

NAGRODY

# NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU



Najlepszy produkt dla biznesu, czyli jaki? Przed odpowiedzią na to pytanie niejednokrotnie stają zarządy i działy kreatywne firm z najróżniejszych branż. Stajemy i my jako redakcja, kiedy spośród ogromu ofert dostępnych na rynku mamy wybrać te, które zostaną wyróżnione w cyklicznym plebiscycie Gazety Finansowej. Jak tego dokonujemy? Redakcja otrzymuje zgłoszenia w kilkunastu kategoriach, które później analizujemy, pogłębiając zawartą w nich wiedzę o informację dostępne na stronach i forach

internetowych. Na podstawie zebranych wiadomości wyłaniamy ścisłą czołówkę, której ofertę możecie Państwo przeanalizować sami. Mamy nadzieję, że produkty przez nas wyróżnione są Wam znane a jeśli nie, będziecie mieli możliwość je przetestować w swoich przedsiębiorstwach. Tradycyjnie też już do komentowania tendencji zaprosiliśmy ekspertów, których wiedza pozwoli Państwu zrozumieć zasady, jakimi rządzi się budowanie produktów dla biznesu w poszczególnych segmentach rynku.

## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

## NAGRODZONE PRODUKTY

## BANK

## KREDYT UNIA BIZNES

Kredyt Unia Biznes przeznaczony jest dla przedsiębiorców, którzy chcą współfinansować inwestycje z funduszy unijnych, zarówno w ramach regionalnych, jak i krajowych programów operacyjnych. Kredyt może być udzielony na 15 lat, dostępny jest w 3 walutach – PLN, USD, EUR. Kredytem Unia Biznes można finansować do 100 proc. wartości inwestycji unijnej przy zachowaniu wymaganych

przez bank form zabezpieczeń. Maksymalna kwota kredytu wyznaczana jest w procesie oceny zdolności kredytowej, minimalna zaś wynosi 20 tysięcy złotych. Przedmiotem inwestycji mogą być nie tylko środki trwałe, ale i wartości niematerialne i prawne. Karencja w spłacie kapitału wynosi do 2 lat. Istnieje również możliwość zwolnienia z prowizji za wcześniejszą spłatę, w przypadku gdy wcześniejsza

spłata całości lub części kredytu nastąpiła ze środków uzyskanych z dotacji. Bank, znając specyfikę procesu starania się o środki unijne, akceptuje wzory dokumentów wymaganych przez organizatora konkursu unijnego. Bank BPS przewidział również w swoich procedurach aż 9-miesięczny okres ważności promesy kredytowej, która niejednokrotnie poprzedza zawarcie umowy kredytowej z klientem.



## OFERTA POWITALNA „KONTO BIZNES Z LEASINGIEM”

Credit Agricole opłaci raty leasingu swoich klientów. Właściciele firm, którzy nie mają jeszcze konta w banku Credit Agricole, mogą wybrać jeden z trzech dostępnych wariantów Konta Biznes: Sonata, Symfonia lub Solista, w zależności od potrzeb swojej firmy. We wszystkich trzech wariantach

bank zapewnia opiekę doradcy klienta biznesowego w każdej placówce, kartę Visa Business Debit bezpłatnie przez pierwsze trzy miesiące, 100 bezpłatnych przelewów miesięcznie oraz darmowe przelewy w automatycznym serwisie telefonicznym CA24. Przez pierwszy rok nowi klienci korzystają

z Konta Biznes całkowicie bezpłatnie. Ponadto bank spłaca ostatnią ratę leasingu (nie więcej niż 1200 zł). Z bonusu może skorzystać klient, który aktywnie korzysta z konta firmowego w Credit Agricole i realizuje z niego m.in. płatności składek ZUS i rat leasingowych.



## MOJE ING DLA FIRMY

Moje ING dla firmy to nie tylko nowoczesna bankowość internetowa i mobilna, ale przede wszystkim platforma do kompleksowego zarządzania finansami przedsiębiorstwa z szeregiem dodatkowych funkcjonalności. W ramach Mojego ING, klient ma całkowicie zdalny dostęp do produktów depozytowych, kredytowych czy leasingowych. Platforma oferuje również

dedykowane firmom narzędzia, takie jak przejrzysta analiza finansów, analiza kontrahentów czy moduł „ważne terminy”, który przypomina przedsiębiorcy o zbliżających się płatnościach podatkowych czy ubezpieczeniowych. Klienci posiadający terminal płatniczy, za pośrednictwem Moje ING mają również dostęp do systemu ING POS, gdzie widzą wszystkie

transakcje przeprowadzone na posiadanych urządzeniach. Co więcej, Moje ING umożliwia przedsiębiorcy także załatwienie wielu spraw urzędowych przez Internet. Wystarczy, że założy on Profil Zaufany ePUAP całkowicie online w swojej bankowości elektronicznej. To i wiele więcej czeka na klientów korzystających z Mojego ING.



## FAKTORING

## FINIATA

Oferta Finiaty to zdecydowanie więcej niż tradycyjny mikroleasing czy faktoring. Firma stworzyła unikalną usługę finansową, pozwalającą na natychmiastową zamianę Twoich faktur na gotówkę. Bez kontaktowania się z Twoim kontrahentem. Inne firmy używają tradycyjnych metod podejmując

decyzję o finansowaniu faktury. Finiata wie, że nie każda firma pasuje do tego modelu, więc stworzyła prawdziwie ludzką sztuczną inteligencję. To wyjątkowy model analityczny, który analizuje ponad 2000 punktów. Wszystko, co robi i oferuje firma, ma być przede wszystkim jasne i zrozumiałe dla

klientów – zaczynając od prostego i atrakcyjnego cennika, a kończąc na jasnych warunkach świadczenia usług. Aby ułatwić korzystanie z usług, Finiata oferuje nie tylko wsparcie poprzez chat i telefon, ale także aktualną bazę artykułów, poświęconych wszystkim funkcjonalnościom systemu online.



## FAKTORING ONLINE

Chcesz szybciej otrzymywać pieniądze za wykonane zlecenia i sprzedane produkty? Dzięki Faktoringowi Online otrzymujesz szybszy dostęp do pieniędzy za swoje faktury. Bez konieczności składania podpisu – bez wychodzenia z domu, bez oczekiwania na kuriera. Wystarczy trzy kroki i symboliczny przelew na złotówkę netto. Dla

czego warto skorzystać z Faktoringu Online? Masz dostęp do finansowania swoich faktur zawsze pod ręką. Szybszy dostęp do pieniędzy za faktury. Zyskujesz dostęp do środków bez podpisywania przez Ciebie papierowych umów. Zawierasz umowę o każdej porze, gdziekolwiek się znajdujesz. Jesteś bardziej eko – firma zmniejsza

ilość papieru przeznaczanego na wydruk dokumentów dla Ciebie. Możesz w trzy kwadransy uzyskać dostęp do pieniędzy za faktury. Nie czekasz na kuriera, faktoring możesz mieć nawet w ciągu kilkunastu minut. Faktoring w telefonie – korzystasz z serwisu dostosowanego do obsługi na urządzeniach mobilnych.



## FAKTORING IN-HOUSE BEZ REGRESU

W ramach transakcji faktoringu z regresem firma finansuje należności wybranych odbiorców bezzwłocznie po wystawieniu faktur, na długo przed upływem wyznaczonego terminu płatności, pozostawiając zarządzanie należnościami – rozliczenia spłat po Twojej stronie. Dodatkowo firma

zabezpiecza ryzyko niewypłacalności odbiorcy. Należności w ramach limitu wyznaczonego odbiorcy objęte są ochroną w wysokości: 90 proc. w ramach i na warunkach polisy, lub zgodnie z warunkami polisy ubezpieczenia należności. Faktoring in-house bez regresu gwarantuje zwią-

zenie bezpieczeństwa transakcji, elastyczność w ustalaniu terminu spłaty faktur dla Twoich odbiorców i poprawę płynności finansowej firmy oraz eliminację zatorów płatniczych, w efekcie wzrost wiarygodności Twojej firmy u dostawców oraz możliwość otrzymania upustów.





**BREAKING NEWS: LIDER ETYCZNEJ WINDYKACJI POŻYCZEK\***

# **NEWSFLASH!**

**WSZYSCY CHWAŁĄ SIĘ WYSOKIMI SKUTECZNOŚCIAMI  
A VEX CORP PO NICH POPRAWIA**



**EKSPERCI WINDYKACJI PO BEZSKUTECZNYCH EGZEKUCJACH KOMORNICZYCH**

**\*SPRAWDŹ VEX CORP W RYWALIZACJI Z TWOIMI NAJLEPSZYMI FIRMAMI WINDYKACYJNYMI**

## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

## UBEZPIECZENIA

## KOMPLEKSOWE UBEZPIECZENIE ODPOWIEDZIALNOŚCI CYWILNEJ DLA KLIENTA KORPORACYJNEGO

Generali wyznacza nowy standard ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej dla klienta korporacyjnego. Wprowadzony we wrześniu 2016 roku produkt ubezpieczeniowy cechuje bardzo szeroki zakres ochrony ubezpieczeniowej oraz możliwość jej elastycznego kształtowania. W miejsce licznych klauzul dodatkowych (czasem nawet kilkudziesięciu), wprowadzono 6 zakresów

ubezpieczenia, z których klienci mogą elastycznie budować swój indywidualny program ubezpieczeniowy. Ubezpieczenie nie ogranicza się do Polski. Brak odniesień jedynie do prawa polskiego powoduje, że klienci prowadzący działalność za granicą (w tym eksportujący tam swoje produkty) nie muszą obawiać się braku ochrony dla szkód wyrządzonych na terenie innych kra-

jów. Rozwiązania ubezpieczeniowe w nowym produkcie Generali zostały opracowane tak, aby spełniały wymogi kontrahentów zagranicznych, zwłaszcza europejskich. Jest to bardzo istotna korzyść dla klientów. Nawiązując relacje biznesowe za granicą, nie muszą oni każdorazowo dostosowywać swoich polis lub zawierać nowych, dzięki czemu nie ponoszą zbędnych kosztów.



## CONCORDIA FIRMA

We wrześniu 2017 r. Concordia Ubezpieczenia wprowadziła na rynek nową odsłonę produktu Concordia Firma, ubezpieczenia dedykowanego dla małych i średnich przedsiębiorstw (MSP). To co wyróżnia Concordię na tle oferty innych towarzystw, to wysoka elastyczność produktu,

osiągnięta dzięki prostej konstrukcji zakresu podstawowego, przy możliwości dostosowania oferty do indywidualnych potrzeb każdego klienta przez włączenie klauzul dodatkowych, a także rozbudowane warianty ochrony dla firm z sektora agro, którzy są strategicznymi klien-

tami docelowymi Concordia Ubezpieczenia. Charakterystyczną cechą produktu jest wprowadzenie ofert specjalnych – dopasowanych m.in. także potrzeb właścicieli agrofirm, ale także firm m.in. z branży handlowej, usługowej (fryzjerstwo), gastronomicznej czy hotelarskiej.



## POLISA INDYWIDUALNA – ZABEZPIECZANIE KRÓTKOTERMINOWEGO KONTRAKTU EKSPORTOWEGO

Projekty eksportowe o charakterze inwestycyjnym narażone są na wyższe ryzyko finansowe ze względu na znaczną wartość realizowanego kontraktu i często długie terminy płatności. Firmom sprzedającym za granicę dobra kapitałowe, takie jak maszyny, urządzenia, linie technologiczne, środki transportu, czy też realizującym usługi budowlano-montażowe, KUKE oferuje ochronę przed niewypłacalnością kontrahenta lub opóźnieniami w regulowaniu zobowiązań finansowych

przez odbiorcę. Ochrona obejmuje również ryzyko nieotrzymania płatności w wyniku nagłych zmian w sytuacji politycznej kraju, z którego pochodzi partner handlowy oraz zdarzeń określanych jako siła wyższa. Zalety ubezpieczenia: ochrona kontraktu od pierwszej wysyłki do ostatniego terminu płatności do wysokości ustalonej w umowie sumy ubezpieczenia, która co do zasady nie może być przez KUKE jednostronnie zmniejszona lub anulowana. Obowiązki eksportera w trak-

cie trwania umowy ograniczone są do minimum, nie są wymagane regularne deklaracje postępów realizacji transakcji ani zgłoszenia spłat. KUKE zapewnia eksporterowi, bez dodatkowych opłat, rzetelną ocenę ryzyka i nadzorowanie sytuacji finansowej kontrahenta w trakcie realizacji kontraktu. Odszkodowanie wypłacane jest w walucie kontraktu eksportowego, co ogranicza ryzyko kursowe. Wypłata odszkodowania jest gwarantowana przez Skarb Państwa.



## WINDYKACJA

## WINDYKACJA NA KOSZT DŁUŻNIKA

Kompleksowa usługa dochodzenia roszczeń od niesolidnych kontrahentów, która zawiera pełną gamę rozwiązań i narzędzi windykacyjnych. Zakres podejmowanych działań jest dostosowany do sytuacji i może mieć charakter

polubowny, windykacyjny lub sądowy. Dopelnieniem usługi jest możliwość odzyskania kosztów windykacji od dłużnika zgodnie z Ustawą z dnia 8 marca 2013 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych. Usługę

realizują wybrane spółki Konsorcjum Kaczmarski Group: Kaczmarski Inkasso we współpracy z Krajowym Rejestrem Długów Biurem Informacji Gospodarczej oraz Kancelarią Prawną VIA LEX.



## ZAKUP WIERZYTELNOŚCI PO BEZSKUTECZNYCH EGZEKUCJACH KOMORNICZYCH

Unikalną rynkową wartością Sardaukar Harvest jest zainteresowanie wierzycielami konsumentkami po bezskutecznych egzekucjach komorniczych. Sardaukar Harvest przestrzega najwyższych standardów etycznych, jak i cechuje się transparentnością i otwartością w całym procesie negocja-

cji sprzedaży wierzycielności. Spółka zajmuje się skupem wierzycielności indywidualnych, jak również pakietów długów konsumentek od firm świadczących usługi, skoków, banków oraz firm udzielających pożyczek i chwilówek. Odkupuje również pakiety od wierzycieli wtórnych, np. firm windykacyj-

nych, które przed laty kupiły wierzycielności, ale też od funduszy sekurytyzacyjnych, które posiadają aktualne sądowe nakazy zapłaty. Od powstania spółki w 2016 roku nabyła już od firm pożyczkowych i firm windykacyjnych wierzycielności o łącznym saldzie 20 milionów złotych.



## ETYCZNA WINDYKACJA POŻYCZEK I DŁUGÓW TRUDNYCH

VEX CORP specjalizuje się w skutecznej windykacji konsumentów zalegających ze spłatą szybkich pożyczek ratalnych i chwilówek na etapie przed złożeniem pozwu o zapłatę, jak również w ustalaniu aktualnych adresów i telefonów ukrywających się przed windykatorami terenowymi i komornikami dłużników po bezskutecznych egzekucjach komorniczych. Odnalezienie dłużników przeradza się w ustalanie warunków spłaty ugody ratalnej lub spłaty całkowitej z częściowym umorze-

niem długu i rozpoczęcie spłat wierzycielności, w których komornicy nie byli w stanie nic odzyskać. VEX CORP windykuje zarówno dla wierzycieli pierwotnych, jak i dla firm windykacyjnych i funduszy sekurytyzacyjnych, które zlecają windykację i namierzanie dłużników w zakupionych przez nie pakietach wierzycielności konsumentek od banków, telekomów, firm kosmetycznych, skoków, a także firm udzielających pożyczek pozabankowych. Model negocjacji z zadłużonymi

oparty jest o książkę „Zawodowy Windykator”, a metody Skip Tracing Głęboki oraz Cyber Tracking umożliwiają namierzenie danych teleadresowych w sposób etyczny i zgodny z literą prawa, dzięki czemu cały proces odzyskiwania wierzycielności przebiega z poszanowaniem najwyższych standardów branży zarządzania wierzycielnościami i nie odbiega od standardów stosowanych przez firmy należące do związków pracodawców zrzeszających największe w Polsce firmy windykacyjne.





**KUEHNE+NAGEL**



Wiążące oferty.  
Natychmiastowa rezerwacja.  
Żadnego oczekiwania.



**KN FreightNet**

Składanie zleceń szybciej, niż kiedykolwiek wcześniej.



[www.kuehne-nagel.pl](http://www.kuehne-nagel.pl)



## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

## LEASING

## LEASING PRZYBIJ5!

Leasing Przybij5! oferowany jest przez FCA Leasing Polska we współpracy z FCA Poland. Oferta Leasing Przybij 5 to leasing operacyjny na finansowanie zakupu najczęściej wybieranych samochodów dostawczych w Polsce tj. Fiat Professional dostępnych w Salonach sieci Fiat Professional. W okresie 1-31 grudnia modele Doblo i Fiorino zostają wsparte dodatkową stawką ubezpieczenia komunikacyjnego na pierwszy rok za 2,9 proc. ceny samochodu.

Na ofertę składa się: 5 proc. pierwszego czynszu leasingowego, maksymalny okres leasingu 5 lat, 105 proc. całkowity koszt leasingu + koszt ubezpieczenia GAP (dla okresu 36 miesięcy), możliwość przełożenia spłaty maksymalnie 5 rat leasingowych (jedna rata rocznie, bez dodatkowych kosztów), 5 atrakcyjnych ofert serwisowych i ubezpieczeniowych (ubezpieczenie GAP, ubezpieczenie Bezpieczny Leasing i ubezpieczenie komunikacyjne, Pakiety Easy Care

i Maximum Care). Co charakteryzuje ofertę? Brak zaświadczeń US, ZUS oraz dokumentów rejestrowych, obowiązkowe finansowanie ubezpieczenia GAP, uproszczona procedura (oświadczenie dotyczące wyników finansowych) od 10 proc. opłaty wstępnej. Wszystkie formalności można załatwić w salonie. Istnieje możliwość rejestracji na lokalnych numerach tablic rejestracyjnych w wybranych punktach dealerskich/oddziałach FCA Leasing.



## ING AUTO

Klienci z sektora małych oraz średnich firm mogą skorzystać z leasingu samochodów osobowych i dostawczych do 3,5 t na dogodnych warunkach w ramach ING Auto. Program opiera się na uproszczonych procedurach – minimum formalności, brak wymogu przedstawiania dokumentów finansowych. Wystarczy złożyć wniosek leasingowy wraz z fakturą proforma za-

wierającą specyfikację wybranego pojazdu, a decyzja podejmowana jest do 24 godzin. Klient może skorzystać z finansowania pojazdów zarówno nowych, jak i używanych. Maksymalne zaangażowanie w programie na oświadczenie wynosi (w zależności od wielkości klienta) 300 tys. zł. lub nawet 700 tys. zł., co powinno wystarczyć na zaspokojenie potrzeb większości

klientów. Z programu mogą skorzystać również firmy dopiero rozpoczynające działalność gospodarczą. Dodatkowym ułatwieniem dla klientów zainteresowanych ofertą leasingu w ING jest szeroka dostępność programu ING Auto w blisko 400 placówkach ING Banku Śląskiego w całej Polsce, a nawet możliwość złożenia wniosku poprzez system bankowości internetowej.



## CLICK&amp;DRIVE

Click&Drive to leasing samochodu, który łączy niską ratę z pełną obsługą i ubezpieczeniem. Pakiet usług obejmuje finansowanie, serwis, ubezpieczenie, samochód zastępczy, helpdesk 24/7 oraz raportowanie. Samochody popularnych marek z bogatym wyposażeniem są dostępne do odbioru już

w ciągu kilku tygodni, bez konieczności długiego okresu oczekiwania. Dodatkowe korzyści: uproszczony proces akceptacji kredytowej, elastyczna formuła zakończenia kontraktu: po 36 miesiącach klient może wymienić samochód na nowy, przedłużyć okres lub wykupić auto po wartości

określonej w umowie, zawsze nowy samochód. To produkt dla każdego, kto chce się cieszyć jazdą zawsze nowym samochodem bez konieczności zajmowania się jego obsługą. Odnowienie polisy ubezpieczeniowej, serwis, opony, tym wszystkim zajmuje się LeasePlan.



## OPIEKA MEDYCZNA

## PAKIET MEDYCZNY DLA FIRM ZATRUDNIAJĄCYCH POWYŻEJ 30 OSÓB

Oferta dla dużych firm gwarantuje: rozwiązanie „niskie opłaty, małe dopłaty”, zapewniające redukcję kosztów związanych z zapewnieniem pracownikom opieki medycznej. Umożliwia dostęp do największej sieci placówek własnych na terenie całego

kraju oraz ponad 1600 placówek współpracujących w dogodnych lokalizacjach. W ramach oferty istnieje możliwość zapewnienia opieki medycznej rodzinom pracowników. Pakiet w Lux Med. To także gwarancja szybkiego i prostego sposobu umawiania

konsultacji i badań przez Internet, telefon, aplikacje mobilne oraz możliwość zdalnych konsultacji medycznych poprzez czaty elektroniczne on-line bez wychodzenia z domu czy z pracy, także w podróży służbowej czy na wakacjach.



## OFERTA DLA MAŁYCH I ŚREDNICH FIRM

To propozycja dla firm zatrudniających do 20 pracowników. Mając na uwadze specyficzne potrzeby i możliwości klientów z tego sektora, Medicover oferuje szeroki wybór rozwiązań, zróżnicowany pod względem za-

kreślu i ceny. Zapewnia kompleksową opiekę zdrowotną od profilaktyki, opieki podstawowej i medycyny pracy, poprzez konsultacje specjalistyczne, zaawansowaną diagnostykę, stomatologię i rehabilitację, aż po pełnopro-

filową opiekę szpitalną. Proponuje także szereg działań profilaktycznych, pomagających w zarządzaniu zdrowiem pracowników, jak również prowadzi certyfikowane szkolenia z zakresu pierwszej pomocy.



## PAKIET SUPER PLUS

Pakiet opieki medycznej podstawowej i specjalistycznej. Pacjenci mają mi.in. bezpośredni (bez skierowań od internisty) i nielimitowany dostęp do lekarzy specjalistów. Zakres konsultacji obejmuje: wywiad,

badanie przedmiotowe, skierowanie na badanie diagnostyczne w przypadku wskazań medycznych, postawienie diagnozy, leczenie, wskazania do dalszego leczenia specjalistycznego oraz zabiegów ambulatoryjnych. Wycho-

dząc naprzeciw oczekiwaniom klientów udostępniona została też Platforma Medycyny Pracy, dzięki której pracodawca w bardzo szybki i prosty sposób ma możliwość zarządzania Medycyną Pracy on-line.



## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

# Co siódmy przedsiębiorca korzysta z faktoringu

Już ponad 14 proc. przedsiębiorców z sektora MŚP korzysta z usług usług faktoringowych. Jest to najwyższy odczyt „Barometru EFL” od momentu prowadzenia badania. Na rosnącą rolę faktoringu wskazują również najnowsze dane sprzedażowe. W ciągu trzech kwartałów 2017 r. firmy faktoringowe zrzeszone w Polskim Związku Faktorów (PZF) sfinansowały wierzytelności o łącznej wartości 132,1 mld zł. To aż o 17,3 proc. więcej niż przed rokiem.

Stanisław **Atanasow**

prezes zarządu  
Eurofactor Polska

Prowadzone od 2015 roku przez EFL cykliczne badania „Barometru EFL” wskazują na rosnącą rolę faktoringu jako źródła zewnętrznego finansowania, po które sięgają małe i średnie przedsiębiorstwa. Faktoring, obok kredytu bankowego, powoli staje się jedną z podstawowych form pozyskania środków finansowych w przedsiębiorstwach. Dla porównania przytoczę wyniki « Barometru EFL » liczone rok do roku. I tak w IV kw. 2015 z usług faktoringowych korzystało 4,3 proc. przedsiębiorców, w IV kw. 2016 – 6,4 proc. Dziś co siódmy przedsiębiorca deklaruje korzystanie z oferowanych przez branżę faktoringową usług.

**Im większa firma, tym częściej korzysta z faktoringu**

Z badania wynika, że po faktoring najczęściej sięgają firmy średnie. W firmach zatrudniających od 50 do 249 pracowników kredytem posiłkuje się 81,7 proc. przedsiębiorców, leasingiem niemal 73,3 proc., a po faktoring sięga aż 22,5 proc. firm. Małe firmy (10-49 pracowników) nadal finansują się głównie środkami własnymi. Korzystanie z tego instrumentu deklaruje blisko 79 proc. badanych. Z kredytu i leasingu korzysta odpowiednio 68,2 pro. i 61,1 proc. przedsiębiorców, a po faktoring sięga blisko 15 proc. z nich. W przypadku mikro firm (1-9 pracowników) z faktoringu korzysta 9 proc. przedsiębiorców (w IV kw 2016 – 2,5 proc.), z kredytu 38 proc., a po leasing sięga 29 proc. z nich. Ponad 90 proc. inwestycji mi-

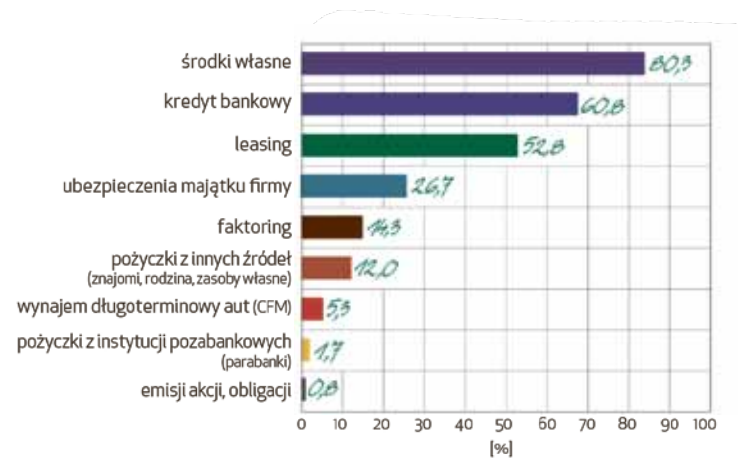
kro firm finansowanych jest ze środków własnych.

**Hotele i restauracje działają w faktoringu**

Z faktoringu najczęściej korzystają firmy z branży hotelarsko-gastronomicznej – blisko 24 proc. i przemysłowej – ok. 20 proc. Dużo zainteresowanie obserwujemy w branży transportowej i usługach – po 14 proc. oraz handlowej – 10 proc. Najbardziej po faktoring sięgają firmy z branży budowlanej. Tylko nieco ponad 6 proc. przedstawicieli tej branży deklaruje wykorzystanie faktoringu do poprawy płynności firmy. To pokazuje, że rynek usług faktoringowych ma duży potencjał i kolejne lata powinny być dalszym okresem dynamicznego rozwoju faktoringu w Polsce.

*Barometr EFL jest syntetycznym wskaźnikiem informującym o skłonności firm z sektora MŚP do wzrostu. Badanie przygotowuje się przez Ecorys na zlecenie Europejskiego Funduszu Leasingowego SA., a jego wyniki są publikowane co kwartał. Jego uczestnicy to mikro, małe i średnie firmy terenu całej Polski. W badaniu wzięła udział reprezentatywna grupa 600 mikro, małych i średnich firm. Aktualna edycja badania odbyła się w dniach 6-13 listopada 2017 r.*

## Produkty wspierające działalność firm MŚP



n = 600 (wielokrotna odpowiedź, nie sumuje się do 100)  
\*kredyty kupieckie, gwarancje bankowe, dotacje unijne, gminne

Leasing zajmuje trzecią pozycję wśród źródeł finansowania, a korzystanie z niego deklaruje 52,8% badanych firm. Nadal jest on źródłem rzadziej wykorzystywanym niż środki własne (80,3%), a także niż kredyty bankowe (60,8%).

Opracowano na podstawie badania ECORYS. Badanie wykonano w dniach 6-13.11.2017, na próbie n=600 firm z sektora MŚP na zlecenie Europejskiego Funduszu Leasingowego SA.

www.efl.pl | 801 404 444

REKLAMA

# Click & Drive

**36**  
miesięcy



0% wpłaty własnej

Pakiet serwisowy

Ubezpieczenie

Nissan Qashqai

**1104 zł**  
netto/mies.

Mercedes-Benz Klasa C

**1998 zł**  
netto/mies.

Ford Focus

**850 zł**  
netto/mies.

leaseplan.pl

LeasePlan

What's next?



## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

## OPROGRAMOWANIE DLA FIRM

## NAVIREO ERP

Navireo to system klasy ERP adresowany do firm z sektora MŚP stawiających wysokie wymagania aplikacjom do zarządzania przedsiębiorstwem. System można dostosować do indywidualnych potrzeb każdego przedsię-

biorstwa, jego działów, a nawet konkretnych użytkowników. Pomimo bogatej funkcjonalności pozostaje przyjazny i intuicyjny w obsłudze. Rozbudowa Navireo ERP jest bardzo prosta. Dzięki dostarczonej wraz z systemem

bibliotece programistycznej możliwe jest stworzenie rozwiązań spełniających nawet bardzo nietypowe wymagania klienta. Modułowa budowa sprawia, że nie ma konieczności wdrażania całego systemu.



## SAGE 50C

Sage 50c to pierwszy w Polsce hybrydowy program do zarządzania przedsiębiorstwem. Posiada moduł finansowo-księgowy, zintegrowany z Microsoft Office 365 Biznes Premium, oraz dodatkowo 5 aplikacji ułatwiających prowadzenie biznesu: Sage Contact, Sage Cloud Backup, Sage Capture,

Sage Business Performance Dashboard oraz Sage Intelligence. Sage 50c łączy zalety rozwiązania chmurowego z tradycyjnym desktopowym. Dostęp do informacji i danych finansowych jest możliwy z każdego urządzenia, w dowolnym czasie i zakątku globu. Aplikacje dodatkowe umożliwiają m.in. stały

kontakt ze swoim biurem rachunkowym a także ekspresowe wprowadzanie faktur do systemu – wystarczy zrobić zdjęcie paragonowi smartfonem by wprowadzić dane do księgowania. Sage 50c zapewnia niezwykłą mobilność, efektywność i wolność wyboru miejsca pracy.



## OPROGRAMOWANIE MARKI TETA. SYSTEMY TETA HR I TETA ERP

Rodzina oprogramowania dla biznesu marki Teta, należąca do firmy Unit4 Polska, świętuje w 2017 roku swoje 30-lecie. To system, który rozwijał się razem z sektorem HR w Polsce i kształtował trendy w zakresie nowych technologii dla biznesu. Teta została założona we Wrocławiu 24 kwietnia 1987 roku. Od początku istnienia, misją firmy jest tworzenie innowacyjnych systemów informatycz-

nych wspierających rozwój średnich i dużych firm i instytucji. W związku z tym oprogramowanie marki Teta jest także na bieżąco dostosowywane do zmieniających się przepisów prawa. Do grupy produktów Teta należą systemy klasy ERP i HR, których celem jest wspieranie kluczowych obszarów działalności przedsiębiorstw z sektorów takich jak handel i dystrybucja, usługi, finanse i ubez-

pieczenia, edukacja oraz produkcja. Teta HR-lider na polskim rynku systemów HRowych, dostępny jest w 4 modelach użytkowania: licencja, SaaS, outsourcing kadr i płac oraz hosting i administrowanie. W ciągu blisko 30 lat istnienia spółki, oprogramowanie Teta zostało wdrożone w ponad 2 tysiącach firm i instytucji dużej i średniej wielkości, będących liderami w swoich branżach.



## KARTA PALIWOWA

## KARTA BP PLUS

Karta BP PLUS o zasięgu polskim i europejskim, to kompleksowe narzędzie pozwalające optymalnie zarządzać flotą samochodów i w pełni kontrolować wszystkie wydatki na paliwo. Umożliwia bezgotówkowe regulowanie opłat za wybrane produkty i usługi na ponad 18 tys. stacji w całej Europie i Rosji zrzeczonych w porozumieniu Routex.

Karta BP PLUS to bezpieczeństwo transakcji (bezpieczne, monitorowane stacje BP, weryfikacja transakcji w czasie rzeczywistym, sprawdzanie numerów rejestracyjnych tankujących pojazdów, indywidualne definiowanie grup produktów w ofercie dla danej karty), dostęp do najwyższej jakości paliw (szczelny system dostaw i kontrole jakości)

na ponad 500 stacjach BP, w tym stacjach autostradowych. To oferta ponad 400 kawiarenek Wild Bean Cafe, doskonała oferta convenience w całodobowych sklepach, a także do zaawansowanych technologicznie myjni. Karty BP PLUS to także łatwość administrowania oraz benefity płynące z atrakcyjnych warunków handlowych.



## KARTA FLOTOWA EUROSHELL

Karta flotowa euroShell umożliwia bezgotówkowe transakcje za paliwo, opłaty drogowe (m.in. w Polsce za viaTOLL oraz autostrady A1, A2, A4), parkingi, zakupy na stacjach czy pomoc drogową. Jest akceptowana na 22 tys. stacji benzynowych w 35 krajach w całej Europie, z których łącznie prawie 2 500 jest przeznaczonych dla transportu cięż-

zarowego. W Polsce kartą euroShell można regulować transakcje na 900 strategicznych zlokalizowanych stacjach. Efektywne zarządzanie kartami i pełną kontrolę nad płatnościami umożliwia nowoczesna platforma internetowa Shell Card Online. Użytkownicy kart euroShell mogą także korzystać z myjni sieci Citronex zlokalizowanych w bezpośred-

nim sąsiedztwie głównych szlaków tranzytowych zachodniej Polski. W 2016 roku Shell wprowadził do oferty karty flotowe z technologią chipową, co zapewnia jeszcze skuteczniejszą kontrolę i ochronę transakcji, oraz karty przedpłacone Shell PrePaid, które świetnie sprawdzają w mniejszych firmach transportowych.



## UTA FULL SERVICE CARD

Karta UTA to bezgotówkowe płatności na ponad 54 000 punktów akceptacji w 40 krajach Europy, oferujące wszystko to, co potrzebne kierowcy w trasie m.in. zakup paliwa, opłaty drogowe, myjni, usługi serwisowe, pomoc drogową, a także zwrot podatku VAT i części akcyzy z zagranicy. Zaletą współpracy z UTA jest także odroczony termin płatności, lepsza

kontrola wydatków, e-faktury, dostęp do nowoczesnych rozwiązań wspomagających zarządzanie flotą, indywidualne doradztwo, niskie ceny na stacjach oraz możliwość uzyskiwania rabatów. Już od lutego 2018 roku UTA udostępni swoim klientom nowe urządzenie do opłat drogowych w systemie EETS. Urządzenie będzie miało największy zasięg

z dotychczas dostępnych na rynku i będzie obsługiwało 8 systemów myta: Belgia, Włochy, Austrii, Francji, Hiszpanii, Portugalii i w Polsce (A4). Kolejnym etapem będzie TC w Niemczech. Rozwiązania techniczne zastosowane w nowym urządzeniu pozwalają na zdalne aktywowanie w przyszłości dowolnego systemu opłat drogowych.





## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

# Wraz ze wzrostem świadomości klientów rośnie potencjał branży

**Polscy menedżerowie flot optymistycznie patrzą w przyszłość. Rekordowe wyniki branży motoryzacyjnej przełożyły się bowiem na wzrost branży długoterminowego wynajmu aut. Tylko w I półroczu 2017 r. firmy rynku CFM kupiły o prawie 25 proc. więcej aut osobowych, niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Rośnie także świadomość możliwości, jakie daje wykorzystanie kompleksowych rozwiązań telematycznych we flocie. Rok 2017 to także zmiana podejścia do samochodów z napędami alternatywnymi – aż 13 proc. fleet menedżerów w Polsce rozważa skorzystanie z przynajmniej jednej technologii alternatywnej dla klasycznego napędu spalinowego. To najważniejsze wnioski Barometru Flotowego 2017.**

Raport przygotowano na podstawie ankiet, przeprowadzonych wśród prawie 4 tys. fleet managerów z kilkunastu krajów Unii Europejskiej oraz Polski. – „Barometr Flotowy” to cenna i wartościowa publikacja, którą dzielimy się z naszymi Klientami, partnerami biznesowymi oraz mediami. W ten sposób chcemy wspierać branżę CFM w Polsce – mówi Prezes Arval, Grzegorz Szymański.

W tegorocznym Barometrze skupiono się m.in. na charakterystyce rynku leasingowego w Polsce oraz pozostałych krajach UE, sposobach finansowania floty, teledatce, przyszłości samochodów z silnikami Diesla oraz napędami alternatywnymi: hybrydowymi i elektrycznymi, a także na car sharingiem i kwestiami związanymi z mobilnością pracowników. – Niewątpliwą zaletą „Barometru Flotowego” jest fakt, że dzięki powtarzalności badań pozwala on identyfikować trendy, obserwować zmiany zachodzące w czasie na rynku flotowym. Dane statystyczne dodatkowo uzupełniliśmy opiniami uznanych ekspertów branżowych

– mówi prezes zarządu Arval, Grzegorz Szymański.

### Perspektywy rozwoju rynku

Podobnie, jak w poprzednich latach, także w tym, respondenci „Barometru Flotowego” patrzą w przyszłość z optymizmem. Aż 26 proc. badanych osób prezentuje pogląd, że floty, którymi zarządzają, w perspektywie najbliższych trzech lat

w Polsce będą rosnać. Przeciwnego zdania („moja flota zmniejszy się”) jest zaledwie 6 proc. respondentów. Wyniki tegorocznego „Barometru Flotowego” nie przynoszą informacji o istotnych zmianach w strukturze flot polskich przedsiębiorstw. Warto zauważyć jednak, że stopniowo podążamy w kierunku struktury charakterystycznej dla krajów wysokorozwiniętych. Porównując wyniki tegorocznego barometru z wynikami za rok 2013, widać, że szczególnie w segmencie dużych przedsiębiorstw zatrudniających powyżej 500 osób odsetek flot liczących ponad 500 aut zwiększył się aż o 6 punktów procentowych.

### Wzrost zainteresowania samochodami z napędami alternatywnymi

W Barometrze Flotowym 2017 duży nacisk został położony na zbadanie aktualnego stanu wykorzystania na-

pędów alternatywnych oraz przewidywanych przez menedżerów zmian w tym zakresie. Zgodnie z wynikami, 13 proc. fleet menedżerów w Polsce i 19 proc. w pozostałych państwach europejskich rozważa, w ciągu najbliższych trzech lat, skorzystanie z przynajmniej jednej technologii alternatywnej dla klasycznego napędu spalinowego.

### Niepewna przyszłość Diesla

Ostatnie lata to systematyczny spadek popularności samochodów z silnikiem Diesla. Choć w ubiegłym roku liczba rejestracji aut z tym silnikiem wzrosła o niemal 10,5 proc., to już udział Diesla w rejestracjach zmalał do 31,6 proc., czyli o niemal 2 punkty procentowe. Na tej stracie zyskały samochody z silnikami benzynowymi oraz napędami hybrydowymi.

### Rozwiązania telematyczne

Lata 2016 i 2017 są pod wieloma względami przełomowe dla polskiego rynku rozwiązań telematycznych. Ich wykorzystanie we flotach samochodowych w Polsce jest wyraźnie wyższe niż w innych krajach europejskich objętych badaniem CVO. Wdrożono je w 35 proc. polskich flot – to blisko dwa razy więcej niż w pozostałych krajach. Rośnie także świadomość możliwości, jakie daje wykorzystanie kompleksowych rozwiązań telematycznych we flocie. Wysokiej klasy telematyka pozwala także optymalizować przejazdy i redukować koszty utrzymania. Wreszcie, dzięki kompleksowemu gromadzeniu i przetwarzaniu informacji w systemie informatycznym, ułatwia podejmo-

wanie optymalnych decyzji biznesowych w zakresie zarządzania flotą. Powyższe korzyści sprawiają, że telematyka staje się jednym z ważnych elementów oferty firm CFM.

### Car sharing i mobilność pracowników

Już dziś można zaobserwować nowe rozwiązania w zakresie mobilności pracowników. Należą do nich car sharing – tworzenie parków flotowych dostępnych dla niemal wszystkich pracowników, ride sharing – wspólne przejazdy samochodem służbowym, a także karty paliwowe i fundusze transportowe. Z badań wynika, że już niemal co druga firma w Polsce i Europie wdrożyła co najmniej jedno z powyższych rozwiązań. Najczęściej wybieraną alternatywą dla samochodów służbowych w Polsce jest car sharing – 22 proc. respondentów badania deklaruje, że już korzysta z tego rozwiązania, a kolejne 2 proc. planuje wdrożyć je w ciągu najbliższych trzech lat. Zapewnienie przez firmę samochodów do współdzielenia przez pracowników pozwala na jeszcze lepsze wykorzystywanie posiadanej floty oraz zmniejsza koszty jej utrzymania. Jednym z systemów pozwalających na zarządzanie flotą samochodów poolowych jest Arval Active Link i jego funkcja Active Sharing. Za pomocą czytnika kart przypisanych do kierowców system pozwala na identyfikację każdej podróży i przypisanie jej do danego pracownika. Rozwiązanie to ułatwia współużytkowanie pojazdów przez pracowników oraz umożliwia monitorowanie eksploatacji aut.



# UTA oferuje nowe urządzenie do opłat drogowych z największym zasięgiem działania w Europie

**Firmy potrzebują tylko jednego urządzenia pokładowego do opłacania myta, działającego w systemie „EETS” (European Electronic Toll Service). UTA planuje już na starcie zintegrowanie aż ośmiu systemów poboru opłat drogowych**

Już od lutego 2018 roku UTA będzie udostępniać nowe urządzenie działające w systemie EETS, czyli ogólnoeuropejskim systemie poboru opłat drogowych. W ten sposób UTA, czyli jeden z wiodących dostawców usług dla firm transportowych, rozszerzy swoją ofertę interoperacyjnych rozwiązań do opłacania myta. – Naszym celem jest usprawnienie mobilności naszych klientów, tak by zmaksymalizować ich efektywność. – wyjaśnia Volker Huber, CEO w UTA. „Kluczowym elementem w tym dążeniu są nasze rozwiązania do poboru opłat drogowych. Będziemy więc znacznie rozszerzać naszą ofertę w tym zakresie, aby każdemu klientowi zaoferować optymalne dla niego

rozwiązanie. Zaczynając od ogólnoeuropejskiego rozwiązania do uiszczania myta, po wprowadzenie go w 2018 roku na niemieckich drogach krajowych – dodaje Volker Huber. Nowe działające w całej Europie rozwiązanie do poboru opłat drogowych umożliwi firmom stosowanie tylko jednego urządzenia pokładowego w obszarze działania EETS. UTA jako usługodawca przejmie administrowanie, rozliczanie i aktualizację usług. – Klienci będą potrzebowali tylko jednej umowy, obowiązującej we wszystkich europejskich sys-



temach opłat drogowych – wyjaśnia Huber. Nowe rozwiązanie EETS początkowo obejmie osiem systemów opłat drogowych w następujących krajach: Austria, Włochy, Belgia (system ViaPass i tunel Liefkenshoek), Hiszpania, Francja, Portugalia oraz Polska (A4). Dołączenie kolejnych europejskich systemów myta, włącznie z niemieckim, ma nastąpić automatycznie w drugiej połowie 2018 r. poprzez zdalną aktualizację urządzeń. Zainteresowanych nowym rozwiązaniem zapraszamy już dziś do kontaktu z UTA. W najbliższym czasie na stronie internetowej [www.uta.pl](http://www.uta.pl) zostanie także uruchomiona wstępna rejestracja. Nowe urządzenie pokładowe EETS w ofercie UTA jest efektem współpracy z firmą Telepass, czołowym europejskim dostawcą elektronicznych systemów poboru opłat

drogowych. „Rozszerzając zakres naszych usług w obszarze ogólnoeuropejskich opłat drogowych, cieszymy się mogąc współpracować z profesjonalnym partnerem, jakim jest firma Telepass i wspólnie rozwijać ten projekt, gwarantując jednocześnie wysoką jakość usług” – podkreśla Huber. UTA ma już na koncie ponad dziesięć lat doświadczeń w zakresie interoperacyjnych systemów rozliczania myta. Obecnie UTA udostępnia swoim klientom zaawansowane rozwiązania do opłat drogowych w 24 krajach i w 36 różnych systemach. – To nowe rozwią-



zanie EETS jest konsekwentnym rozszerzeniem naszej już istniejącej oferty usług związanych z opłatami drogowymi – podsumowuje Huber.

## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

## TRANSPORT

## KN FREIGHTNET

Operator logistyczny Kuehne + Nagel jako pierwszy opracował narzędzie internetowe KN FreightNet służące do wyceny i rezerwacji transportu online. Możliwość ta dotyczy transportu lotniczego oraz morskiego. KN FreightNet oferuje łatwość, efektywność i wygodę rozwiązania internetowego, przy równoczesnej niezawodności i doskonałej obsłudze klienta. System zapewnia oszczędność

czasu i nakładów pracy oraz upraszcza procesy łańcucha dostaw. Jest rozwiązaniem, które sprawia, że składanie zleceń staje się szybsze i łatwiejsze niż kiedykolwiek wcześniej. Dzięki intuicyjnej nawigacji i przejrzystemu menu, możliwa jest większa kontrola nad czasem i sposobem dokonywania zleceń transportowych. KN FreightNet to rozwiązanie, które łączy wiele praktycznych funkcjonal-

ności, między innymi tworzenie szablonów i przeliczanie stawki w przypadku zmiany parametrów przesyłki. Zapewnia także dostęp do natychmiastowego przekazywania informacji o rezerwacji do operatorów Kuehne + Nagel, w celu natychmiastowej realizacji wysyłki. KN FreightNet pozwala uzyskać wiążące oferty, zlecić transport i śledzić przesyłki w trzech prostych krokach.



## SPECJALISTYCZNA USŁUGA TRANSPORTU I LOGISTYKI PŁYNNYCH PRODUKTÓW, W TYM MATERIAŁÓW NIEBEZPIECZNYCH

GK Trans Polonia działa na terenie całej Europy i jest obecnie jednym z największych dostawców wysoko specjalistycznych usług logistycznych w Europie Środkowej. Międzynarodowy zespół pracowników TPG składa się z najwyższej klasy specjalistów, których kompetencje wynikają z odbytych szkoleń potwierdzonych certyfikatami oraz wielolet-

nim doświadczeniem w branży. Klienci TPG to m.in. największe przedsiębiorstwa działające w branży petrochemicznej. Współpraca na tym wyspecjalizowanym rynku oparta jest przede wszystkim na najwyższej jakości oferowanych usług, renomie dostawcy oraz umiejętności zbudowania wzajemnego zaufania. Trans Polonia spełnia wszelkie stan-

dardy 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.



## SPEDYCJA DROGOWA

Produkt obejmuje spedycję międzynarodową oraz krajową całopojazdową i drobnicową. Flota spełnia najnowsze wymagania pod względem technicznym i ekologicznym (normy Euro 5). Jest także przystosowana do przewozów materiałów niebezpiecznych ADR. Kontrakty umożliwiają przewozy towarów standardowych,

specjalistycznych, ponadgabarytowych i ponadtonażowych. Przewozy międzynarodowe to regularne połączenia z krajami Europy oraz Turcją. Dostawy krajowe odbywają się w oparciu o własny system dystrybucji 15 terminali. Działanie systemu oparte jest na czterech zasadach: 1. przesyłki odbierane/dostarczane są z/do każ-

dego miejsca w Polsce 2. przesyłki dostarczane są w systemie „next day” – w czasie 24 godzin od przyjęcia do przewozu (nie później niż następnego dnia roboczego) 3. przesyłki dostarczane są w systemie „door to door” 4. przesyłki przewożone są pomiędzy terminalami wg ściśle określonych rozkładów jazdy.



## FLOTA

## ZARZĄDZANIE FLOTĄ

Zarządzanie flotą to usługa dedykowana przedsiębiorstwom zainteresowanym przekazaniem firmie zewnętrznej obowiązków związanych z obsługą administracyjną floty,

którą posiadają. W ramach usługi zarządzania flotą klient wybiera, z których rozwiązań oferowanych przez ALD Automotive chce skorzystać. Zakres oraz parametry

świadczeń szczegółowych dopasowane są do indywidualnych potrzeb każdego klienta.



## LEASING Z USŁUGAMI SERWISOWYMI

Leasing operacyjny z usługami serwisowymi to usługa podobna do najmu długoterminowego. Podstawowa różnica polega na liczbie dodatkowych usług – w leasingu operacyjnym z usługami serwisowymi wbrew pozorom, nie ma wymogu decydowania się na serwis mechaniczny, a umowa powinna zawierać przynajmniej dwie z usług serwiso-

wych. Pojazdy są oddawane w użytkowanie na podstawie umowy leasingu operacyjnego, która zawiera przy uzgodnionym limicie kilometrów i okresie leasingu. Czas trwania umowy to minimum 24 miesiące. W ramach stałej opłaty miesięcznej Alphabet Polska może zaoferować Ci organizację i pokrycie kosztów większości procesów

związanych z utrzymaniem floty oraz bieżącym raportowaniem jej stanu. Raz w miesiącu otrzymujesz jedną fakturę za używanie wszystkich pojazdów objętych umową wraz z raportem zarządczym. Opłata miesięczna jest stała przez cały okres trwania kontraktu i stanowi dla Twojej firmy koszt uzyskania przychodu.



## WYNAJEM Z OC SPRAWCY

Osobom poszkodowanym w zdarzeniach drogowych, oprócz bezgotówkowej naprawy samochodu, należy się również wynajem auta zastępczego. Właśnie w takich przypadkach z pomocą przychodzi 99rent – firma specjalizuje się m.in. w wynajmie samochodów zastępczych z OC sprawcy dla osób poszkodowanych

w różnego rodzaju zdarzeniach drogowych. W przypadku braku możliwości korzystania z pojazdu, z powodu jego uszkodzenia z winy osoby trzeciej oraz likwidacji szkody z polisy OC sprawcy, może zaoferować Państwu kompleksowe usługi w ramach programu „samochód zastępczy z oc sprawcy” – oferuje Państwu

wynajem pojazdu zastępczego na czas likwidacji szkód. Firma zapewnia Państwu wygodne rozliczenie bezgotówkowe bezpośrednio z Towarzystwem Ubezpieczeń sprawcy zdarzenia drogowego. Obsługuje bezgotówkowo wynajem aut zastępczych z OC sprawcy z wielu zakładów ubezpieczeniowych.





## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

# Zmiana paradygmatu cyberbezpieczeństwa

Sztuczna inteligencja (AI, artificial intelligence) lub precyzyjniej mówiąc, algorytmy uczenia maszynowego (ML, *machine learning*), gwałtownie przechodzą ze strefy *science-fiction* do użytkowego mainstreamu. Choć podstawy matematyczne i algorytmy (choćby tak bardzo popularne teraz sieci neuronowe) istnieją od wielu dziesięcioleci, dopiero od niedawna moc obliczeniowa pozwala w pełni wykorzystać ich potencjał. Pierwsze cyberataki na szeroką skalę, które ingerowałyby w sztuczną inteligencję, są dopiero przed nami, jednak budowanie świadomości, uwzględnianie nowego modelu zagrożeń oraz zabezpieczenia są potrzebne już teraz.



Leszek Tasiemski

lider centrum cyberbezpieczeństwa, F-Secure

Nikogo już nie dziwi asystent głosowy w smartfonie pomagający znaleźć restaurację w pobliżu, trafne rekomendacje w serwisie filmowym, autonomiczne pojazdy, które same podejmują decyzję, jak uniknąć niebezpieczeństw, czy algorytmy pomagające wykryć nowotwory na

podstawie wyników obrazowania diagnostycznego. Już niedługo to sztuczna inteligencja określi zdolność kredytową, wyznaczy ryzyko ubezpieczeniowe, czy zoptymalizuje inwestycje naszego kapitału.

### Inteligencja owiana tajemnicą

W samym sercu sztucznej inteligencji tkwi jednak mroczna tajemnica. Algorytmy podejmują bardzo trafne decyzje. Potrafią z ogromną dozą dokładności nie tylko wykryć komórki nowotworowe, lecz także określić, jak prawdopodobne jest, że osoba popełni przestępstwo, czy nawet jaka jest jej orientacja seksualna – wyłącznie na podstawie zdjęcia tej osoby. Dlaczego jest to tajemnica? Rezultat

działania algorytmu jest dokładny, jednak nawet jego twórcy nie potrafią odpowiedzieć na pytanie: dlaczego algorytm zrobił to, co zrobił? Algorytm poprawnie zdiagnozował nowotwór, jednak nie mamy pojęcia, na jakiej podstawie tak się stało. Zasady matematyczne są dobrze znane, jednak sam proces decyzyjny to matematyczna czarna skrzynka. Dzieje się tak, ponieważ sztuczna inteligencja uczy się na przykładach. Jeśli – przyjmijmy – chcemy nauczyć sztuczną inteligencję rozpoznawać kota, nie musimy programować jego cech szczególnych. Po prostu trenujemy algorytm na dziesiątkach, setkach tysięcy zdjęć kotów i nie-kotów, aż miliony matematycznych wskaźników wewnątrz algorytmu same ustawią się tak, żeby odróżniać kota od nie-kota. Wynik będzie w większości przypadków poprawny. Co do niego doprowadziło? Jaka jest wewnętrzna reprezentacja cech typowych dla kota wewnątrz algorytmu? Tego niestety nie wiemy.

### Cyberataki na sztuczną inteligencję

Jest to szczególnie ważna kwestia ze względu na cyberbezpieczeństwo.

Już teraz widzimy niewinne ataki na sztuczną inteligencję, gdzie np. reklama aktywuje asystenta głosowego, żeby wykonał pewne akcje. Problem będzie jednak dużo poważniejszy kiedy czarne skrzynki sztucznej inteligencji zaczną podejmować decyzje biznesowe. Musimy być przygotowani na zmianę paradygmatu myślenia o cyberbezpieczeństwie w erze uczenia maszynowego oraz na zupełnie nowe klasy ataków polegające na zatruwaniu świadomości sztucznej inteligencji przez hakerów. Wyobraźmy sobie, że atakujący w ten sposób preparuje dane dla algorytmu, żeby osłabić jego czułość, oswoić z czymś, co jest anomalią. Jaki może być efekt? Beztrąsko udzielane kredyty, bardzo niska stawka ubezpieczenia, autonomiczne pojazdy, które mylą czerwone światło z zielonym czy same się kradną, ponieważ haker wyznaczył inne miejsce jako bazę. Pomyślmy też o wirtualnych asystentach w naszych telefonach czy domach, którzy – po ingerencji w bazę wiedzy przez hakera – po cichu zaczynają wykonywać za nas transakcje finansowe czy dokonywać zakupów. Dlaczego to zmiana paradygmatu? Same al-

gorytmy sztucznej inteligencji są matematyczną czarną skrzynką nawet dla ich twórców, zatem wykrywanie i walka z tego typu atakami będzie niezwykle trudna i prawdopodobnie będzie wymagała... sztucznej inteligencji, która będzie dbać o cyberbezpieczeństwo i sprawować nadzór nad biznesowymi algorytmami, alarmując w momencie, kiedy zaczną podejmować dziwaczne decyzje.

### Nowe techniki odpierania ataków

Już w tej chwili prowadzone są badania nad zastosowaniem specjalnych technik polegających na symulowanym generowaniu ataków, aby dany algorytm sztucznej inteligencji mógł być bardziej odporny na próby zatruwania jego świadomości przez hakera. Cała dziedzina jest jednak nowa i niesamowicie intensywnie się rozwija. Żaden z producentów samochodów autonomicznych nie chce być tym, którego pojazd na skutek manipulacji bazy wiedzy przez hakera przestanie dostrzegać przeszkody na drodze. To tylko jeden z przykładów, bo sztuczna inteligencja wkracza w wiele obszarów zarówno gospodarki, jak i naszego życia.

REKLAMA

FIATPROFESSIONAL.PL

**CHUCK NORRIS NIE CZEKA NA DWAZJE. TO DWAZJE CZEKAJĄ NA CHUCKA.**

**WYBIERZ DLA SIEBIE UCZCIWY LEASING:**  
wpłata własna tylko 5% • okres leasingu do 5 lat • całkowity koszt leasingu 105%  
• możliwość przełożenia spłaty 5 rat • 5 atrakcyjnych ofert serwisowych i ubezpieczeniowych.  
Przybij 5 i wyjedź najczęściej wybieranym samochodem dostawczym w Polsce\*!

**BE CHUCK OR BE PRO**

**FIAT**  
**PROFESSIONAL**  
PROFESJONALNY JAK TY

FCA LEASING  
Polska

\*Źródło: CEPIK dla samochodów dostawczych o DMC do 3,5 tony.

Leasingodawca: FCA Leasing Polska Sp. z o.o., al. Włocławska 6, 02-681 Warszawa. Szczegółowe warunki leasingu określone są w umowie. Zawarcie umowy jest uzależnione od oceny zdolności leasingowej Klienta. Usługa leasingu skierowana jest wyłącznie do przedsiębiorców. Liczba samochodów dostępnych w ofercie jest ograniczona. Niniejszy materiał nie stanowi oferty w rozumieniu przepisów Kodeksu cywilnego i ma charakter wyłącznie informacyjny. Rzeczywisty wygląd i cechy pojazdu mogą się różnić od prezentowanych w materiale reklamowym. Koszt leasingu: 105%, skalkulowany dla okresu 36 miesięcy. Oferta ważna przy skorzystaniu z ubezpieczenia GAP oferowanego przez FCA Leasing Polska Sp. z o.o. Składka ubezpieczenia zostanie doliczona do rat leasingowych. Informacje dotyczące ubezpieczenia GAP w salonach Fiat Professional. Zapraszamy do odwiedzenia strony [www.fcaleasing.pl](http://www.fcaleasing.pl) oraz salonów dealerskich Fiat Professional. Ducato (dane dla wersji 250.0LU.6 – Furgon L1H1 o DMC 3 tony z silnikiem 115 KM): zużycie paliwa w cyklu mieszanym 5,9 l/100 km, emisja CO<sub>2</sub> 157 g/km. Talento: zużycie paliwa w cyklu mieszanym od 5,9 do 6,5 l/100 km, emisja CO<sub>2</sub> od 155 do 170 g/km. Doblò Cargo: zużycie paliwa w cyklu mieszanym od 4,4 do 7,4 l/100 km, emisja CO<sub>2</sub> od 115 do 173 g/km. Fiorino: zużycie paliwa w cyklu mieszanym od 4,4 do 6,9 l/100 km, emisja CO<sub>2</sub> od 115 do 161 g/km. Fullback: zużycie paliwa w cyklu mieszanym od 6,9 do 7,5 l/100 km, emisja CO<sub>2</sub> od 188 do 196 g/km. Informacje o recyklingu pojazdów, ich konstrukcji zgodnej z przepisami o recyklingu i lista punktów zbierania pojazdów wycofanych z eksploatacji znajdują się na stronie <http://www.fiatprofessional.pl/pl/uslugi/recykling>.



## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

## SZKOŁY BIZNESU

## PROGRAM EXECUTIVE MBA

Program ma na celu wykształcenie kompetentnych, skutecznych i odpowiedzialnych liderów, którzy posiadają silną międzynarodową perspektywę, potrafią generować twórcze, korzystne i trwałe rozwiązania przyszłych problemów i wyzwań poprzez aktywne stosowanie najnowszych metod zarządzania. Program po-

siada dwie ważne cechy, które odróżniają go od innych: indywidualizm i autentyczność. Jest oparty na rzeczywistych i aktualnych problemach zawodowych, a jego struktura pozwala słuchaczom odkrywać wszystkie wzajemne zależności, relacje i powiązania pomiędzy procesami zachodzącymi w środowisku bizne-

sowym. Partnerami Programu Executive MBA są École de Management de Normandie, jedna z najstarszych francuskich szkół biznesu oraz AESE Business School, najstarsza szkoła biznesu w Portugalii. Dyplom ukończenia studiów Executive MBA Krakowskiej Szkoły Biznesu UEK uzyskało już 612 menedżerów.



## EMBA@UW

Program MBA jest zorientowany dwojako – na funkcje i umiejętności. Z jednej strony koncentruje się na podstawowych, funkcjonalnych obszarach, które trzeba znać, aby skutecznie prowadzić biznes, sprawnie kooperować i koordynować działania w różnych obszarach firmy: marketing, finanse, zarządzanie operacjami firmy: strukturą, procesami i projektami, jak i zarządzanie ludźmi. Z drugiej strony, wykorzystując funkcjonalną wiedzę, MBA kształci

trzy główne umiejętności wymagane od każdego dobrego menedżera w nowoczesnej organizacji: rozumienie biznesu w kategoriach ilościowych, skuteczne wykorzystanie informatyki, oraz sprawowanie przywództwa. Program kształci także umiejętność pracy zespołowej. W ramach każdego przedmiotu, przewiduje co najmniej jedną pracę do wykonania w grupach – w trakcie zajęć lub podczas zaliczenia. Program integruje wszystkie przedmioty

i umiejętności w ostatnim module – gry symulacyjnej. Co go wyróżnia? Kadra wykładowa, metody i narzędzia prowadzenia zajęć zaczerpnięte ze wiodących Programów MBA w Polsce i na świecie. Dopasowanie zakresu przekazywanej wiedzy do potrzeb uczestników, przy równoczesnej koordynacji zakresu z programem studiów Executive MBA. Dedykowana platforma internetowa do komunikacji z uczestnikami programu.

UNIWERSYTET  
WARSZAWSKI

## MBA-SGH

Program MBA-SGH to studia podyplomowe Executive Master of Business Administration oferowane w języku polskim i adresowane do osób pracujących zawodowo, które ukończyły studia wyższe oraz posiadają kilkuletnie doświadczenie w biznesie, głównie zajmują średnie i wyższe stanowiska menedżerskie. Kadre

programu MBA-SGH tworzą doświadczeni wykładowcy z Polski i ze świata, najlepsi wykładowcy Szkoły Głównej Handlowej, posiadający zarówno doświadczenia edukacyjne, zweryfikowane wielokrotnie umiejętności przekazywania własnej wiedzy, jak również bogate doświadczenia praktyczne w biznesie.

Absolwenci programu MBA-SGH otrzymują dyplom ukończenia studiów MBA w najbardziej prestiżowej uczelni ekonomicznej w Polsce, dyplom czołowego programu Executive MBA w Polsce i regionie (w ocenie różnych rankingów, jak również według wyników badań wśród pracodawców).



SGH

## CERTYFIKACJA

## USŁUGA NADAWANIA KODÓW LEI

KDPW od 2013 roku nadaje kody LEI. To specjalny numer jednoznacznie identyfikujący w skali globalnej podmioty z rynku finansowego, nadawany zgodnie z normą ISO. Do przyznawania kodów LEI uprawnione są jedynie podmioty, które uzyskały certyfikację przez międzynarodową organizację GLEIF. W Polsce – KDPW. Posiadanie kodu LEI

jest niezbędne do prawidłowego wypełnienia obowiązków raportowych wynikających z licznych europejskich regulacji: EMIR, REMIT, MiFID II / MiFIR, CSDR, SFTR. Zgodnie z zapisami rozporządzenia MiFIR inwestorzy, za wyjątkiem osób fizycznych nie prowadzących działalności gospodarczej, którzy nie posiadają kodów LEI, zamierzający dokonywać

transakcji na rynku zorganizowanym, powinni uzyskać taki kod. Nieposiadanie takiego kodu będzie od 3 stycznia 2018 r. skutkowało brakiem możliwości zawierania transakcji na instrumentach finansowych dopuszczonych do jakiegokolwiek systemu obrotu prowadzonego na terytorium Polski. Aktualnie KDPW zarządza bazą blisko 12 tys. kodów LEI.

KDPW | LEI

## PODPIS ELEKTRONICZNY SZAFIR

Zestaw do składania kwalifikowanego podpisu elektronicznego Szafir umożliwia komunikację w formie elektronicznej między urzędami a przedsiębiorcami i osobami prywatnymi. Dzięki zestawowi Szafir urząd może skontaktować się ze swoimi klientami za pośrednictwem Internetu – przyjmować wnioski i podania podpisane elektronicznie. Dokumenty zabezpieczone przy użyciu zestawu do e-podpisu za-

chowują integralność i autentyczność, zyskując tym samym taką samą moc prawną jak ich papierowe odpowiedniki. Zestaw do składania kwalifikowanego podpisu elektronicznego Szafir to jedyna tego typu usługa oferowana przez instytucję funkcjonującą w ramach sektora bankowego, co potwierdza jej najwyższą jakość i bezpieczeństwo. KIR oferuje bankom rozwiązanie, które pozwala w komunika-

cji z klientami zastąpić dokumenty papierowe dokumentami elektronicznymi. Dokumenty w formie cyfrowej są odpowiednio zabezpieczone i mają taką samą moc prawną jak ich papierowe odpowiedniki. Elektronicznym podpisem bank może zabezpieczać wszystkie informacje przekazywane poprzez bankowość elektroniczną oraz podpisywać umowy kredytowe w wersji elektronicznej.

KIR

## SYSTEM PERSONALIZACJI EID I EPASZPORT

PWPW jest dostawcą całościowych systemów do zarządzania cyklem życia dokumentów – od produkcji fizycznego dokumentu (blankiety eID i ePaszport), poprzez zbieranie danych osobowych i biometrycznych, ich przesył, personalizację i odesłanie gotowych dowodów osobistych do obywateli. W pakiecie są także różnego rodzaju usługi dodatkowe (post-issuance). Dane pobierane są przy użyciu oprogramowania stworzonego przez specjalistów

PWPW. Transmisja danych zabezpieczona jest zgodnie z architekturą systemu, zaprojektowaną pod konkretnego klienta. Personalizacja chipa i wgranie apletów (PWPW SmartApp®) oraz centralne usługi biometryczne (AFIS) i zabezpieczające dostęp do chipa (CIS) zintegrowane są w ramach jednego systemu personalizacji dokumentów. Wykorzystujemy infrastrukturę kłucza publicznego (PKI), która może być także oferowana jako „stand-alone product” dla już

istniejących rozwiązań. PWPW oferuje kompletne rozwiązania IT wspierające produkcję dokumentów eID/ePaszport. Proponowana przez nas infrastruktura składa się z systemu pobierania danych (osobowych i biometrycznych), usługi ich przesyłania (sieć WAN) oraz systemu centralnego (Data Center i Centrum Personalizacji). Model infrastruktury systemu personalizacji eID i ePaszport został zaprezentowany na sąsiednim rysunku



## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

# Online bez ograniczeń

Pod tym pojęciem kryje się przekaz reklamowy wykorzystany w wielu kanałach komunikacji. A temu wszystkiemu przyświeca jeden cel – dotarcie do odbiorcy i zainteresowanie go naszą ofertą. Tym, mówiąc najprościej jest właśnie marketing zintegrowany.

Mariusz **Maksymiuk**

CEO agencji interaktywnej Adexon

Synergia działań w różnych kanałach komunikacji dziś dotyczy głównie działań online. Chodzi tu o holistyczne podejście oraz spójność prowadzonych działań. W marketingu zintegrowanym najważniejsze jest dostarczenie najlepszego przekazu klientowi, na każdym etapie wzajemnego kontaktu. Do tego dochodzą różne kanały, a to wszystko składa się na jedną strategię marketingową. Kończący się rok już pokazał, że przemyślana, zintegrowana promocja może przynieść rewelacyjne efekty.

### Co niesie za sobą zintegrowana komunikacja?

Nie od dziś wiadomo, że klient, aby dobrze poznać markę i jej za-

uwać musi „spotkać się” z nią kilka razy, najlepiej w różnych miejscach. W dobie wszechobecnego Internetu konsumenci są obecni na wielu kanałach, dlatego istotne jest poznanie tego, gdzie warto mu o sobie przypomnieć. Co więcej, sprzyja to redukcji dystansu na linii marka – klient, co otwiera drzwi do pozyskania klienta lojalnego i zaangażowanego. W dzisiejszych czasach to marka powinna podążać, oczywiście w nienachalny sposób za konsumentem, a nie odwrotnie. Kolejną, niezwykle istotną zaletą tego rodzaju działań jest zasięg. Taką moc ma właśnie komunikacja na wielu płaszczyznach. Dobrze przemyślana, zintegrowana kampania pozwala osiągnąć rezultaty wyższe niż te zamierzone. Precyzyjne działania na szeroką skalę umożliwiają dotarcie do większej ilości odbiorców, niż te które do-



tyczą wyłącznie jednego kanału. W konsekwencji otrzymujemy nie tylko dobrze wyglądające statystyki z działu marketingu ale także z działu sprzedaży.

### Przemyślane wykorzystanie

Jak widać, połączenie kilku kanałów komunikacji potrafi wiele. Jednak to nie wszystko – najważ-

niejsze jest przemyślane wykorzystanie tej możliwości. O sukcesie w ogromnej mierze decyduje zespół, który takie działania planuje, a następnie odpowiada za ich wdrożenie. Ważne aby jasno postawione cele przyświecały procesowi tworzenia całej kampanii a następnie aby była ona kontrolowana i dostosowana do zmian

zachodzących na rynku. Dziś posiadając tak wiele możliwości analitycznych i optymalizacyjnych dobry, doświadczony zespół marketingowy łącząc ze sobą odpowiednie kanały jest w stanie stworzyć nie tylko zasięgowe i skuteczne, ale także oryginalne i wyjątkowe kampanie o których usłyszy cały świat.

REKLAMA



# STUDIA MBA STUDIA PODYPLOMOWE

## Presizowe Programy MBA:

Executive MBA Program / International MBA Program / MBA KSB + Master Program



tel: 12 293 5560  
e-mail: [ksb@uek.krakow.pl](mailto:ksb@uek.krakow.pl)  
[www.ksb.uek.krakow.pl](http://www.ksb.uek.krakow.pl)



Wybrało nas  
ponad  
**26 000**  
osób



Wysztaliliśmy  
**889**  
ABSOLWENTÓW  
MBA



72%  
studentów  
**POLECA**  
nasze studia

## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

## Zainteresowanie faktoringiem na stałym poziomie

Według 14. fali badania Bibby MSP Index, przeprowadzonej na zlecenie firmy faktoringowej Bibby Financial Services, zrealizowanej we wrześniu 2017 r., pojęcie faktoringu jest znane przez prawie 90 proc. przedsiębiorców z sektora MŚP, a z usługi nadal korzysta niecałe 10 proc. respondentów. Po trzech kwartałach 2017 r. firmy faktoringowe zrzeszone w PZF zarządzały powierzonymi przez klientów wierzytelnościami o łącznej wartości 132,1 mld zł. To aż o ponad 17 proc. więcej niż w analogicznym okresie ubiegłego roku. Obserwowane jest zwiększenie zainteresowania przedsiębiorców faktoringiem. Możemy zauważyć wzrost o ponad 13 proc. względem ubiegłego roku, 8,5 tys. polskich firm korzysta z tego źródła finansowania.



Jerzy Dąbrowski

dyrektor generalny  
Bibby Financial Services w Polsce

**Przedsiębiorcy najchętniej sięgają po faktoring krajowy z regresem**  
Wśród przedsiębiorców z sektora MŚP najpopularniejszym narzędziem finansowania bieżącej działalności firm jest faktoring krajowy z regresem (pełny), według danych PZF stanowił on 58,5 proc. obrotów całego rynku. Faktorzy zrzeszeni w Polskim Związku Faktorów nabyli w ramach tych usług wierzytelności na łączną kwotę blisko 77,4 mld zł. Według 14. fali badania Bibby MSP Index faktoring krajowy bez regresu jest używany przez ponad 36 proc. respondentów, a krajowy mieszany praktykuje prawie 14 proc. badanych. Najmniejszym zainteresowaniem wśród polskich przedsiębiorców cieszy się faktoring importowy (5,6 proc.), odwrotny (2,8 proc.) oraz zagraniczny eksportowy (2,8 proc.).

Ponad 47 proc. badanych korzysta z tej formy finansowania, dlatego że poprawia ich sytuację finansową, a dla 72,5 proc. badanych znacząco skraca czas oczekiwania na gotówkę. Według danych PZF usługami faktoringowymi najbardziej zainteresowane są firmy z branży spożywczej, chemicznej i metalowej. Przedsiębiorstwa korzystają z usług firm faktoringowych nie tylko, aby usprawnić swoją płynność finansową, ale także by zminimalizować ryzyko niewypłacalności kontrahentów. Warto zwrócić uwagę, że najwięcej wierzytelności firmom faktoringowym powierzają przedsiębiorstwa specjalizujące się w produkcji i dystrybucji, ponieważ faktoring umożliwia im utrzymanie konkurencyjności dzięki przyznaniu

swoim klientom dłuższych terminów płatności.

#### Faktoring a gospodarcza odpowiedzialność

Prawie 70 proc. polskich przedsiębiorców z sektora MŚP nie otrzymuje płatności za wystawione faktury w terminie. Ponad 13 proc. respondentów 14. fali badania Bibby MSP Index czeka na uregulowanie należności od 3 miesięcy i więcej po terminie. Problem tzw. zatorów płatniczych jest szczególnie dotkliwy dla przedsiębiorców z sektora MŚP. Co czwarty mały i średni przedsiębiorca nie otrzymuje płatności na czas od 2 do 5 razy w miesiącu. W przypadku mikro firm nawet jedna nieopłacona faktura od kluczowego klienta może spowodować problemy z płynnością finansową. Podmioty gospodarcze tworzą łańcuch wzajemnych zależności. Gdy jedna firma nie otrzyma środków w terminie, nie jest w stanie uregulować swoich płatności wobec partnerów finansowych i podwykonawców. W konsekwencji powstają zatory płatnicze. Ich skutkiem są nie tylko problemy z regulowaniem własnych zobowiązań, dodatkowe koszty, jakie musi ponieść firma, ale również czynniki niewymierne takie jak czas, zwiększone ryzyko prowa-

dzenia biznesu, ale również ograniczone możliwości rozwoju i nakłady na inwestycję.

#### Faktoring – narzędzie do poprawy płynności finansowej

Prawie 80 proc. ankietowanych podczas 14. fali badania Bibby MSP Index uważa, że faktoring poprawia ich płynność finansową. Aż 70 proc. respondentów ceni tę usługę finansowania za skracanie czasu oczekiwania na należności z wystawionych faktur. Badani postrzegają faktoring, jako narzędzie ograniczające ryzyko udzielenia kredytów handlowych odbiorcom firmy, które dyscyplinuje dłużników, zmniejsza pracochłonność obsługi należności oraz zapotrzebowanie na źródła finansowania bez wzrostu zadłużenia. Skrócenie czasu oczekiwania na środki z wystawionych faktur umożliwia przedsiębiorcom sprawne funkcjonowanie biznesu i ułatwia regulowanie własnych zobowiązań w terminie. Dlatego właściciele firm coraz chętniej sięgają po finansowanie w postaci faktoringu.

Płynność finansowa jest ważna w przedsiębiorstwach we wszystkich branżach na rynku, ponieważ zapewnia prawidłowe funkcjo-

nowanie. Ważne są działania prewencyjne, takie jak sprawdzanie wiarygodności kontrahentów, ale również aktywne wychodzenie z tego typu kryzysów przy wsparciu partnera finansowego, jakim jest firma faktoringowa. Jednym z narzędzi umożliwiających organizacjom regularny przepływ należności jest faktoring. Według Bibby MSP Index prawie co 10 firma wskazuje faktoring jako sposób na zabezpieczenie się przed niewypłacalnymi kontrahentami.

#### Zmiana oczekiwań przedsiębiorców

Analizując wyniki 13. i 14. fali badania Bibby MSP Index widzimy zmieniające się potrzeby i oczekiwania przedsiębiorców wobec firm faktoringowych. W 13. fali badania przedsiębiorcy cenili faktoring za jakość obsługi (prawie 56 proc.), szybkość reakcji na zlecenie (prawie 54 proc.) oraz łatwość kontaktu z przedstawicielami firmy (ponad 23 proc.). Najważniejszą wartością dla respondentów 14. fali badania, wskazaną przez ponad 60 proc. przedsiębiorców, jest szybkość reakcji na zlecenie oraz jakość obsługi wskazana przez 1/4 przedsiębiorców. Klienci korzystający z tej usługi finansowania cenią również łatwość kontaktu z przedstawicielem firmy (ponad 36 proc.) oraz dodatkowe doradztwo (ponad 11 proc.). Zmieniające się potrzeby konsumentów, wymagają modyfikacji w funkcjonowaniu przedsiębiorstw, a co za tym idzie również firm faktoringowych, które muszą dopasować zakres świadczeń do potrzeb polskiego biznesu.

Prawie 8 proc. respondentów badania Bibby MSP Index, którzy do tej pory nie korzystali z faktoringu, deklaruje, że ma w planach podjęcie współpracy z firmą faktoringową w ciągu najbliższych sześciu miesięcy.



## Małe i średnie firmy chronią nie tylko swój majątek

**Ubezpieczenia dla sektora MŚP to przede wszystkim ubezpieczenia mienia, coraz częściej w nowoczesnej formule od wszystkich ryzyk oraz możliwość dopasowania zakresu ochrony do specyfiki prowadzonej działalności gospodarczej.**

Dodatkowo na rynku dostępne są ubezpieczenia dedykowane osobom fizycznym, które posiadają budynki lub lokale na wynajem, a niekoniecznie prowadzą działalność gospodarczą. Przedsiębiorcy, którzy inwestują w swój biznes i rozbudowują swoje firmy, otrzymują ofertę ubezpieczenia budynków w budowie.

– Wybierając ubezpieczenie warto wybrać firmę, która nie stosuje zasady porcji. Ozna-

cza to, że wypłaci odszkodowanie do wysokości szkody i sumy ubezpieczenia bez dodatkowych potrąceń z tytułu niedoubezpieczenia niezależnie od wysokości szkody – wyjaśnia Arkadiusz Wiśniewski, członek Zarządu Generali TU SA.

#### Co powinna ubezpieczyć mała i średnia firma?

Zainteresowaniem przedsiębiorców z grupy MSP cieszą się zarówno ubezpieczenia majątko-

we, jak i komunikacyjne. W zakresie ubezpieczenia majątku firmy zainteresowane są przede wszystkim podstawowymi ubezpieczeniami, ale chętnie sięgają po wszelkiego rodzaju rozszerzenia dedykowane branży, którą reprezentują.

– Najbardziej popularne to klauzule dla aptek, hoteli, fryzjerów, kosmetyczek, wspólnot mieszkaniowych czy po prostu najemców lokali – dodaje Arkadiusz Wiśniewski z Generali.

#### Jakie OC jest potrzebne?

Polisa odpowiedzialności cywilnej przede wszystkim powinna być dopasowana do rodzaju prowadzonej działalności.

– Przykładowo ważnym elementem polisy OC w handlu będzie odpowiedzialność związana ze sprzedażą produktów. Sprzedawca odpowiada za produkt, który wprowadza do obrotu i jeżeli taki produkt wyrządzi szkodę, jak: złamanie zęba na skorupce od orzecha zawartego w ciastku, czy toksyczna farba użyta do farbowania odzieży, poszkodowany w pierwszej kolejności zgłosi się do sprzedawcy. Istnieje możliwość zwolnienia się z odpowiedzialności jedynie wtedy gdy w ciągu 30 dni od daty zawiadomienia o szkodzie sprzedawca wskaże inny podmiot, wraz z adresem, od którego nabył towar odpowiedzialny, może to być np.

dystrybutor lub producent – tłumaczy Arkadiusz Wiśniewski, członek zarządu Generali TU SA. W przypadku sklepów spożywczych, piekarni, czy cukierni ważnym elementem polisy będzie odpowiedzialność za zatrucie, np. na wypadek salmonelli w lodach. W przypadku sklepów wielkopowierzchniowych, w których używane są wózki widłowe, warto również pomyśleć o rozszerzeniu polisy o odpowiedzialność związaną z ich użytkowaniem. Przed zawarciem umowy warto przejrzeć również wyłączenia zawarte w OWU i przede wszystkim jeśli mamy jakiegokolwiek wątpliwości wyjaśnić je przed zawarciem umowy.



## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

# Administracja serwerami – dlaczego warto z niej skorzystać?

**Administrator serwerów, administracja serwerami – wszyscy zapewne już słyszeli te pojęcia, ale co tak naprawdę one oznaczają?**

**Michał Trziszka**  
CEO, Cal.pl

Administrator serwera to ktoś, kto jest odpowiedzialny za serwery komputerowe firmy i zapewnia, że wszystko działa sprawnie. Robi to, aktualizując oprogramowanie, utrzymując sprzęt, projektując i wdrażając nowe struktury systemowe, rozwiązując problemy techniczne, monitorując aktywność serwera i go zabezpieczając. Systemy komputerowe firmy są jedną z najważniejszych części organizacji, więc administrator musi być przygotowany na każdą potencjalną katastrofę i mieć plan naprawczy. Zakres obowiązków jednego pracownika jest bardzo szeroki, musi posiadać on wiedzę z wielu dziedzin, znać wszystkie systemy operacyjne, a przed wszystkim, być w gotowości do pracy 24 godziny na dobę. Co za tym idzie, wartość takiego pracownika jest bardzo wysoka i nie każdą firmę stać na zatrudnienie takiego specjalisty. Jak wskazują statystyki na stronie wynagrodzenia.pl – średni zarobek administratora wynosi 6 252 zł. Co drugi administrator serwerów otrzymuje pensję od 4 556 zł do 8 364 zł. Dla wielu firm jest to bardzo wysoki wydatek.

**W ramach usług zewnętrznych**  
Na rynku pojawiły się firmy oferujące administrowanie serwerami w ramach usług zewnętrznych dla



przedsiębiorców. Najważniejszym powodem, dla którego firmy decydują się na wybór firmy zewnętrznej do administrowania serwerów jest oszczędność. Utrzymanie pracownika na tym stanowisku jest o wiele droższe niż wykupienie abonamentu u usługodawcy. Dodatkowo, jest to rozwiązanie lepsze pod kątem bezpieczeństwa. Firmy oferujące usługę administrowania serwerami zatrudniają specjalistów w wielu dziedzinach, którzy wspólnie dbają o dany serwer. W abonamencie mamy więc specjalistę np. oddzielnie od backupu, a oddzielnie od poczty i stron www. Każdy z nich zna się na swojej dziedzinie

najlepiej. Jeden administrator nie może być najlepszym specjalistą w każdej dziedzinie. W razie awarii lepiej poradzi sobie z nią grono ekspertów niż jeden człowiek „od wszystkiego”. Jakie są inne zalety skorzystania z abonamentu na administrację serwerami? To przede wszystkim dostępność – dedykowany pracownik ma mimo wszystko ograniczone godziny pracy, zazwyczaj od 8.00 do 16.00. Dla hakerów te godziny nie są istotne. Co w przypadku, kiedy awaria nastąpi np. w godzinach nocnych? Usługodawca zadba o to, aby eksperci pracowali na zmianę – dzięki temu mamy pew-

ność, że przez całą dobę o nasz serwer dba osoba, która w razie awarii zareaguje natychmiast.

**Jeśli znasz się na wszystkim...**  
Jeśli twierdzisz, że znasz się na wszystkim, to nie znasz się na niczym – znacie te słowa? Sprawdzają się także w tym wypadku. Bez względu na to jak świetny jest administrator, nie można zakładać, że jest on alfa i omega. W czasach, kiedy technologia postępuje z dnia na dzień, ciężko oczekiwać od jednego człowieka, aby nadążał za wszystkimi obszarami informatyki. Tak jak pisaliśmy wcześniej – niech specjalista

od backupu zajmie się backupem, a ten od sprawności serwerów – serwerami. Pamiętajmy, że bardzo często o sukcesie danego zadania decydują detale, które szybciej wyłapie ekspert danej dziedziny. Outsourcing usług IT nie jest niczym nowym i korzystanie z takich usług stanowi o profesjonalizmie firmy. Tak samo jak firma korzysta z prawnika, tak samo może skorzystać z informatyków. Robią tak największe firmy, np. Samsung czy NASA i wychodzą na tym bardzo dobrze. Poza tym rynek oferuje już tak dużo usług w tym zakresie, że każda firma jest w stanie znaleźć tę najbardziej odpowiednią dla siebie.

## Analityka praktyczna: które narzędzia wybrać?

**Kwintesencją analityki nie jest już zbieranie danych, ale ich wykorzystanie. Rozwój narzędzi i ich dostępność, choćby w kontekście kosztów, sprawiły, że niemal każda firma może uzyskać pełne dane, które będą poprawne i użyteczne do podejmowania decyzji.**



**Karolina Lejman**  
digital analytics business manager, Bluerank

awansowane technologie i algorytmy. Te zaawansowane technologie są jednak opakowane w przyjazne i funkcjonalne interfejsy, które sprawiają, że z narzędzi mogą korzystać marketerzy. Otrzymują oni zestaw danych, na podstawie których podejmują decyzje np. budżetowe, ale nie muszą mieć kompetencji programistycznych czy z obszaru data science.

**Oddać pracę w ręce analityków**  
To podejście sprawdza się w działaniach na wybranym, konkretnym

polu marketingu, np. w kampanii display, rekomendacjach, budowaniu lojalności itd. Na liście narzędzi tego rodzaju są m.in.: Doubleclick, Adform, Criteo, Insider. Kiedy pojawia się wyzwanie przy podejmowaniu decyzji na bazie wniosków pochodzących z analizy danych z różnych obszarów, należy oddać pracę w ręce analityków, którzy potrafią wykorzystać surowe dane o klientach, wizytach w sklepie, zaangażowaniu, skuteczności produktów i na ich podstawie dostarczyć raporty, które pomogą podjąć decyzje bardziej taktyczne. Jeśli pojawiają się pytania:  
•W który kanał zainwestować więcej pieniędzy?

Jakie sekcje lub treści w serwisie wpływają pozytywnie na decyzje zakupowe klientów?  
Jak kształtuje się ścieżka klienta i jakimi kanałami komunikacji warto tę ścieżkę wspierać, aby finalnie doprowadzić do konwersji?  
Wówczas w zmaganiach z takimi wyzwaniami, najlepiej dysponować zespołem analityków lub współpracować z zaufanym partnerem o takich kompetencjach. Jeśli wykorzystywane narzędzia są ogólnie dostępne, budowane na nich rozwiązania są najczęściej skrojone na miarę potrzeb danej firmy.  
**Potrzeba uzyskania raportów**  
Trzecia grupa narzędzi poświęcona jest obszarowi menadżerskiemu i po-

trzebie uzyskania raportów, które nie tylko będą oddawać realny obraz sytuacji, ale też pokażą zależności między danymi i pozwolą przewidzieć potencjalne efekty decyzji. Warto wskazać narzędzie, które jest szybko dostępne i praktyczne – Google Data Studio, które pozwala integrować dane z różnych źródeł. Google Data Studio jest równie łatwe w użyciu jak większość narzędzi Google, a do tego konsekwentnie rozwija się w stronę ułatwiania użytkownikom pracy. Analityka zmierza do upraszczania i przyspieszania pracy z danymi. Technologia może być złożona, kompetencje analityków bardzo wysokie, ale ostateczny produkt, pozwalający na podejmowanie decyzji – prosty i szybki w użyciu.

Pierwsza grupa to narzędzia, służące marketingowi, które oparte są o za-



## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

## Ubezpieczony lekarz to bezpieczny pacjent

**Zawód lekarza wiąże się z ogromną odpowiedzialnością, ale też z ryzykiem wyrządzenia szkody na zdrowiu pacjenta. Poza koniecznością naprawienia szkody oraz zadośćuczynienia pacjentowi lub jego rodzinie, w pracy lekarza może pojawić się wiele problemów prawnych, którym musi on stawić czoła. Dobra polisa ubezpieczeniowa może te wszystkie ryzyka i problemy znacząco zredukować.**

**Andrzej Twardowski**

dyrektor biura ubezpieczeń medycznych  
i OC, TU INTER Polska

Dwa niezbędne elementy ochrony ubezpieczeniowej lekarza to: polisa OC, która zapewni rekompensatę szkód wyrządzonych pacjentom, oraz ubezpieczenie ochrony prawnej, dzięki któremu można liczyć na poradę prawną oraz pokrycie kosztów sporów sądowych.

#### Gdy lekarz wyrządzi szkodę

Wiele ośrodków badawczych i naukowych na świecie prowadzi analizę przyczyn i rodzajów błędów medycznych. Wśród często wymienianych przyczyn błędów medycznych pojawiają się komplikacje i problemy techniczne w trakcie zabiegów chirurgicznych, ale też problemy związane z niewystarczającą wiedzą, niepewność w zakresie wykonywanych procedur, błędnie zdefiniowany zakres odpowiedzialności, zła komunikacja, zbyt wysoka lub niska autonomia, słaba akceptacja zmian, problemy logistyczne, mnogość zadań o niskich priorytetach, przepracowanie. Bez względu na przyczynę czy rodzaj błędu, skutkuje on odpowiedzialnością cywilną. Kto ponosi tę odpowiedzialność? Może ponosić ją placówka medyczna, w której doszło do błędu, ale może też w całości ponosić ją lekarz, który dopuścił się błędu. Szczególnie narażeni na konsekwencje finansowe są lekarze posiadający praktykę lekarską – ponoszą oni pełną odpowiedzialność za szkody, które wyrządzili. Błąd w diagnozie boreliozy, zaszytych chusty chirurgicznej w brzuchu pacjenta, nierozpoznanie nowotworu – każdy lekarz zdaje sobie sprawę z tego, że nie jest nieomylny. Jedynym pewnym i skutecznym zabezpieczeniem przed finansowymi konsekwencjami błędów medycznych, zdarzeń niepożądanych i szkód w mieniu pacjenta jest polisa OC. Lekarze prowadzący praktykę lekarską muszą posiadać polisę obowiązkową z zakresem regulowanym przepisami prawa. Jest to jednak zakres minimalny i każdy lekarz powinien sobie zadać pytanie, czy taka ochrona jest dla niego wystarczająca. Ochronę ubezpieczeniową można rozszerzyć kupując dodatkowe ubezpieczenie OC. Polisa odpowiedzialności cywilnej zapewnia ochronę przed finansowymi skutkami szkód powstałych w trakcie wykonywania pracy. W zależności od charakteru pracy lekarza, jego specjalizacji oraz indywidualnych potrzeb, można podnieść sumę ubez-

pieczenia do kwoty nawet 200 tys. euro na jedno zdarzenie. Dodatkowa ochrona zadziała przykładowo w sytuacji, kiedy lekarz będzie udzielał pierwszej pomocy poza swoim miejscem pracy i przypadkiem wyrządzi przy tym szkodę. Gdy zajmuje się zabiegami z zakresu medycyny estetycznej, może wykupić specjalną klauzulę rozszerzającą zakres ochrony o szkody wyrządzone w tym obszarze, standardowo wyłączone z zakresu ubezpieczenia obowiązkowego. Wielu lekarzy obecnie zabezpiecza się przed coraz częściej występującymi roszczeniami z tytułu naruszenia praw pacjenta.

#### Ochrona prawna

Lekarz ma się znać na medycynie, a nie na prawie, ale spory prawne w tym zawodzie nie należą do rzadkości. Pacjent nagrał, gdy lekarz na niego krzychał w gabinecie i lekarz obawia się o konsekwencje. Osoba pozostająca pod opieką chirurga zmarła i lekarz nie wie, czy będzie musiał w sądzie wystąpić jako świadek. Pacjent zarzuca lekarzowi nieprawidłowe leczenie. W takich przypadkach nieoceniona jest pomoc prawnika. Ubezpieczenie ochrony prawnej pozwala na zabezpieczenie się przed wysokimi kosztami szeroko rozumianych usług prawnych, które musiałby ponieść lekarz w związku z prowadzeniem sporu prawnego. Koszty związane ze sporami mogą być wysokie. Lekarz SOR nie ustalił przyczyn infekcji i nie zalecił przyjęcia pacjenta do szpitala. Pacjent zmarł z powodu powikłań po grypie, a koszty w sprawie karnej w II instancjach wyniosły ponad 25 tys. zł. Lekarz dyżurny Ambulatorium Nocnej i Świątecznej Opieki Zdrowotnej został oskarżony o narażenie na bezpośrednie niebezpieczeństwo utraty życia lub ciężkiego uszczerbku na zdrowiu w związku z wystąpieniem powikłań ostrego zespołu wieńcowego spowodowanych niedochowaniem należytej i właściwej ostrożności i staranności przy ocenie stanu zdrowia pacjenta. W toku postępowania ustalono, że nie wykonano badań m.in. EKG, badania krwi i markerów uszkodzenia serca i uznano lekarza za winnego. Koszty obrony wyniosły ponad 5 tys. zł.

Dobre ubezpieczenie ochrony prawnej powinno pokrywać wydatki na adwokata lub radcę prawnego, koszty sądowe, koszty strony przeciwnej, postępowania egzekucyjnego, w postępowaniu przed organami administracji państwowej i samorządowej, poręczenia majątkowego (tzw. kaukcji), sądu polubownego oraz opinii

biegłych. Wydatki te mogą sięgnąć kilkudziesięciu tysięcy złotych. Dla lekarza przydatne będzie także wsparcie prawnika w postępowaniu pozasądowym, w tym mediacyjnym, oraz przed sądem dyscyplinarnym, a także w razie sporów z NFZ i ZUS. Polisa ta nie tylko uchroni przed ponoszeniem wydatków sądowych, ale też zastąpi zgłaszanie się z każdym problemem po poradę do kancelarii prawnej, co jest rozwiązaniem kosztownym. Ubezpieczenie ochrony prawnej zapewnia pokrycie kosztów m.in. obsługi prawnej, kosztów sądowych, poręczenia majątkowego, tłumaczenia dokumentów, opinii biegłych oraz szybką pomoc prawną dla osób

kancelarii prawnych specjalizujących się w określonej tematyce.

#### Gdy lekarz jest na kontrakcie

W sytuacji gdy lekarz prowadzi własną praktykę, jednoosobową działalność gospodarczą lub jest zatrudniony na kontrakcie warto, żeby posiadał ubezpieczenie na wypadek czasowej niezdolności do pracy, realizowane w formie świadczenia finansowego za każdy dzień zwolnienia lekarskiego. Dzięki temu zredukujemy ryzyko znaczącej utraty przychodów w sytuacji, gdy nie jesteśmy w stanie realizować świadczeń medycznych z uwagi na dłuższą chorobę lub nieszczęśliwy wypadek. Świad-

czynkowych, opłaca się posiadać także ubezpieczenie kosztów leczenia za granicą. Prowadząc własny gabinet warto zadbać o ubezpieczenie sprzętu medycznego, nieruchomości i całego majątku firmy na wypadek zdarzeń losowych. Decydując się na taką polisę trzeba mieć na uwadze to, że dobra polisa majątku firmy to taka, która umożliwia maksymalne dostosowanie zakresu ochrony do profilu działalności przedsiębiorstwa i która bierze pod uwagę jego indywidualne potrzeby, specyfikę działalności oraz wielkość. Każdy lekarz powinien indywidualnie podejść do kwestii ubezpieczeń i dostosować je do swoich potrzeb biorąc pod



wykonywujących zawód medyczny. Gwarantuje ono nie tylko ochronę w razie sporów związanych z wykonywanym zawodem, ale także problemów prawnych w życiu prywatnym, np. z nieruchomościami czy pojazdem. Można też rozszerzyć ubezpieczenie o ochronę prawną małżonka i dzieci w sprawach odszkodowawczych, karnych i zobowiązań umownych. Telefoniczna asysta prawna zapewnia szybką i fachową pomoc w przypadku wystąpienia problemu prawnego 24 h na dobę 7 dni w tygodniu. To taka recepta na bieżące problemy. Lekarz otrzymuje konsultację prawną udzieloną na piśmie, do tego wzory umów, pism procesowych i teksty aktów prawnych, uzyskuje informację o procedurach sądowych i kosztach prowadzenia sporów, może poprosić o weryfikację posiadanych dokumentów. Ciekawym rozwiązaniem jest też wideo-porada prawna oraz możliwość skorzystania z rekomendowanych przez ubezpieczyciela

czenie chorobowe wypłacane przez ZUS z reguły nie zapewnia pokrycia bieżących wydatków i zobowiązań. Ubezpieczenie gwarantuje w takich sytuacjach dodatkowe środki finansowe w wysokości do 300 zł dziennie, czyli do 9 000 zł miesięcznie.

#### Jakie inne ubezpieczenia warto mieć?

Osoby pracujące w zawodzie medycznym są narażone na przypadkowe zakłucia, czy kontakt z materiałem zakaźnym, co grozi zakażeniem wirusem HIV lub WZW. Powinni oni pomyśleć o specjalistycznym ubezpieczeniu umożliwiającym szybkie sfinansowanie koniecznych badań oraz wypłatę świadczenia finansowego w przypadku zakażenia. Ubezpieczenie można dodatkowo rozszerzyć o klauzulę na wypadek agresji pacjenta. W przypadku częstych podróży zagranicznych związanych z wykonywaniem pracy zawodowej czy też w celach wypo-

uwagę specjalizację, formę zatrudnienia i specyfikę pracy. Poza obowiązkowym ubezpieczeniem dla lekarzy, które musi być zgodne z rozporządzeniem Ministra Finansów, istnieje wiele dodatkowych opcji ochrony, które zapewnią kompleksowe zabezpieczenie w przypadku m.in. roszczeń pacjenta, niezdolności do pracy, częstych podróży, pracy na kontrakcie, następstw nieszczęśliwych wypadków, zakażenia HIV lub WZW. Obowiązkowe ubezpieczenie OC zdefiniowane w rozporządzeniu bywa niekiedy niewystarczające. Dlatego osoby wykonujące specjalizacje o podwyższonym ryzyku, na przykład anestezjologów czy medycy wykonujący zabiegi chirurgiczne, powinni rozważyć wyższe sumy gwarancyjne oraz szerszy zakres zapewniony w ramach dobrowolnej polisy OC. Kompleksowa ochrona zapewnia bowiem spokój pozwalając skupić się na pracy i radości z jej wykonywania.



## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

# Jak analiza Big Data wpływa na skuteczne zarządzanie firmą?

Wyniki badania<sup>1</sup> opublikowanego w 2016 roku w międzynarodowym czasopiśmie *International Journal of Information Management* pokazują, jak ważne jest zastosowanie rozwiązań Big Data w biznesie. Najwięcej, bo aż 37 proc. procesów związanych z przetwarzaniem i analizą Big Data, wykonywanych jest w środowisku biznesowym. Jak się jednak często okazuje, wiele organizacji nie jest w stanie przeprowadzić wszystkich kluczowych analiz, ponieważ dane pracowników są rozproszone i niekompatybilne ze sobą. Jak temu zaradzić? O jakie kluczowe analizy chodzi? Na te pytania postaramy się odpowiedzieć w poniższym artykule.



Krzysztof Sołowski

HR Senior Presales Consultant  
w Unit4 Polska

wych procesów w przedsiębiorstwie np. rezerw urlopowych – złe zarządzanie rezerwami może doprowadzić do strat wielkości kilkudziesięciu mln USD. Często jednak procesy HRowe w dużych organizacjach obsługiwane są przez kilka (zazwyczaj od 3 do 5) systemów i w każdym z nich tworzone są osobne bazy danych. W takiej sytuacji bardzo trudne jest zebranie wszystkich potrzebnych informacji w jednym miejscu w celu dalszej analizy. Firmy, które znajdują się w takiej sytuacji powinny pomyśleć o jak najszybszej wymianie

swojego systemu IT na taki, który będzie w stanie pomieścić wszystkie dane w jednej bazie, ustandaryzować je i umożliwić ich dokładną analizę. Brak wdrożenia takich rozwiązań może doprowadzić do poważnych błędów w zarządzaniu. Dokładne uzupełnienie i ustandaryzowanie bazy danych to także forma dobrego przygotowania organizacji pod kątem zmieniających się przepisów i wchodzącego w życie w 2018 roku rozporządzenia RODO. Więcej o RODO tutaj: <https://goodpoint.blog/pobierz-darmowy-e-book-rodokrok-kroku/>

### Analiza kompetencji i polityka szkoleniowa

Baza danych systemu HR to również ogromne źródło wiedzy na temat kompetencji pracowników. Działy HR, na podstawie analizy kompetencji pracowników mogą efektywnie planować procesy szkoleniowe oraz badać, czy wiedza pozyskana na kursach wpływa na poprawę jakości pracy osób, które w nich uczestniczyły.

Rozbudowane systemy do obsługi procesów HRowych umożliwiają także zestawienie danych dotyczących kompetencji, umiejętności i doświadczenia pracowników z danymi na temat realizacji celów spółki. Taka analiza możliwa jest na przestrzeni lat i pokazuje, przy jakim optymalnym poziomie kompetencji pracowników spółka osiąga najlepsze wyniki.

### Analiza czynników motywacyjnych

Badanie efektywności programów motywacyjnych może wykazać, że wprowadzenie benefitu za 50 zł dla pracownika nie wpływa na zmniejszenie fluktuacji czy wzrost jego zaangażowania. Systemy takie jak np. Teta HR autorstwa Unit4 Polska udostępniają pracownikom raport całkowitych korzyści, który jest zestawieniem wszystkich kosztów, jakie generuje dany pracownik (zawiera między innymi: wartość pakietu benefitów, koszt samochodu służbowego, wartość programów szkoleniowych). To cena informa-

cja zarówno dla pracownika jak i pracodawcy.

### Analiza fluktuacji

Nowoczesne systemy HR, takie jak Teta HR autorstwa Unit4 Polska, pozwalają zderzać ze sobą informacje na temat podwyżek, zmian stanowisk, zmian stawek zaszczerowania, z poziomem odejść i zatrudnieniem. Analizy mogą być wykonywane na przestrzeni np. 25 lat i pozwalają dokładnie zbadać proces fluktuacji i zapobiec ewentualnym problemom związanym z niedoborem utalentowanych pracowników.

Dzięki analizom Big Data w systemach HR firma może poprawić swoją efektywność. Więcej na temat zarządzania efektywnością można przeczytać na blogu Good Point: <https://goodpoint.blog>

Przypisy:

1. Frizzo-Barker J., Chow-White P.A., Mozafari M., (2016), *An empirical study of the rise of big data in business scholarship*, „International Journal of Information Management”, Vol. 36.

### Grunt to spójna baza danych HR

Analiza big data w organizacji pozwala wykorzystać dane na temat pracowników do badania kluczo-

REKLAMA

## Oszczędzaj czas i pieniądze z uniwersalnym Toll Boxem na całą Europę.

Jako twój zaufany partner firma BP zawsze stara się wyprzedzać zmiany na rynku, żeby ułatwić pracę operatorów flot oraz pomóc im przygotować się do nowych sytuacji.

Dlatego chcemy być pewni, że jesteś gotów na zaplanowane na przyszły rok zmiany w europejskim systemie poboru opłat drogowych EETS. Wprowadzenie uniwersalnego rozwiązania Toll Box pozwoli Twoim kierowcom automatycznie regulować należności w całej Europie przy pomocy jednego urządzenia pokładowego.

Nasza nowa, ogólnoeuropejska usługa opłat elektronicznych ułatwi codzienne zarządzanie flotą, a dzięki mniejszej liczbie urządzeń zaoszczędzisz więcej czasu i pieniędzy każdego dnia.

**Jedno urządzenie. Jeden partner. Jedna Europa.**

Bądź na bieżąco. Wejdź i zarejestruj się już dziś na [www.bpplus.pl](http://www.bpplus.pl)



↑ LISBON 1250 KM  
→ PARIS 1050 KM





## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

## Zainteresować inwestora

**Przedsiębiorcy, którzy chcą otrzymać wsparcie ze strony funduszu venture capital, w pierwszej kolejności muszą zgłosić swój projekt. W tym celu przesyłają do funduszu teaser inwestycyjny. Głównym celem takiego dokumentu jest skłonienie potencjalnego inwestora do zaproszenia na spotkanie, podczas którego pomysłodawcy będą mogli osobiście przekonać go do swojego przedsięwzięcia. Podpowiadamy, jak przygotować taki dokument.**

Krystyna Kalinowska

dyrektor inwestycyjny  
z Podlaskiego Funduszu  
Kapitałowego

Fundusze venture capital zapoznają się rocznie z setkami projektów, jednak po ich analizie do dalszych rozmów zapraszani są tylko nieliczni pomysłodawcy. Zwykle pierwszy kontakt odbywa się drogą mailową. Firmy zgłaszają projekt dołączając opis swojej działalności tzw. teaser inwestycyjny, który ma za zadanie skłonić inwestora do podjęcia dalszych rozmów. Teaser inwestycyjny powinien być możliwie jak najkrótszy, tak aby nie zniechęcić inwestora do zapoznania się z jego treścią. Dobrze, gdy nie zawiera długich i skomplikowanych opisów. Zadaniem teasera jest zaciekawienie inwestora, dlatego na tym etapie lepiej zrezygnować z przedstawiania szczegółów, na

które przyjdzie czas w kolejnych etapach procesu inwestycyjnego.

#### Opis produktu/usługi

Teaser inwestycyjny powinien zawierać przede wszystkim informacje co stanowi podstawę działalności firmy, czyli na czym polega oferowany produkt lub usługa. Ważne jest przede wszystkim to, jakie potrzeby zaspokaja, jakie problemy rozwiązuje, a także na jakim jest etapie rozwoju. Istotne są również informacje na temat przewagi konkurencyjnej, czyli czym wyróżnia się przedsiębiorstwo na tle innych firm. Jeśli firma istnieje na rynku dłuższy czas, warto przybliżyć także jej historię oraz największe osiągnięcia.

#### Wielkość rynku, bariery wejścia na rynek

W teaserze inwestycyjnym nie powinno zabraknąć również infor-

macji na temat wielkości rynku i barier wejścia na rynek. W tym miejscu należy krótko przedstawić, jak wygląda rynek na którym działa przedsiębiorstwo. Zazwyczaj dla inwestora jest to jedna z ważniejszych informacji. Firmy działające na atrakcyjnym rynku mają większe szanse na to, że ich projekt odniesie sukces. Dla inwestora zwiększa to prawdopodobieństwo, że będzie mógł wyjść z inwestycji z zyskiem. Istotne są również informacje odnośnie barier wejścia na rynek przez inne podmioty.

#### Opis modelu biznesowego

W przypadku opisu modelu biznesowego należy pokazać inwestorowi, w jaki sposób firma będzie generowała przychody. Przedsiębiorcy powinni przedstawić pokrótce opis docelowych odbiorców, jakimi kanałami dystrybucji firma dotrze do klientów, strategię marketingową oraz jakie zasoby będą jej potrzebne.

#### Opis konkurencji

Kolejną z istotnych kwestii jest również opis konkurencji przedsiębiorstwa. Przedstawienie w teaserze konkurencji, to informacja dla inwestora, że przedsiębiorcy znają

swoje otoczenie. Dzięki czemu będą mogli sprawniej działać, reagować na zmiany czy zrezygnować z podjętych kroków. Warto przedstawić liczbę firm, które stanowią konkurencję, ich słabe i mocne strony czy pozycję na rynku.

#### Podstawowe dane finansowe

W teaserze inwestycyjnym nie może zabraknąć również podstawowych danych finansowych firmy. Teaser powinien zawierać zarówno historyczne dane finansowe przedsiębiorstwa, jeżeli jest to już istniejący podmiot, jak również prognozy na najbliższe dwa-trzy lata. Na tym etapie powinny być tylko wybrane dane w skróconej formie. Dla inwestora najbardziej istotne są informacje odnośnie wysokości przychodów, marży oraz zysku.

Kwota poszukiwana od inwestora. Ważnym elementem teasera jest także wskazanie kwoty, którą przedsiębiorca będzie chciał uzyskać od inwestora oraz informacje na co chce ją przeznaczyć. Zespół zarządzający projektem powinien określić, jakie są potrzeby inwestycyjne firmy. Inwestora interesuje przede wszystkim to, na jaki cel zostaną przeznaczone środki fi-

nansowe oraz jaka jest proponowana wycena firmy.

#### Zespół – doświadczenie oraz kluczowe kompetencje

Większość inwestorów wyznaje zasadę, że inwestuje w ludzi a nie w produkt czy usługę, dlatego w teaserze nie może zabraknąć informacji na temat zespołu zarządzającego projektem. Warto podać informacje odnośnie doświadczenia osób zarządzających, ponieważ kompetentny zespół jest dla funduszu kluczowym kryterium przy podejmowaniu decyzji o zaangażowaniu się w konkretne przedsięwzięcie. Opis powinien być krótki i zawierać podstawowe informacje, takie jak: rola danej osoby w projekcie, wykształcenie i dotychczasowe doświadczenie zawodowe.

Fundusz spośród otrzymanych teaserów inwestycyjnych wybiera najciekawsze projekty, dlatego warto poświęcić czas na dokładne przygotowanie takiego dokumentu. Od niego zależy bowiem czy firma będzie miała szansę na pozyskanie cennego wsparcia zarówno merytorycznego, jak również finansowego, ze strony inwestora. Należy pamiętać, aby teaser był prosty i czytelny, a także na bieżąco aktualizowany przed wysyłką do kolejnych inwestorów.

## Finansiści jutra dziś

**Zmiany na rynku pracy i edukacji przyspieszają coraz bardziej. 25 lat temu internet był nowinką technologiczną, 10 lat temu świat zaczęły zmieniać media społecznościowe. Dzisiaj kolejną „rewolucją” jest postępująca automatyzacja, która stanie się naturalną częścią pracy w wielu zawodach, a jednym z największych beneficjentów technologii opartej na komputeryzacji będą finansiści. Ci finansiści, którzy zdobędą wykształcenie odpowiadające na potrzeby nowego rynku pracy. Symboliczną datą może być rok 2020.**



Jakub Bejnarowicz

szeft CIMA  
w Europie Środkowo-Wschodniej

Osoby biegłe w zarządzaniu finansami zawsze były cennie na rynku. Jednak nigdy w historii ich przygotowanie do pełnienia zawodów związanych z rachunkowością nie było tak dużym wyzwaniem zarówno dla samych uczelni, jak i dla studentów. Dzisiaj od finansistów oczekuje się, by byli bardziej managerami i doradcami niż tylko księgowymi. Co więcej, Polskę możemy przyrównać dziś do krajów anglosaskich, gdzie zawody związane z rachunkowością zyskują pozycję zawodu zaufania publicznego. To wymaga na wszystkich – stowarzyszeniach profesjonal-

stów, uczelniach oraz oczywiście samych specjalistach – przywiązywania większej uwagi do jakości kształcenia i etyki zawodowej.

Podobne wnioski płyną z Międzynarodowej Konferencji Naukowej „Sprawozdawczość i Rewizja Finansowa – wyzwania i szanse nauki i dydaktyki rachunkowości”, która odbyła się pod koniec września na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Jej uczestnicy wskazywali także, że aby sprostać nowym wymaganiom polskie uczelnie dostosowują się do światowych standardów między innymi dzięki współpracy z międzynarodowymi organizacjami branżowymi jak np. Chartered Institute of Management Accountants.

#### IV rewolucja przemysłowa i nowe kompetencje managerów

IV rewolucja przemysłowa już dzisiaj ma ogromny wpływ na rynek pracy. Przygotowany przez World Economic Forum raport „The Future of Jobs” wskazuje, jak na przestrzeni zaledwie

5 lat zmieni się profil najbardziej pożądanego kompetencji pracowników. Już w 2020 znacznie wzrosnie rola np. inteligencji emocjonalnej czy elastyczności poznawczej pracowników. To umiejętności typowo miękkie i – na co warto zwrócić uwagę – typowo ludzkie, raczej poza dostępnymi sztucznej inteligencji, przynajmniej jak na razie. To pokazuje, w jakim kierunku powinni rozwijać się managerowie w różnych zawodach, w tym także finansiści.

Wyjście poza dotychczasowe ramy kompetencyjne i wejście w rolę managera w przypadku finansistów nabiera jeszcze większego znaczenia, gdy spojrzymy na rosnącą rolę sprawozdawczości przedsiębiorstw, na co także zwracali uwagę uczestnicy krakowskiej konferencji. Z jednej strony informacje finansowe podawane w sprawozdaniach finansowych są jednym z kluczowych źródeł wykorzystywanych do podejmowania decyzji na rynkach kapitałowych. Z drugiej, nowym wyzwaniem jest wejście w życie znowelizowanej ustawy o rachunkowości, która nakłada na niektóre jednostki dodatkowo obowiązki i zasady raportowania danych niefinansowych zgodnie z postanowieniami unijnej dyrektywy 2014/95/UE z 22.10.2014 r. Te dodatkowe sprawozdania będą w wielu przypadkach podlegały właśnie pracownikom działów finansowych.

#### Top 10 kompetencji na rynku pracy według World Economic Forum

Na czerwono zostały zaznaczone kompetencje, które do 2020 przestaną być kluczowymi na rynku pracy. Na zielono zostały zaznaczone kompetencje, które w 2020 roku będą jednymi z kluczowych i które w 2015 roku nie były uznawane za najważniejsze.

2015	2020
1. Umiejętność kompleksowego rozwiązywania problemów	1. Umiejętność kompleksowego rozwiązywania problemów
2. Umiejętność koordynacji pracy z innymi	2. Krytyczne myślenie
3. Zarządzanie ludźmi	3. Kreatywność
4. Krytyczne myślenie	4. Zarządzanie ludźmi
5. Negocjacje	5. Umiejętność koordynacji pracy z innymi
6. Kontrola jakości	6. Inteligencja emocjonalna
7. Orientacja usługowa	7. Umiejętność oceny i podejmowania decyzji
8. Umiejętność oceny i podejmowania decyzji	8. Orientacja usługowa
9. Aktywne słuchanie	9. Negocjacje
10. Kreatywność	10. Elastyczność poznawcza

Aby sprostać coraz bardziej złożonym wyzwaniom zawodowym, finansiści muszą sięgnąć po nowe technologie. Jak pokazuje raport CIMA „Agile Finance Revealed” aż 83 proc. finansistów uważa automatyzację i robotyzację za pozytywne zjawiska, które przyspieszą ich pracę i zwiększą efektywność. Z kolei 51 proc. finansistów jest skłonnych do wprowadzania pełnego zarządzania wydajnością w oparciu o tzw. rozwiązania w chmurze, z kolej 44 proc. gotowych jest wykorzystywać technologie przyszłości takie jak np. robotyzacja. Wiodące polskie uczelnie ekonomiczne, jak Szkoła Główna

Handlowa w Warszawie, Akademia Leona Koźmińskiego, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Wrocławiu, Poznaniu czy Katowicach oferują zaawansowane programy profesjonalnego kształcenia, uwzględniające zmiany technologiczne, jakie następują w zawodach. To pozwala pozytywnie patrzeć na przyszłość polskiego rynku, szczególnie w obliczu rosnącego popytu na specjalistów w sektorze nowoczesnych usług dla biznesu, w którym Polska jest regionalnym liderem. Wybór kariery w finansach staje się więc coraz ciekawszym wyzwaniem, daje też coraz więcej możliwości.



## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

# MPS i bezpieczeństwo

**W przypadku grup klientów, które decydują się na rozwiązania MPS, z pewnością najważniejszym kryterium jest wielkość, a nie branża, w jakiej działają. Mowa o firmach, które posiadają większą liczbę urzędów w jednej lokalizacji i jednocześnie większą liczbę grup użytkowników korzystających wspólnie z tych urzędów. Jedno jest pewne – rynek nasyca się coraz bardziej i inwestowanie w takie systemy stanie się niedługo standardem.**

Maciej **Amanowicz**

menadżer ds. rozwoju biznesu  
Channel MPS

Głównie dlatego, że pomaga zapanować nad kosztami. Nie zawsze chodzi o oszczędności. Czasem kluczową wartością wynikającą z wdrożenia systemu jest transparentność powstawania kosztów i zidentyfikowanie miejsc, w których są generowane – od działu przez konkretne osoby. W ten sposób łatwiej zaplanować budżety i zwiększyć lub zmniejszyć środki w konkretnych punktach. Systemy wpływają też na bezpieczeństwo informacji, chociażby poprzez funkcję druku podążającego. Żeby ją uruchomić, trzeba fizycznie zautoryzować wydruk – poprzez użycie kodu PIN lub karty. W efekcie jest on od rzu odbierany przez osobę, która go dokonała. Podobnie w przypadku skanowania. Autoryzacja takiego procesu od razu wskazuje konkretne miejsca sieciowe danego użytkownika. To wyklucza ryzyko pomylenia adresu mailowego czy folderu, do którego ma zostać przesłany skan. W ten sposób łatwiej panować nad obiegiem dokumentów – zarówno cyfrowych, jak i w formie papierowej. Z reguły jednak klient, decydując się na wdrożenie takiego systemu, zdaje sobie sprawę, że jedną z ważniejszych korzyści jest wzrost bezpieczeństwa. Bezpieczeństwo danych zgromadzonych na dokumencie papierowym i elektronicznym – poprzez rozpoznanie konkretnego użytkownika i miejsca sieciowego, jest jedną z ważniejszych zalet systemów MPS. Istotne jest też zwiększenie przejrzystości miejsc powstawania kosztów, z dokładnością do konkretnej osoby. To pozwala ograniczać budżety – po ich przekroczeniu użytkownik nie będzie mógł drukować – lub je zwiększać, kiedy zachodzi taka potrzeba. Rośnie również efektywność pracy. Pracownicy nie są przywiązani do konkretnych urzędów i mogą drukować

w dowolnym miejscu w biurze. Ale ma to sens jedynie wtedy, kiedy funkcja drukowania jest scentralizowana, a jedno urządzenie przypada na większą liczbę osób. Często jednak potencjalnych klientów odstrasza wy-

sokość inwestycji i brak zrozumienia szerszej koncepcji MPS. Rozwiązanie ma sens jedynie wtedy, kiedy możliwe jest przeorganizowanie całego środowiska drukowania. Osoby niewy-edukowane pod kątem tej usługi obawiają się,

czy faktycznie zadziała. Klienci często boją się również, że na skutek awarii systemu dojdzie do paraliżu całego biura. Może się tak zdarzyć, kiedy za wdrożenie odpowiadają firmy bez doświadczenia i odpowiednich kompetencji.

## Oprogramowanie hybrydowe łączy to co najlepsze w chmurze i desktopie

**Coraz częściej oprogramowanie dla biznesu dostarczane jest w modelu chmurowym. Jednak nadal są firmy, które mają obawy związane z przechowywaniem kluczowych danych u zewnętrznego dostawcy. W takiej sytuacji najlepiej jest skorzystać z rozwiązania hybrydowego, optymalizując koszty i zapewniając sobie maksimum bezpieczeństwa danych.**

Oprogramowanie komputerowe do zarządzania biznesem kupuje się najczęściej na dwa sposoby: jako usługę w tzw. chmurze (abonament) lub w sposób tradycyjny, jako zakup licencji. W tym drugim przypadku program instalowany jest na własnym serwerze/komputerze użytkownika. Model chmurowy zakładający korzystanie z oprogramowania zainstalowanego na serwerach dostawców staje się coraz popularniejszy.

Według raportu firmy Commvault z aplikacji chmurowych korzysta już 18 proc. polskich firm, najczęściej w formule Software as a Service (SaaS, oprogramowanie jako usługa). Model SaaS według IDC stanowi 66 proc. zakupów rozwiązań w chmurze.

Jak podaje raport Cisco z 2016 roku dotyczący globalnego rynku chmury, organizacje najbardziej zaawansowane pod względem wykorzystania chmury osiągnęły korzyści rzędu średnio 3 milionów dolarów w dodatkowych przychodach i 1 miliona dolarów w zaoszczędzonych kosztach na jedną aplikację chmurową rocznie.

Wiele firm wciąż jednak żywi obawy związane z przechowywaniem danych na serwerach dostawców, choć gwarantują one bardzo wysoki stopień bezpieczeństwa. Niekiedy przeniesienie do chmury po prostu nie może być rozważane ze względu na używane technologie, gdy np. firma użytkuje zakupiony wiele lat temu system, obsługujący jedynie podstawowe funkcje biznesowe.

**Oprogramowanie hybrydowe zapewnia bezpieczeństwo i kontrolę** Najlepszym rozwiązaniem dla osób obawiających się o bezpieczeństwo firmowych danych jest oprogramowanie hybrydowe. Jest to mieszane środowisko IT, w którym część zasobów cyfrowych pozostaje na własnym serwerze, a część

(mniej krytycznych) danych oraz backup utrzymywane są w chmurze. Hybryda łączy interesy klientów podchodzących do modelu cloud computing z pewnym dystansem, a jednocześnie doceniających jego korzyści i potencjał. Według firmy Gartner już w 2017 roku 50 proc. przedsiębiorstw używało środowisk mieszanych, czyli chmury hybrydowej. – Stopniowe przechodzenie do środowiska cloudowego jest elementem szerszego procesu, jakim jest transformacja cyfrowa. Stanowi duże wyzwanie dla przedsiębiorstw, jednakże przed tą zmianą nie ma ucieczki, na co również wskazuje Gartner w swoim raporcie, gdzie prognozuje, że w ciągu najbliższych pięciu lat firmy na całym świecie tylko w związku z masową migracją rozwiązań i procesów biznesowych do chmury wydadzą na IT aż bilion dolarów – mówi Karol Flaziński, product marketing manager segment Micro & Small w firmie Sage.

### Korzyści z rozwiązań w chmurze

Korzyści	2015	2016
Szybszy dostęp do infrastruktury	57,00 proc.	62,00 proc.
Większa skalowalność	57,00 proc.	68,00 proc.
Większe możliwości	51,00 proc.	62,00 proc.
Wyższy time-to-market	48,00 proc.	52,00 proc.
Ciągłość biznesu	40,00 proc.	41,00 proc.
Wyższa wydajność	40,00 proc.	39,00 proc.
Zasięg geograficzny	40,00 proc.	39,00 proc.
OPEX zamiast CAPEX	38,00 proc.	39,00 proc.
Oszczędności	39,00 proc.	37,00 proc.

źródło: RightScale 2016: State of the Cloud Report

Popularność środowisk hybrydowych spowodowała, że dostawcy zaczęli myśleć o połączeniu zalet dwóch środowisk w jednym rozwiązaniu, co pozwala zachować równowagę i połączyć oczekiwania entuzjastów chmury z oczekiwaniami klientów nastawionych wobec niej nieufnie. Takim hybrydowym oprogramowaniem jest system Sage 50c. Mimo że jest od niedawna na rynku, zdobył już uznanie ekspertów IT, czego dowodem jest nagroda IT Future Awards w kategorii Innowacje Roku 2017.



**Według firmy Gartner już w 2017 roku 50 proc. przedsiębiorstw używało środowisk mieszanych, czyli chmury hybrydowej. – Stopniowe przechodzenie do środowiska cloudowego jest elementem szerszego procesu, jakim jest transformacja cyfrowa. Stanowi duże wyzwanie dla przedsiębiorstw, jednakże przed tą zmianą nie ma ucieczki – mówi Karol Flaziński, Product Marketing Manager segment Micro & Small w firmie Sage.**

Sage 50c działa w wersji desktopowej, a wszystkie usługi online związane z dostępem, backupem, analityką oraz zintegrowany z systemem pakiet Microsoft Office są dostępne w chmurze. Dzięki integracji z Microsoft Office 365 Business Premium użytkownicy 50c uzyskują, przy użyciu dowolnego urządzenia, dostęp do pełnego pakietu internetowych aplikacji Microsoft, takich jak: Outlook, Word, PowerPoint i Excel.

Dzięki wygodnym aplikacjom, narzędziom wspomagającym komunikację i stałemu dostępowi do firmowych danych, przedsiębiorca ma lepszy i szybszy wgląd we wszystkie informacje, które są mu potrzebne w danej chwili do prowadzenia biznesu. Jego praca jest efektywniejsza i skuteczniejsza niż kiedykolwiek.



**Czasem kluczową wartością wynikającą z wdrożenia systemów jest transparentność powstawania kosztów i zidentyfikowanie miejsc, w których są generowane – od działu przez konkretne osoby. W ten sposób łatwiej zaplanować budżety i zwiększyć lub zmniejszyć środki w konkretnych punktach.**



## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

## Gotowi na wzrost

**Polskie firmy, zwłaszcza średnie i duże, z optymizmem patrzą w przyszłość. Nie tylko zaakceptowały już zmienność otoczenia, ale chcą obrócić ją na swoją korzyść. Znacząco – w porównaniu z ubiegłoroczną edycją badania – zwiększyła się gotowość do wzrostu skali działania, także poprzez ekspansję zagraniczną. Ambitnym celem sprzyja lepsza niż rok wcześniej kondycja finansowa: istotnie wzrósł odsetek średnich i dużych firm, które zadeklarowały wypracowanie zysku oraz wzrost obrotów.**

Deutsche Bank po raz drugi przeprowadził kompleksowe badanie polskich przedsiębiorstw. To grupa niejednorodna, dlatego – wzorem ubiegłorocznej edycji raportu – w większości badanych aspektów zastosowano dodatkowe kryterium analizy: skalę działania (małe, średnie, i duże firmy) oraz zasięg terytorialny (lokalne, regionalne, ogólnopolskie, działające w europejskiej i globalnej skali). Badanie objęło łącznie reprezentatywną grupę 500 firm, w tym 72 proc. małych (do 10 mln euro obrotu rocznego), 20,5 proc. średnich (do 50 mln euro obrotu rocznego) oraz 7,5 proc. dużych (powyżej 50 mln euro obrotu rocznego). Najczęściej reprezentowane były przedsiębiorstwa lo-

kalne (32 proc.) i ogólnopolskie (30 proc.). 14 proc. działa na skalę europejską, co dziesiąta – na skalę globalną. – Polskie firmy wypracowały umiejętność funkcjonowania w warunkach ciągłej zmienności, a wręcz umieją obrócić ją na swoją korzyść. Wiele z nich mierzy się teraz z nowymi wyzwaniem: sukcesji czy konieczności znalezienia nowych źródeł wzrostu. Nasz cykliczny raport jest próbą odpowiedzi na to, czy polski biznes jest na te wyzwania przyszłości gotowy – mówi Leszek Niemycki, wiceprezes zarządu Deutsche Bank Polska.

**Średnim i dużym łatwiej**

Zdolność do generowania zysku, zwiększania obrotów czy kreślenia ambitnych planów in-

westycji i ekspansji rośnie wraz ze skalą działalności – to jeden z kluczowych wniosków z tegorocznej edycji raportu. Zdecydowana większość firm, które wzięły udział w badaniu (61 proc.) zadeklarowała, że w I połowie 2017 roku odnotowała zysk (rok temu – 64 proc.); wzrost obrotów odnotowało 58 proc. firm (wzrost z 42 proc.). Uśredniony wynik całej badanej grupy nie oddaje jednak coraz wyraźniejszego rozdźwięku w sposobach, w jaki dobrą koniunkturę wykorzystują firmy różnej wielkości. Wzrost obrotów w I półroczu 2017 roku zadeklarowało 100 proc. dużych firm (rok temu – 29 proc.), 53 proc. średnich (wzrost z 48 proc.) i jedynie 36 proc. małych firm (rok temu 43 proc.). Podobne dysproporcje uwiadcniają się coraz mocniej w porównaniu firm lokalnych (tylko 22 proc. wykazało wyższe obroty; rok temu – 42 proc.) i działających w skali globalnej (tu odsetek firm, które poprawiły sprzedaż wzrósł z 49 proc. w 2016 roku do 67 proc. w 2017 roku). – Najnowsze badanie pokazuje jeszcze wy-

rażniej niż rok temu, że niestety tworzy się coraz większa luka rozwojowa pomiędzy małymi i większymi firmami – komentuje Leszek Niemycki, wiceprezes zarządu Deutsche Bank Polska. Narastająca luka rozwojowa widoczna jest także choćby w zamierzeniach odnośnie wzrostu zatrudnienia. Nowych pracowników chce zatrudnić w najbliższej przyszłości co druga średnia firma (rok temu 11 proc.) i 38 proc. dużych (wzrost z 22 proc.). Dla porównania, do rekrutacji przymierza się jedynie 22 proc. małych firm.

**Ekspansja? Dlaczego nie?**

Raport potwierdza, że polskie przedsiębiorstwa nabrały odporności, zaakceptowały nieprzewidywalność i zaczynają traktować ją jak biznesową szansę. Dowodzi tego choćby znacznie większa niż rok temu gotowość do ekspansji. – W zeszłym roku zaledwie 4 proc. firm działających jedynie w Polsce myślało o rozszerzeniu skali działania na inne kraje Europy. Dziś takie aspiracje ma niemal co trzeci ogólnopolski podmiot. Średnio pięcio-

krotnie większa jest także skłonność firm lokalnych do rozwoju na skalę regionalną, a regionalnych do ekspansji na skalę krajową – podkreśla Leszek Niemycki.

Swoje towary i usługi eksportuje 42 proc. badanych firm, głównie średnie (60 proc.) i duże (57 proc.). 27 proc. przedsiębiorstw planuje w nadchodzącym roku rozszerzyć działalność eksportową o nowe rynki. – Znacząco wzrosło także zainteresowanie dywersyfikacją eksportu – rok temu sprzedaż na rynki azjatyckie rozważało 10 proc. eksporterów, dziś – niemal 30 proc. Dwukrotnie większa jest także chęć rozszerzenia kierunków eksportu o Afrykę i obie Ameryki – zauważa Maciej Sus, dyrektor Departamentu Klienta Biznesowego, Deutsche Bank Polska.

**Czas na inwestycje... i innowacje**

Wyniki badania jednoznacznie wskazują, że okres stagnacji w inwestycjach prawdopodobnie mamy już za sobą. 41 proc. firm ma plany inwestycyjne na najbliższe 6 miesięcy. Największy optymizm inwestycyjny

## Bankowość mobilna – chętnie korzystamy, ale czy znamy zagrożenia?

**Według badania opublikowanego przez NBP<sup>1</sup> na początku 2017 roku ponad połowa młodych Polaków (w wieku do 24 lat) korzysta z usług bankowych na urządzeniach mobilnych. Polacy są w europejskiej czołówce pod względem liczby osób korzystających z cyfrowych rozwiązań w bankowości – aż 91 proc. przynajmniej raz w miesiącu dokonuje transakcji finansowych online lub przez aplikację mobilną<sup>2</sup>.**

Wśród zalet bankowości mobilnej najbardziej doceniane są: łatwość użycia (63 proc.), oszczędność czasu (59 proc.) oraz bezpieczeństwo (51 proc.). Istnieją jednak pewne zagrożenia, na które warto zwrócić uwagę podczas korzystania z usług banku na urządzeniu mobilnym.

**Spreparowana sieć Wi-Fi**

Jedną z metod stosowaną przez hakerów jest próba przejęcia danych logowania do banku przy pomocy spreparowanej sieci Wi-Fi. Podatne na tego typu cyberataki są osoby, które logują się do publicznie dostępnych punktów sieciowych (tzw. hotspotów). Cyberprzestępca może z łatwością zabrać swój własny router do galerii handlowej i stworzyć sieć Wi-Fi, którą dla niepoznaki nazwie tak samo jak restaurację, w której akurat będzie przebywać potencjalna ofiara. W dodatku może przyciągać ogólną dostępnością bez konieczności wpisywania loginu i hasła. Po połączeniu się

z taką siecią, a następnie skorzystaniu z usług bankowych (w szczególności z poziomu przeglądarki internetowej zamiast dedykowanej aplikacji), haker mógłby podejrzeć, jakie dane logowania do banku zostały wprowadzone przez użytkownika. – Najczęściej bezpieczeństwo sesji bankowej naruszają tzw. ataki man-in-the-middle (MITM) – cyberprzestępca stara się znaleźć pomiędzy dwiema stronami, które wymieniają informacje, monitoruje przepływ danych oraz może wpływać na ich przekaz. Korzystając z bankowości internetowej, używamy informacji, które



haker może przechwycić i wykorzystać do własnych celów – w praktyce włamać się na nasze konto – mówi **Karolina Małagocka, ekspert ds. prywatności w F-Secure.**

**Przestarzały system operacyjny** Cyberprzestępcy mogą również wykorzystać luki w starych wersjach systemu, aby przejąć kontrolę nad słabo zabezpieczonym urządzeniem, co stanowi kolejne zagrożenie dla sesji bankowych. Według raportu Gartnera<sup>3</sup> opublikowanego w maju 2017 roku z systemem Android korzysta 86 proc. użytkowników smartfonów na świecie. Najpopularniejszy mobilny system jest również najczęstszym celem ataków hakerskich. Wynika to w dużej mierze z braku masowych, regularnych aktualizacji systemu – tak jak odbywa się to w przypadku systemu Apple iOS. Na kilka miesięcy po premierze wersji Androida Oreo korzysta z niego zaledwie 0,3 proc. użytkowników<sup>4</sup>, a z wersji poprzedniej – Nougat – niewiele ponad 20 proc. posiadaczy smartfonów z Androidem. Według doniesień Labu firmy F-Secure na przestrzeni 8 miesięcy (styczeń – sierpień 2017) liczba złośliwego oprogramowania atakującego systemy Android wzrosła o 70 proc.<sup>5</sup>

**Nieoficjalna aplikacja bankowa** Cyberprzestępcy wykorzystują również niski poziom autoryzacji aplikacji w sklepie Google'a oraz możliwość instalacji oprogramowania z niezaufanych źródeł. W październiku

2017 roku polskie instytucje finansowe przestrzegaly przed aplikacją do śledzenia kursu kryptowalut, która była dostępna do pobrania z autoryzowanego sklepu. Po jej zainstalowaniu wyświetlała się specjalna nakładka udająca oficjalną aplikację bankową, w której użytkownicy byli proszeni o wpisanie swoich danych logowania. Tym samym cyberprzestępca otrzymywali dostęp do konta. Wirus przejmował również kontrolę nad telefonem i dawał możliwość podsłuchiwania połączeń telefonicznych, a także wysyłania i odczytywania treści SMS-ów (w tym wiadomości potwierdzających transakcję z bankiem). – Aplikacje bankowe na urządzeniach mobilnych są z reguły dobrze chronione, ponieważ nie przechowują poufnych danych w pamięci podręcznej, a wylogowanie użytkownika następuje już po kilku minutach bezczynności. Mogą jednak stanowić realne zagrożenie, jeżeli przez przypadek użytkownik pobierze spreparowaną aplikację, która w praktyce będzie wykradała dane logowania. Aby ustrzec się od tego typu niebezpieczeństw, można skorzystać z oprogramowania Ochrona Internetu z funkcją Bezpiecznej Przeglądarki, która w momencie logowania się na stronę banku blokuje wszystkie inne połączenia i dba o bezpieczeństwo sesji



– tłumaczy **Marek Nowowiejski, kierownik ds. rozwoju usług w sieci Plus.**

<sup>1</sup> [https://www.nbp.pl/systemplatniczy/obrot\\_bezgotowkowoy/Polacy-na-temat-uslug-bankowych\\_2016.pdf](https://www.nbp.pl/systemplatniczy/obrot_bezgotowkowoy/Polacy-na-temat-uslug-bankowych_2016.pdf)  
<sup>2</sup> <https://www.gartner.com/newsroom/id/3725117>  
<sup>3</sup> <https://developer.android.com/about/dashboards/index.html>  
<sup>4</sup> <https://business.f-secure.com/android-threats-in-2017>

<sup>5</sup> [https://www.nbp.pl/systemplatniczy/obrot\\_bezgotowkowoy/Polacy-na-temat-uslug-bankowych\\_2016.pdf](https://www.nbp.pl/systemplatniczy/obrot_bezgotowkowoy/Polacy-na-temat-uslug-bankowych_2016.pdf)  
<sup>6</sup> <https://www.gartner.com/newsroom/id/3725117>  
<sup>7</sup> <https://business.f-secure.com/android-threats-in-2017>

<sup>8</sup> [https://www.nbp.pl/systemplatniczy/obrot\\_bezgotowkowoy/Polacy-na-temat-uslug-bankowych\\_2016.pdf](https://www.nbp.pl/systemplatniczy/obrot_bezgotowkowoy/Polacy-na-temat-uslug-bankowych_2016.pdf)  
<sup>9</sup> <https://www.gartner.com/newsroom/id/3725117>  
<sup>10</sup> <https://business.f-secure.com/android-threats-in-2017>

<sup>11</sup> [https://www.nbp.pl/systemplatniczy/obrot\\_bezgotowkowoy/Polacy-na-temat-uslug-bankowych\\_2016.pdf](https://www.nbp.pl/systemplatniczy/obrot_bezgotowkowoy/Polacy-na-temat-uslug-bankowych_2016.pdf)  
<sup>12</sup> <https://www.gartner.com/newsroom/id/3725117>  
<sup>13</sup> <https://business.f-secure.com/android-threats-in-2017>



## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

przejawiają przedsiębiorstwa średnie (62 proc.) i duże (57 proc.) oraz te, które działają na skalę europejską (87 proc.) i globalną (63 proc.). Inwestycje większych podmiotów powinny w dłuższym terminie dać impuls mniejszym firmom – obecnie jedynie co trzecia mała firma i co piąta lokalna rozważa inwestycje. Listę celów inwestycyjnych otwierają – podobnie jak rok temu – wydatki na zwiększenie mocy produkcyjnych. Taki plan ma 60 proc. z grona tych firm, które deklarują inwestycje. Niestety znacząco spadła skłonność do inwestycji w badania i rozwój – rok temu ten aspekt wskazało 21 proc. badanych podmiotów, obecnie tylko niespełna 14 proc. – To właśnie innowacyjność jest długofalowo najsilniejszą dźwignią rozwojową. Wiedzą to duże firmy – do proinnowacyjnych wydatków przymierza się co drugi podmiot o obrotach powyżej 50 mln euro. Na drugiej szali są małe przedsiębiorstwa – na inwestycje w badania i rozwój stawiazaledwie 9 proc. z nich – zauważa Maciej Sus, dyrektor Departamentu Klienta Biznesowego, Deutsche Bank Polska.

**Mobilizująca konkurencja**

Ciekawych wniosków dostarcza część badania poświęcona barie-

rom rozwoju. Wskazania przedsiębiorców ułożyły się dokładnie w odwrotnej kolejności niż rok temu. Obecnie za największą barierę firmy uznają rosnącą konkurencję (na ten aspekt wskazało 30 proc. badanych) i czynniki zewnętrzne (20 proc.). Rok temu listę przeszkód otwierały utrudniony dostęp do finansowania (35 proc. wskazań) i zatory płatnicze (26 proc.). W tegorocznej edycji oba te aspekty znalazły się na końcu zestawienia. To potwierdzenie dobrej koniunktury, ale też coraz większej otwartości firm na różnorodne rozwiązania finansowe służące finansowaniu inwestycji czy poprawie płynności.

**Środki własne – najlepsze**

Koniunktura pozwoliła firmom – zwłaszcza dużym – zgromadzić dość środków obrotowych, by to nimi właśnie finansować nowe inwestycje. W efekcie w skali roku silnie – z 65 do 85 proc. – wzrósł odsetek wskazań na środki własne jako optymalne źródło finansowania inwestycji. Kredytem bankowym, podobnie jak rok temu, planuje wesprzeć swoje inwestycje 28 proc. przedsiębiorstw. Najwyższą skłonność do sięgnięcia po kredyt przejawiają małe firmy (41 proc.). Rośnie znaczenie le-

asingu – wskazało go 22 proc. badanych firm (rok temu – 16 proc.). 40 proc. badanych podmiotów nie widzi potrzeby pozyskania dodatkowego kapitału z zewnątrz (rok temu – 33 proc.). – Finansowanie zewnętrzne wciąż uważane jest za rozwiązanie ostateczne, gdy wyczerpią się inne możliwości. Wydaje się, że przedsiębiorstwa, które odważyłyby się pójść pod prąd i wsparłyby kredytem inwestycje np. w nowe rynki czy automatyzację, mogłyby zyskać sporą premię w stosunku do konkurentów – uważa Paweł Sienkiewicz, dyrektor Departamentu Produktów Kredytowych, Deutsche Bank Polska. Podkreśla przy tym, że zdolność kredytową warto budować w dobrych czasach, traktując wynegocjowaną na trakcyjnych warunkach linię jako rezerwę na nagłe sytuacje, np. przejście innego podmiotu.

**Lojalny... jak firmowy klient banku**

Dziewięć na dziesięć firm nie planuje zmienić swojego banku. – Lojalność klientów firmowych to dla instytucji finansowych wielkie zobowiązanie. Tworząc produkty i budując relacje, musimy pamiętać, że jesteśmy dla naszych klientów nie tylko dostawcą usług finansowych, ale także zaufanym

partnerem w rozwoju – podkreśla Maciej Sus. Cena nie jest determinującym czynnikiem wyboru banku; największe znaczenie mają kryteria jakościowe: profesjonalna obsługa, wiedza i doświadczenie – tegoroczne badanie przyniosło umocnienie tej tendencji. 43 proc. firm korzysta z usług jednego banku. Listę najbardziej popularnych produktów bankowych otwierają karta płatnicza, rachunek walutowy oraz lokata terminowa.

**Z (lekkim) optymizmem w przyszłość**

Wyniki raportu wskazują na to, że przedsiębiorstwa zbudowały solidny fundament pod przyszłe wzrosty. Czy one nastąpią? – Z tegorocznego badania wyłania się obraz istotnej poprawy aktywności firm, większej skłonności do wejścia na nowe rynki, mniejszych problemów z płynnością i braku istotnych barier w dostępie do kredytu. Widać też pierwsze sygnały zwiększenia skłonności do inwestowania – ocenia Arkadiusz Krześniak, główny ekonomista Deutsche Bank Polska. Według Arkadiusza Krześniaka w 2018 roku gospodarka Polski prawdopodobnie wzrośnie realnie o 3,6 proc., PKB strefy euro zwiększy się o 2,0 proc., a Niemiec – o 1,8 proc. – W przyszłym roku firmy staną w obliczu nowych wy-

zwań: dalszy spadek stopy bezrobocia sprawi, że większego znaczenia nabierze bariera wzrostu w postaci niedoboru pracowników i związana z nim konieczność inwestycji w technologie zmniejszające zależność od dostępu do taniej siły roboczej – uważa Arkadiusz Krześniak.

Prof. Małgorzata Bombol ze Szkoły Głównej Handlowej w komentarzu do raportu zwraca uwagę na to, że w październiku wskaźnik optymizmu firm ankietowanych przez Pracodawców RP był najwyższy w 3,5-letniej historii badania. – W badaniu Deutsche Bank optymizm firm widać w dwóch obszarach: inwestycyjnym i związanym z zatrudnieniem – mówi prof. Małgorzata Bombol. W jej ocenie jednak ten optymizm ciągle jeszcze „walczy” z ostrożnością, a wiele badanych firm przyjęło postawę wyczekująco-przeczekującą.

*\*Dane zawarte w raporcie pochodzą z badania Deutsche Bank przeprowadzonego przez Instytut IBRiS we wrześniu 2017 r. Badanie ogólnopolskie, na losowej próbie stanowiącej liczebną reprezentację polskich przedsiębiorstw, z wyłączeniem mikroprzedsiębiorstw. Badanie zrealizowane metodą telefonicznych standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych wspomaganym komputerowo (CATI)*

## Windykacja na koszt dłużnika

**Klient nie płaci, a przedsiębiorca dostaje szewskiej pasji. Najpierw zachodzi w głowę, jak odzyskać pieniądze za towar lub usługę. Zaczyna sam upominać się, ale potem najczęściej odpuszcza. Taki scenariusz jest znany wielu właścicielom firm, ale może mieć on lepsze zakończenie. Wystarczy, że sprawa trafi do profesjonalnej firmy windykacyjnej, której specjaliści dobiorą odpowiednie narzędzia, aby odzyskać w imieniu przedsiębiorcy jego pieniądze. A w przypadku sukcesu, zrobią to za darmo.**

81 proc. polskich przedsiębiorców skarży się, że nie dostaje zapłaty w terminie za sprzedane towary lub usługi. To wyniki badania „Audyt windykacyjny”, które zostało przeprowadzone w listopadzie 2017 roku na zlecenie firmy windykacyjnej Kaczmarek Inkasso. Co ciekawe, połowa firm z sektora MŚP nie ma gotowego scenariusza na wypadek braku płatności od nierzetelnego kontrahenta.

**Mierzyć siły na zamiary**

Niektórzy postanawiają wziąć sprawę w swoje ręce i sami zaczynają domagać się zwrotu pieniędzy. Z różnym skutkiem, najczęściej jednak bez sukcesu. Albo nierzetelny klient okazał się być wyjątkowo oporny i nie przemawiały do niego wysyłane ponaglenia z prośbą o uregulowanie zapłaty, albo nie miał skąd wziąć pieniędzy. Ale wśród nich są też tacy, którzy bardzo szybko odpuszczają i rezygnują z dalszej walki o odzyskanie własnych pieniędzy.

– To trochę zamykanie sprawy pod dywan. Tacy przedsiębiorcy wychodzą z założenia, że „skoro zadzwoniłem raz i dłużnik w dalszym ciągu nie zapłacił, to już nic nie uda mi się zrobić w tej sprawie”. Ale rzeczywistość może okazać się zupełnie inna. W przypadku jednego dłużnika wystarczy telefon, aby uregulował zaległe zobowiązanie. Drugiego dłużnika taka rozmowa nie zmotywuje do oddania pieniędzy. Dlatego nie wolno poddawać się po pierwszej nieudanej próbie. W ten sposób pokazujemy niesolidnemu kontrahentowi, że szybko odpuszczamy i aż tak mocno nie zależy nam na naszych pieniądzach. To jeden z najczarniejszych scenariuszy w tej niełatwej sytuacji, jakim jest dochodzenie własnych należności – tłumaczy Jakub Kostecki, prezes Zarządu Kaczmarek Inkasso.

W takim razie, jak właściciele firm mają podejść do tego tematu? Przede wszystkim – profesjonalnie. Na tyle, aby oddać

tę sprawę właśnie specjalistom z profesjonalnych firm windykacyjnych. To oni posiadają fachową wiedzę oraz pełną gamę rozwiązań i narzędzi, które mają zmotywować dłużnika do oddania zaległych pieniędzy.

– Przedsiębiorca, który stara się odzyskać dług na własną rękę, ale nie wie, jak należy postępować z dłużnikiem, działa na własną szkodę. To tak, jakby leczyć się, szukając porad lekarzy w Internecie. Od tego są specjaliści, którzy na co dzień mają do czynienia z odzyskiwaniem pieniędzy. Tym bardziej, że istnieje możliwość, aby za skorzystanie z ich pomocy, zapłacił nasz dłużnik – przekonuje Jakub Kostecki.

**Jak odzyskać pieniądze firmy?**

Takie rozwiązanie daje usługa „Windykacja na koszt dłużnika”, którą świadczy Kaczmarek Inkasso. Dzięki niej przedsiębiorcy mogą skupić się na prowadzeniu własnej firmy, a negocjatorzy w ich imieniu będą odzyskiwać dług. Kompleksowość usługi polega na połączeniu wielu etapów zarządzania należnościami. Najpierw do dłużnika trafia wezwanie do zapłaty. W tym samym czasie specjaliści ds. windykacji prowadzą negocjacje z dłużnikiem. Dopytują o powody braku zapłaty, starają się rozłożyć płatności w dogodny dla niego sposób.

Jeśli to nie pomoże i dłużnik nadal nie ureguluje zobowiązania, trafia on do bazy danych Krajowego Rejestru Długów Biura Informacji Gospodarczej. To sprawia, że dłużnik może mieć problem z wzięciem pożyczki czy kredytu. Jeżeli w dalszym ciągu nierzetelny klient pozostaje nieugięty, wierzyciel może skierować sprawę na drogę sądową. Na tym etapie przedsiębiorca może liczyć na pomoc specjalistów z kancelarii prawnej VIA LEX. Warto wiedzieć, że profesjonalni prawnicy doskonale znają wszystkie aspekty i niuanse postępowania sądowego, co w efekcie pozwoli na poprowadzenie sprawy z najwyższą starannością i zachowaniem wszelkich wymogów formalnych.

– Pamiętajmy o tym, że nie musimy być ekspertami w każdej dziedzinie. Najważniejsze, aby przedsiębiorca znał swój fach, a pozostałymi sprawami mogły zająć się specjaliści. Dlatego wystarczy, że wierzyciel przekaże sprawę do firmy windykacyjnej, która posiada wyspecjalizowaną wiedzę i odpowiednie narzędzia. A co najważniejsze – za koszty postępowania zapłaci dłużnik, na co pozwalają zapisy Ustawy o terminach zapłaty w transakcjach handlowych – dodaje prezes Zarządu Kaczmarek Inkasso.



**Nie wolno poddawać się po pierwszej nieudanej próbie. W ten sposób pokazujemy niesolidnemu kontrahentowi, że szybko odpuszczamy i aż tak mocno nie zależy nam na naszych pieniądzach. To jeden z najczarniejszych scenariuszy w tej niełatwej sytuacji, jakim jest dochodzenie własnych należności – tłumaczy Jakub Kostecki, prezes Zarządu Kaczmarek Inkasso.**



## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

# Czy mikroprzedsiębiorcy i księgowi są gotowi na JPK?

Już od 1 stycznia wymóg składania Jednolitego Pliku Kontrolnego zostanie nałożony także na mikroprzedsiębiorców. Choć do tego dnia pozostało już niewiele czasu, wielu z nich, według badania przeprowadzonego przez inFakt, nie jest gotowych do realizacji tego obowiązku. Znaczna część z nich oczekuje w tym zakresie pomocy ze strony swoich księgowych.



Magda **Słowińska-Rzemek**

doradca podatkowy w firmie inFakt

Jednolity Plik Kontrolny to rozwiązanie wprowadzane systematycznie od kilku lat przez Ministerstwo Finansów. Według założeń, ma ono pozwolić na uszczelnienie systemu podatkowego, a przedsiębiorcom ułatwić przesyłanie danych podatkowych i zniwelować uciążliwość kontroli skarbowych.

## Czym jest JPK?

Od 1 lipca 2016 roku obowiązek przesyłania JPK dotyczy dużych przedsiębiorstw. Z początkiem 2017 roku zostały nim objęte małe i średnie firmy, a od 2018 roku wymóg przesyłania JPK zostanie rozciągnięty na mikroprzedsiębiorstwa. Co ważne, będzie dotyczył tylko tych, które są czynnymi podatnikami VAT. Przesłanie pliku w formie elektronicznej do Ministerstwa Finansów będzie wymagało uzyskania podpisu kwalifikowanego. Potwierdzeniem przesłania dokumentu będzie Urządzenie Poświadczenie Odbioru (UPO\_JPK). JPK\_VAT należy przesyłać co miesiąc, dotyczy to również tych, którzy z VAT rozliczają się kwartalnie. Rozliczenie za dany miesiąc należy przesyłać do 25 dnia miesiąca na-

stępującego po miesiącu rozliczeniowym. W praktyce więc w 2018 mikroprzedsiębiorcy po raz pierwszy będą zobowiązani do wysłania JPK do 26 lutego (ponieważ 25 lutego wypada w niedzielę). JPK składa się z siedmiu struktur, ale tylko JPK\_VAT ma być przesyłane co miesiąc bez wezwania organu podatkowego. Pozostałe sześć struktur powinno być udostępniane na każde wezwanie Skarbowki, ale dopiero po 1 lipca 2018 roku. Są to: księgi rachunkowe (JPK\_KR), wyciąg bankowy (JPK\_WB), magazyn (JP\_MAG), faktury VAT (JPK\_FA), podatkowa księga przychodów i rozchodów (JPK\_PKPIR) oraz ewidencja przychodów (JPK\_EWP).

## Przedsiębiorcy jeszcze nie są gotowi

Tymczasem mikroprzedsiębiorcy, którzy już za trzy miesiące będą musieli wysłać do urzędu skarbowego pierwsze rozliczenie JPK\_VAT, w większości nie są jeszcze do tego przygotowani. Prawie 70 proc. z ankietowanych przez inFakt nie wie, czy ich program księgowy jest przygotowany do wysyłki JPK. Jednocześnie tylko 13 proc. odpowiedziało, że ich program na to pozwala, taki sam odsetek wskazał, że jeszcze nie jest, ale będzie gotowy.

Przedsiębiorcy w przeważającej większości dają sobie jeszcze czas na to, aby zagłębić się w temat JPK i przygotować do tego obowiązku. Tylko niespełna 10 proc. przedsiębiorców deklaruje, że wie, co w związku



z tym musi zrobić i jest na to przygotowana. Co czwarty jeszcze o tym nie myśli, niespełna co trzeci martwi się, że jego wiedza nie jest wystarczająca i popełni błąd, a 37 proc. uważa, że poradzi sobie z obowiązkiem dzięki pomocy księgowej. Ponad połowa przedsiębiorców wie, z jaką częstotliwością będzie musiała wysłać JPK. 58 proc. poprawnie wskazało, że co miesiąc. Z drugiej strony – aż 40 proc. przyznało, że tego nie wie, a 4 proc. odpowiedziało błędnie, że co kwartał.

## Przedsiębiorcy mają obawy

Większość ankietowanych przez inFakt przedsiębiorców miało negatywne zdanie o nowym obowiązku. Ich zdaniem to kolejny obowią-

zek, który negatywnie odbije się na najmniejszych firmach, niektórzy postrzegają JPK wręcz jako próbę inwigilacji i ograniczenia swobody gospodarczej. Pojawiły się także głosy mówiące m.in., że nakładanie kolejnych obowiązków na prowadzących działalność skutkuje rozrostem szarej strefy, a JPK to kolejny projekt, który utrudni proces rozliczania się z urzędami. Wśród niewielu opinii pozytywnych dominują te, które wskazują na uszczelnienie systemu podatkowego dzięki JPK oraz ograniczenie możliwości wyłudzenia VAT. Część przedsiębiorców jest też zdania, że nowe regulacje nie mają dla nich większego znaczenia, jeśli biuro rachunkowe dopełni formalności w ich imieniu.

## Księgowi są przygotowani

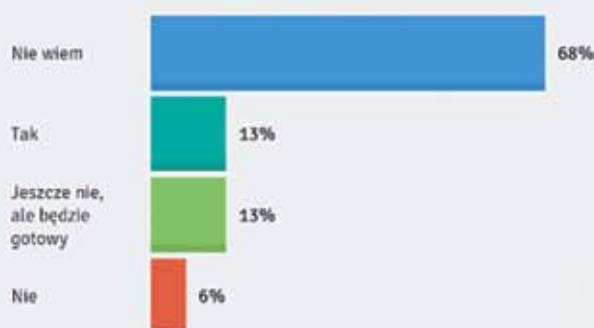
Okazuje się, że zaufanie, jakie przedsiębiorcy pokładają w swoich księgowych, jest najczęściej uzasadnione. 76 proc. księgowych, którzy wzięli udział w badaniu, zadeklarowało, że jest gotowe na wdrożenie JPK (58 proc. jest gotowych, ale ich klienci jeszcze nie; 18 proc. deklaruje, że i oni i klienci są gotowi). Co czwarty księgowy odpowiedział, że gotowy nie jest póki co ani on, ani jego klienci.

Zdecydowana większość księgowych będzie wysłać plik w imieniu swoich klientów. Co ciekawe, tylko 6 proc. księgowych odpowiedziało, że ich klienci będą wysłać JPK samodzielnie z programu do wystawiania faktur.

Księgowi dość powściągliwie oceniają postępy swoich klientów w przygotowaniach do realizacji obowiązku JPK. Ich największą obawą jest to, czy przedsiębiorcy będą co miesiąc dostarczać faktury (35 proc. wskazań), co czwarty księgowy odpowiedział, że jego klienci nie przejmują się nadchodzącymi wymogami, a 19 proc. – że nawet o nich nie wiedzą. Z kolei co piąty księgowy wskazał, że jego klienci zamierzają regularnie co miesiąc dostarczać faktury.

Księgowi podkreślają, że obawiają się niezrozumienia tematu przez swoich klientów i braku rzetelności z ich strony w dostarczanych danych, co może blokować prawidłowe i sprawne funkcjonowanie

## Czy Pani/Pana program księgowy jest przygotowany do wysyłki JPK od 2018?



Źródło: inFakt, 2017

## Jakie są Pani/Pana odczucia w związku z wprowadzeniem obowiązku składania JPK przez mikroprzedsiębiorców od 2018?



Źródło: inFakt, 2017



## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

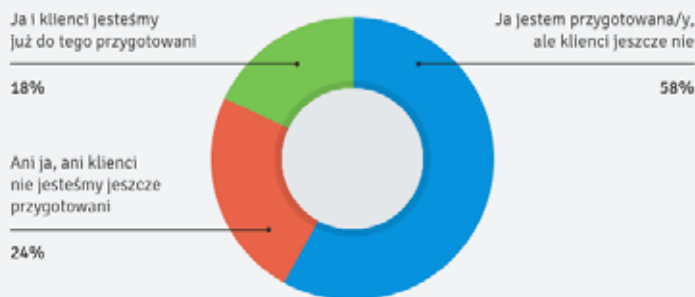
systemu JPK. Co ciekawe, również oni są zdania, że JPK stanie się obowiązkiem, który uderzy głównie w nich.

### Wysokie kary za nieprzesyłanie JPK

Przedsiębiorcy powinni mieć świadomość, że niedopełnienie obowiązku przesyłania JPK\_VAT wiąże się z konsekwencjami finansowymi. Ustawodawca potraktował takie zachowanie jako udaremnianie lub utrudnianie wykonania czynności służbowej i grozi za to, na podstawie art. 83 kodeksu karnego skarbowego, kara w wysokości do 720 stawek dziennych. Jest ona ustalana przez sąd, który bierze pod uwagę szereg czynników, jak np. dochody, stosunki majątkowe czy możliwości zarobkowe sprawcy. Natomiast za nieprzesłanie JPK na żądanie organu podatkowego grozi kara porządkowa za nieprzedstawienie w wyznaczonym terminie dokumentów. Zgodnie z Obwieszczeniem Ministra Rozwoju i Finansów kara ta wynosi w 2017 roku 2 800 złotych.

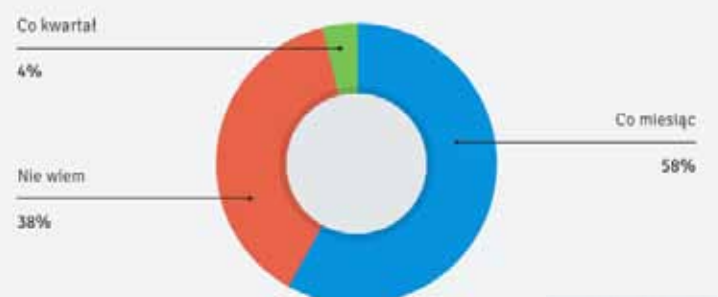
*\*Badanie zostało przeprowadzone między 26 października a 15 listopada 2017 metodą wywiadów internetowych (CAWI). W badaniu wzięło udział 1 127 przedsiębiorców oraz 117 księgowych z całej Polski.*

### Jakie są Pani/Pana odczucia w związku z wprowadzeniem JPK przez mikroprzedsiębiorców od 2018?



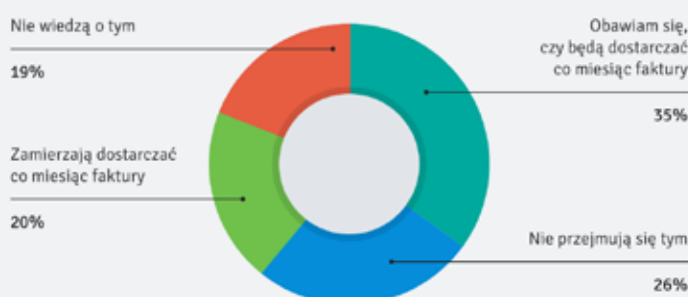
Źródło: InFakt, 2017

### Czy wie Pani/Pan, jak często będzie Pani/Pan musiał wysłać JPK\_VAT od 2018?



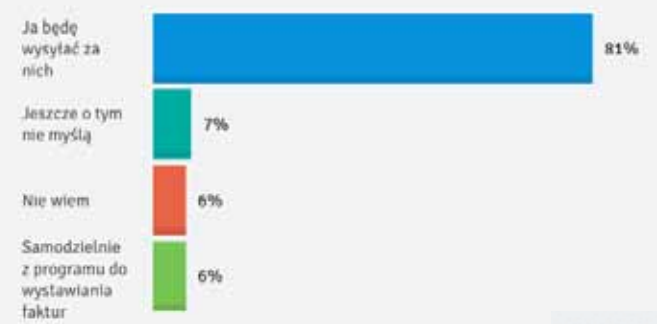
Źródło: InFakt, 2017

### Jak Pani/Pan ocenia stopień przygotowania klientów do składania JPK\_VAT co miesiąc od 2018?



Źródło: InFakt, 2017

### W jaki sposób Pani/Pana klienci planują wysłać JPK\_VAT?



Źródło: InFakt, 2017

REKLAMA

## Cena i procedura to nie wszystko

Branża leasingowa dynamicznie się rozwija. Na rynku pojawia się coraz więcej produktów i wariantów tej formy finansowania. Oferty kierowane są nie tylko do dużych przedsiębiorstw czy korporacji, ale również do tych z sektora MSP, czy nawet start-up'ów. Wygoda, dostępność oraz korzyści podatkowe sprawiają, że leasing jest bardzo popularny wśród przedsiębiorców i w wielu przypadkach stanowi alternatywę dla kredytu samochodowego.

– Przedsiębiorcy szukają najlepszych form wspierających ich działalność, a jednocześnie obniżających koszty. Potrzebują rozwiązań niekłopotliwych i nieabsorbujących, będących w zasięgu ręki i bez klauzul pisanych drobnym drukiem. ING Auto jest odpowiedzią na te oczekiwania – wyjaśnia Małgorzata Lipska, menedżer Zespołu Zarządzania Produktami i Procesami w ING Lease. Program ING Auto, w ramach którego możemy sfinansować samochody osobowe i dostawcze do 3,5 t opiera się na uproszczonych procedurach z minimum formalności i brakiem wymogu przedstawiania dokumentów finansowych. W zależności od potrzeb, klient ma możliwość skorzystania z usług dodatkowych jak np. odpowiedni pakiet ubezpieczenia, w tym także ubezpieczenia GAP, które zabezpiecza przed ewentualnymi stratami w przypadku kradzieży czy szkody całkowitej.

Cena i procedura to nie wszystko. Czas, który przedsiębiorca może poświęcić na swoje finansowe sprawy jest bardzo cenny i z każdym rokiem klienci mają go coraz mniej. Szeroka dostępność oferty w blisko 400 stacjonarnych placówkach ING Banku Śląskiego w całej Polsce oraz wygoda całego procesu, pozwalają przedsiębiorcom skupić się na wykonywaniu swoich zadań zawodowych. – Warto również zauważyć, że w czasach cyfryzacji i automatyzacji przedsiębiorcy coraz częściej i odważniej sięgają po produkty, czy usługi dostępne „online”. W ING Lease wychodzimy naprzeciw i już dziś dajemy obecnym klientom ING Banku możliwość szybkiego i sprawnego wnioskowania o leasing poprzez bankowość internetową i mobilną ING – dodaje Małgorzata Lipska.



### ING Auto Prosty leasing

Po prostu wybierz model auta i weź je w leasing.

- **Łatwo** - minimum formalności: nie potrzebujesz dokumentów finansowych firmy
- **Szybko** - decyzja kredytowa w 24 godziny
- **Korzystnie** - elastyczne warunki i wysokie limity finansowania

Sprawdź ofertę leasingu dla Twojego samochodu:

[www.inglease.pl/ingauto](http://www.inglease.pl/ingauto) | 801 200 111

ING Lease

ING



## NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU

## Wiedza i narzędzia niezbędne do sprawnego funkcjonowania handlu w sieci

Jedne z najbardziej skutecznych narzędzi, które umacniają handel w sieci oferuje Digital Analytics. Zanim sięgniemy po te najbardziej skuteczne, warto zacząć od podstaw, czyli odpowiedzi na najprostsze pytania, które leżą u źródła prowadzenia e-handlu. Dlaczego wybraliśmy ten model biznesowy? Co chcemy osiągnąć? Jeśli zamierzamy wdrożyć właściwe narzędzia, które pomogą zwiększyć sprzedaż, zwróćmy uwagę na kolejność procesu analitycznego: zbieranie danych przed ich analizą, wykorzystaniem i doбором właściwych rozwiązań.



Maciej Gałeczki

CEO, Bluerank

**Wnioskowanie i decydowanie**

Najważniejsza jest umiejętność przełożenia wybranej informacji – zmiany, trendu – na profity biznesowe. To tutaj potrzebna jest nam analityka, która pozwala na poszerzenie biznesu i jego optymalizowanie. Istotna jest świadomość, jak dana liczba czy zmiana danej liczby

wpływa na mój biznes i jego optymalizację. Kolejnym etapem jest wnioskowanie i decydowanie. Najtrudniej jest podejmować właściwe decyzje, czyli działać tak, aby nie popełnić błędów. A o pomyłki nie jest trudno: informacje już mogą mieć pewien margines błędów lub być niepewne albo niewystarczającej jakości. Potem pojawiają się wnioski, które podjęte na bazie niedoskonałych danych, mogą być błędne, a na koniec są decyzje, które także są obciążone ryzykiem popełnienia błędów. Jeśli jestem autorem błędnej interpretacji i wyciągnę zły wniosek, to decyzja – nawet jeśli będzie idealna, ostatecznie będzie zła dla biznesu i zmieni go w niepożądanym kierunku.

Jeszcze trudniej jest odciąć się od tego, „co się zawsze robiło, zawsze było dobre, skuteczne, bo sprzedaż zawsze rosła”. Pojawia się dylemat: „dlaczego ja mam teraz wierzyć danym, które na pewno nie uwzględniają wszystkiego? Ja znam ten biznes, jak mało kto!” Oto sposób myślenia, który zwiastuje niechęć do zmian i porażkę.

Kolejny aspekt to naturalna obawa marketera o pozycję i stanowisko w organizacji. Jeśli analityka ma wykazać, że podjąłem złe decyzje albo analityka sprawi, że ja nie będę tworzył wartości dodanej dla organizacji, to pojawia się lęk o własną przyszłość i stabilność. Często analityk nie jest traktowany poważnie, a jego wnioski nie zostają wdrożone z przyczyn

podejmować nowego rodzaju decyzje oparte o bardzo mierzalne i policzalne rzeczy. Coś, czego się nie dało zrobić, teraz absolutnie jest możliwe. Netflix rekomenduje filmy nie dlatego, że tak im się wydaje albo jakiś film osiągnął sukces kasowy w kinach, ale dlatego, że wiedzą które filmy i z jakim zaangażowaniem oglądał widz i na tej podstawie są w stanie rekomendować spersonalizowane i zoptymalizowane ramówki. Zaangażowanie widzów zostaje przełożone na biznes. Ten sukces generują dane i zarządzanie nimi.

**Ilość, jakość, forma**

Wybierając narzędzia analityczne, warto pamiętać, że są takie, które pozwalają na realizację założeń analityki ilościowej, czyli gromadzenie

W mojej opinii warto selekcjonować dane, które posłużą nam do podjęcia decyzji biznesowych. To nie będzie łatwe zadanie, bo ich ilość, a zwłaszcza tych, które możemy uznać za wartościowe, jest ogromna. Dokonajmy uważnego wyboru, koniecznie przez pryzmat wyznaczonych celów i koncentrujemy się na gromadzeniu danych, które są niezbędne do wyciągnięcia wniosków oraz podjęcia decyzji, sprzyjających np. zwiększeniu sprzedaży.

**Analityka ma ludzką twarz**

Jeden z największych, światowych autorytetów analitycznych – Avinash Kaushik, Digital Marketing Evangelist, opracował regułę „10-90”. Jej skrócone wyjaśnienie to: 10 procent inwestycji powinno być skoncentrowane na narzędziu, a 90 procent na człowieku, czyli „zasobach”, wykorzystujących tę technologię. Postawmy na ludzi, którzy prawidłowo zinterpretują dostarczone wnioski. Moim zdaniem brak dowartościowania człowieka hamuje bardziej dynamiczny rozwój analityki, ponieważ to człowiek, a nie technologia dokonuje właściwej analizy i tłumaczenia danych.

Wielu wypatruje możliwości, którą niesie angażowanie sztucznej inteligencji, ale dotychczas nie rozwinęła się ona na tyle, aby sprostać procesowi kompleksowego, samodzielnego i jednocześnie prawidłowego wyciągania wniosków. Uczenie maszynowe i zaawansowane mechanizmy rozumienia wciąż nie są na tyle doskonałe, aby tego dokonać bez udziału człowieka. Kluczem do sukcesu jest zatrudnianie przez firmy dobrych analityków oraz rozumienie faktu, że tylko pracownicy mogą skutecznie wykorzystać technologię i nowoczesne narzędzia do rozwoju firmy.



**Organizacje, które obecnie osiągają największy globalny sukces, jak Facebook, Google, Netflix, to systemy oparte na kulturze danych (data-driven approach) gdzie wiele niemierzalnych obszarów (z pozoru) jest traktowanych w sposób mierzalny. Tymczasem wszystko może mieć okreśłą wartość i być zmierzone, np. działania z zakresu HR lub... satysfakcja z firmowej stolówki.**

**Psychologia marketera**

Kluczowa umiejętność podejmowania decyzji jest największym wyzwaniem. Zauważalne są sytuacje, kiedy w firmie analitycy którzy sugerują podjęcie właściwych decyzji na podstawie trafnych wniosków i wiarygodnych informacji, mają niewystarczającą siłę przebiccia w organizacji do tego, by te decyzje wcielić w życie. Z własnego doświadczenia wiem, że jeśli wykazujemy, że pieniądze przeznaczone na całą kampanię reklamową zostały zaplanowane do wydania w złych kanałach, to marketer, który podał taką decyzję, bardzo często kwestionuje metodykę przedstawionej analizy. Stwierdza, że „to zawsze tak działało” i pyta: „na podstawie jakiego modelu, jakich założeń wyciągnęliście takie wnioski? To nieprawdziwe założenie, bo u mnie to zawsze działało”.

Widać wówczas naturalną obawę: trudno jest odejść od intuicji, doświadczenia i zacząć polegać na da-

psychologicznych.

**Podążaj za odważnymi**

Organizacje, które obecnie osiągają największy globalny sukces, jak Facebook, Google, Netflix, to systemy oparte na kulturze danych (data-driven approach) gdzie wiele niemierzalnych obszarów (z pozoru) jest traktowanych w sposób mierzalny. Tymczasem wszystko może mieć okreśłą wartość i być zmierzone, np. działania z zakresu HR lub... satysfakcja z firmowej stolówki. Firmy, które odniosły globalny sukces potrafią czerpać informacje i wdrażać wnioski na podstawie analitycznego procesu. To właśnie ci, którzy „ryzykują” i są odważni, zyskują obecnie najwięcej.

Analityki nie da się zakwestionować. Musimy zmienić mentalność i zrozumieć, że ilość i dostępność do danych daje nieporównywalnie więcej możliwości współczesnym marketerom niż kiedykolwiek w przeszłości. Mogą

danych ilościowych. Istnieją i takie, które pozwalają na realizację działań z obszaru analityki jakościowej. Oba te obszary wzajemnie się uzupełniają i powinny być równolegle realizowane. Tylko połączenie wiedzy wynikającej zarówno z analityki ilościowej i jakościowej może przyczynić się do właściwego wnioskowania i następnie do podejmowania trafnych decyzji – wówczas wiemy, że biznes jest optymalizowany w maksymalnie kontrolowany sposób.

I wreszcie sposób prezentowania danych i potrzebne do tego narzędzia czyli panele raportowe. Ogromna ilość informacji, a potem umiejętność wyłonienia tych najważniejszych i np. zestawienia ich w jednym miejscu, opracowanych graficznie, może dać analitykowi możliwość dostrzeżenia kluczowych dla rozwoju biznesu zależności. Właściwa forma raportowania jest umiejętnością przekazania, zaakcentowania, wyłonienia najistotniejszych informacji.