu obrotowego rozwiązanie.

Kredyt obrotowy czy faktoring – co lepsze dla firmy?

Prowadzenie firmy to więcej niż tylko pozyskiwanie kontrahentów i klientów, to również konieczność patrzenia w przyszłość. To jednak jest problemem – bo jak przyznają sami przedsiębiorcy – ich największym kłopotem są zatory płatnicze. Duże firmy są w o tyle dobrej sytuacji, że jedna lub kilka niepłaconych w terminie faktur nie doprowadzają ich na skraj bankructwa. W przypadku niewielkich podmiotów działających na rynku nie jest to takie oczywiste, bo taka firma ma znacznie mniej klientów, a każda nieopłacona faktura może zachwiać jej równowagę finansową. W jaki sposób zapewnić firmie stały dostęp do środków finansowych? Okazuje się, że możliwości jest kilka. Jedną z najpopularniejszych jest skorzystanie z kredytu obrotowego. To produkt przeznaczony na sfinansowanie bieżących potrzeb firmy. Idealnie sprawdza się w sytuacji, gdy kontrahenci spóźniają się z wydaniem dyspozycji przelewu. Nie można jednak zapomnieć o wadach takiego produktu. Skoro jest to kredyt, to faktycznie obniża on zdolność kredytową przedsiębiorcy. Co więcej, bank nalicza odsetki, które będzie trzeba oddać. Jak sytuacja wygląda w przypadku faktoringu?

Jeszcze do niedawna usługa faktoringu nie była dostępna dla niewielkich firm, które wystawiały faktury na kwoty rzędu np. 500 zł. Z myślą o takich podmiotach, które mimo generowania

nica w porównaniu z innymi firmami oferującymi usługę faktoringu sprowadza się do minimalnej wartości faktury, która jest akceptowana przez faktora. W przypadku Idea Money jest to 300 zł. Dla przedsiębiorcy ważne powinno być przy tym to, że limit faktoringu, który otrzyma, będzie wyższy niż w przypadku kredytu obrotowego. Właśnie dlatego tę usługę można uznać za doskonałą alternatywę dla innych produktów finansowych.

zyko związane z niewypłacalnością kontrahenta.

- niepełny, który pozwala uzyskać gotówkę za sprzedaż faktur wystawionych klientom. Jeżeli kontrahent nie zapłaci faktury, to konieczne będzie zwrócenie środków otrzymanych od faktora.
- odwrotny polegający na sfinansowaniu zobowiązań przedsiębiorcy wobec jego kontrahentów. Szeroki wybór produktów gwarantuje przedsiębiorcy wybranie

Aby rozwijać firmę...

...niezbędne są środki. Firma, która posiada zobowiązania musi liczyć się z koniecznością ich regulowania w ustalonych terminach. Nie jest to możliwe, jeżeli jej kontrahenci zwlekają z płatnościami. Korzystanie z faktoringu pozwala mieć bieżący dostęp do środków. W odróżnieniu od kredytu obrotowego, przedsiębiorca w dalszym ciągu zachowuje swoją zdolność kredytową, co oznacza, że może



większości PKB są traktowane gorzej w sektorze finansowych, powstała oferta Idea Money. Do jej głównych zalet należy zaliczyć możliwość szybkiego otrzymania dostępu do środków i niższe koszty korzystania z usługi faktoringu w porównaniu do sięgania po produkty z banku.

Wystawiasz fakturę, otrzymujesz pieniądze

Co Idea Money zaproponowała swoim klientom w zakresie faktoringu? Cel tej usługi jest niezmienny, co oznacza, że przedsiębiorca może zamienić wystawione faktury na gotówkę. W tym przypadku Idea Money, jako faktor, wykupuje należności wynikające z wystawionych dokumentów ewidencjonujących sprzedane produkty lub usługi. Róż-

Firma, która posiada zobowiązania musi liczyć się z koniecznością ich regulowania w ustalonych terminach. Nie jest to możliwe, jeżeli jej kontrahenci zwlekają z płatnościami. Korzystanie z faktoringu pozwala mieć bieżący dostęp do środków.

Idea Money ma w swojej ofercie faktoring:

- pełny polegający na sfinansowaniu wierzytelności przez faktora. To również on przejmuje całe ry-

tego, który najlepiej odpowiada jego aktualnym potrzebom. W efekcie firma może się rozwijać, bo nie ma problemu z pozyskaniem środków.

wystąpić z wnioskiem o przyznanie mu np. kredytu, dzięki któremu sfinalizuje rozbudowę lub zmodernizuje swoją firmę. Usługa faktoringu dotychczas nie była usługą popularną. Co prawda, w 2015 r. według Polskiego Związku Faktorów cały rynek był wart prawie 150 mld zł, to jednak z takiej usługi korzystali wyłącznie duzi przedsiębiorcy. Dzięki wyjściu przez Idea Money naprzeciw przedsiębiorcom z sektora MSP, zmienia się ich podejście w stosunku do zarządzania należnościami. Wszystko po to, aby firma była jeszcze bardziej konkurencyjna, czyli lepiej niż dotychczas radziła sobie na rynku.

WYRÓŻNIENIA NAJLEPSZE PRODUKTY DLA MSP 2016

BANK

KONTO FIRMOWE GODNE POLECENIA

Bank Zachodni WBK

 Grupa Santander

Konto Firmowe Godne Polecenia zwalnia z opłaty za jego prowadzenie, jeśli wykona się co najmniej raz w miesiącu przelew do ZUS lub US. Dodatkowo, w pakiecie jest za darmo 25 przelewów elektronicznych oraz jeden rachunek walutowy. Dodatkowym udogodnie-

niem jest możliwość wykonywania większości zleceń zdalnie – przy użyciu komputera lub smartfona. Funkcjonalna i nowoczesna bankowość mobilna BZWBK24. Mini Firma daje możliwość dostępu do konta przez całą dobę i z każdego miejsca na świecie, wykonywania na-

tychmiastowych przelewów, zakupu dodatkowych produktów „NA KLIK”, czy też wymiany walut na platformie e-FX. Klient wykonujący obrót gotówkowy, ma również możliwość darmowego korzystania z bankomatów i wpłatomatów Banku Zachodniego WBK S.A.

FINANSOWANIE HANDLU ON-LINE W MILLENET DLA PRZEDSIĘBIORSTW

Millennium
bank

System bankowości internetowej Millenet dla Przedsiębiorstw udostępnia zaawansowany moduł finansowania handlu on-line. Umożliwia on klientom zarządzanie i monitorowanie przez Internet akredytyw dokumentowych, gwarancji bankowych oraz regwarancji na każdym eta-

pie ich realizacji – od momentu wprowadzenia zlecenia przez klienta aż do zamknięcia transakcji. Zapewnia on m.in. pełny dostęp do raportów transakcyjnych i statusów realizacji zleceń, waliduje dane na formularzach eliminując ryzyko wystąpienia błędów, pozwala na tworzenie

szablonów transakcji, a także tworzenie nowych zleceń na podstawie wcześniej wprowadzonych danych. Dodatkowo moduł ten posiada rozwiązanie umożliwiające opiniowanie/negocjowanie z bankiem on-line wzorów gwarancji przedstawionych przez klienta.

POŻYCZKA MSP



Bank Polski

Pożyczka MSP – elastyczna, szybka i prosta pożyczka dla firm, którą można przeznaczyć na dowolny cel związany z prowadzoną działalnością gospodarczą. Pozwala sfinansować inwestycje i bieżące wydatki oraz spłacić kredyty i pożyczki, zaciągnięte na rzecz pro-

wadzonej działalności. Maksymalna kwota Pożyczki MSP to 500 tys. zł, okres spłaty może sięgać nawet 60 miesięcy. Podjęcie decyzji przez bank i uruchomienie pożyczki może nastąpić w ciągu zaledwie jednego dnia. Pożyczka MSP może być uruchomiona jedno-

razowo albo w transzach. Klienci wybierają sposób spłaty – raty malejące lub równe. Zakres wymaganych dokumentów jest ograniczony do minimum – przedsiębiorcy nie muszą przedstawiać prognoz finansowych ani biznesplanu.



FAKTORING

IDEA PŁYNNOSCI

 IdeaMoney

Idea Płynności to produkt faktoringowy, który łączy w sobie możliwość finansowania faktur należnościowych oraz kosztowych. A to wszystko bez ograniczania proporcji tych limitów. Takie rozwiązanie, w prosty

i szybki sposób, pozwala pozyskać środki finansowe bez konieczności oczekiwania na wpłatę od kontrahentów, a jednocześnie zdobyć pieniądze na uregulowanie własnych zobowiązań wobec dostawców. Produkt

występuje również w wariantcie Idea Płynności Abonament – dzięki jednej, stałej opłacie abonamentowej firma ma stałe koszty, łatwe do zaplanowania.

FAKTORING NIEJAWNY

25 LAT  INDOS

Przedsiębiorca po zrealizowaniu zamówienia swojego odbiorcy, wystawia fakturę i przesyła ją do faktora - INDOS SA, który w ciągu 24 godzin wypłaca mu 80 proc. wartości faktury. Dzięki korzystaniu z faktoringu klient może zaoferować odbiorcy swoich produktów długi

termin płatności, jednocześnie nie czekając przez ten czas na zapłatę. Wiele firm nie może skorzystać z faktoringu, ponieważ ich odbiorcy nie wyrażają zgody na objęcie ich zobowiązań faktoringiem lub wpisują do umów zakaz przelewu wierzytelności. Faktoring niejawny to

usługa, która nie wiąże się z koniecznością uzyskania zgody, ani informowania kontrahenta o objęciu wierzytelności faktoringiem, a jednocześnie klient uzyskuje największą korzyść z tej usługi, jaką jest zapłata za fakturę w ciągu 24 godzin od jej wystawienia.

FAKTORING DLA KLIENTÓW MSP



Faktoring

PKO BP Faktoring to produkt faktoringowy zarówno z przejęciem ryzyka i bez przejęcia ryzyka dla Małych i Średnich Przedsiębiorców. Oznacza to, że przedsiębiorca MSP może sfinansować fakturę wystawioną z odroczonym terminem

płatności i uzyskać środki niemal natychmiast, natomiast ryzyko braku zapłaty przez odbiorcę ponosi PKO BP Faktoring. Produkt dla MSP bez ograniczeń dla formy prowadzenia działalności (uproszczona/pełna), bez ograniczenia dla górnej

kwoty limitu, z poziomem finansowania nawet do 100 proc., uproszczony proces wypłaty finansowania (bez dokumentacji do wykupu). Możliwe procesowanie w trybie tzw. szybkiej ścieżki z uproszczoną procedurą ubiegania się o limit.

UBEZPIECZENIA

EUROPOLISA



Europolisa to ubezpieczenie należności handlowych przeznaczone dla firmy rozpoczynającej działalność handlową lub prowadzącej ją na niewielką skalę. Europolisa jest rozwiązaniem, które chroni firmę przed ryzy-

kiem nieotrzymania płatności za fakturę zarówno w kraju, jak i za granicą. Europolisa zapewnia bezpieczeństwo poprzez ubezpieczenie należności od kontrahentów z 34 krajów europejskich, w tym Polski. Umoż-

liwia ubezpieczenie pojedynczego odbiorcy lub pojedynczej transakcji. Składka jest jedynym kosztem ubezpieczenia, a windykacja ubezpieczonych należności dokonywana jest całkowicie bezpłatnie.



UBEZPIECZENIE GRUPOWE NA ŻYCIE Z UBEZPIECZENIOWYMI FUNDUSZAMI KAPITAŁOWYMI (TRM14) DLA MAŁYCH, ŚREDNICH I DUŻYCH FIRM.

Grupowe ubezpieczenie na życie Nationale-Nederlanden to kompleksowa ochrona życia i zdrowia pracownika, jego małżonka, dziecka, która obejmuje świadczenia z tytułu dni spędzonych w szpitalu, świadczenia związane z przebyciem

operacji lub wystąpieniem poważnej choroby, świadczenia w razie niezdolności do pracy, trwałego inwalidztwa, trwałego uszczerbku na zdrowiu oraz rozbudowaną ochronę na wypadek nowotworu. Nowością jest pakiet CARDIO,

który kompleksowo zabezpiecza życie i zdrowie klientów na wypadek chorób serca, dodatkowo ubezpieczony ma możliwość skorzystania ze specjalnego pakietu Programu Teleopieki Kardiologicznej.



WARTA EKSTRABIZNES PLUS

Ubezpieczenie WARTA EKSTRABIZNES PLUS to jeden z najszerszych zakresowo pakietów ubezpieczeń dla małych i średnich przed-

siębiorstw. Klient w ramach pakietu płaci tylko za ochronę, której potrzebuje. W ofercie do wyboru są 4 rodzaje wariantów, można je do-

datkowo rozszerzyć poprzez włączenie 20 klauzul, w przypadku ubezpieczenia mienia oraz 17 klauzul w przypadku ubezpieczenia OC.



WINDYKACJA



MONITORING FAKTUR

Monitoring faktur w Systemie Zarządzania Należnościami Rozważna Firma to kompleksowe narzędzie, które pozwala nie tylko na przyspieszenie spływu należności od kontrahentów, ale także umożliwia całościowe spojrzenie na stan finansów firmy. Dzięki łatwej integra-

cji z programem finansowo-księgowym, system w czytelny sposób przedstawi aktualny stan należności oraz umożliwi użytkownikowi zdefiniowanie scenariuszy automatycznej wysyłki przypomnień o zapłacie w formie wiadomości tekstowych (e-mail, sms) i głosowych (vms).

Już po kilku tygodniach korzystania z monitoringu użytkownik dowiaduje się jak długo musi czekać na wpłaty od poszczególnych klientów, którzy z nich mają problemy z terminowym regulowaniem zobowiązań i co może zrobić, aby przyspieszyć spływ należności.



WINDYKOMAT

Windykomat jest pierwszą i jedyną na rynku aplikacją służącą odzyskiwaniu należności od dłużników, dedykowaną sektorowi MSP. Aby rozpocząć proces windykacji wystarczy dowolne urządzenie mobilne lub komputer i połączenie z internetem. Aplikacja umożliwia zlecenie windykacji na koszt dłużnika

w trybie Standard lub Ekspres. Wybór opcji ekspresowej gwarantuje kontakt z dłużnikiem w ciągu zaledwie 30 minut od chwili elektronicznego złożenia zlecenia, co znacznie zwiększa skuteczność. Współpraca odbywa się on-line, nie wymaga podpisywania umów i przesyłania oryginałów dokumen-

tów. Każdy klient posiada dostęp do indywidualnego Panelu Klienta, w którym może w czasie rzeczywistym śledzić efekty podejmowanych czynności windykacyjnych – wskaźnik skuteczności, notatki windykatorów, informacje o wpłatach dłużnika, rekomendacje dalszych działań.



USŁUGA – ODZYSKIWANIE OPŁAT PÓŁKOWYCH OD SIECI HANDLOWYCH

Wertus Profesjonalna Windykacja Sp. z o.o. specjalizuje się w odzyskiwaniu nienależnie pobranych, przez sieci super hipermarketów, innych

niz marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Mimo że procedura odzyskania opłat półkowych jest dosyć złożona i wymaga pewnego

wkładu energii i nakładów finansowych, to odzyskiwanie opłat półkowych kończy się z reguły sukcesem dostawców.

LEASING

BMW COMFORT LEASE

BMW Financial Services
Polska



BMW Comfort Lease to produkt oparty na leasingu operacyjnym, charakteryzującym się wysoką wartością końcową samochodu. Jego najważniejszą cechą jest elastyczność w zakresie dostosowywania parametrów leasingu do potrzeb przedsiębiorców, co wpisuje się w coraz silniejszy trend indywidualizacji roz-

wiązań dla firm. Comfort Lease dedykowany jest przede wszystkim przedsiębiorcom ceniącym sobie komfort i wygodę, cyklicznie wymieniającym użytkowane pojazdy. Niskie miesięczne raty pozwalają utrzymać płynność finansową bez obciążania bilansu przedsiębiorstwa. Pod koniec umowy klient

ma możliwość wyboru: może pojazd zwrócić do BMW Financial Services, wykupić za gotówkę lub kontynuować finansowanie. Co ważne, zwrot pojazdu możliwy jest bez względu na ewentualny spadek cen samochodów używanych.

LEASING Z DOFINANSOWANIEM Z EBI



EBI Leasing to rozwiązanie przeznaczone dla małych i średnich firm. Zakresem finansowania objęte są projekty oparte o inwestycje realizowane w sektorze usług, przemysłu oraz rolnictwa. Produkt jest rozwiązaniem wypracowanym przez Bank BGŻ BNP Paribas S.A.

we współpracy Europejskim Bankiem Inwestycyjnym i charakteryzuje się obniżeniem kosztów finansowania w stosunku do standardowej oferty.

Co można leasingować? Środki transportu, maszyny i urządzenia, nieruchomości. EBI

Leasing skierowany jest do firm spełniających kryteria dla przedsiębiorstwa SME wg definicji EBI tj.: zatrudniających do 249 pracowników oraz spełniających kryteria dla przedsiębiorstwa MIDCAP wg definicji EBI tj.: zatrudniających od 250, lecz poniżej 3000 pracowników.

DUCATO LEASING ELASTYCZNY



Oferta Ducato Leasing Elastyczny to leasing operacyjny na finansowanie zakupu nowych samochodów Fiat Ducato dostępnych w Salonach sieci Fiat Professional. Na ofertę składa się: atrakcyjny całkowity koszt leasingu, niskie raty leasingowe, finansowanie ubezpiecze-

nia GAP, procedura uproszczona (oświadczenie dotyczące wyników finansowych) od 10 proc. opłaty wstępnej, brak wymogu przedstawiania zaświadczeń US, ZUS oraz dokumentów rejestrowych, wszystkie formalności w salonie, atrakcyjne pakiety ubezpieczeń komunikacyj-

nych, elastyczność spłat: w każdym momencie trwania umowy leasingobiorca może przełożyć jedną miesięczną spłatę raty leasingowej w ciągu roku, bez ponoszenia żadnych dodatkowych kosztów – suma spłat i odsetek pozostaje na pierwotnym poziomie.



OPIEKA MEDYCZNA



OFERTA DLA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW

Program opieki medycznej dla małych i średnich przedsiębiorstw, to propozycja dla firm zatrudniających od 3 do 20 osób. Dostępne są cztery alternatywne programy opieki medycz-

nej różniące się ceną i zakresem. W ramach oferty zapewniona jest kompleksowa opieka wszystkim pracownikom, od podstawowego pakietu medycznego, zawierającego usługi,

z których pacjenci najczęściej korzystają, aż po pakiet obejmujący hospitalizację, ubezpieczenie zagraniczne, leczenie stomatologiczne, rehabilitację i operacje Chirurgii Jednego Dnia.

PAKIETY MEDYCZNE DLA FIRM OD 3 DO 30 PRACOWNIKÓW



W odpowiedzi na zróżnicowane potrzeby klientów w ofercie LUX MED do wyboru jest 5 pakietów medycznych, w tym 2 w opcji „niskie opłaty, małe dopłaty”, które zapewniają redukcję kosztów (pracodawca

opłaca pracownikowi abonament medyczny, zapewniając mu dostęp do specjalistycznej opieki, a pacjent – pracownik, dopłaca niewielką kwotę za zrealizowaną usługę). Pakiety dostępne są również dla rodzin pra-

cowników. W ramach pakietu dostępnych jest 90 placówek własnych marki LUX MED i Medycyny Rodzinnej oraz nawet ponad 1000 placówek współpracujących.

OPIEKA MEDYCZNA DLA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW – PAKIETY ZDROWIE



Medicover oferuje 7 programów opieki medycznej do wyboru dla klientów z sektora MSP. W pakietach dostępne są opcje opieki podstawowej, medycyny pracy, poprzez konsultacje specjalistyczne, diagnostykę, stoma-

tologię i rehabilitację, a na opiece szpitalnej kończą. Pacjentom oferowane są również porady medyczne (wizyty w placówkach medycznych, e-wizyty -czaty, wideo, audio, telefoniczne porady medyczne). Każda firma

z sektora MSP może liczyć również na pomoc opiekuna biznesowego, który koordynuje współpracę, a także aplikację e-Member – autorski program zwiększający komfort współpracy z Medicover.

OPROGRAMOWANIE

ARCUS KYOCERA MDS



Arcus Kyocera MDS to kompleksowy system zarządzania obiegiem dokumentów, który optymalizuje cały proces produkcji dokumentów – od zadania wydruku/kopii, poprzez proces archiwizacji, przepływ pracy, bezpieczeństwa danych i wpływ na środo-

wisko naturalne. Arcus Kyocera MDS występuje m.in. w pakietach funkcjonalnych: Arcus Saver (rozwiązania zorientowane na oszczędności), Arcus Comfort (rozwiązania ułatwiające pracę użytkownikom) i Arcus Security (pakiet związany z bezpieczeń-

stwem dokumentów). Arcus Kyocera MDS opiera się o drukarki i urządzenia wielofunkcyjne Kyocera, a także oprogramowanie – zarówno Kyocera, jak i autorskie rozwiązania Arcus.

REWIZOR NEXO



Rewizor nexo wspiera księgowych na każdym etapie pracy: od zarządzania planami kont, dekretacji i księgowania, poprzez ewidencje VAT, pojazdów, umów i płac, obsługę środków trwałych, po wystawianie deklaracji skarbowych, operacje kasowe i operacje

na rachunkach bankowych oraz ewidencjonowanie i rozliczanie rozrachunków. Mimo bogatej funkcjonalności wyróżnia się prostą, intuicyjną obsługą. Rewizor nexo jest częścią InsERT nexo – zintegrowanego pakietu, w którego skład wchodzi również:

Subiekt nexo – system obsługi sprzedaży i gospodarki magazynowej, Rachmistrz nexo – program do prowadzenia uproszczonej księgowości, Gratyfikant nexo – system kadrowo-płacowy oraz Gestor nexo – system zarządzania relacjami z klientami.

SAGE E-AUDYTOR



Sage e-Audytora to platforma, dzięki której można weryfikować poprawność danych wygenerowanych w Jednolitym Pliku Kon-

trolnym. Rozwiązanie jest przeznaczone dla wszystkich przedsiębiorstw, bez względu na rodzaj używanego oprogramowania, wielkość

firmy czy branżę. Sage e-Audytora jest dostępny w wersji online oraz jako rozwiązanie osadzone na serwerach przedsiębiorstwa.



KARTA PALIWOWA



BP PLUS

BP PLUS zapewnia pełne bezpieczeństwo, kontrolę wydatków oraz wygodę korzystania ze wszystkich stacji paliw zrzeszonych w porozumieniu Routex, czyli BP, Aral, Statoil,

OMV i Eni. Zalety karty BP PLUS to zasięg ponad 18 000 stacji w Europie i ponad 800 w Polsce, pełny obraz wszystkich transakcji 24 h, elektroniczny system akceptacji kart,

kompleksowa pomoc w zarządzaniu flotą, via-TOLL – prosty sposób na korzystanie z systemu opłat drogowych w Polsce.

KARTA FLOTOWA MOYA FIRMA



Karty paliwowe sieci stacji MOYA działają w trybie online (bezpieczeństwo transakcji oraz są spersonalizowane (limity dzienne transakcji/litrów). Dostępny jest również podgląd video tankujących kierowców, do-

datkowo można liczyć na całodobową pomoc technika. Przez pierwsze nie ponosi się kosztów za prowadzenie karty, potem 10 zł od karty za ponowne jej wyrobienie przy przedłużeniu umowy. Rozliczanie płatno-

ści: a) karty gotówkowe b) karty kaucyjne c) karty bezgotówkowe. Limity przyznawane są na podstawie oceny aktualnych dokumentów finansowych klienta.

KARTA UTA O PEŁNYM ZAKRESIE USŁUG.



OD 20 LAT
W POLSCE

Karta UTA Full Service Card umożliwia, na zasadzie opłat bezgotówkowych, na terenie całej Europy, północnej Afryki i części Azji, pełen serwis niezbędny pojazdowi w drodze: pełne zaopatrzenie w paliwa i smary, naprawy serwisowe, pomoc

drogową, serwis ogumienia oraz urządzeń chłodniczych, opłaty promowe, pełen zakres mycia i czyszczenia pojazdów, płaty autostradowe, drogowe, opłaty za tunele i mosty, transport kombinowany drogowo-kolejowy, konwojowanie na

Białorusi, odprawy graniczne. Dodatkowa opcja to karta z ograniczonym zakresem usług – UTA Diesel Card, którą można płacić za tankowania oraz, tam gdzie jest możliwe, uiszczając opłaty autostradowe, drogowe i opłaty za tunele i mosty.

TRANSPORT

TARGO ON-SITE

DACHSER
Intelligent Logistics

Targo on-site, targo on-site plus i targo on-site premium to nowe rozwiązania, wprowadzone przez Dachser w 2015 rok, dedykowane dystrybucji do klienta końcowego – osób prywatnych lub firm – w uprzednio uzgodnionym z odbiorcą terminie. Wszystkie produkty targo on-site obejmują zarządzanie zwrotami, oraz w przypadku targo on-site plus rozładun-

ek i dostawę do uzgodnionego miejsca, a dla targo on-site premium także możliwość skorzystania z usług dodanych, które są świadczone przez kuriera lub pracownika, jak chociażby rozpakowanie przesyłki, montaż czy instalacja. W targo on-site czas dostawy do oddziału końcowego jest analogiczny jak dla produktu targo speed (od 1 do 3 dni),

a następnie, po telefonicznym uzgodnieniu, dostawa jest realizowana w godzinach porannych lub popołudniowych. W przypadku targo on-site plus dostawy odbywają się też w godzinach wieczornych oraz w soboty. Produkt targo on-site premium jest dostępny dla dostaw do DE, AT, a pozostałe także do CZ, LU, BE i NL.

KN FREIGHTNET


KUEHNE+NAGEL

KN FreightNet to internetowy system, pozwalający na uzyskanie oferty oraz zamówienia transportu w zaledwie 30 sekund. Wycena bazuje na podaniu kilku prostych danych, takich jak miejsce odbioru, adres dostarczenia towaru, waga i ilość towaru. Intuicyjny i pro-

sty w użyciu system ułatwia podejmowanie działań biznesowych, poprawia efektywność planowania oraz pomaga zwiększyć produktywność. KN FreightNet – usługa działa dla spedycji lotniczej jak i również spedycji morskiej. Poprzez wykorzystanie narzędzia KN

FreightNet, klienci mogą uzyskać wycenę online w eksporcie i imporcie ładunków w zaledwie kilka sekund i złożyć zamówienie szybciej, niż kiedykolwiek. Nie jest również wymagana wcześniejsza rejestracja, gdyż dostęp do platformy może mieć każdy.

TRANSPORT SPECJALISTYCZNY PŁYNNYCH PALIW ORAZ GAZU LPG, PŁYNNYCH ŚRODKÓW CHEMICZNYCH, PŁYNNYCH MAS BITUMICZNYCH ORAZ PŁYNNYCH PRODUKTÓW SPOŻYWCZYCH


TPG
TRANS POLONIA GROUP

Grupa Kapitałowa Trans Polonia (TPG) jest specjalistycznym operatorem transportowo-logistycznym świadczącym usługi w zakresie transportu: płynnych paliw, benzyn, oleju napędowego oraz gazu (LPG), płynnych środków chemicznych, płynnych mas bitumicznych oraz płynnych produk-

tów spożywczych. Współpraca na tym wyspecjalizowanym rynku MSP oparta jest przede wszystkim na najwyższej jakości oferowanych usług, renomie dostawcy oraz umiejętności zbudowania wzajemnego zaufania. Trans Polonia spełnia wszelkie standardy branży począwszy od konwencji ADR

do certyfikatów ISO 9001:2008 oraz SQAS. Firma sukcesywnie inwestuje w nowoczesny sprzęt do przewozu płynnych surowców oraz paliw, rozbudowując flotę do ponad 500 drogowych zestawów cysternowych. Grupa stworzyła bardzo elastyczny model międzynarodowego przedsiębiorstwa.



FLOTA


ALD
Automotive

WYNAJEM DŁUGOTERMINOWY DLA MSP

ALD Automotive ma do zaoferowania kompleksowy i elastyczny produkt – wynajem długoterminowy dla MSP. Produkt jest połączeniem leasingu operacyjnego z wysokim wykupem z pakietem usług dodatkowych, które mają na celu obniżenie kosztów eksploatacji.

W ramach wniesionej opłaty klient otrzymuje opiekę w zakresie rejestracji samochodu, ubezpieczenia, obsługi serwisowej oraz wsparcia assistance. ALD Automotive oferuje również możliwość wypożyczenia nowego pojazdu, zaraz po zwróceniu poprzedniego. Dzięki po-

mocy doświadczonych konsultantów, klienci mogą dopasować model floty oraz parametry kontraktów do swojej działalności. Wynajem długoterminowy to dobra alternatywa dla leasingu, a w szczególności dla firm z sektora MSP.

WYNAJEM DŁUGOTERMINOWY POJAZDÓW


ARVAL
GRUPA CREDIT AGRICOLE

Wynajem długoterminowy jest aktualnie najbardziej kompleksowym rozwiązaniem finansowania pojazdów firmowych. Poza sfinansowaniem pojazdu klient otrzymuje pełen pakiet usług dodatkowych takich jak m.in. obsługa serwisowa, ubezpieczenie, zakup i wymiana opon, assi-

stance oraz samochód zastępczy. Wszelkie obowiązki administracyjne związane z pojazdami spoczywają na firmie co znacznie zmniejsza zaangażowanie po stronie klienta. Stosowane są uproszczone procedury, które ułatwiają dostęp do usługi oraz skracają czas ich realizacji. Dzięki

aplikacjom internetowym oraz mobilnym umożliwia się klientom MSP, łatwy i szybki dostęp do wszelkich szczegółów dotyczących wynajmowanego pojazdu, sieci serwisowej, historii auta, a co najważniejsze zapewnia błyskawiczny kontakt z dedykowanym opiekunem klienta.

WYNAJEM DŁUGOTERMINOWY SAMOCHODÓW


CAREFLEET
GRUPA CREDIT AGRICOLE

Carefleet oferuje wynajem długoterminowy, który jest optymalnym rozwiązaniem dla firm z sektora MSP. Rozwiązanie, które proponuje Carefleet pozwala zminimalizować nakłady finansowe oraz czas, który poświęcony był na zarządzanie flotą. Opłaty, które trzeba ponieść

w związku z korzystaniem z usług firmy zewnętrznej to oprócz finansowania aut, koszt serwisu mechanicznego, sezonową wymianę opon oraz ubezpieczenie. W związku z tym, że pojazd nie jest wykazany w księgach rachunkowych, prawo do odpisu amortyzacyjnego pozostaje

po stronie Carefleet. Swoją pomocą służą wyspecjalizowani eksperci Carefleet, którzy są wsparciem dla klientów szczególnie tych nowych. Na wsparcie serwisu klienci mogą liczyć 7 dni w tygodniu 24 godziny na dobę. Jest to idealne rozwiązanie dla średnich i małych firm.

E-medycyna – dwie minuty to majątek

W najbliższych latach czeka nas mała rewolucja, która dotknie praktycznie każdego. Wprowadzany jest obowiązek prowadzenia dokumentacji medycznej w formie elektronicznej.



Tomasz Judycki

W dużych szpitalach i przychodniach ten proces właśnie następuje, są wdrażane systemy informatyczne, natomiast stopień z informatyzowania małych placówek opieki zdrowotnej najczęściej jest zerowy: terminarz wizyt prowadzony jest w zeszytach w kratkę, dokumentację medyczną prowadzi się długopisem na papierze, leki sprawdza się w książce. Weryfikacja uprawnień pacjenta, czyli eWUŚ, jest możliwa tylko elektronicznie, więc jeśli jest potrzebna, to używa się w tym celu darmowej aplikacji na smartfonie.

Informatyk pilnie potrzebny

Ta informatyczna pustynia zostanie w pełni zagospodarowana w ciągu najbliższych 2-3 lat, więc ten rynek właśnie się rozwija i może stać się prawdziwą „turbina” w branży IT. Poza wspomnianym systemem eWUŚ wkrótce zwolnienia lekarskie będą wystawiane tylko elektronicznie, być może już w 2017 roku, w następnej kolejności zapowiadane jest wdrożenie elektronicznych recept. Świadomość nieuchronności tego procesu jest już powszechna wśród personelu medycznego. Upowszechnia się też zlecenie badań i odbieranie wyników przez Internet – w szczególności duże sieciówki laboratoryjne (Alab, Diagnostyka, Synevo itd) promują to rozwiązanie. Mała placówka opieki zdrowotnej nie zatrudni informatyka na etacie, a lekarz nie będzie samodzielnie instalował Windowsów, podłączał drukarki ani konfigurował systemu informatycznego. Każda taka placówka ma lub będzie miała „pana od komputerów”, który przyjedzie, naprawi, doradzi co kupić, zainstaluje, podłączy, uruchomi itd. Warto stać się takim zaufanym „pa-

nem od komputerów” – niezależnie od tego, czy prowadzi się niewielką firmę usługową czy dużą, krajową sieć sprzedaży. W tej branży bezpośredni kontakt z klientem jest bardzo istotny.

Warto wiedzieć, że samodzielne stworzenie oprogramowania choćby dla małej przychodni może wydawać się proste, ale przerasta możliwości niedużej firmy, chociażby ze względu na konieczność wykonania licznych i złożonych interfejsów z wieloma zewnętrznymi systemami: rozlicze-

Oszczędność czasu

Warto wiedzieć, że samodzielne stworzenie oprogramowania choćby dla małej przychodni może wydawać się proste, ale przerasta możliwości niedużej firmy, chociażby ze względu na konieczność wykonania licznych i złożonych interfejsów z wieloma zewnętrznymi systemami: rozlicze-

nia z NFZ, elektroniczne zwolnienia w ZUS, dokumentacja medyczna w formacie HL7 CDA, integracja z laboratoriami i pracownikami diagnostyki obrazowej itd. W zakresie oprogramowania lepiej skorzystać z programu partnerskiego. Kilka poważnych firm, działających na tym rynku, oferuje takie programy partnerskie. Trzeba pamiętać o tym, że lekarz ma dwa kluczowe zasoby: wiedzę i czas. W kwestii wiedzy lekarza branża IT nie pomoże, natomiast w kwestii czasu można wiele zrealizować: jeśli lekarz oszczędzi 2 minuty na pacjenta dzięki elektronicznym receptom, jeśli będzie mógł sprawdzić na smartfonie jak wygląda terminarz wizyt na jutro, jeśli nie będzie musiał zaprzętać sobie głowy rozliczeniami z NFZ, aktualizacją oprogramowania, konfiguracją, backupem, bezpieczeństwem, zepsutą myszką, wyczerpanym tonerem w drukarce, bo to wszystko załatwi mu integrator to na pewno chętnie skorzysta z takich usług.

Autor jest wiceprezesem Atende Medica Sp. z o.o., prezesem zarządu Polskiej Izby Informatyki Medycznej oraz przewodniczącym Komisji Rewizyjnej Polskiego Stowarzyszenia HL7



Tekst promocyjny

Co zrobić, by pewnie przygotować firmę do e-kontroli podatkowych?

W pierwszym obowiązkowym terminie wysyłek raportów VAT JPK (25 sierpnia) złożyło je ok. 5 700 podmiotów. Nie obyło się jednak bez problemów. **Ankieta Sage wśród przedsiębiorców wykazała, że nawet 60% plików kontrolnych mogło zawierać błędy.** Niemal połowa podatników przyznała, że brakuje im pewności, czy wygenerowane (i przekazane fiskusowi) pliki nie zawierają błędów.

By być pewnym, że do urzędu skarbowego wysyłamy prawidłowe informacje, najlepiej przetestować pliki JPK na platformie Sage e-Audytor. Platforma tym różni się od zblizonego rozwiązania udostępnionego przez resort finansów, że poza sprawdzeniem zgodności technicznej, analizuje także JPK pod względem spójności danych. Innymi słowy – Sage e-Audytor umożliwia sprawdzenie, czy w rachunkach firmy wszystko gra.

Coraz mniej czasu na przygotowanie firmy do e-kontroli

Proces implementacji JPK w firmach nie dla każdego jest łatwy, prosty i przyjemny. Z badań Sage wynika, że dla niemal połowy firm (47%) dużym wyzwaniem był krótki czas na przygotowanie do nowych wymogów. Warto tu wspomnieć, że w przypadku kolejnej grupy przedsiębiorców zobligowanych do raportowania w formie JPK - małych i średnich

firm - czas ten także kurczy się w dramatycznym tempie. Do raportowania ewidencji VAT JPK muszą być one gotowe za niewiele ponad 3 miesiące.

Niezbędne wsparcie przy procesach JPK

Obowiązek składania raportów VAT JPK dla małych i średnich firm wchodzi 1 stycznia 2017 r., a pierwsze raporty muszą być przesłane 25 lutego. **Firmy, które nie będą gotowe na czas muszą liczyć się z dotkliwymi karami finansowymi.** Niedotrzymanie tego terminu może być potraktowane jako naruszenie obowiązku podatkowego. Zgodnie bowiem z art. 80 Kodeksu karnego skarbowego, raporty JPK są zakwalifikowane jako informacje podatkowe. Niedotrzymanie terminu ich przesłanie może być uznane za przestępstwo skarbowe lub wykroczenie skarbowe.

Nic dziwnego zatem, że zdecydowana większość przedsiębiorstw przyznała, że przygotowanie, wdrożenie i obsługa procesów związanych z JPK wymagało wsparcia zewnętrznego. Oznacza to, że firmy nie są w stanie poradzić sobie z tak skomplikowanym procesem. Ogromna liczba podmiotów, których obowiązek JPK obejmie od nowego roku może sprawić, że już im bliżej tego terminu, tym trudniej będzie im znaleźć odpowiedniego partnera do wsparcia tego procesu.

Ogólnopolska Infolinia JPK tel. 22 417 93 01

sage e-Audytor



Co możesz zrobić dzięki Sage e-Audytor

- ✓ Przetworzyć nieczytelny plik .xml w postać możliwą do odczytania
- ✓ Zweryfikować poprawność danych zawartych w pliku JPK – dzięki temu unikniesz problemów w kontakcie z urzędem skarbowym
- ✓ Znaleźć błędy i obszary ryzyka podatkowego
- ✓ Porównać dane z pliku JPK VAT z deklaracją VAT-7, którą musisz składać każdego miesiąca
- ✓ Dotrzeć do czytelnych diagramów wykresów obrazujących kondycję finansową Twojej firmy

Zdrowy pracownik w interesie wszystkich

Zdrowie osób pracujących jest tematem tyleż istotnym, co niedocenianym. W dyskusji publicznej podnoszone są najczęściej tematy zdrowia i dostępu do leczenia osób starszych, opieka medyczna nad dziećmi i niepełnosprawnymi, problemy chorób rzadkich itp.



Dorota M. Fal

nosić 51 lat, dla porównania w 2015 mediana wynosiła 38. Problem starzenia się społeczeństwa dotyczy dziś większości państw Unii Europejskiej i jest jednym z głównych wyzwań dla polityki gospodarczej tych krajów i przekłada się na funkcjonowanie wszystkich przedsiębiorstw.

zerwalnie wiąże się zapewnienie pracownikom odpowiedniej edukacji, profilaktyki i opieki zdrowotnej. Z wyżej wymienionych powodów nie mogą oni polegać w pełni na funkcjonującym publicznym systemie ochrony zdrowia. Nie pełni tej roli obowiązkowa medycyna pracy, która, co do zasady, ogranicza się do orzecznictwa dotyczącego przydatności zawodowej. Jednocześnie dla pracowników jest to często jedyny kontakt z lekarzem, a wymagane przepisami prawa badania wstępne,

wśród dużych pracodawców i zdecydowanie maleje w średnich i małych przedsiębiorstwach. Powodem tego nie jest brak świadomości „małych pracodawców”, ale uwarunkowania ekonomiczne i brak wsparcia dla nich ze strony państwa.

Prywatnie znaczy lepiej

Dlatego perspektywnym kierunkiem w poszukiwaniach możliwych rozwiązań systemowych mogą tu być ubezpieczenia medyczne dla pracujących. Rzecz jasna, jednym

temu ochrony zdrowia, a co za tym idzie – zmniejszenie kolejek do lekarzy dla wszystkich pacjentów. Lepszy stan zdrowia pracowników to również dużo mniejsze koszty pośrednie związane z obniżoną wydajnością pracowników obecnych w pracy. W raporcie z 2013 roku firma doradczą Ernst&Young wykazała, że koszty pośrednie związane z prezenteizmem dla samej grypy sezonowej to około 280 mln zł rocznie. Międzynarodowe badania przeprowadzone przez Praco-

Osoby pracujące nie są postrzegane jako interesariusz i wyzwanie dla ochrony zdrowia. Tymczasem dbałość o ich zdrowie jest kluczowym elementem funkcjonowania społeczeństwa zarówno w wymiarze makro jak i mikroekonomicznym. Należy pamiętać, że wielkość produkcji w gospodarce, czyli produkt krajowy brutto (PKB), zależy w prosty sposób od trzech elementów: przeciętnej wydajności pracy, udziału osób pracujących w ludności w wieku produkcyjnym oraz liczby osób w wieku produkcyjnym.

Prezenteizm

Takie samo przełożenie ma zdrowie pracownika na funkcjonowanie przedsiębiorstwa – zarówno dużych jak i średnich i mikro. Problemy zdrowotne pracowników przekładają się na wiele problemów pracodawcy – począwszy od kłopotów związanych z absencją lub tzw. „prezenteizmem”, czyli obecnością pracownika w pracy pomimo choroby. Możemy do nich zaliczyć koszty zwolnień, zastępstwa, spadek produktywności, straty w produkcji, wynikające z nieobecności pracownika w pracy, obniżenie produktywności związanej ze złym samopoczuciem lub chorobą osoby obecnej w pracy, stratę produkcji spowodowaną trwałą niezdolnością do pracy, zgonem, czy koszty opieki nieformalnej. W przeprowadzonym badaniu fokusowym dotyczącym medycyny pracy to właśnie pracodawcy z małych i mikro przedsiębiorstw podkreślali rolę opieki zdrowotnej nad pracownikiem i przekładanie się problemów zdrowotnych pracowników na ogólne funkcjonowanie firmy. Jednocześnie badania stanu zdrowia osób aktywnych zawodowo pokazują, że oczekiwana długość życia w pełnym zdrowiu jest niższa niż granica wieku emerytalnego. Raporty GUS pokazują jednocześnie drastyczny wzrost liczby osób deklarujących istnienie choroby przewlekłej pomiędzy grupami osób w wieku 30-39 a 50-59 lat. Należy mieć na uwadze fakt, że społeczeństwo polskie starzeje się w szybszym, niż większość państw europejskich, tempie. Według szacunków Banku Światowego w 2050 r. mediana wieku w Polsce będzie wy-



Państwowa służba zdrowia kuleje

Jednocześnie Polacy bardzo surowo oceniają stan państwowej opieki zdrowotnej, co potwierdzają fakty. Według najnowszego raportu Euro Health Consumer Index 2015, Polska zajmuje niechlubne 34 miejsce na 35 badanych krajów europejskich pod kątem jakości publicznych systemów ochrony zdrowia. Jednym z istotniejszych czynników podlegających analizie jest dostęp do świadczeń medycznych i lekarzy specjalistów, który w naszym kraju jest mocno ograniczony. Ograniczenia te dotyczą najmocniej osoby nie dysponujące wolnym czasem, czyli aktywne zawodowo. Dla większości pracodawców oczywiste jest, że z koniecznością utrzymania odpowiedniego poziomu produktywności pracowników, przy jednoczesnych zmianach demograficznych, niero-

okresowe lub kontrolne czasami pozwalają zweryfikować ogólny stan zdrowia pracowników i wykryć objawy chorób. Tym samym, zdaniem wielu pracodawców, już teraz medycyna pracy w okrojonej formie zastępuje kulejącą w Polsce profilaktykę. Mając na uwadze powyższe należy rozważyć rozbudowanie opieki nad pracownikiem do stworzenia systemowego rozwiązania, które obejmie działaniami profilaktycznymi oraz zwiększy dostępność do świadczeń medycznych dla pracowników. W chwili obecnej wielu pracodawców samodzielnie podejmuje działania prozdrowotne w stosunku do swoich pracowników. Wśród tych działań szczególne miejsce zajmują pakiety ubezpieczeń czy abonamenty zdrowotne. Jednakże częstość wykupowania tych świadczeń jest znacząco większa

z pierwszych pytań jakie się pojawi będzie to źródło finansowania. Zgodnie z koncepcją zbudowania systemu opieki zdrowotnej nad pracownikiem i zmiany koncepcji medycyny pracy z orzeczniczej w kierunku profilaktycznej, należałoby przyjąć, że z jednej strony to właśnie pracodawcy będą beneficjentami, a z drugiej strony poniosą koszty wdrożenia tego rozwiązania. Jednak aby mogli oni w pełni zaakceptować taki model, należy odpowiednio przeanalizować jego wpływ na konkurencyjność przedsiębiorstw oraz niezbędne wsparcie państwa dla przedsiębiorstw. Istotnym jest fakt, że systemowe rozwiązanie tego problemu w efekcie może przynieść korzyści wszystkim grupom społecznym. Oznacza to bowiem stworzenie dodatkowego źródła finansowania dla całego sys-

temu ochrony zdrowia, a co za tym idzie – zmniejszenie kolejek do lekarzy dla wszystkich pacjentów. Lepszy stan zdrowia pracowników to również dużo mniejsze koszty pośrednie związane z obniżoną wydajnością pracowników obecnych w pracy. W raporcie z 2013 roku firma doradczą Ernst&Young wykazała, że koszty pośrednie związane z prezenteizmem dla samej grypy sezonowej to około 280 mln zł rocznie. Międzynarodowe badania przeprowadzone przez Praco-