

NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019



NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

Możliwości rozwoju dla mikro- i małych firm w Polsce

Mikrofirmy, czyli takie, które zatrudniają do 9 pracowników, stanowią większość przedsiębiorstw w Polsce. Ponad 30 proc. firm nie przetrwa pierwszego roku, a reszta będzie musiała zmierzyć się z wieloma przeciwnościami. Mają też jednak szanse na rozwój.



Michał Pawlik

współtwórca i prezes zarządu,
SMEO

W Polsce działa ponad 2 miliony mikroprzedsiębiorstw, czyli firm zatrudniających do 9 pracowników – ogłosił PARP w raporcie za rok 2018. Mikrofirmy stanowią 96 proc. wszystkich firm, a pracuje w nich prawie co czwarty Polak.

Trudności najmniejszych firm w Polsce

Mikrofirmy najczęściej mierzą się z problemami finansowymi. Jest to konsekwencją braku eksperckiego wsparcia lub dostępu do profesjonalnych narzędzi pomagających prowadzić biznes. Najczęściej w takich małych firmach to sam właściciel jest osobą odpowiedzialną za wszystkie funkcje przedsiębiorstwa. Według badania z 2018 r. „Bezpieczeństwo finansowe małych firm w Polsce”, przeprowadzonego przez firmę faktoringową SMEO we współpracy z ERIF BIG, w ponad połowie z nich (53 proc.) za finanse firmy odpowiada właściciel lub współwłaściciel, choć na tym zagadnieniu niekoniecznie musi się znać. Na pytanie, czy w ciągu ostatnich dwóch lat zdarzyły się w firmie problemy finansowe, twierdzącej odpowiedzi udzieliło 45 proc. mikroprzedsiębiorców biorących udział w tym badaniu. Co dziesiąty z nich borykał się z nimi regularnie.

Głównymi powodami problemów z finansami są zbyt niskie lub nieregularne przychody, wysokie koszty prowadzenia działalności lub mała ilość kontrahentów, gdzie utrata jednego dużego wpływa na kondycję całej firmy.

Brak ustawowych programów pomocy małym firmom nie będzie ułatwiał przedsiębiorcom prowadzenia biznesów. Ciągłe rosnące stawki ZUS, wzrosty wynagrodzeń oraz ceny energii czy paliwa konsekwentnie podnoszą im koszty. Nie w każdym przypadku z kolei przedsiębiorca może sobie pozwolić na podniesienie cen swoich produktów czy usług.

Nielatwe początki młodych firm

Często młody przedsiębiorca, który otwiera własny biznes, nie posiada dużej wiedzy o prowadzeniu firmy. Napędza go przede wszystkim pasja

i wiara we własne możliwości. Jednak warto pamiętać, że zanim młoda firma zacznie osiągać przychody, czekają ją głównie inwestycje. Taka firma wymaga zarówno sporego wkładu finansowego, jak i często zmian modelu biznesowego. Przejściowe kłopoty finansowe są zatem dla małych i młodych firm oczywiste. Najważniejsze jest jednak to, jak sobie z tymi problemami radzą.

Według badania SMEO, w obliczu finansowych trudności mikroprzedsiębiorcy najczęściej ratują firmę sięgając po prywatne środki. Robi to aż 34 proc. z nich. Co piąty przyznaje, że pożyczka od znajomych. 21 proc. sięga po kredyt lub pożyczkę – w tym przeznaczone raczej dla klientów indywidualnych, a tyle samo z nich opóźnia płatności wobec dostawców. Większość z tych rozwiązań może być dla małego biznesu ryzykowna. Zwłaszcza łączenie finansów firmy z prywatnymi może spowodować pogrążenie przedsiębiorcy w długach, z których może być trudno się potem wydostać.

W poszukiwaniu źródeł finansowania swojej działalności

Spora część firm podchodzi do poszukiwania źródeł finansowania ostrożnie – jednym z ważniejszych zabezpieczeń jest tworzenie poduszki finansowej. Ma ją zawsze około 36 proc. badanych przedsiębiorców, a okresowo – nawet co drugi. To właśnie takie środki najbezpieczniej wykorzystywać w okresie przejściowych problemów. Nie zawsze ta kwota jest jednak wystarczająca i pozwala na pokrycie wszystkich zobowiązań lub inwestycji.

Brak kapitału to sytuacja, z którą mierzą się zarówno firmy rozpoczynające działalność, jak i te odnoszące już sukces na rynku. Jedni potrzebują już sukcesu na rynku, a inni na spłatę bieżących zobowiązań. Nawet rynekowi potentaci potrzebują ich na rozwój kosztochłonnych produktów czy dalsze inwestycje.

Źródła finansowania możemy podzielić na 2 grupy – wewnętrzne i zewnętrzne. Oczywiście te drugie dają większe możliwości, ale rozsądek podpowiada, aby w pierwszej kolejności sięgać po te wewnętrzne. Ponadto te pierwsze dają kontrolę nad firmą i niezależność od wierzycieli. Drugie wiążą się zwykle z wyższymi kosztami lub koniecznością podzielenia się kontrolą nad firmą.

Wewnętrzne źródła finansowania

Do podstawowych wewnętrznych źródeł finansowania należą m.in. odpisy amortyzacyjne. Z defini-

cji amortyzacja to koszt związany ze stopniowym zużywaniem się środków trwałych i zmniejszaniem ich wartości w czasie w związku z użytkowaniem. Środki trwałe to składniki majątku wykorzystywane w działalności gospodarczej. Należą do nich maszyny, urządzenia, środki transportu, budynki oraz inne przedmioty o przewidywanym okresie używania dłuższym niż rok. Amortyzacja dotyczy również środków użytkowanych w ramach leasingu finansowego. Często jednak przedsiębiorcy nie decydują się na amortyzowanie takich rzeczy jak licencje, elementy systemu czy zakończone prace rozwojowe, które jak najbardziej można poddać odpisom amortyzacyjnym.

Kolejnym źródłem tego typu jest faktoring, będący usługą zapewniającą szybkie otrzymanie środków z wystawionych faktur sprzedażowych. Najprościej rzecz ujmując polega on na wykupie przez faktora (czyli firmę faktoringową) od faktoranta (czyli przedsiębiorstwa) należności z tytułu sprzedaży towarów lub usług. Faktoring na przestrzeni ostatnich lat zyskuje popularność i notuje ponad 20 proc. wzrost rok do roku. Coraz więcej przedsiębiorców przekonuje się do tej usługi, głównie za sprawą coraz bardziej konkurencyjnych stawek, jakie oferują faktoryzy. Do niedawna faktoring był zarezerwowany tylko dla dużych firm z długą historią kredytową. Sytuacja uległa zmianie kilka lat temu. Wraz z rozwojem technologii powstały firmy wykorzystujące inteligentne algorytmy, sztuczną in-

teligencję, dane z social mediów i innych witryn internetowych. Tworzą one systemy oceny zdolności kredytowej, umożliwiające udzielanie finansowania firmom od pierwszego dnia działalności oraz takim, które nie wykazują jeszcze zysków. Z faktoringu warto korzystać w momencie, kiedy chcemy szybciej otrzymać pieniądze z wystawionych już faktur, jak i w momencie dokonywania zakupów, korzystając z faktoringu odwrotnego, który umożliwia odroczenie płatności nawet o kilka miesięcy. Otrzymane pieniądze przedsiębiorca może wykorzystać na realizację kolejnych zleceń, co jest domeną branży transportowej, budowlanej, przemysłowej czy eventowej.

Zewnętrzne źródła finansowania

Rozpoczynając lub rozwijając działalność warto zapoznać się z dostępnymi dotacjami. Do dyspozycji są dotacje rządowe i unijne, które można otrzymać na rozpoczęcie działalności gospodarczej, dalszy rozwój lub wprowadzanie innowacji na rynek. Dotacje są szczególnie istotne dla małych i średnich firm, które zaczynają działalność i mają problemy z pozyskaniem kapitału z innych źródeł finansowania. Środki, które mogą otrzymać przedsiębiorcy, muszą być przeznaczone na konkretne wydatki związane z tworzeniem nowych usług lub produktów. Dotacje unijne są obecnie najbardziej popularnym sposobem zewnętrznego finansowania na otwarcie działalności gospodarczej.

Dotacje dla firm z sektora MSP zostały przewidziane przede wszystkim w Programach Regionalnych poszczególnych województw oraz z Programu Inteligentny Rozwój.

Najbardziej rozpowszechnionym źródłem zewnętrznego finansowania jest kredyt bankowy. To najczęściej stosowane źródło finansowania firm. Niestety jest trudne do uzyskania dla początkujących przedsiębiorców, którzy nie posiadają wiarygodnej historii kredytowej. W przeciwieństwie do faktoringu, w ocenie zdolności dla kredytu bankowego istotny jest wynik finansowy firmy oraz wpisy w biurach informacji gospodarczych czy BIK, co nawet dla przedsiębiorstw działających na rynku kilkanaście lat może okazać się barierą trudną do pokonania.

Innym typem kredytu jest kredyt kupiecki udzielany przez sprzedawców towarów lub usług klientom, którzy w momencie otrzymania przedmiotu transakcji nie mają wystarczających środków na zapłatę. Sprzedający zgadza się na otrzymanie płatności od nabywcy za sprzedaż towarów w odroczonym terminie. Kredyt kupiecki to rozwiązanie dla firm, które nie mogą skorzystać z kredytu bankowego i dysponują małym ka-

pitalem własnym. Sprzedawcy pozyskują w ten sposób klientów, którzy w momencie zakupu nie mogą uregulować należności. Taka forma pozyskiwania kapitału sprawdza się jako alternatywa dla tradycyjnego kredytu bankowego, szczególnie w przypadku przedsiębiorstw o niskiej zdolności kredytowej.

Leasing i wynajem długoterminowy

Leasing, który już na dobre wpisał się w funkcjonowanie biznesu, to popularna dziś wśród firm forma użytkowania sprzętu. Leasing jest formą umowy między właścicielem przedmiotu (leasingodawcą) a przedsiębiorcą (leasingobiorcą), która dotyczy odpłatnego użytkowania danego przedmiotu przez ustalony czas. Przedmiotem leasingu mogą być rzeczy ruchome: auta, specjalistyczny sprzęt i wyposażenie, komputery, ale też nieruchomości. Istnieją dwa rodzaje leasingu: operacyjny i finansowy. Koszty leasingu przedsiębiorca może rozliczyć w kosztach prowadzenia działalności, ale dotyczy to tylko leasingu operacyjnego. W leasingu operacyjnym rzecz, która podlega umowie leasingowej, pozostaje własnością firmy leasingującej, zaś w leasingu finansowym leasingowana rzecz jest własnością przedsiębiorcy.

Dzisiaj, w związku ze zmianami podatkowymi z początku 2019 r. i wprowadzeniem limitu związanego z możliwością odliczania od podatku leasingowanego samochodu do 150 000 zł, bardzo atrakcyjną usługą staje się wynajem długoterminowy. W większości umów z firmami oferującymi taką opcję istnieje możliwość odliczenia od podatku całej kwoty będącej opłatą abonamentową.

Decydując się na tę formę finansowania samochodów bądź innych sprzętów potrzebnych do prowadzenia działalności zyskuje się przede wszystkim przewidywalność kosztów, brak ryzyka związanego z koniecznością ponoszenia kosztów serwisu, naprawy czy ubezpieczenia. To, czego nie daje wynajem długoterminowy to możliwości wykupu auta lub sprzętu na koniec umowy. To rozwiązanie jest korzystniejsze dla małych firm, które pozbawiają się obowiązku dbania o formalności i sam przedmiot umowy wynajmu długoterminowego.

Mając innowacyjny model biznesowy lub unikalne rozwiązania młodzi przedsiębiorcy mogą starać się o środki finansowe od Aniołów Biznesu lub funduszy inwestycyjnych. Ponadto wraz z rozwojem firmy można rozważać emisję obligacji czy wejście na giełdę w celu finansowania konkretnych projektów lub dalszego rozwoju firmy.



Głównymi powodami problemów z finansami są zbyt niskie lub nieregularne przychody, wysokie koszty prowadzenia działalności lub mała ilość kontrahentów, gdzie utrata jednego dużego wpływa na kondycję całej firmy.

Rozszerz horyzonty rozwoju Twojej firmy

Dowiedz się, w jaki sposób **biznesowe portfolio produktów Netii** może wpłynąć na rozwój Twojej firmy.

DATA
CENTER

NETIA WIFI
MARKETING

NETIA
SERWERY
DEDYKOWANE

NETIA DATA
PROTECTION

N E T I A

biznes.netia.pl

NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

Szanowni Państwo!

Za każdym razem, kiedy stajemy przed wyborem produktów, które nagrodzimy tytułem Najlepszego Produktu dla Biznesu, pojawia się to samo pytanie: na jakiej podstawie wybrać te, które wyróżnimy? Jakie kryteria wziąć pod uwagę? Jak wśród bogatej oferty rynkowej wskazać te rozwiązania, które będą służyły przedsiębiorcom najskuteczniej? To, co pojawiło się w naszej tegorocznej dyskusji najwyraźniej, to personalizacja. Najlepsze są bowiem te produkty i usługi, które odpowiadają na indywidualne potrzeby biznesu. I takich szukaliśmy wśród zgłoszonych do redakcji. Mamy nadzieję, że znajdą wśród nich Państwo takie, które odpowiedzą na Państwa potrzeby, a ich wykorzystanie pozwoli usprawnić procesy zachodzące w Państwa firmach.

Redakcja



SZKOŁY BIZNESU

EXECUTIVE MASTER CLASSES
IN CORPORATE FINANCE
– IN COOPERATION WITH CFA
SOCIETY POLAND



AKADEMIA
LEONA KOŹMIŃSKIEGO

Pasją uczelni jest dostarczanie wiedzy i doskonalenie umiejętności studentów i słuchaczy. Dlatego też rozwija nowe programy, aby w ten sposób dostarczać większą wartość klientom.

W tym roku wprowadziła do oferty Executive Master Classes in Corporate Finance.

Są to programy nowe na rynku polskim, ale od lat oferowane przez najlepsze zagraniczne uczelnie, których zadaniem jest przekazanie w krótkim czasie i w warsztatowej formie wiedzy oraz

kompetencji finansowych niezbędnych do budowy międzynarodowej kariery.

Executive Master Classes będą prowadzone w całości w języku angielskim i kierowane do menedżerów i profesjonalistów z całej Europy. Uczelnia liczy, że międzynarodowy charakter warsztatów wzmocni efekt w postaci przyspieszenia rozwoju zawodowego uczestników programu.

Programy te zostały opracowane we współpracy z CFA Society Poland i będą pro-

wadzone przez wybitnych ekspertów reprezentujących CFA Society, kadre ALK oraz praktyków z firm konsultingowych.

Wśród propozycji znajdują się:

1. Finanse przedsiębiorczości: od uruchomienia do skalowania
2. Wycena i modelowanie finansowe za pomocą Excela
3. Tworzenie wartości w fuzjach i przejęciach
4. Zarządzanie finansami dla kadry kierowniczej.

STUDIA PODYPLOMOWE
ORAZ MBA



UNIWERSYTET
EKONOMICZNY
W KRAKOWIE



Krakowska Szkoła Biznesu to wyspecjalizowana jednostka dydaktyczna Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, która istnieje na rynku usług edukacyjnych od 1991 roku. Szkoła oferuje ponad 80 kierunków studiów podyplomowych, studia Master of Business Administration, menedżerskie studia dedykowane dla firm oraz kursy i szkolenia. Atutem oferty dydaktycznej Krakowskiej Szkoły Biznesu UEK są 3 prestiżowe programy MBA: Executive

MBA – program spełniający standardy międzynarodowe w zakresie Executive Education, istniejący na rynku od 1994 roku i oparty na europejskim podejściu do zarządzania w biznesie, International MBA European Multicultural Integrated Management Program – pierwsze w Polsce południowej, całkowicie międzynarodowe studia MBA oraz MBA KSB + Master – innowacyjne studia prowadzone we współpracy z Clark University z USA. Program

stanowi unikalne połączenie akademickich studiów na poziomie Master, realizowanych według programu amerykańskiego partnera oraz praktycznego podejścia biznesowego, charakterystycznego dla studiów MBA. Nowością w ofercie KSB są studia MBA in Community Management. Program MBA dla samorządowców łączy teorię samorządu i zarządzania z konkretnymi przykładami i niestandardowym podejściem do problemów.

CEMBA



SGH

Zawartość merytoryczna oraz jakość oferowanych w ramach programu wykładów jest identyczna jak na kanadyjskim uniwersytecie partnerskim i zgodna ze standardami północno-amerykańskimi. Zajęcia odbywają się w każdy piątek w godz. 13:00–17:00 i sobotę w godz. 9:00–17:00. Wszystkie zajęcia prowadzone są w języku angielskim. Program obejmuje łącznie 640 godzin wykładowych,

trwa 16 miesięcy i zawiera 5 modułów tematycznych: menedżerowie i firma; marketing i zarządzanie finansami; zarządzanie produkcją dóbr i usług, planowanie i zarządzanie strategiczne; zarządzanie międzynarodowe. Wykładowcami w programie są w około 70 proc. profesorowie uniwersytetów kanadyjskich, w tym głównie z UQAM, University of Manitoba, St. Francis Xavier

University, University of Windsor oraz profesorowie z Wielkiej Brytanii i USA. Wykładają również pracownicy SGH, którzy odbyli szkolenia na uniwersytetach kanadyjskich. Absolwenci programu otrzymują tytuł i dyplom MBA z UQAM – taki sam, jaki otrzymaliby studiując w Kanadzie, a także dyplom ukończenia studiów specjalnych wydany przez SGH.



UNIWERSYTET
EKONOMICZNY
W KRAKOWIE



Krakowska
Szkoła Biznesu
MBA Studia Podyplomowe

STUDIA MBA

Executive MBA Program | International MBA Program | MBA KSB + MASTER Program

STUDIA PODYPLOMOWE

NAJPOPULARNIEJSZE KIERUNKI:

- Data Science
- Szacowanie nieruchomości
- Marketing
- Zarządzanie sferą usług medycznych
- Zarządzanie projektami innowacyjnymi
- Controlling i finanse przedsiębiorstw

więcej kierunków na: www.ksb.uek.krakow.pl

Rekrutacja trwa od 1 grudnia 2019 do 15 lutego 2020.



Wykształciliśmy już
1000 ABSOLWENTÓW
Programów MBA



Nasze studia
wybrało około
28 000 osób!



80% naszych słuchaczy
poleciliby studia KSB UEK
innym osobom

St. Gallen
Business School



NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

TRANSPORT

ORDER 2 CASH



Fresh Logistics Polska i organizacja GS1 Polska podjęły działania zmierzające do budowania świadomości i upowszechniania standaryzacji procesów poprzez wdrożenie i promocję rozwiązania Order-2-Cash, polegającego na cyfryzacji każdego etapu procesu logistycznego. Order-2-Cash (O2C) to rozwiązanie wykorzystujące szereg globalnych standardów GS1 w celu usprawnienia fizycznych przepływów towarowych i towarzyszących im informacji – od zamówienia do zapłaty. Order 2 Cash to podejście wspierające digitalizację podstawowych procesów w firmie. Celem rozwiązań typu O2C jest wyeliminowanie tradycyjnych dokumentów papierowych i przejście na Elektroniczną Wymianę Dokumentów Handlowych (EDI).

Rozwiązanie typu O2C składa się z następujących elementów:

- 1) Standardowe elektroniczne dokumenty handlowe – komunikaty EDI:
 - zamówienie (ORDERS)
 - awizo dostawy (DESADV)
 - potwierdzenie przyjęcia dostawy (RECADV)
 - faktura (INVOICE) płatność automatyczna, księgowanie płatności

2) Etykieta logistyczna GS1 – zawarty na niej numer SSCC stanowi łącznik pomiędzy informacją wysyłaną elektronicznie a fizycznym przepływem towarów.

EDI to wymiana dokumentów w postaci standardowych komunikatów elektronicznych, bezpośrednio pomiędzy systemami komputerowymi partnerów biznesowych. Standardowe dokumenty elektroniczne zapewniają ustandaryzowaną i automatyczną wymianę informacji niezbędnych z punktu widzenia np. procesów zamawiania, czy dostawy oraz umożliwiają uzyskanie bezpośredniego powiązania przepływu towarów z dotyczącymi tego przepływu informacjami.

Korzyści procesowe:

Cyfryzacja każdego etapu procesu „od zamówienia do zapłaty” przynosi ogromne korzyści:

- Szybkość – sprawniejsze przetwarzanie transakcji oraz skrócenie czasu realizacji zamówienia
- Dokładność – ograniczenie interwencji człowieka oraz ręcznego wprowadzania danych, co przekłada się na mniejszą liczbę pomyłek przy dostawach

- Niższe koszty – dzięki wykorzystaniu mniejszej liczby zasobów ludzkich, wyeliminowaniu błędów oraz skróceniu czasu procesów zamawiania i dostarczania towarów.
- Dzięki zastosowaniu standardów GS1 dokumenty elektroniczne są ściśle skorelowane z fizycznym przepływem towarów.

Korzyści ekonomiczne:

- oszczędność czasu, dzięki wyeliminowaniu ręcznego wprowadzania danych transakcyjnych (np. zamówień) do systemu,
- otrzymywanie przez odbiorcę wcześniejszych i pełnych informacji o dostawie, dzięki zastosowaniu elektronicznej awizacji (komunikat DESADV),
- sprawny i szybki proces przyjęcia towaru, dzięki zastosowaniu etykiety logistycznej GS1 z numerem SSCC,
- automatyczne uzupełnianie dostępności produktu na półce sklepowej oraz optymalizacja zapasów;
- eliminacja kosztów związanych z obsługą faktur papierowych, związanych z ich wystawianiem, wydrukiem, wysyłką, czy archiwizacją.

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.

KN FREIGHTNET

KUEHNE+NAGEL



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.

KARTA PALIWOWA

KARTA BP +ARAL



Oferta kart paliwowych BP+Aral Routex to zestaw usług i narzędzi świetnie spełniających potrzeby firm transportowych, niezależnie od wielkości i rodzaju posiadanych pojazdów. Można z nich korzystać na ponad 20 000 stacjach zrzeszonych w porozumieniu Routex w całej Europie oraz na ponad 4000 stacjach Total jak również na ponad 700 stacjach TNK BP oraz Rosneft w Rosji. Dodatkowo karty BP zapewniają dostęp do pełnej gamy usług i opłat drogowych łącznie z odzyskiwaniem

podatku VAT na bardzo atrakcyjnych warunkach. Położenie stacji przy głównych trasach tranzytowych pomaga oszczędzać czas i pieniądze. Nowoczesny monitoring i dobre oświetlenie stacji dają poczucie bezpieczeństwa i umożliwiają archiwizowanie materiału filmowego. Ścisłe procedury bezpieczeństwa zapewniają szybkie rozpoznawanie wszelkich nieprawidłowości, a specjalne systemy kontroli dają najlepsze wyniki w wykrywaniu nadużyć. Wieloletnie doświadczenie, do-

stęp do jednej z największych sieci stacji paliw w Europie oraz rozumienie potrzeb naszych klientów daje nam możliwość przygotowania atrakcyjnej oferty, która uwzględni preferowane trasy i specjalne warunki cenowe na wybranych stacjach. Dodatkowo użytkownicy naszej karty mają dostęp do uniwersalnego urządzenia BP Tollbox, które pozwala w prosty sposób regulować opłaty drogowe we wszystkich krajach Europy objętych systemem EETS.

KARTA MIKROFLOTA



Karta MIKROFLOTA, unikatowe rozwiązanie skierowane przede wszystkim do sektora mikroprzedsiębiorstw, małych firm oraz osób

prowadzących działalność gospodarczą, dla których karty paliwowe były do tej pory poza zasięgiem ze względu na limity zakupowe. MI-

KROFLOTA umożliwia bezgotówkowe zakupy paliw, produktów oraz usług na stacjach paliw pod marką ORLEN i Bliska.

SHELL CARD PLUS



Shell Card Plus to karta hybrydowa, łączy najważniejsze zalety karty paliwowej Shell Card oraz karty płatniczej Visa. To pierwsze na rynku rozwiązanie dla flot o tak szerokim zasięgu – obejmuje 6 500 stacji paliw na terenie Polski oraz 200 000 punktów akceptujących karty VISA. Pozwala wyeliminować gotówkę w trakcie podróży służbowych

na rzecz karty zabezpieczonej chipem EMV i kodem PIN, a także zwiększyć kontrolę wydatków flotowych. Akceptowane są płatności nie tylko za paliwo, opłaty drogowe czy myjnie, ale też hotele, restauracje, bilety lotnicze i taksówki w kraju, a także za granicą. Ponadto karta wyposażona jest w system płatności zbliżeniowych (Visa payWave) oraz można nią

dokonywać transakcji internetowych. Z Shell Card Plus firmy zyskują narzędzie, które zapewnia im najwyższy poziom ochrony przed nadużyciami. Właściciel lub menedżer floty decyduje o tym, w jakich miejscach kierowcy mogą dokonywać płatności kartą, określając zakres usług, a także limit kwotowy dokonywanych nią transakcji.

NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

Fresh Logistics Polska rozwija logistykę w duchu „paperless”

W dobie digitalizacji i automatyzacji, szybkość przepływu informacji jest kluczowa niezależnie od branży czy wielkości przedsiębiorstwa. Wzrastające wymagania rynku sprawiają, że elektroniczna wymiana danych pomiędzy poszczególnymi ogniwami łańcucha dostaw nie jest już tylko dobrą praktyką, ale standardem. Dlatego Fresh Logistics Polska i organizacja GS1 Polska podjęły działania zmierzające do budowania świadomości i upowszechniania standaryzacji procesów poprzez wdrożenie i promocję rozwiązania Order-2-Cash, polegającego na cyfryzacji każdego etapu procesu logistycznego. Celem rozwiązania Order-2-Cash jest wyeliminowanie tradycyjnych dokumentów papierowych i przejście na Elektroniczną Wymianę Dokumentów (EDI).

Order-2-Cash (O2C) to rozwiązanie wykorzystujące szereg globalnych standardów GS1 w celu usprawnienia fizycznych przepływów towarowych i towarzyszących im informacji – zaczynając od elektronicznego złożenia zamówienia, poprzez awizację, potwierdzenie przyjęcia dostawy, a kończąc na płatności automatycznej. Wspomniane rozwiązanie składa się z dwóch kluczowych elementów: etykiety logistycznej GS1 oraz komunikatów EDI. Elektroniczna Wymiana Danych to wymiana dokumentów w postaci standardowych komunikatów elektronicznych, bezpośrednio pomiędzy systemami komputerowymi partnerów biznesowych. Standardowe dokumenty elektroniczne zapewniają ustandaryzowaną i automatyczną wymianę informacji niezbędnych z punktu widzenia np. procesów zamawiania czy dostawy oraz umożliwiają uzyskanie bezpośredniego powiązania przepływu towarów z dotyczącymi tego przepływu informacjami.

Innowacyjne rozwiązanie O2C to szereg korzyści nie tylko procesowych, ale i również ekonomicznych. Cyfryzacja każdego etapu procesu od zamówienia do zapłaty jest gwarantem szybkości realizacji zamówienia oraz lepszej jakości np. poprzez sprawny i szybki proces przyjęcia towaru czy eliminację ręcznego wprowadzania danych, co zmniejsza ryzyko pomyłek przy dostawach. Order-2-Cash to również oszczędność czasu i niższe koszty związane m.in. z obsługą faktur papierowych.

„Wdrożenie rozwiązania Order-2-Cash przyczynia się do optymalizacji procesów, co bezpośrednio przekłada się na szereg korzyści finansowych dla firm. Nie możemy jednak zapomnieć o tak ważnym aspekcie jak

ekologia. Istotną cechą rozwiązania O2C jest wyeliminowanie tradycyjnych dokumentów papierowych na rzecz elektronicznych. Takie podejście pozwoli na znaczne ograniczenie zużycia papieru, co przełoży się na znaczne oszczędności w skali roku. Wyeliminowanie samej faktury papierowej to oszczędność czasu, papieru, kosztów wydruku, wysyłki i jednocześnie łatwość przechowywania i dostępu, nie wspominając o redukcji innych dokumentów papierowych. Dodając jeszcze do tego korzyści związane z wyeliminowaniem ręcznego wprowadzania danych transakcyjnych (np. zamówień) do systemu oraz całkowicie automatyczną awiację dostaw, możemy cieszyć się pełnym sukcesem, a wdrożone rozwiązanie będzie nie tylko skuteczne, ale również efektywne i przede wszystkim ekologiczne.

„Dzięki standardom GS1 takie korzyści stają się coraz bardziej realne dla wielu firm. Jesteśmy dumni z faktu, że dostarczamy tego typu rozwiązania i mamy nadzieję, że coraz więcej firm będzie chciało z nich korzystać” – komentuje Agata Horzela, Menedżer ds. standardów GS1 w TSL.

W celu budowania świadomości wszystkich podmiotów zaangażowanych w proces logistyczny Fresh Logistics Polska, GS1 Polska, Sieć Badawcza Łukasiewicz – Instytut Logistyki i Magazynowania oraz sieć Carrefour zorganizowały w październiku 2019 konferencję poświęconą standardom GS1 zastosowanym w rozwiązaniu Order-2-Cash. Adresatami konferencji byli polscy producenci żywności zainteresowani szeroko rozumianą optymalizacją procesową. Konferencja składała się z części merytorycznej połączonej z warsztatami Lean Management oraz wizytami studyjnymi w centrum dystrybucyjnym Fresh Logistics Polska w Gliwicach oraz Carrefour w Będzinie.

„Carrefour Polska podjął współpracę z Instytutem Logistyki i Magazynowania (ILiM) m.in. w celu wypracowania schematów komunikatu i etykiet logistycznych, które umożliwiają przyspieszenie przyjęcia towarów z różnym asortymentem – pochodzenia zwierzęcego, warzyw, owoców czy produktów suchych. Wykorzystanie rozwiązania etykiety logistycznej EAN128 daje wyższą gwarancję poprawności danych, które towarzyszą produktom w całym łańcuchu logistycznym od producenta do finalnego klienta w sklepie, z czym w dotychczasowym manualnym procesie czasami jest problem. Inną korzyścią z wykorzystania DESADV



dla dostawcy jest możliwość uzyskania potwierdzenia realizacji zamówienia u danego odbiorcy niezwłocznie po jego przyjęciu” – komentuje Grzegorz Matyskiewicz, Dyrektor Logistyki ds. operacji magazynowych Carrefour Polska. „Carrefour wraz z kilkunastoma dostawcami przetestował i zrealizował wdrożenia tych rozwiązań. W naszych procesach z dużym powodzeniem znacząca część przyjęcia palet odbywa się z wykorzystaniem etykiet EAN128 czy pełnej komunikacji przez DESADV. Projekt jest cały czas rozwijany i rozszerzany na kolejnych dostawców” – dodaje Grzegorz Matyskiewicz.

Fresh Logistics Polska jest operatorem logistycznym, który poza swoją podstawową działalnością, czyli transportem i magazynowaniem towarów, ogromną

uwagę skupia na optymalizacji całego łańcucha dostaw. Dzielenie się wiedzą i know-how jest wpisane w DNA firmy, dla której ciągle doskonalenie procesów jest największym priorytetem.

Synergia, współpraca i partnerskie relacje pomiędzy wszystkimi uczestnikami łańcucha dostaw z całą pewnością zaowocują ciekawymi projektami optymalizacyjnymi. Konferencja, w której wzięło udział tak wiele podmiotów, jest dowodem na to, że mamy do czynienia z nowym wymiarem logistyki – skupionej nie tylko na podstawowych kompetencjach, ale opartej na wzajemnym uzupełnianiu się i przenikaniu wspólnych priorytetów każdego ogniw łańcucha dostaw” – komentuje Jarosław Gulowaty, Dyrektor Logistyki Kontraktowej, Fresh Logistics Polska.



Order-to-Cash

– elektroniczny proces od zamówienia do zapłaty



Fresh Logistics
Raben Group

NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

OPROGRAMOWANIE/IT

MPS 4FACTORY



MPS 4FACTORY to oprogramowanie wspierające firmy produkcyjne w tworzeniu planu produkcji jako dynamicznego i cyfrowego harmonogramu produkcji z generacją zleceń produkcyjnych. To kolejne z rozwiązań z pakietu DSR 4FACTORY, dzięki któremu dane są łatwo transferowane do wszystkich innych systemów zarządzających produkcją (np. ERP, APS, MES, SFC).

MPS 4FACTORY pomaga optymalnie zaplanować produkcję i uzyskać:

- usprawnienie procesu planowania produkcji poprzez wykorzystanie szablonów oraz automatyczne rozwijanie potrzeb produkcyjnych dla produktów na niższych poziomach
- raport zapotrzebowania dla surowców w oparciu o zatwierdzony plan produkcyjny
- możliwość definiowania specyficznych polityk dla tworzenia dziennych zleceń produkcyjnych

- monitorowanie wstępnego obciążenia zasobów produkcyjnych
- efektywne zarządzanie cyklem produkcyjnym półproduktów i produktów gotowych
- obniżenie kosztów kapitałowych i operacyjnych
- wzrost wydajności maszyn i urządzeń
- łatwa analiza danych dzięki wbudowanym raportom.

AUTO KATALOG SAMAR



Autokatalog.pl to innowacyjne narzędzie, pierwsze takie w świecie; sprawia, że bez wychodzenia z domu można dokonać 55 tys. porównań par nowych samochodów, wybrać auto, sposób jego pozyskania, wyliczyć najkorzystniejsze finansowanie. Obejmuje 418 modeli 53 producentów, ponad 10 tysięcy wersji, zawiera galerię aut (z zewnątrz, wewnątrz, 360

stopni – ponad 224 tys. zdjęć). Wszystko to na bazie 150 tysięcy linii kodu źródłowego. To narzędzie przydatne klientom indywidualnym i przedsiębiorcom, dealerom samochodowym, sprzedawcom aut oraz kierownikom flot – wszystkim, którzy profesjonalnie zajmują się sprzedażą samochodów lub ich wykorzystaniem w firmach. Pozwala oszczędzić

czas i pieniądze, dokonać optymalnego wyboru merytorycznego i finansowego. Dzięki Kalkulatorowi Finansowemu użytkownik może w czasie rzeczywistym dokonać symulacji dostępnych form finansowania wybranego pojazdu. Z aplikacji można korzystać nieodpłatnie przez stronę www lub na urządzeniu mobilnym (AppStore, Google Play).

TETA HR



TETA HR to innowacyjne rozwiązanie w zakresie zarządzania kapitałem ludzkim, przeznaczone do zaspokojenia potrzeb pracowników, zespołów i całej organizacji. Mamy najwięcej lat doświadczenia na polskim rynku we wspieraniu działów HR rozwiązaniami informatycznymi. Obecnie z naszego oprogramowania korzysta ponad 500 dużych firm i instytucji. To

jedyny na rynku system z tak szeroką grupą modułów wspomagających prace w zakresie HR. Zapewnia optymalizację pracy i daje wymierne oszczędności – posiada zestaw diagramów Workflow, ułatwiających i przyspieszających procesy kadrowe. System ma bogaty zestaw gotowych do wykorzystania analiz i raportów HR-owych. Dzięki platformie samoobsługowej

TETA ME i dostępowi mobilnemu, angażuje wszystkich pracowników w procesy biznesowe, budując pozytywny employee experience.

System TETA HR oferowany jest w 3 modelach dostępu:

- TETA HR On-premise
- TETA HR SaaS
- Usługa outsourcingu kadr i płac.

FAKTORING

PROGRAM FINANSOWANIA
DOSTAWCÓW

Program finansowania dostawców jest usługą skierowaną dla dużych firm posiadających rozbudowany łańcuch dostaw. W ramach programu finansowania każdy podwykonawca i dostawca dostaje możliwość natychmiastowej zapłaty za wystawione faktury. Finalny termin płatności jest ustalany z odbiorcą – w praktyce oznacza to

wydłużenie terminu płatności o 14 do 30 dni. W przeciwieństwie do klasycznego faktoringu odwrotnego umowy zawierane są indywidualnie z dostawcami, którzy ponoszą wszelkie koszty.

Innowacja usługi wynika również z modelu biznesowego Faktoramy, która jest platformą faktoringową – duże limity faktoringowe

rozpraszane są na wielu faktorów. Dzięki temu rozwiązaniu Faktorama oferuje wysokie limity faktoringowe stanowiąc uzupełnienie faktoringu bankowego.

Program finansowania dostawców Faktorama wdrożyła w największych firmach z branży budowlanej, górniczej, produkcyjnej, odzieżowej czy wydawniczej.

FAKTORING,
MIKROFAKTORING,
WYKUP FAKTUR

Monevia.

Faktoring od Monevii to odpowiedź na oczekiwania mikro- i małych przedsiębiorstw w zakresie finansowania bieżącej działalności. Monevia wspiera firmy, które ze względu na niewielką skalę działalności, wystawiają miesięcznie małą liczbę faktur i nie mogą skorzystać z ofert banków lub innych instytucji finansowych. Prawdopodobnie jako jedyny

fintech w Polsce z obszaru mikrofaktoringu, generuje zyski i dostarcza klientom bezpieczne finansowanie. Spółka wykorzystuje środowisko on-line i nowoczesne technologie, w tym własną innowacyjną Platformę Monevia, która stanowi w pełni funkcjonalny system, obsługujący należności. Rozwiązanie to umożliwia sprzedaż faktur przed terminem

wymagalności, a prosty i intuicyjny panel pozwala klientom zarządzać wierzytelnościami 24/7. Monevia stosuje innowacyjny i jednocześnie niezwykle skuteczny system oceny ryzyka, a efektywny model biznesowy wyróżnia Spółkę na tle konkurencji. Faktoring od Monevii zaspokaja realne potrzeby mikro- i małych przedsiębiorców.

PROGRAM
FINANSOWANIA
DOSTAWCÓW

Program polega na finansowaniu dostaw (krajowych i zagranicznych) – faktor na życzenie dostawcy dokonuje zapłaty, przed upływem terminu płatności, za towar dostarczony do klienta (odbiorcy). W tradycyjnej metodzie finansowania dostaw to dostawca zapewnia finansowanie w okresie między złożeniem zamówienia przez klienta a otrzymaniem od niego płatności. Nie zawsze dostawca może udźwignąć ciężar

tego finansowania i długie oczekiwanie na zapłatę, dlatego dostawcy korzystają zazwyczaj z tradycyjnych rozwiązań finansowych, takich jak dyskonto faktur, kredyty celowe itp. Program Finansowania Dostaw to rozwiązanie, które dzięki wykorzystaniu zdolności finansowej odbiorcy zapewnia dostawcom finansowanie na warunkach korzystniejszych niż tradycyjne formy finansowania kapitału obrotowego. Do-

stawca może skorzystać z możliwości wcześniejszej zapłaty za dostarczony towar, a koszty takiego finansowania pokrywa dostawca w zamian za szybki dostęp do gotówki. Ten sposób finansowania poprawia stan kapitału obrotowego dostawcy, zmniejsza ryzyko handlowe oraz pozwala na korzystanie z efektywniejszej stopy procentowej, niższej niż w tradycyjnych formach finansowania.

NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

TELEKOMUNIKACJA

NETIA UNIFIED COMMUNICATIONS

NETIA

Netia Unified Communications to najnowsze rozwiązanie dla biznesu w dziedzinie zintegrowanej komunikacji, zawierające nowe, unikalne na rynku funkcjonalności. Z NUC możesz prowadzić firmę z dowolnego miejsca i oszczędzać pieniądze na usługach telekomunikacyjnych. To jedyna na europejskim rynku zunifikowana usługa z chmury, łącząca komunikację telefoniczną – stacjonarną i ko-

mórkową oraz elektroniczną. Usługa umożliwia korzystanie z dowolnych urządzeń – telefonu stacjonarnego, komórki, tabletu czy komputera w dowolnym miejscu oraz prowadzenie nieprzerwanej komunikacji. Gdy odebrałeś/-aś połączenie w swoim biurze na telefonie stacjonarnym, a potrzebujesz wyjść na spotkanie, przełączasz się na urządzenie mobilne, zachowując ciągłość

rozmowy. Nie ma znaczenia, czy klient zadzwoni do Ciebie na numer firmowy, czy komórkowy. Jesteś zawsze w zasięgu! Usługa działa na bazie dowolnego typu dostępu – sieci komórkowej, komórkowej transmisji danych, Wi-Fi czy stacjonarnych liniach telefonicznych. Możesz używać osobistego smartfona do wykonywania połączeń z wykorzystaniem tożsamości firmy.

WIRTUALNA CENTRALKA



Wirtualna Centralka umożliwia wygodne zarządzanie połączeniami w firmie dzięki wirtualnej recepcji. To ona powita Twoich klientów,

czy przekieruje połączenia na wybrane przez Ciebie numery. Wirtualna Centralka jest rozwiązaniem całkowicie bezprzewodowym,

dlatego nie poniesiesz kosztów instalacji czy zakupu dodatkowego sprzętu.

MAGENTA BIZNES



Magenta Biznes oferuje małym i średnim firmom możliwość korzystania z nielimitowanego dostępu do internetu. Dzięki temu właściciel firmy nie musi się zastanawiać, jaki pakiet danych jest potrzebny jego pracownikom, bo będą mogli korzystać z nielimitowanego Internetu, rozmów i SMS-ów. Dodatkową zaletą Magenta Biznes jest elastyczność dzięki możliwości zamawiania dowolnych urządzeń oraz dodatkowych

kart SIM nie tylko przy zawieraniu umowy, ale również w jej trakcie. W ramach Magenta Biznes T-Mobile przygotował 4 pakiety różniące się warunkami korzystania i ceną. We wszystkich ofertach rozmowy, wiadomości SMS i MMS są nielimitowane, brak ograniczeń dotyczy także 3 z 4 pakietów. Najtańszy pakiet o nazwie Magenta Biznes S kosztuje 40 zł netto miesięcznie i jako jedyny zawiera limit danych o wielko-

ści 10 GB. W pakiecie oznaczonym literą M kosztującym 60 zł netto Internet nie ma limitu, jednak jego maksymalna prędkość wynosi 20 Mb/s. Z kolei brak limitu i przepustowość do 60 Mb/s oferuje pakiet Magenta Biznes L w cenie 80 zł. Najdroższa opcja – Magenta Biznes VIP kosztująca miesięcznie 120 zł netto zapewnia maksymalną prędkość Internetu oferowaną przez T-Mobile.

Nowoczesny system HR – 3 najważniejsze cechy

Wiele firm, chcąc usprawnić obsługę pracowników, a tym samym poprawić swoją efektywność, zdecyduje się na wymianę systemu do zarządzania procesami HR. Współczesne rozwiązania IT dla działu HR ułatwiają firmom kontrolę realizacji planów, celów, a jednocześnie wspierają na co dzień pracowników w wykonywaniu ich obowiązków administracyjnych. Spróbujmy odpowiedzieć na pytanie, jakie cechy powinien mieć nowoczesny system HR.

Automatyzacja

Nowoczesne rozwiązania IT dla przedsiębiorstw umożliwiają automatyzację procesów back office takich jak naliczanie płac. Zawierają także rozbudowane funkcjonalności do raportowania i analiz, dzięki którym dział HR może badać dane personalne, które były gromadzone w organizacji przez wiele lat. Ważne funkcjonalności, jakie posiadają już niektóre systemy HR, to na przykład: możliwość zapewnienia wymaganej obsady linii produkcyjnych w fabrykach w okresie zwiększonych zachorowań poprzez optymalne rozszerzanie czasu pracy pozostałych pracowników, uwzględnienia danych o absencjach przy planowaniu obsady czy analizy pozwalające zoptymalizować liczbę osób potrzebnych do obsługi np. sklepów wchodzących w skład sieci handlowych.

Mobilność

Na rynek pracy wkroczyło pokolenie Y nastawione głównie na szybkie i łatwe w obsłudze rozwiązania mobilne. Korzystamy

z coraz większej liczby systemów, które możemy obsługiwać z każdego miejsca na ziemi przy użyciu smartfona czy tableta. Nowe rozwiązania w obrębie oprogramowania HR sprawiają, że możemy mieć stałą kontrolę nad swoimi sprawami zawodowymi – 24 h na dobę.

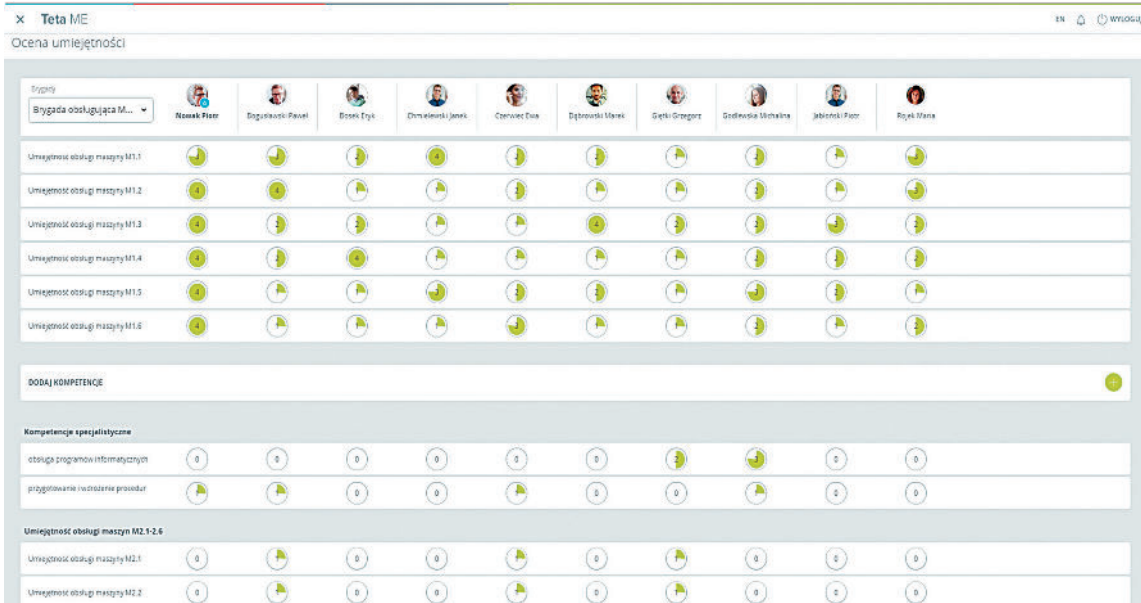
„Smartfony dla wielu z nas stały się prywatnym centrum dowodzenia – robimy za ich pomocą zakupy, zamawiamy jedzenie, używamy jako kalendarza czy kontaktujemy się ze znajomymi. Pracownicy również oczekują takiej wygody i elastyczności w miejscu pracy” – podkreśla Katarzyna Jaśniewicz, menedżer produktu TETA HR w firmie Unit4 Polska, współautorka aplikacji TETA ME do obsługi pracowników i menedżerów HR. „Mobilna platforma obsługi pracownika wspiera wizerunek pracodawcy zapewniając pozytywny Employee Experience. Prosta w obsłudze, dostępna za-

wsze i wszędzie, umożliwia samodzielne realizowanie takich zadań jak sprawdzenie urlopu, pobranie dokumentu PIT lub pobranie raportu o wynagrodzeniu (tzw. paska). Jednocześnie każdy pracownik może sam zainicjować procesy, czyli złożyć wniosek o urlop, zgłosić do kadr zmianę danych adresowych lub inną potrzebę. – dodaje Jaśniewicz.

Nadążanie za rynkiem pracy

Obserwujemy obecnie, jak zjawisko gig economy rośnie w siłę. Kiedyś umowy o dzieło/zlecenie kojarzone były głównie ze środowiskiem artystycznym lub też z chęcią dorobienia do pensji. Dzi-

siaj coraz więcej managerów zatrudnionych jest na kontraktach B2B, często w kilku firmach jednej grupy. Ważne jest więc aby system HR umożliwił obsługę różnych form zatrudnienia i ułatwiał współpracę pomiędzy osobami, które świadczą usługi dla różnych spółek tego samego holdingu. Dla przedsiębiorców ważne jest to, aby forma zatrudnienia nie rzutowała na dostęp do narzędzi ułatwiających zarządzanie sprawami HRowymi. „Wyzwanie, które podjęła nasza firma, brzmi: dostarczyć rozwiązanie, które pozwoli holdingowi działać tak, jak działa jedna spółka. TETA HR pozwala, więc np. przy pomocy jednego wniosku urlopowego złożyć kilka wniosków dla tego samego pracownika zatrudnionego w wielu spółkach. Znacznie ułatwione jest również generowanie zestawień dla takich pracowników” – mówi Piotr Chrobot, dyrektor zarządzający w firmie Unit4 Polska. W dzisiejszych czasach transformacji rynku pracy podstawową potrzebą każdej firmy jest dysponowanie kompetentną obsadą wpisującą się w aktualne cele i zadania organizacji. Inwestycja w nowoczesne rozwiązania IT, które znacznie usprawnią obsługę pracowników i umożliwią analizę big data danych HR-owych, może okazać się niezbędną pomocą przy planowaniu dalszej strategii biznesowej firmy.



Widok funkcji Skill Matrix w aplikacji TETA ME

NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

INFORMACJA GOSPODARCZA

RAPORT BIK MOJA FIRMA



BIURO INFORMACJI KREDYTOWEJ

Raport BIK Moja Firma zawiera szczegółową historię zobowiązań kredytowych oraz wskaźnik kondycji finansowej twojej firmy. W kilka sekund możesz sprawdzić, czy nie masz opóźnień w płatnościach. Raport BIK Moja Firma

możesz przedstawić innym osobom i firmom, np. kontrahentom, klientom. Dzięki temu udowodnisz, że Twoja firma jest godnym za-

ufania partnerem w biznesie. Raport możesz przeglądać na ekranie komputera, na tablecie i na telefonie. Możesz go także pobrać i zapisać jako plik PDF, a następnie wydrukować.

PROGRAM ANALIZ
NALEŻNOŚCI

Program analiz należności to wyjątkowe narzędzie pozwalające śledzić bieżącą sytuację kontrahentów bądź potencjalnych kontrahentów firmy 24 godziny na dobę. Uczestnicy Programu Analiz Należności otrzymują dostęp

do aktualnej i rzetelnej bazy danych tworzonej dzięki ciągłemu gromadzeniu i konsolidowaniu informacji z rynku. Baza zawiera dane o 3,5 milionach podmiotów. Rocznie firma pozyskuje raporty dotyczące ponad 250 tysięcy

firm. Funkcjonujący obecnie model Analiz powstał w oparciu o wieloletnie doświadczenie w branży ubezpieczeń finansowych, a przez lata został pozytywnie zweryfikowany przez uczestników Programu.

RAPORT+

K A C Z M A R S K I
G R O U P

Unikalny na rynku raport, zawierający szereg informacji o dowolnym przedsiębiorcy pochodzących z różnych źródeł, które połączone w jednym miejscu pozwalają na kompleksową ocenę jego wiarygodności. Obejmuje dostęp do białej listy podatników VAT, dzięki czemu od 1 stycznia 2020 roku korzystający z Raportu+ nie muszą bać się sankcji za dokonanie

przelewu na niezarejestrowany na niej rachunek bankowy kontrahenta. Oprócz informacji czy jest on czynnym płatnikiem VAT (wraz z identyfikatorem zapytania, który jest dowodem w razie kontroli skarbowej) otrzymają także dane z Krajowego Rejestru Długów BIG SA, Giełd Wierzytelności (np. Długi.info), Bazy Rzetelnych Firm, KRS (w tym

US i ZUS), CEIDG, UOKiK, KNF. Integralną częścią Raportu+ jest punktowa ocena wiarygodności sprawdzanego przedsiębiorcy opracowana na podstawie specjalnego algorytmu, a wyrażona w skali od 1 do 5. Ułatwia to podjęcie właściwej decyzji o rozpoczęciu z nim współpracy bądź jej zaniechaniu w trosce o bezpieczeństwo finansów firmy.

WINDYKACJA

WINDYKACJA ZAGRANICZNA



Windykacja międzynarodowa EULEO obejmuje zasięgiem 200 państw świata, w których rezyduje ponad 200 sprawdzonych partnerów zagranicznych EULEO. Są to firmy windykacyjne i kancelarie prawne, sprawdzone na przestrzeni wielu lat. Kooperacja z nimi gwarantuje bardzo dobrą

znajomość lokalnych rynków, prowadzenie spraw zgodnie z obowiązującym miejscowym prawem oraz brak jakichkolwiek barier komunikacyjnych. Zlecenia windykacji odbywają się na zasadzie „success fee”, tzn. prowizja jest naliczana tylko w przypadku odzyskania pieniędzy od dłużnika. Klienci,

w trakcie trwania sprawy, regularnie otrzymują raporty z prowadzonych działań. Całość sprawia, że oferta firmy EULEO jest wyczerpująca i odpowiada na wyjątkowo wiele potrzeb zarówno polskich, jak i zagranicznych przedsiębiorstw i instytucji finansowych.

KOMPLEKSOWA OBSŁUGA
PROCESU ODZYSKIWANIA
NALEŻNOŚCI B2C

RK Legal

Firma specjalizuje się w zarządzaniu wierzytelnościami i dochodzeniu roszczeń w obszarze B2C. Oferuje działania z zakresu windykacji polubownej oraz przymusowej. Struktura zespołu pozwala na elastyczne dopasowanie współpracy do wymagań klientów. RK Legal współpracuje

z najsukuteczniejszymi komornikami sądowymi w ramach stworzonego na potrzeby firmy projektu e-Komornik, co pozwala na uzyskanie możliwie wysokiego stopnia zaspokojenia wierzyciela. Celem firmy jest uzyskanie całkowitej spłaty, niezależnie od kwoty zadłużenia. RK Legal zawiera z dłuż-

nikiem pisemne porozumienie, obejmujące wyraźne uznanie długu przerywające bieg przedawnienia lub kierujemy sprawę do postępowania sądowego. Kancelaria prowadzi pełną obsługę sprawy na etapie postępowania egzekucyjnego, restrukturyzacyjnego bądź upadłościowego.

ODZYSKIWACZ.

PL – PLATFORMA DO
ODZYSKIWANIA NALEŻNOŚCI
DLA MAŁYCH I ŚREDNICH
PRZEDSIĘBIORCÓW.



Samodzielne odzyskanie zaległych należności nie zawsze jest możliwe, tak samo jak zlecenie pojedynczej wierzytelności do firmy windykacyjnej. Z myślą o takich sytuacjach powstał odzyskiwacz.pl – autorska platforma internetowa stworzona przez Grupę Vindix, dzięki której nawet mikroprzedsię-

biorca uzyska pomoc w odzyskiwaniu należności od profesjonalistów. Platforma jest prosta i intuicyjna. Założenie konta, zlecenie obsługi i opłata prowizji zajmuje chwilę, a szczegóły dotyczące sprawy oraz działania, które zostały podjęte, by odzyskać należność, klient widzi w jednym miejscu.

Działania windykacyjne startują od razu, po dodaniu sprawy do systemu i zaksięgowaniu wpłaty z tytułu prowizji. Opłata, którą dokonuje klient, obejmuje obsługę na etapie polubownym z zastosowaniem wszelkich kanałów komunikacji i z udziałem najnowszej technologii, która umożliwi dotarcie do dłużnika.

NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

LEASING

LEASING WOLNOŚĆ WYBORU



Leasing Wolność Wyboru – oferta FCA Leasing Polska Sp. z o.o. na finansowanie nowych samochodów Abarth, Alfa Romeo, Fiat i Jeep z RP 2019 to idealne rozwiązanie dla klientów zainteresowanych krótszym okresem finansowania i kupnem droższego auta: dzięki wysokiej wartości końcowej klient płaci czynsze leasingowe na podobnym poziomie, jak w przypadku zakupu tańszego auta w tradycyjnym leasingu ze standar-

dową wartością końcową. Zalety dla klienta: niska miesięczna rata leasingowa – klient nie spłaca wartości pojazdu, ponosi jedynie koszt utraty wartości pojazdu; brak obowiązku wniesienia opłaty wstępnej; elastyczne warunki oferty dające możliwość dowolnego wyboru okresu umowy, zakładanego przebiegu kilometrów oraz wysokości opłaty wstępnej; stały dostęp do nowych modeli – klient po okresie finansowania może

zdecydować się na kolejny, nowy samochód będący przez cały czas na gwarancji producenta (dot. krótszych okresów eksploatacji); brak kłopotu związanego z odsprzedażą – po zakończeniu okresu leasingu klient zwraca samochód do dealera, oszczędzając czas na poszukiwanie nabywcy; klient zachowuje korzyści podatkowe wynikające z umowy leasingu. Czekamy na Ciebie w salonach FCA Poland!

FOTOWOLTAIKA



Idea Getin Leasing (IGL) wprowadziła uproszczoną procedurę finansowania instalacji fotowoltaicznych, która polega na braku konieczności weryfikacji dokumentów finansowych – w przypadku transakcji do 100 tys. zł, przy wymaganym udziale własnym od 5 proc. wartości przedmiotu. Jest to odpowiedź na potrzeby przedsiębiorców, w tym także rolników, dla których ceny energii stanowią istotny element kosztów działalności. Głównym wyzwaniem

w przypadku fotowoltaiki jest długi okres zwrotu inwestycji, stąd IGL oferuje okres finansowania do 84 miesięcy. Umożliwia to obniżenie rat, lepiej dopasowując wysokość obciążeń do oszczędności z tytułu tańszego pozyskania energii. Sama instalacja zwraca się po około 10 latach. Urządzenie zarabia na siebie, gdyż oszczędności za prąd pokrywają część opłat za raty leasingowe. Klienci mogą skorzystać z leasingu operacyjnego, finansowego lub pożyczki,

w zależności od potrzeb kwalifikacji kosztów finansowania. Leasing operacyjny umożliwia rozłożenie płatności na raty, dzięki czemu zmniejsza się podstawa opodatkowania podatkiem dochodowym. Dodatkowo rolnicy mają możliwość skorzystania z ulgi podatkowej (podatek rolny). Oferta Idea Getin Leasing wspiera rozwiązania ekologiczne coraz ważniejsze dla społeczeństwa, racjonalizując zarazem efekty działalności ekonomicznej przedsiębiorców i rolników.

ING MASZYN



Program ING Maszyny obejmuje finansowanie nowych oraz używanych maszyn i urządzeń. Został przygotowany z myślą o firmach zainteresowanych leasingiem standardowych maszyn produkcyjnych, poligraficznych i spożywczych, sprzętu budowlanego, maszyn do robót ziemnych i drogowych oraz wózków widłowych. Produkt ten opiera się na maksymalnie uprosz-

czonych procedurach – bez dokumentów finansowych firmy, wystarczy złożyć wniosek leasingowy wraz z fakturą proforma zawierającą podstawową specyfikację wybranego urządzenia (dostępny dla firm od 6 miesięcy działalności). Finansowanie można rozłożyć nawet na 72 miesiące. Dotychczasowi klienci ING mogą złożyć wniosek na kwotę aż do 500 tysięcy zł, a nowi

do 300 tysięcy zł. Minimalny udział własny klienta zaczyna się od 5 procent. Istotnym elementem oferty jest jej kompleksowość, w tym również atrakcyjne warunki ubezpieczenia przedmiotu leasingu. Dodatkowo szybka decyzja kredytowa, elastyczne warunki i wysokie limity – to wszystko w Programie ING Maszyny, dostępnym w ofercie ING Lease (Polska).

REKLAMA



**Program finansowania
dostawców –
faktoring odwrotny w nowoczesnej
formie.**



NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

Kadra – największe wyzwanie dla pracodawców

Od kilku lat przedsiębiorcy wskazują brak wykwalifikowanych rąk do pracy jako największą barierę inwestycyjną. Potwierdziły to badania przeprowadzone w tym roku przez Europejski Bank Inwestycyjny, w których ten czynnik wyróżniło aż 88 proc. ankietowanych¹. Niestety prognozy na najbliższy rok przewidują pogłębianie się tego problemu i jeszcze większe deficyty kadrowe. Raport PwC prognozuje, że w wyniku niekorzystnych trendów demograficznych oraz emigracji zarobkowej do innych krajów luka na rynku pracy w ciągu sześciu lat powiększy się do 1,5 mln².



Natalia Bogdan

CEO, Jobhouse

Problem dotyczy już nie tylko najbardziej rocznie wykwalifikowanych specjalistów, ale również wykwalifikowanych pracowników fizycznych. Do listy deficytowych zawodów już możemy dopisać m.in. branżę budowlaną, finansową (m.in. samodzielne księgowość, pracownicy ds. rachunkowości i księgowości), sektor produkcji (m.in. elektrycy, elektromechanicy, krawcowie, stolarze), branżę medyczno-opiekuńczą (lekarze, pielęgniarki i położne) czy transportową.

Jak utrzymać pracownika?

W takiej rzeczywistości jeszcze większego znaczenia nabiera zdolność do

utrzymania wykwalifikowanej kadry. Każda utrata pracownika oznacza zasilenie konkurencji, ale przede wszystkim konieczność uruchomienia kosztownego i czasochłonnego procesu rekrutacji. Według różnych szacunków zastąpienie odchodzącego pracownika to wydatek rzędu 100–300 proc. jego rocznego wynagrodzenia, a do tego trzeba doliczyć trudne do wycenienia straty wizerunkowe oraz straty związane ze wstrzymaniem lub spowolnieniem rozpoczętych projektów. Jak więc ściągnąć do swojej organizacji specjalistów i zatrzymać ich na dłużej? Najprostsza odpowiedź brzmi: sprawić, by czuli się w firmie jak prawdziwe gwiazdy. Nie chodzi tu o rozkładanie przed nimi czerwonego dywanu, ale o zapewnienie najważniejszych narzędzi wpływających na satysfakcję z pracy i zapewniających warunki do rozwoju.

Procedury i komunikacja

W tym roku po raz trzeci zrealizowaliśmy badanie „Szczęście

w pracy Polaków”, które może być dla pracodawców drogowskazem, jak zmieniać swoją organizację, by pracownicy czuli się w niej szczęśliwi i chcieli ją polecać. A nie ma lepszych ambasadorów dla naszych firm niż spełniony i zaangażowany pracownik.

Na pierwszym miejscu wśród pracowniczych potrzeb jest oczywiście wynagrodzenie (85 proc. wskazań), ale kolejne miejsca należą do przyjaznej atmosfery pracy (77 proc.), dobrych relacji z przełożonym (76 proc.), poczucie sensu wykonywanej pracy (73 proc.). Wśród popularnych odpowiedzi były też możliwości rozwoju, możliwość zachowania równowagi między życiem prywatnym a zawodowym oraz możliwość pracy zdalnej.

To są przestrzenie, na które przedsiębiorcy powinni zwrócić uwagę i to już od pierwszych dni nowego pracownika w organizacji. Wiele firm zaniedbuje proces onboardingu, choć badania i nasze doświadczenie wskazują, że to kluczowy moment. Z danych SHRM (Society for Human Resource Management) wynika, że ok. 50 proc. zatrudnionych odchodzi z firmy w ciągu pierwszych 18 miesięcy pracy³. Inny raport tej organizacji podaje, że 69 proc. uczestników zadeklarowało chęć związania się z firmą na dłużej po dobrze przeprowadzonym onboardingu, a ich produktywność jest wyższa o 50 proc.⁴

Przepis na stworzenie dobrych warunków do pracy opiera się na dwóch czynnikach – opracowaniu procedur – w tym systemu oceny, nagród i awansów – oraz dobrej komunikacji. To z pozoru banalne, ale wiele organizacji zaniedbuje ten obszar, a pracownicy muszą wiedzieć, co dzieje się w firmie i czuć, że mają wpływ na jej rozwój. Dysponujemy narzędziami, które tworzą przestrzeń do wygodnej komunikacji, m.in. mailingi, portale pracownicze czy newslettery. Warto podejść do kwestii komunikacji w sposób kreatywny i angażujący, by budować emocjonalną więź zespołu z miejscem pracy.

Zrozumieć nowe pokolenie

Szczególnym zadaniem pracodawców na najbliższe lata będzie zdobycie zainteresowania ze strony młodego pokolenia, wkraczającego na rynek pracy. Generacja Z, urodzona w drugiej połowie lat 90. i wychowana już w otoczeniu technologii, ma zupełnie inne oczekiwania względem pracy. Badanie SpotData „Pokolenie Z w finansach i na rynku pracy” pokazuje chociażby, że dużo większe znaczenie dla młodych ma możliwość realizowania swoich pasji, a mniejsze stabilność zatrudnienia i umowa o pracę⁵. Jednocześnie widzimy rosnące zainteresowanie elastycznymi formami zatrudnienia, także wśród wykwalifi-

kowanych menedżerów. Wchodzimy w erę gig economy, gdzie preferowaną formą współpracy są zlecenia. Organizacje, które będą otwarte na taki model, szybciej przyciągną talenty i zapewnią sobie dobrych wykonawców dla swoich projektów. Konsekwencją tego będzie też przebudowa środowiska pracy. Jeśli preferowaną formą jest praca zdalna, to możemy się spodziewać rosnącej liczby przestrzeni coworkingowych (kosztem firmowych open space'ów) oraz rozwoju rozwiązań zapewniających bezpieczny dostęp do firmowych danych z każdego miejsca na świecie. Rynek zmieni się zarówno dla pracowników, jak i dla pracodawców. I choć ci pierwsi mają dziś mocną pozycję, to ewolucja warunków i modelu współpracy w oparciu o zmieniające się trendy jest szansą na sukces dla obu stron.

1. <https://www.pulshr.pl/rekrutacja/brak-rak-do-pracy-najwieksza-bariera-dla-inwestycji-w-polsce,62376.html>
2. <https://www.pwc.pl/pl/media/2019/2019-01-22-luka-rynek-pracy-2025-pwc.html?fbclid=IwARI-9F5JCMBYybRZJ0o0BqmwRq97Swa9DUzzAlj-8znB9TiDmsNOQ5fEI>
3. <https://www.shrm.org/foundation/ourwork/initiatives/resources-from-past-initiatives/Documents/Onboarding%20New%20Employees.pdf>
4. <https://www.shrm.org/resourcesandtools/hr-topics/talent-acquisition/pages/dont-underestimate-the-importance-of-effective-onboarding.aspx>
5. https://www.pb.pl/pokoleniez/download/pokolenie_z_raport_spotdata.pdf

Roboty wkraczają do biur

Mariusz Gołębiewski

wiceprezes Zarządu, Abile

Większość z nas, kiedy myśli o robotach, wyobraża sobie metalową maszynę wykonującą powtarzalne, manualne czynności np. na linii produkcyjnej. Tymczasem robotyzacja stosowana w pracy biurowej znacznie różni się od tej znanej z hal przemysłowych. Cechą wspólną obu rodzajów automatyzacji jest ich dynamiczny rozwój i wzrost liczby wdrożeń. Czym tak właściwie jest robotyzacja procesów biznesowych (RPA)? Gdzie można ją zastosować i czy odbierze ludziom pracę? Jakie niesie korzyści? Zapraszam w podróż do nieodległej przyszłości, w której będą nas obsługiwać biznesowe roboty.

Czym jest robotyzacja procesów biznesowych?

Automatyzacja jest kolejnym trendem, który rewelacyjnie sprawdził się w przemyśle, więc pozostałe gałęzie biznesu próbują go dostosować do swoich potrzeb i zaimplementować u siebie. Oczywiście do codziennej pracy biurowej nie potrzeba wielkich maszyn, wystarczą odpowiednie algorytmy. RPA to po prostu program komputerowy, którego celem jest odwzorowanie zadań wykonywanych przez ludzi i dzięki temu wyręczenie ich w żmudnej i czasochłonnej pracy.

Można zautomatyzować przede wszystkim procesy, które są systematyczne, powtarzalne i wykonywane w stałym otoczeniu. To rozwiązanie może sprawdzić się wszędzie, gdzie oczekuje się prostego wygenerowania danych zamiast ludzkiej oceny sytuacji. System RPA tworzy listę akcji do wykonania, bazując na obserwacji działań użytkownika. Następnie robot sam odtwarza tę listę i realizuje zapisane czynności, tak samo jak zrobiłby to pracownik. Robot może wykonywać podstawowe zadania biurowe takie jak: uzupełnianie i wprowadzanie faktur, administrowanie danymi czy kontrola zgodności dokumentów finansowych.

Gdzie można ją zastosować?

System RPA znajdzie zastosowanie zarówno w małych, jak i dużych przedsiębiorstwach, a także w wielkich korporacjach. Można go wykorzystać w niemal każdej branży – działach IT, HR, logistyki czy rachunkowości i finansów. Robotyzacja procesów biznesowych ułatwia pracę z danymi. Jedną z jej kluczowych zalet jest możliwość automatyzacji przekazywania danych pomiędzy niekompatybilnymi platformami i systemami informatycznymi (np. kopiowanie danych z programu pocztowego do systemu sprzedażowego). Może też wyręczyć pracowników w czasochłonnych zadaniach takich jak monitorowanie

i przetwarzanie danych. Wykorzystanie RPA ułatwia i przyspiesza np. proces obsługi klienta. Pracownik może za pomocą robota szybko zsynchronizować dane z różnych systemów po to, by w jak najkrótszym czasie poznać informacje o sytuacji klienta, skracając czas obsługi.

Robotyzacja odbierze nam pracę?

Wdrożenie RPA ma pomagać zatrudnionym, a nie być początkiem zwolnień. Ociążenie pracowników z monotonicznych czynności pozwala im skupić się na zadaniach wymagających strategicznego czy kreatywnego myślenia. Dzięki temu wzrasta ich efektywność i zadowolenie z wykonywanej pracy. W ten sposób zmniejszamy poziom rotacji, utrzymujemy talenty, na których najbardziej nam zależy, a zaoszczędzony czas zdejmujemy z nas presję dalszego zwiększania zatrudnienia. RPA jest dobrym rozwiązaniem dla firm, które narzekają na braki kadrowe i spowodowane przez nie opóźnienia w realizacji procesów, częste rotacje pracowników czy rosnące koszty zatrudnienia. Robot może pracować nieustannie bez zmęczenia, nie choruje i nie potrzebuje urlopu. Koszty jego wdrożenia i utrzymania są przewidywalne i dostosowane do aktualnych potrzeb. To bezpośrednio przekłada się na wzrost produktywności i ograniczenie potrzeby tworzenia nowych etatów. RPA zmniejsza ryzyko opera-

cyjne, ponieważ dzięki zastosowaniu robotów zmniejsza się ilość błędów ludzkich. To prowadzi do zmiany całej kultury organizacyjnej firmy na bardziej innowacyjną.

Technologia dla ludzi

Na każdym etapie wdrożenia automatyzacji pamiętajmy o jednej, prostej regule: to technologia ma służyć człowiekowi, a nie odwrotnie. I dlatego też zawsze powinniśmy wychodzić od potrzeb oraz oczekiwań pracowników i na nich kończyć. Na początku najlepiej zrobić rozeznanie wśród zatrudnionych – spytać ich, co zajmuje im najwięcej czasu wśród prostych, codziennych czynności oraz jakie procesy wykonują na kilku, dotychczas niezintegrowanych ze sobą programach. Jeżeli przedstawimy swoim pracownikom robotyzację jako oprogramowanie, które zdejmie z nich konieczność wykonywania nużących, powtarzalnych zadań i poprzemy to realnym przykładem z ich codziennej pracy, odniesiemy sukces. Robot może stać się przyjacielem każdego, ale tylko pod warunkiem, że rozważnie podejźmy do tematu wyboru i przygotowania procesów do robotyzacji. Co ciekawe, Deloitte twierdzi, że opór pracowników jest dosyć niski wśród organizacji wprowadzających RPA – tylko 17 proc. respondentów zgłasza problemy z adaptacją pracowników. Ale lepiej takich sytuacji uni-

kać i od początku konsultować z nimi zasady i ramy wdrożenia robotyzacji.

RPA upowszechni się już w 2025 roku?

Szybkie tempo automatyzacji w różnych branżach przybliżyło nas do przyszłości, w której maszyny i ludzie pracują w harmonii ze sobą. Zaczynając od takich branż jak bankowość i produkcja, po HR i testowanie oprogramowania, RPA zaznaczyła swoją obecność w wielu sektorach. Stała się głównym graczem w napędzaniu zmian poprzez ponowne zdefiniowanie pracy wykonywanej w organizacji. Przedsiębiorcy coraz bardziej dostrzegają zalety wdrożenia RPA w firmach. Jak wynika z badań Deloitte – 53 proc. respondentów wdrażających system robotyzacji dopiero zaczyna swoją przygodę z tą innowacją, ale aż 78 proc. planuje zainwestować jeszcze więcej w RPA w ciągu najbliższych 3 lat. Eksperti są przekonani, że jeśli ten trend się utrzyma, to w ciągu 5 lat robotyzacja procesów biznesowych będzie „prawie uniwersalnie stosowana”. Zdaniem ankietowanych RPA spełnia i przekracza oczekiwania w kategoriach jakości, niskiego marginesu błędów, produktywności oraz redukcji kosztów. Natomiast Grand View Research przewiduje prawie dziewięciokrotny wzrost wartości rynku – z 358 milionów dolarów w 2017 do 3,11 miliarda w 2025.

Oszczędzaj czas i pieniądze z kartą BP Plus

Karta BP to korzyści dla Ciebie, Twojej floty i Twoich kierowców

Oszczędzaj cenny czas dzięki karcie BP Plus oraz dostępnym całodobowo narzędziom i powiadomieniom online. Masz stały dostęp do każdej transakcji z kartą BP, a zbiorcza faktura za paliwa i usługi pozwala Ci sprawniej zarządzać kosztami. Silniki Twoich pojazdów dłużej zachowują sprawność i wydajność za sprawą paliw BP z technologią Active, które pomagają usuwać szkodliwe osady.

Dzięki sieci stacji dogodnie położonych przy głównych drogach i autostradach Twoi kierowcy nie muszą już zjeżdżać z trasy, żeby zatankować lub odpocząć przed dalszą drogą.

Dowiedz się więcej na
www.bpplus.pl



NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

Marketing sensoryczny kreuje atmosferę w przestrzeniach biurowych

Nowoczesne rozwiązania audio, video oraz aromamarketingu coraz częściej wykorzystywane są wewnątrz polskich lokali biurowych. Działania sensoryczne w ramach employer branding budują atmosferę w miejscu pracy, podnoszą wydajność zespołu pracowników oraz poszerzają świadomość marki wśród osób pracujących w firmie. Odpowiednio dostosowane bodźce pozytywnie wpływają na załogę i motywują ją do efektywniejszej pracy. Muzyka, wizualizacje oraz zapach mogą również wpływać na koncentrację i chęć do pozytywnego działania.



Aleksandra
Potrykus-Wincza

Country Manager Poland & Baltics,
Mood Media

Biura rozbudzające zmysły pracowników mogą dawać zaskakujące rezultaty. Oddziaływanie na płaszczyźnie marka-pracownik oraz umiejętne sterowanie tą relacją często stanowią o dzisiejszym sukcesie employer branding. Zapach luksusu, rozpoznawalne logo, poprawiają koncentrację melodia zapisują w pamięci pracowników oraz gości i klientów obraz firmy, która dba o dobry wizerunek marki oraz uprzejmnia standardowe czynności biznesowe. Odpowiednio zaprojektowane biuro, charakteryzujące się dobrym planem zawierającym aspekty sensoryczne, tworzy przestrzeń do efektywnej i przyjemnej pracy.

Dźwięk przyjaznego biura

Zdaniem badaczy, dźwięki o odpowiedniej częstotliwości ładują „baterie mózgowe”, kiedy to inne dźwięki o niskiej częstotliwości, takie jak hałas ruchu ulicznego, lotnisk, placów budowy, potrafią destrukcyjnie wpływać na pracę mózgu. Udowodniono również, że spokojna muzyka o wysokich częstotliwościach dostarcza mózgowi energii, pobudza umysł i pamięć, niweluje zmęczenie i przyspiesza procesy związane z uczeniem się oraz koncentracją potrzebną do pracy. Ma również korzystny wpływ w nawiązaniu kontaktu między świadomością a podświadomością. Doskonałym przykładem może tu-



taj być Mozart oraz muzyka grana w tempie bicia serca człowieka. Uspokaja ona organizm i powoduje, że szare komórki lepiej pracują.

Wielu ekspertów sądzi, że muzyka powstała dlatego, że sprzyjała jednoczeniu się grupy. Dlatego, że ludzie są uzależnieni od więzi społecznych i podatni na nie. Łatwo jest więc wysunąć wniosek, iż odpowiednia muzyka wspiera pozytywne relacje wśród pracowników oraz łagodzi ewentualne konflikty powstające wewnątrz załogi.

Jak powszechnie wiadomo, każdy człowiek reaguje na muzykę inaczej, odpowiednio do sytuacji, w której się znajduje. W inny sposób odbiera muzykę podczas jedzenia, a w inny, kiedy jest zmęczony lub poddenerwowany. Warto więc powierzyć zaprojektowanie odpowiednich programów muzycznych specjalistom w tej dziedzinie. Da nam to gwarancję, że nie osiągniemy odwrotnych efektów w porównaniu z tymi zamierzonymi. Osobno powinny być rozplanowane wszystkie pomieszczenia biurowe. Inną muzykę zastosujemy w gabinetach, gdzie potrzebne jest duże skupienie, aby wykonywać ważne działania biznesowe, a inną na korytarzu czy też w jadalni.

Jak wynika z badań Mood Media, duży nacisk przy planowaniu działań audiomarketingowych należy również położyć na pory dnia, a nawet pory roku. W zależności od godziny czy też pory roku umysł człowieka działa na nieco różnych obrotach. Dlatego dostosowanie tempa i ro-

dzaju melodii jest niezmiernie ważne pod względem tych kryteriów.

Coraz większą popularnością wśród biurowców cieszą się kompilacje zawierające muzykę relaksacyjną. Pracownicy spragnieni wyciszenia i kontaktu ze sztuką dobrze odbierają muzykę zawierającą odgłosy przyrody, wody czy ptaków. Pozwala to na szybką regenerację umysłu i uprzejmnia codzienną pracę przy biurku.

Zapach również ma znaczenie

Dobry projekt komunikacji zapachowej również może spełnić kilka ważnych zadań. Na przykład pozytywnie wpływać na wizerunek siedziby firmy oraz marki. Jak dowiedziono, zapach korzystnie wpływa na klientów firmy, co długofalowo ma wpływ na obroty przedsiębiorstwa, stając tym samym wspomagające narzędzie komunikacji marketingowej. Z drugiej strony, aromamarketing może wzbogacić miejsce pracy, zwiększyć komfort psychofizyczny pracowników. Zapachy często opisywane są jako silne narzędzie redukujące subiektywnie odczuwany stres i uczucie przeładowania pracą. Okazuje się, że umiejętnie dobrane olejki mogą zniwelować poziomu stresu. Ponadto zapachy stymulują proces uczenia się i zapamiętywania. Przykładem może być olejek rozmarynu i cytryny. Takie połączenie ma pozytywny wpływ na zdolności zapamiętywania oraz odtwarzania z pamięci. Relaksacyjne warunki pracy z minimalizacją stresu pomagają w zapamiętywaniu oraz ułatwiają wykonywanie

zadań. Wpływają zarówno na wydajność pracowników.

Ważną kwestią jest dobór komunikatu zapachowego do rodzaju, czasu trwania pracy, jak również do momentu, w którym następuje jego sensowne zastosowanie. Jeśli chodzi o rodzaj wykonywanych działań i wpływ zapachu na ich wydajność, cyprys okazuje się skuteczny podczas pracy fizycznej. Korzystny do zajęć umysłowych natomiast okazuje się być zapach jałowca. Podczas długotrwałych działań skuteczna jest znana lawenda, która pomaga w koncentracji i skupieniu się na danej czynności.

Do prac wymagających dużego zaangażowania umysłowego lepsze są zapachy uwodzicielskie, takie jak właśnie lawenda. Zapachy stymulujące nie są w tym przypadku tak korzystne. Wynika to z faktu, iż nadmierna stymulacja do działania może spowodować odwrotny skutek. Do zadań o podwyższonym poziomie trudności świetnie nadaje się zapach mięty pieprzowej, która stymuluje szare komórki do bardziej wytężonego wysiłku. Najbardziej popularnymi zapachami są tzw. „zapachy luksusu” czyli mieszanki whiskey, skóry, dobrych perfum męskich lub damskich i tytoniu. Dużym powodzeniem cieszy się również zapach kawy, który znakomicie pobudza zmysły i motywuje do działania.

Przedsiębiorstwa coraz większą uwagę przywiązują do bieżącej edukacji wewnętrznej swoich pracow-

ników. To ważne, aby każdy miał dostęp do podstawowych informacji o firmie, w której pracuje. Staje się wtedy wyedukowanym ambasadorem marki, który posiada najświeższe informacje na temat swojego pracodawcy.

Doskonałym sposobem na przekazywanie tego typu wiadomości są ekrany wizualizacyjne, które montuje się w biurach. Pozwalają one na szybką komunikację z pracownikami. Zrządzanie ekranem z poziomu komputera PC pozwala na możliwość rozpoczęcia lub zakończenia emitowanych treści w dowolnym momencie. Zastosowanie graficznych efektów specjalnych dla wyświetlanej treści czyni emisję bardziej atrakcyjną i przykuwa uwagę pracowników oraz ew. gości. Prezentacja aktualnych komunikatów specjalnych, serwisu informacyjnego, informacji o firmie, jej osiągnięciach, sukcesach biznesowych lub finansowych to tylko niektóre z proponowanych opcji, jakie można emitować i podnosić tym samym morale załogi. Montaż ekranów wizualizacyjnych pozwala na wzmacnianie wizerunku firmy bądź instytucji jako placówki nowoczesnej i prestiżowej, otwartej na nowe technologie. Tego typu rozwiązania świetnie sprawdzają się w salach konferencyjnych, biurach maklerskich, firmach świadczących usługi finansowe etc. Coraz częściej jednak znajdują zastosowanie w pomieszczeniach biurowych, takich jak na przykład hole, lobby czy standardowe gabinety pracowników.

NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

Wsparcie procesów biznesowych przez nowoczesne rozwiązania technologiczne, czyli co sektor IT wnosi do biznesu

Coraz częściej dochodzą do mnie pesymistyczne głosy, jakoby rozwój technologii miał zastąpić człowieka i pozbawić nas pracy. O wiele bardziej sympatyzuję z ideą, w której technologia będzie służyć człowiekowi i wspomagać go w tym, aby stawał się niezawodny. Taka technologia miałaby towarzyszyć ludziom i wspierać ich we wzmacnianiu więzi i relacji międzyludzkich – tak kluczowych w biznesie i tak fundamentalnych w rozwoju przedsiębiorczości.

Wiktor Sarota

prezes zarządu, inFakt

W tej wizji technologia – zamiast zastępować człowieka, kopiować i przenosić świat rzeczywisty do wirtualnego – identyfikuje i usprawnia słabe ogniwa, które przeszkadzają w istocie relacji międzyludzkich. Taką funkcję technologia przybiera w takich branżach jak bankowość, służba zdrowia, ubezpieczenia czy właśnie księgowość – wszędzie tam, gdzie kluczowe jest zaufanie i poczucie bezpieczeństwa. I nawet jeśli uda się stworzyć perfekcyjny algorytm – to i tak pozostaną te przestrzenie, w których człowiek pozostanie niezastąpiony. Technologia będzie coraz mocniej skupiać się na przyspieszaniu tych czynności, które są pracochłonne

i powtarzalne, zajmują niepotrzebnie czas albo po prostu są bez sensu lub w których człowiek jest zawodny. Posłuży temu, aby człowiek mógł skupić się na człowieku.

Pewne zmiany już są widoczne

Wystarczy rozejrzeć się wokół, bo pewne zmiany już są widoczne i pozytywnie zaskakują nas na co dzień. Coraz więcej spraw urzędowych możemy załatwić bez wychodzenia z domu, przed świętami nie trzeba udawać się do zatłoczonych galerii handlowych, aby kupić prezenty dla bliskich, a jeśli już zdecydujemy się wyjść z domu, to wybierając jazdę taksówką możemy szybciej przedostać się z punktu A do punktu B, bo algorytmy są w stanie przewidzieć, które ulice będą zakorkowane i zaproponować alternatywną trasę.

Nowe typy reklam, oferujące coraz bardziej stargetowane przekazy, są niczym innym jak skróceniem drogi pomiędzy tym, który chce sprzedać, a tym, który może kupić. Rosnący rynek SaaS (Software-as-a-Service, oprogramowanie jako usługa) czy marketplace'ów – miejsc w Internecie, które łączą tych, co poszukują, z tymi, co chcą kupić – potwierdza tę regułę. Jednym z przedsięwzięć najchętniej wspieranych przez fundusze inwestycyjne są platformy internetowe, w których ludzie chcą znaleźć innych ludzi spełniających precyzyjne kryteria. Od lat mamy do czynienia z rządami technologii uwalniającej i prowadzącej do spotkania człowieka z człowiekiem, odciążającej go od tego wszystkiego, co niepotrzebnie zajmuje czas. Jako przykłady można wskazać choćby platformy pomagające wyszukać odpowiedniego lekarza specjalistę lub usługi wspierające przedsiębiorstwa w procesach zarządzania personelem.

Usprawnić proces współpracy

Nad tym też dokładnie od lat pracujemy w inFakcie – tworzymy technologię, która usprawnia pro-

ces współpracy pomiędzy przedsiębiorcą a księgowym, rozwiązujemy tysiące problemów związanych z prowadzeniem firmy.

Taka rewolucja niesie też ze sobą jedno wyznanie. Technologia będzie wymuszać ewolucję zawodów i konieczność rozwoju nas jako pracowników. Radiolodzy już za chwilę nie będą musieli czytać zdjęć RTG, bo wstępnej analizy będzie mogła za nich dokonać aparatura porównująca miliardy wcześniejszych zdjęć i przypadków. Dla radiologów będzie to szansa na to, aby skupić się na tym, co najważniejsze – wejść głębiej w historię choroby, skupić się na przypadku konkretnego pacjenta i dokonać bardziej ludzkiej analizy tak, aby łatwiej zrozumiał diagnozę. Ostatnio w inFakcie usprawniliśmy proces automatycznego rozczytywania dokumentów. Innymi słowy rozwiązaliśmy kwestię, która była najbardziej pracochłonna dla księgowych, a tym samym odjęliśmy im „robotę”, na którą przeznaczali najwięcej czasu. Nasz system rozczytuje faktury kosztowe z dokładnością 93 proc., co oznacza, że nasza technologia w niektórych przypadkach

jest znacznie bardziej skuteczna niż ludzkie oko. I tak, mieliśmy obawę, jak na to zareagują księgowi – ale okazało się, że dzięki dobrej komunikacji i zaufaniu przyjęli oni nasze rozwiązanie z otwartymi rękami. Doświadczyli tego, że dzięki naszej technologii mogą skupić się na tym, co najważniejsze – poświęcić więcej czasu swoim klientom. Co najbardziej cieszy, to fakt, że technologia ujawniła, co stanowi prawdziwą wartość na rynku. Skończyły się czasy, gdy księgowym płacono za przepisywanie liczb i numerów kont z dokumentów kosztowych do systemu, aby przygotować przelew. Klient płaci i oczekuje, że będzie mógł polegać na księgowym, że ten poświęci mu czas i będzie dbać o jego interesy. Odciążając księgowych od rzeczy powtarzalnych umożliwiamy im wyjście naprzeciw tym oczekiwaniom.

Wierzę w technologię, w której będziemy automatyzować to wszystko, co jest powtarzalne, pracochłonne i tym samym stworzymy przestrzeń dla relacji pomiędzy ludźmi – aby człowiek mógł skupić się na tym, co najważniejsze.

REKLAMA



Maszyna potrzebna od zaraz? Sprawdź Program ING Maszyny

Co finansujemy?

- Maszyny do obróbki metalu, tworzyw sztucznych, drewna, kamienia
- Maszyny poligraficzne
- Maszyny spożywcze
- Wózki widłowe
- Maszyny do robót ziemnych, drogowych oraz budowlanych

Dlaczego warto skorzystać?

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

Dowiedz się więcej o ofercie:

www.inglease.pl/ingmaszyny | 801 200 111



NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

NAJEM CZY LEASING? JAK POLSKIE FIRMY MOGĄ SFINANSOWAĆ FLOTĘ

Szacujemy, że część polskich przedsiębiorców korzystających dziś z leasingu zamieni go w przyszłości na wynajem długoterminowy. Wówczas branża może otrzymać kolejny silny impuls do rozwoju.



Krzysztof Dudziak
prezes zarządu, Idea Fleet

Leasing a najem – podstawowe różnice

Leasing, jak i wynajem długoterminowy to alternatywne formy finansowania firmowej floty pojazdów. O ile leasing jest stosunkowo prostym rozwiązaniem, dzięki któremu firma wprost finansuje samochód, to wynajem długoterminowy – oprócz samego finansowania w formie leasingu operacyjnego – zapewnia także szereg usług dodatkowych, określonych w umowie serwisowej. To rozwiązanie, które jest bliższe outsourcingowi w zakresie finansowania i obsługi floty. Oznacza, że w jednej racie wynajmu przedsiębiorca pokrywa w zasadzie wszystkie koszty związane z zarządzaniem i eksploatacją auta, np.: obsługę administracyjną, serwis, ubezpieczenie, likwidację szkód, auto zastępcze, wymianę opon, choć naturalnie – bez kosztów paliwa, ale z usługą karty paliwowej, a po zakończeniu umowy zwraca pojazd do wynajmującego. W przypadku leasingu zwykle mamy do czynienia z opcją wykupu auta po zakończeniu umowy (np. za 1–10 proc.), czyli pojazd staje się własnością firmy.

W praktyce, wynajem polega na używaniu pojazdu przez określony czas za określoną opłatę i najczęściej bez konieczności ponoszenia wpłaty własnej. Odstępstwem może być wynajem aut luksusowych, gdzie zwykle mamy do czynienia z wpłatą własną, np. do 10 proc. wartości pojazdu. Okres wynajmu, zwykle od 24 do 48 miesięcy, firma może dostosować bardzo elastycznie do swoich potrzeb, określając jednocześnie – co jest bardzo istotne – roczny limit kilometrów. Korzystający z wynajmu nie spłaca wartości auta, tylko płaci za jego użytkowanie. Natomiast w leasingu umowa może trwać nawet do 84 miesięcy i jest tak skonstruowana, aby suma wpłaty początkowej, rat leasingu oraz wykupu pokryła wartość pojazdu. W leasingu przedsiębiorcy nie obowiązuje limit kilometrów.

Dla kogo leasing? Dla kogo najem?

Wybór sposobu finansowania zależy od celu, jaki firma chce osiągnąć. Je-

śli jest zainteresowana wygodnym, praktycznym używaniem pojazdu i skupieniem się na swojej działalności podstawowej bez martwienia się o zarządzanie flotą, to zdecydowanie praktyczniejszym rozwiązaniem będzie wynajem, który jest także elastyczniejszy np. w zakresie ewentualnego wcześniejszego rozwiązania umowy. Jeśli zaś firma jest zainteresowana dłuższą umową i niższymi miesięcznymi ratami, a w przyszłości – pozyskaniem pojazdu na własność, wówczas lepszym rozwiązaniem będzie leasing. Obie formy, zarówno leasing, jak i wynajem długoterminowy, umożliwiają uzyskanie przez przedsiębiorców określonych korzyści podatkowych. W zależności od oczekiwań firmy, która poszukuje najkorzystniejszego sposobu finansowania swojej floty, cechy każdego z rozwiązań mogą być zarówno jego wadą, jak i zaletą. Na pewno plusem i przewagą wynajmu jest elastyczność, możliwość modyfikowania parametrów w trakcie trwania umowy czy łatwość budżetowania kosztów floty w określonym czasie. Strony dopasowują czas trwania umowy do wzajemnych potrzeb i ustalają wysokość czynszu oraz sposób jego uiszczania w dowolnie wybrany przez siebie sposób. Umowa leasingu trwale wiąże leasingobiorcę z firmą leasingową – tylko w uzasadnionych przypadkach jest możliwość jej skrócenia.

Wynajem zwykle dotyczy aut nowych (ale też tzw. podemonstracyjnych, oferowanych przez dealerów), dla których można dokładnie określić budżet serwisowy i spadek wartości, czyli parametry bezpośrednio wpływające na miesięczny czynsz. Natomiast leasing umożliwia finansowanie aut nowych, jak i używanych. Wynajem długoterminowy staje się coraz powszechniej oferowaną usługą, głównie przez firmy flotowe, specjalizujące się w usługach car fleet management z pełnym wachlarzem możliwości obsługi, ale też spółki leasingowe. Wybierając partnera warto zwrócić uwagę na jego doświadczenie, rekomendacje, kompleksowość palety usług.

Najem a leasing – koszty, ograniczenia

W wynajmie zwykle nie ma konieczności angażowania środków własnych już „na starcie” ani wykupu auta, natomiast zawarcie umowy leasingu wymaga wniesienia minimalnej opłaty wstępnej, np. 5 proc.

Wysokość raty w obu rozwiązaniach to kwestia bardzo indywidualna – zależy od określonych parametrów umowy, czyli np. okresu, pakietu usług dodatkowych i liczby deklarowanych kilometrów w przypadku wynajmu czy długości umowy i wartości wykupu w przypadku leasingu.

Dodatkowym kosztem dla korzystającego z pojazdu w opcji wynajmu mogą być opłaty za przekroczenie rocznego limitu kilometrów, natomiast w przypadku leasingu – korzystający ponosi dodatkowe koszty eksploatacji pojazdu.

Do niedawna pewnym ograniczeniem w przypadku wynajmu była wielkość przedsiębiorstwa – mogły z niego korzystać firmy duże, korporacje, których flota obejmowała określoną liczbę pojazdów, np. nie mniej niż 20. Dziś ta usługa jest coraz powszechniej dostępna także dla małych i średnich firm (i mniejszego wolumenu aut) oraz klientów indywidualnych.

W przypadku wynajmu auta, firma powinna legitymować się zwykle dłuższą historią działalności, natomiast leasing może być dostępny dla firm już od 1 dnia ich działalności. Pewne ograniczenie wynika także z samego dysponowania pojazdem – w przypadku wynajmu długoterminowego obowiązują ściśle procedury postępowania dotyczące

np. przeglądów auta czy braku możliwości jego modyfikacji. Zwracany po zakończeniu umowy pojazd powinien być w dobrym stanie i legitymować się zużyciem normatywnym, ze śladami zużycia typowymi dla wieku i przebiegu. Natomiast klient decydujący się na wybór leasingu z wykupem ma nieporównywalnie większą swobodę związaną z eksploatacją samochodu. W tym przypadku leasingobiorca jest traktowany jak właściciel pojazdu.

W przypadku obu sposobów finansowania pojazdów każdy klient jest weryfikowany pod względem zdolności kredytowej. Brak pozytywnej oceny jest w tym przypadku największym ograniczeniem.

Popularność wynajmu coraz większa

Jak podaje Polski Związek Wynajmu i Leasingu Pojazdów, w III kwartale 2019 roku wynajem długoterminowy samochodów był jedynym rodzajem finansowania pojazdów przez firmy w Polsce, który odnotował wzrost sprzedaży w porównaniu z analogicznym okresem w roku ubiegłym. Od lipca do września firmy nabyły w tej formie o 3,1 proc. nowych samochodów więcej niż w III kwartale 2018 roku. Natomiast całkowita sprzedaż nowych aut do firm, która uwzględ-

nia wszystkie możliwe rodzaje finansowania, była niższa o 2,7 proc. r/r. To pokazuje, że pomimo ogólnych spadków sprzedaży popularność wynajmu długoterminowego wciąż rośnie, zwłaszcza wśród MSP. Oceniam, że w najbliższych latach wpływ MSP na wzrost rynku car fleet management będzie jeszcze większy. Na rozwój branży oddziałuje także dokonująca się obecnie zmiana preferencji firm, które ewoluują od modelu posiadania samochodów flotowych do modelu ich używania. Obecnie zdecydowana większość nabywanych przez przedsiębiorców samochodów znajduje się już w którejś z form leasingu – finansowego, operacyjnego lub operacyjnego z obsługą, a więc wynajmu długoterminowego. Jak wynika z doświadczeń bardziej rozwiniętych rynków zachodnioeuropejskich, które mają już tę transformację za sobą, odchodząc od zakupu czy kredytu firmy zazwyczaj początkowo wybierają leasing w najprostszej jego formie. Następnie sięgają po tzw. wynajem długoterminowy, a więc pełen outsourcing w zakresie nie tylko finansowania, ale i obsługi floty. Szacujemy, że część polskich przedsiębiorców korzystających dziś z leasingu zamieni go w przyszłości na wynajem długoterminowy. Wówczas branża może otrzymać kolejny silny impuls do rozwoju.



NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

Nadchodzi RegTech 3.0, a z nim integratorzy i data software houses

Globalna trajektoria wdrożeń ewidentnie wskazuje na zapotrzebowanie rynku na profesjonalny outsourcing IT. Szczególnie odczuwalne to będzie w sektorze innowacji regulacyjnych, które wkracają w kolejną fazę dojrzałości, tzw. RegTech 3.0. Wraz z coraz szybszymi zmianami w prawie i cyfryzacją państwowych rejestrów, standardowe procedury KYC zaczną wymagać od organizacji nie tylko poznania swojego klienta, ale i poznania swoich własnych danych.



Arkadiusz Hajduk
CEO, Transparent Data

W życiu dużych organizacji automatyzacja już dawno przestała być pojedynczym zdarzeniem, a stała się ciągłym procesem. Procesem, który nigdy nie jest zakończony i nigdy nie jest najedzony do syta, bo po ulepszeniu jednego elementu nadchodzi konieczność ulepszenia kolejnego i kolejnego. Szalone tempo zmian pierwszorzędnie obrazuje rozwój jednej ze specjalizacji fintechu, regtech. Z czegoś, co jeszcze kilka lat temu było traktowane jako nieco eksklu-

zywne wsparcie dla działów compliance i AML/KYC, stało się dziś niezbędnikiem każdej instytucji finansowej. Z 4,8 proc. ogólnych wydatków na zapewnienie organizacji zgodności regulacyjnej i bezpieczeństwa w 2017 roku, KPMG przewiduje, że w przeciągu najbliższych dwóch lat na regtech będzie się wydawać 34 proc. Wartość tego sektora rośnie wprost proporcjonalnie do ilości pojawiających się zmian regulacyjnych i postępującej cyfryzacji danych. Jeśli retrospektywnie spojrzymy na największe wyzwania 2019 roku, przed jakimi stanął polski regtech, obiektywnie stwierdzić należy, że branża nie mogła się nudzić. PSD2 i standard Polish API, nowe e-sprawozdania finansowe, Biała Lista i Centralny Rejestr Beneficjentów Rzeczywistych. Działy AML/KYC instytucji finansowych nie miały re-

alnych szans poradzić sobie z tymi zadaniami bez wsparcia zewnętrznych firm technologicznych. Nie tylko dlatego, że kluczowym okazało się wdrożenie nowych rozwiązań IT, ale i spięcie ich z obecnymi systemami, na których od lat działają instytucje. I to tutaj właśnie otworzyły się szerzej drzwi dla outsourcingu IT.

Wielka presja, małe siły

Powtórzę jeszcze raz coś, co wielu pobocznym obserwatorom umyka – automatyzacja to już nie jest coś, o czym się mówi, ale coś, co się rzeczywiście robi, bo nie ma się wyjścia. Presja rynkowa jest tak ogromna, że wszystkie duże organizacje chcą automatyzacji tu i teraz, nieważne, czy są na to gotowe, czy nie. A tych niegotowych i tak naprawdę nierozumiejących procesu wdrożenia wcale nie jest mało. Blisko 50 proc. wdrożeń IT kończy się porażką czasową lub jakościową, a jednym z głównych powodów jest brak wewnętrznej komunikacji między działami rozwoju i zakupów zlecającego a ich własnym działem IT. Ten ostatni umowę widzi dopiero po jej podpisaniu. Efekt? Oczekiwania a rzeczywistość mocno się rozmiągają. Okazuje się bowiem, że ci, którzy dopinają umowę z ze-

wnętrznym dostawcą rozwiązania, zapominają o tym, że sukces każdego wdrożenia tkwi przede wszystkim w kadrach po obu stronach barykady. Dobrze przygotowany musi być nie tylko zespół dostawcy rozwiązania, ale i zespół IT klienta, który dokończy wdrożenie po swojej stronie. Inaczej zgrzytać będą nie tylko klawiatury programistów, ale i zęby managerów odpowiadających za rozwój i innowacje firmy. Żeby lepiej zobrazować o co chodzi, spojrzmy na presję organizacji finansowej, żeby zaimplementować API z lepszymi jakościowo danymi z nowego źródła. Czy to rozwiązanie ulepszy procesy AML/KYC? Czy zaoszczędzi firmie zasobów ludzkich i czasowych? Czy zapewni większe bezpieczeństwo? To są pytania, jakie zadają sobie osoby decyzyjne. Z kolei, gdyby skonsultowały one swoją potrzebę z wewnętrznym działem IT, z pewnością padłoby jeszcze niezwykle istotne pytanie o sposób, w jaki zamierzamy powiązać nowe dane z obecnymi danymi i czy w ogóle potrafimy to zrobić. Świetnym przykładem są tu legacy systems tworzone 30 lat temu czy inne oprogramowania branży finansowej, w których od dekady dane zapisywane są w przestarzały sposób

X, który zupełnie nie pasuje do nowoczesnych standardów. W praktyce automatyzacja nie polega na tym, że pozbywamy się wszystkich obecnych rozwiązań i przerzucamy się na nowe, a na tym, że wymieniamy jakiś element lub dodajemy nowy, a całość integrujemy z tym, co już mamy.

Rynkowe zapotrzebowanie

Jak wewnętrzny dział IT ma wdrożyć nowe rozwiązanie w swojej firmie, skoro nie jest na to gotowy albo najzwyczajniej w świecie nie wie, jak to zrobić? Wyciągnięcie danych ze starego systemu tylko wygląda na łatwe zadanie. W najbliższych latach spodziewać się zatem można, że na znaczeniu zyskają nie tyle sami dostawcy rozmaitych gotowych rozwiązań IT, którzy coś tworzą i coś sprzedają, ale integratorzy i data software houses. Ci, którzy potrafią wyciągnąć stare dane z systemów klienta i powiązać je z nowymi źródłami. To na nich rośnie obecnie zapotrzebowanie na rynku, a nisza wydaje się być nadal niezapełniona. Jeszcze chwila i termin „outsourcing IT” zostanie odmieniony przez wszystkie możliwe przypadki, zupełnie jak to się stało w ostatnich latach z terminem „automatyzacja”.

Biała lista VAT budzi obawy, Raport+ uspokaja

To, co dobre dla budżetu państwa, niekoniecznie musi być dobre dla przedsiębiorców. Biała lista podatników VAT, kolejny krok w walce rządu z wyłudzeniami tego podatku, budzi obawy wielu przedsiębiorców. Od 1 stycznia za przelanie kwoty wyższej niż 15 tys. zł na rachunek niezarejestrowany na białej liście nadawca poniesie dotkliwe sankcje.

Kacper Maćkowiak

Biała lista prowadzona jest od 1 września 2019 roku przez szefa Krajowej Administracji Skarbowej (KAS) i umożliwia sprawdzenie, czy dany kontrahent jest czynnym podatnikiem VAT. Podaje też numer rachunku bankowego, na jaki przedsiębiorca powinien zapłacić kontrahentowi. I właśnie ten rachunek bankowy jest zmartwieniem wielu przedsiębiorców. Jeśli bowiem po 1 stycznia przeleją należność swojemu kontrahentowi na rachunek, którego nie ma w wykazie, wówczas muszą liczyć się z sankcjami. Granicą jest kwota 15 tysięcy złotych. Przy wyższych przelewach nie będą mogli zaliczyć do kosztów uzyskania przychodu kwoty w tej części, w jakiej płatność przekracza owe 15 tys. zł. Ale to nie wszystko. Będą też ponosić ryzyko odpowiedzialności solidarnej ze swoim kontrahentem za zaległości podatkowe, jeśli nie zapłaci on należnego podatku VAT od transakcji.

Sankcji można uniknąć, jeśli w ciągu 3 dni od wpłaty na takie konto przedsiębiorcy poinformują o tym fakcie Naczelnika Urzędu Skarbowego sprzedawcy. Problem w tym, że nie zawsze wiadomo, który urząd skarbowy kontrahenta jest tym właściwym. Biała lista takich danych nie podaje, więc zaczyna się żmudne szukanie informacji w Internecie. To nasręcza dodatkowych problemów i wymusza dodatkowe obowiązki, które angażują czas i zasoby. – Wbrew pozorom to rozwiązanie jest korzystne nie tylko dla budżetu państwa, bo zwiększa wpływy z podatku VAT, ale w dłuższej perspektywie także dla samych przedsiębiorców. Skłania ich bowiem do tego, aby weryfikować wiarygodność swoich kontrahentów. Czyli to, co od dawna robią standardowo wielkie przedsiębiorstwa. Niestety, jak wynika z badań Krajowego Rejestru Długów, mikro-, małe i średnie już nie zawsze tak czynią. My oczywiście zachęcamy do tego, aby jednocześnie sprawdzać też rzetelność płatniczą takiego kontrahenta, bo to

zwiększa znacząco bezpieczeństwo sprzedającego – mówi Andrzej Kulik, dyrektor Departamentu Analiz Rynkowych i Komunikacji Kaczmarzki Group. Kompendium wiedzy o dowolnym przedsiębiorcy zawiera Raport+, udostępniany przez Kaczmarzki Group. Nie tylko odpowiada na pytanie, czy kontrahent jest czynnym płatnikiem VAT i wskazuje właściwy numer rachunku bankowego do przelewów oraz urząd skarbowy, w którym składa zeznania podatkowe, ale zawiera też analizę wiarygodności płatniczej tego kontrahenta. Np. czy widnieje w bazie danych Krajowego Rejestru Długów bądź na publicznych giełdach

długów, jak wyglądały jego sprawozdania finansowe z ubiegłych lat. A dodatkowo przedsiębiorca otrzymuje identyfikator zapytania, który jest dowodem w razie kontroli skarbowej, zalecanym do zachowania należytej staranności. Zmniejszeniu zjawiska zatorów płatniczych ma z kolei służyć ustawa antyzatorowa, która wchodzi w życie 1 stycznia. Wprowadza m.in. skrócenie terminu zapłaty w transakcjach, w których dłużnikiem jest podmiot publiczny, do 30 dni (z wyjątkiem szpitali, dla których pozostawia się termin 60 dni) oraz maksymalny 60-dniowy termin zapłaty w transakcjach asymetrycznych, czyli zawieranych po-

między małymi i średnimi firmami a dużymi. W takich relacjach firmy z sektora MSP mają gorszą pozycję negocjacyjną, ponieważ duże podmioty w umowach z nimi same narzucają korzystne dla siebie terminy płatności, których potem i tak często nie respektują. – To krok w dobrą stronę, bo sektor MSP potrzebuje wsparcia w radzeniu sobie z zatorami płatniczymi. Ale to na pewno nie rozwiąże wszystkich problemów. Ustawa antyzatorowa nakłada obligatoryjne terminy zapłaty tylko w dwóch wspomnianych wcześniej przypadkach. Ale gdy sprzedawcą i kupującym jest mała albo średnia firma, to maksymalny termin zapłaty został określony na 60 dni z możliwością jego przedłużenia, więc zostaje furtka, z której wiele firm będzie korzystać. Dlatego warto staranie dobierać sobie kontrahentów, weryfikując wcześniej ich rzetelność – komentuje Andrzej Kulik. Tu znowu pomocny będzie Raport+, który zawiera szereg danych finansowych o sprawdzanym kontrahencie, pobranych z wielu źródeł. Jeśli jednak ktoś nie chce ich studiować, to wystarczy, że zapozna się z analizą wiarygodności płatniczej realizowaną przez Krajowy Rejestr Długów Biura Informacji Gospodarczej, która jest integralną częścią raportu. Wyrażana jest w liczbach od 1 do 5. Im wyższa nota, tym bardziej wiarygodny kontrahent.



Kompendium wiedzy o dowolnym przedsiębiorcy zawiera Raport+, udostępniany przez Kaczmarzki Group. Nie tylko odpowiada na pytanie, czy kontrahent jest czynnym płatnikiem VAT i wskazuje właściwy numer rachunku bankowego do przelewów oraz urząd skarbowy, w którym składa zeznania podatkowe, ale zawiera też analizę wiarygodności płatniczej tego kontrahenta.

NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

Firmy leasingowe sfinansowały inwestycje o wartości 56,9 mld zł

56,9 mld zł wyniosła wartość wszystkich kontraktów sfinansowanych przez polską branżę leasingową w ciągu pierwszych dziewięciu miesięcy tego roku. Dynamika rynku leasingu po trzech kwartałach br. była na poziomie -2,4 proc. r/r. Branża leasingowa dodatkowo osiągnęła w zakresie finansowania maszyn i urządzeń oraz środków transportu ciężkiego.

W ciągu trzech pierwszych kwartałów 2019 r. firmy leasingowe sfinansowały aktywa inwestycyjne o łącznej wartości 56,9 mld zł, przy ujemnej dynamice rynku na poziomie -2,4 proc. r/r. (dane ZPL po trzech kwartałach 2019 r.).

– Na rynku leasingu mamy zbliżoną sytuację do tej, która miała miejsce w 2012 r., kiedy nasz sektor wyhamował z dwucyfrowego wzrostu do poziomu z 2011 r. Z tą jednak różnicą, że wówczas spowolnienie trwało bardzo krótko i już w kolejnym roku tempo wzrostu wróciło do poziomu dwucyfrowego. Tym razem z uwagi na wyraźne sygnały płynące z gospodarki, dotyczące zmniejszającej się dynamiki PKB, spodziewamy się wyhamowania także rozwoju rynku leasingu. W kolejnym 2020 r. oczekujemy dodatnich wyników tj. powrotu do poziomu finansowania branży leasingowej z roku 2018. Jednak przewidywany wzrost nie będzie już dwucyfrowy – powiedział **Andrzej Sugajski, dyrektor generalny Związku Polskiego Leasingu**. Dane ZPL pokazują, że w ciągu pierwszych dziewięciu miesięcy tego roku firmy leasingowe za pośrednictwem leasingu i pożyczki inwestycyjnej, najczęściej sfinansowały pojazdy osobowe i dostawcze do 3,5 tony. Mają one 43,1 proc. udział w strukturze rynku. Drugą najważniejszą kategorią aktywów były maszyny i inne urządzenia – w tym IT, z udziałem na poziomie 29 proc., natomiast trzecie miejsce zajmują środki transportu ciężkiego (26,3 proc. udział). Zarówno nieruchomości, jak i inne aktywa mają niewielki, wynoszący poniżej 1 procenta udział w rynku.



już dwucyfrowy – powiedział **Andrzej Sugajski, dyrektor generalny Związku Polskiego Leasingu**. Dane ZPL pokazują, że w ciągu pierwszych dziewięciu miesięcy tego roku firmy leasingowe za pośrednictwem leasingu i pożyczki inwestycyjnej, najczęściej sfinansowały pojazdy osobowe i dostawcze do 3,5 tony. Mają one 43,1 proc. udział w strukturze rynku. Drugą najważniejszą kategorią aktywów były maszyny i inne urządzenia – w tym IT, z udziałem na poziomie 29 proc., natomiast trzecie miejsce zajmują środki transportu ciężkiego (26,3 proc. udział). Zarówno nieruchomości, jak i inne aktywa mają niewielki, wynoszący poniżej 1 procenta udział w rynku.

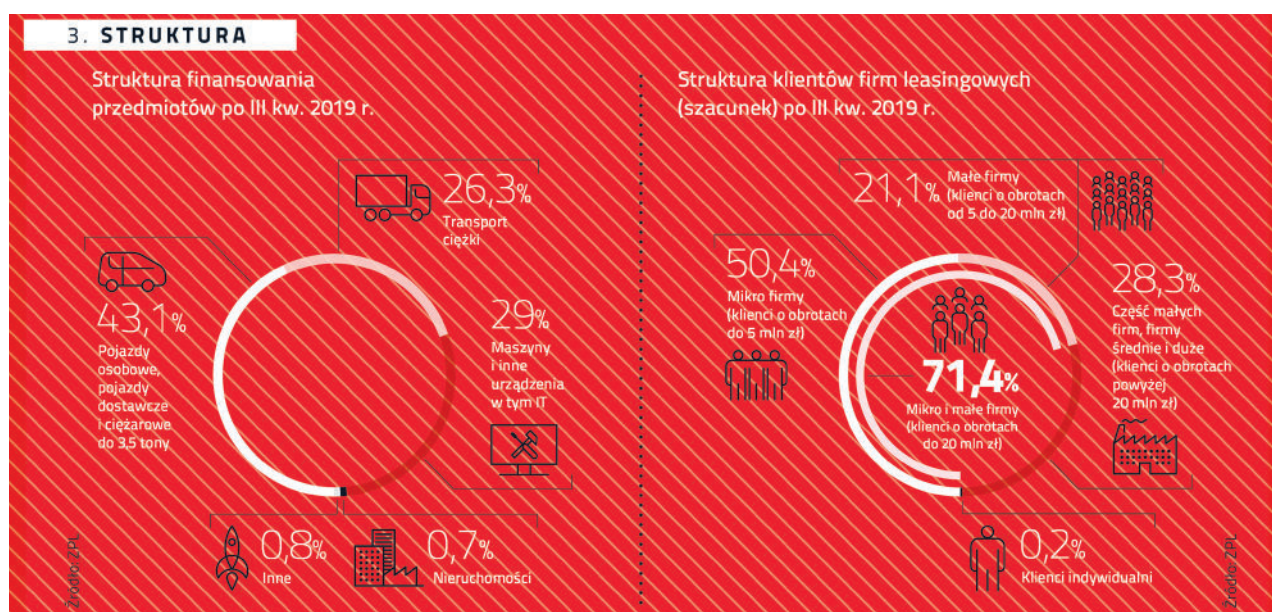
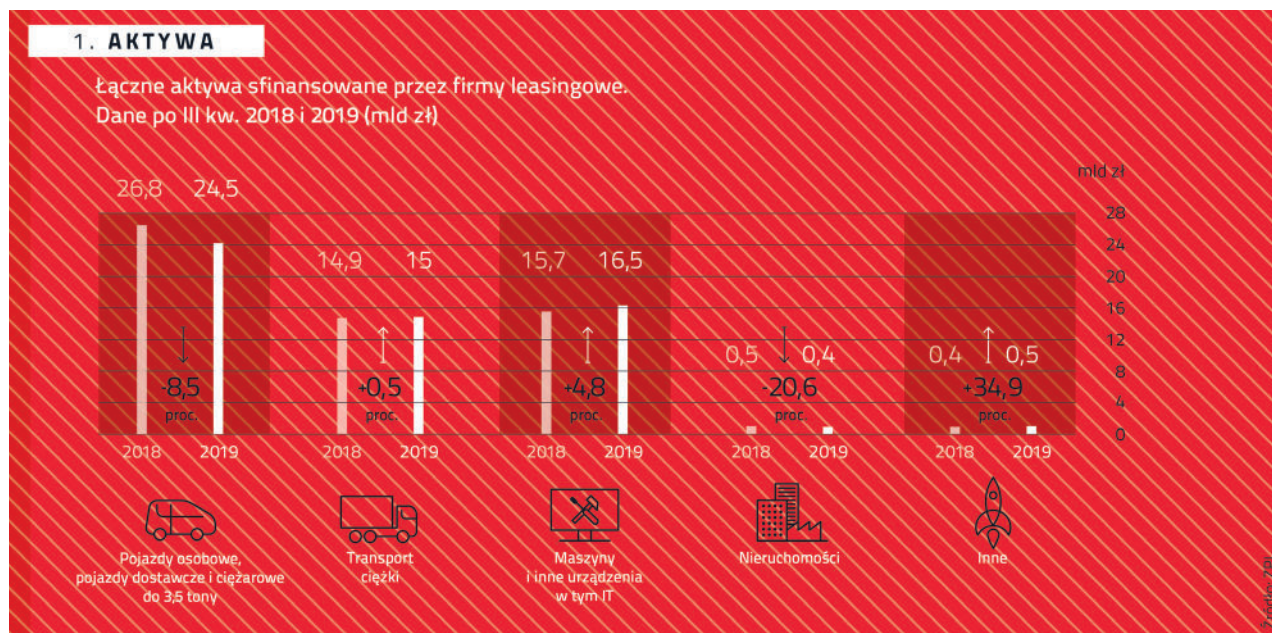
cyjnej, najczęściej sfinansowały pojazdy osobowe i dostawcze do 3,5 tony. Mają one 43,1 proc. udział w strukturze rynku. Drugą najważniejszą kategorią aktywów były maszyny i inne urządzenia – w tym IT, z udziałem na poziomie 29 proc., natomiast trzecie miejsce zajmują środki transportu ciężkiego (26,3 proc. udział). Zarówno nieruchomości, jak i inne aktywa mają niewielki, wynoszący poniżej 1 procenta udział w rynku.

Pojazdy osobowe i dostawcze do 3,5 tony

Branża leasingowa w ciągu pierwszych dziewięciu miesięcy tego roku sfinansowała pojazdy lekkie o łącznej wartości 24,5 mld zł, co stanowiło wynik o -8,5 proc. niższy przed rokiem. W ramach tej kategorii rynku raportowane są zarówno samochody osobowe, które odnotowały ujemną (-10,6 proc. r/r) dynamikę, jak i pojazdy dostawcze do 3,5 tony (+3,8 proc. dynamika r/r). W tym segmencie rynku przeważają umowy dotyczące finansowania samochodów osobowych (83 proc. udział) nad pojazdami dostawczymi do 3,5 tony (17 proc. udział).

Maszyny i inne urządzenia oraz środki transportu ciężkiego

Drugim obszarem bardzo istotnym dla branży leasingowej jest finansowanie maszyn i innych urządzeń (w tym IT). Ten segment rynku wyróżnił się +4,8 proc. dynamiką wzrostu (r/r), dzięki sfinansowaniu przez branżę leasingową aktywów o łącznej wartości 16,5 mld zł (dane po trzech kwartałach tego roku). W tym segmencie rynku dodatnie dynamiki były obserwowane w zakresie finansowania maszyn budowlanych (+4,3 proc. r/r), maszyn do produkcji tworzyw sztucznych i obróbki metali (+4,2 proc. r/r), IT (+14,9 proc. r/r) czy innych maszyn (+22,8 proc. r/r), natomiast w strefie spadków pozostawało finansowanie maszyn rolniczych (-7,7 proc. r/r), maszyn poligraficznych (-12,7 proc. r/r), maszyn dla przemysłu spożywczego (-8,7 proc. r/r) czy sprzętu medycznego (-10,7 proc. r/r). Od stycznia do końca września 2019 r., polscy leasingodawcy podpisali także nowe kontrakty, odnoszące się m.in. do takich aktywów jak ciągniki siodłowe, naczepy/przyczepy, pojazdy ciężarowe powyżej 3,5 tony, autobusy, samoloty, statki czy środki transportu kolejowego, o łącznej wartości niemal 15 mld zł. Dynamika finansowania środków transportu ciężkiego po trzech kwartałach br. wyniosła +0,5 proc. (r/r). Finansowanie ciągników siodłowych w omawianym okresie wzrosło o +4,7 proc. r/r, pojazdów ciężarowych powyżej 3,5 tony o +1,6 proc. r/r, samolotów, statków i środków transportu kolejowego o +4,5 proc.



r/r, a pozostałych pojazdów o +23,8 proc. r/r. Ujemne dynamiki uzyskało finansowanie naczep i przyczep (-2,3 proc. r/r) oraz autobusów (-29,8 proc. r/r). Od początku roku do końca września br. branża leasingowa sfinansowała także nieruchomości warte 0,4 mld zł, przy ujemnej dynamice finansowania na poziomie -20,6 proc. r/r.

Klienci firm leasingowych

Szacunki Związku Polskiego Leasingu pokazują, że największą, bo liczącą ok 71,4 proc., grupę korzystających z leasingu stanowią klienci o obrotach do 20 mln zł. Do tej grupy zaliczane są mikro- i małe firmy. 28,3 proc. stanowią klienci o obrotach powyżej 20 mln zł, a klienci indywidualni 0,2 proc. Finansowanie sektora publicznego w dalszym ciągu pozostaje marginalne.

Wyniki badania koniunktury branży leasingowej

Kwartalny pomiar badania koniunktury branży leasingowej pokazuje, że w IV kwartale br. ankietowane firmy le-

asingowe oczekują nieznacznego wzrostu zatrudnienia, ale też pogorszenia jakości portfela. Jednocześnie w ostatnim kwartale roku firmy spodziewają się wyraźnego przyspieszenia aktywności sprzedażowej. Wyższy poziom finansowania jest oczekiwany we wszystkich badanych grupach środków trwałych, a wyraźne wzrosty finansowania mają dotyczyć pojazdów lekkich oraz maszyn i IT. Zdecydowanie słabsze, ale wciąż jeszcze pozytywne perspektywy rysują się dla finansowania środków transportu ciężkiego. Dodatknią dynamikę wzrostu w IV kw. br. powinien uzyskać również sektor finansowania nieruchomości.

Prognoza na koniec 2019 r.

Prognoza wyników branży leasingowej pokazuje istotne wyhamowanie po 6 latach intensywnego rozwoju rynku. Dynamika sektora leasingowego na koniec 2019 r. może wynieść -4,5 proc. r/r. W 2019 r. firmy leasingowe mogą udzielić łącznego finansowania o wartości 78,8 mld zł.

NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

Sprzedaż nowych aut do firm w III kwartale roku – jedynie wynajem długoterminowy na plusie

Jak pokazują opublikowane przez Polski Związek Wynajmu i Leasingu Pojazdów (PZWLP) dane, wynajem długoterminowy samochodów był jedynym w trzecim kwartale rodzajem finansowania pojazdów przez firmy w Polsce, który odnotował wzrost sprzedaży w porównaniu z wynikami osiągniętymi rok wcześniej. W trzecim kwartale firmy nabyły w formule wynajmu długoterminowego o 3,1 proc. nowych samochodów osobowych więcej niż w analogicznym czasie rok temu.

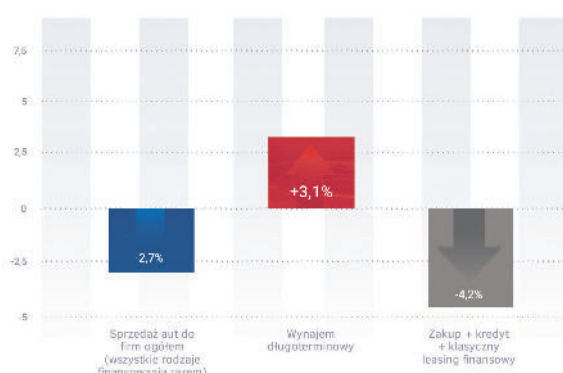


Michał Jankowski
dyrektor biura, PZWLP

mule wynajmu długoterminowego o 3,1 proc. nowych aut osobowych więcej niż w analogicznym okresie rok wcześniej.



Wzrost łącznej liczby zakupionych nowych samochodów osobowych do firm w Polsce (w podziale na różne formy finansowania) III kwartał 2019 vs III kwartał 2018



Całkowita sprzedaż nowych aut do firm, uwzględniająca wszystkie możliwe rodzaje finansowania, była natomiast mniejsza o 2,7 proc. r/r. Jeszcze większy, bo wynoszący 4,2 proc. spadek sprzedaży wystąpił w przypadku nowych samochodów nabywanych z wykorzystaniem kredytu, zakupu ze środków własnych i klasycznego leasingu finansowego liczonego razem. Biorąc pod uwagę łączną liczbę pojazdów znajdujących się w Polsce w wynajmie długoterminowym, rynek urosł w trzecim kwartale o 9,5 proc. r/r.

Bardzo wysokie jak na warunki polskiego rynku poziomy sprzedaży nowych samochodów do firm, osiągnięte w drugiej połowie zeszłego roku, ustawiły poprzeczkę i bazę porównawczą dla roku 2019 na trudnym do pokonania poziomie. Widmo znaczącej zmiany przepisów podatkowych dotyczących rozliczania aut służbowych od początku roku 2019, w połączeniu z podgrzewającymi koniunkturę działaniami marketingowymi importatorów i dealerów nowych samochodów, skłaniały część firm i przedsiębiorców w naszym kraju do wzmożonych zakupów aut w ostatnich miesiącach ubiegłego roku.

Od początku bieżącego roku na rynku sprzedaży nowych aut była obserwowana stagnacja, tzn. z salonów wyjeżdżała zbliżona liczba samochodów w porównaniu ze stanem sprzed roku. W trzecim kwartale jednak, ze względu na bardzo wysoką tzw. bazę porównawczą, odnotowany został już spadek wynoszący 2,7 proc. r/r. W przypadku nowych aut kupowanych na kredyt, ze środków własnych oraz w ramach klasycznego leasingu finansowego łącznie, spadek sprzedaży był nawet nieznacznie większy, bo na poziomie 4,2 proc. r/r. Tym samym, wynajem długoterminowy pozostał jedyną w trzecim kwartale formą finansowania nowych samochodów firmowych, w przypadku której odnotowany został wzrost. Firmy i przedsiębiorcy nabyli w for-

Wynajem długoterminowy zwiększa swój udział w sprzedaży nowych aut do firm w Polsce

Większy wolumen sprzedaży nowych aut w wynajmie długoterminowym, w zestawieniu ze spadkami w tym zakresie w przypadku konkurencyjnych form finansowania, przyniósł także wzrost udziału tej formy finansowania w całkowitej sprzedaży nowych samochodów osobowych do firm w trzecim kwartale 2019 roku. Na nieco ponad 97 tys. nowych aut sprzedanych do firm w okresie od lipca do września, 21,4 tys. zostało nabytych w ramach wynajmu długoterminowego. Oznacza to, że udział wynajmu długoterminowego w całkowitej sprzedaży nowych samochodów do firm w Polsce w trzecim kwartale osiągnął poziom 22 proc. i zwiększył się o 1 proc. w porównaniu do analogicznego okresu rok temu.

Udział wynajmu długoterminowego w sprzedaży nowych aut osobowych do firm w III kwartale 2019



Biorąc pod uwagę najważniejszy w przypadku wynajmu długoterminowego aut wskaźnik rozwoju,

a więc wzrost łącznej liczby pojazdów znajdujących się w tej usłudze na polskim rynku, w trzecim kwartale 2019 roku branża urosła o 9,5 proc. r/r.

Coraz więcej małych i średnich firm korzysta z wynajmu długoterminowego

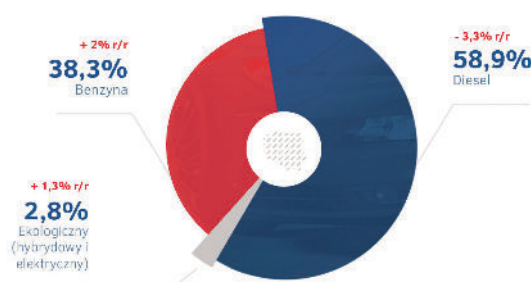
Branża wynajmu długoterminowego samochodów w Polsce ma powody do zadowolenia. Pomimo, że w trzecim kwartale roku sprzedaż nowych aut do firm spadła i gorsze niż przed rokiem wyniki odnotowały wszystkie konkurencyjne rodzaje finansowania pojazdów firmowych, to sprzedaż aut w wynajmie długoterminowym, nawet w obliczu takich niekorzystnych zjawisk rynkowych, nadal rosła. Wynajem długoterminowy cieszy się w Polsce wciąż rosnącą popularnością, zdobywając w ostatnich kilkunastu miesiącach

niedawna stanowił marginalny udział w wynajmie długoterminowym, a obecnie coraz chętniej sięga po ten rodzaj finansowania swoich samochodów firmowych. Część małych i średnich przedsiębiorstw zastępuje wynajmem długoterminowym wcześniej wykorzystywany klasyczny leasing finansowy. Małe firmy doceniają takie zalety wynajmu długoterminowego jak chociażby stałe i niższe w porównaniu z konkurencyjnymi rozwiązaniami koszty aut służbowych, prostotę rozliczeń, minimalne zaangażowanie w administrację, naprawy, ubezpieczenia czy serwisowanie samochodów oraz brak konieczności wpłaty własnej.

2,8 proc. i w ciągu roku niemalże się podwoił (wzrost o 1,3 proc.). Samochodów napędzanych ekologicznymi jednostkami było łącznie już ponad 4,2 tys. – 3866 hybryd oraz 363 auta elektryczne.

Jeszcze kilka lat temu samochody napędzane dieslem stanowiły we flotach w wynajmie długoterminowym w Polsce nawet 3/4 pojazdów. Obecny spadek udziału aut z tego typu silnikami do poziomu poniżej 60 proc., co oznacza, że stanowią one już niewiele więcej niż połowę łącznej floty, zasługuje na uwagę. Rynek polski nie jest jednak podobne zjawiska zachodzą bowiem także w wielu innych krajach euro-

Rodzaje napędów w samochodach w wynajmie długoterminowym w Polsce na koniec III kwartału 2019



Źródło: PZWLP

Aut z silnikami diesla nadal ubywa

Dane PZWLP na koniec trzeciego kwartału wskazują na dalszy spadek udziału samochodów z silnikami diesla we flotach w wynajmie długoterminowym w Polsce. Dieśli jest coraz mniej. W liczącej ponad 161 tys. pojazdów łącznej flocie w wynajmie długoterminowym firm skupionych w PZWLP*, na koniec września stanowiły one już poniżej 60 proc. wszystkich samochodów, dokładnie 58,9 proc., czyli o 3,3 proc. mniej niż rok temu. Równolegle rośnie odsetek aut wyposażonych w benzynowe jednostki napędowe, których było 38,3 proc. (wzrost o 2 proc. r/r). Przybywa także samochodów wykorzystujących ekologiczne, a więc hybrydowe i elektryczne napędy. Udział tego typu aut wynosił już

pejskich. Zastępowanie samochodów z napędami wysokoprężnymi bardziej ekologicznymi jednostkami benzynowymi oraz przede wszystkim rosnący odsetek aut niskoemisyjnych to trend, który utrzymuje się na polskim rynku wynajmu długoterminowego już od dłuższego czasu i trzeba go oceniać bardzo pozytywnie. Należy przy tym jednak mieć świadomość, że samochody zeroemisyjne, a więc elektryczne, stanowią wciąż marginalny udział w Polsce. Jesteśmy przekonani, że sytuację w tym zakresie mogłyby zmienić planowane publiczne dopłaty do zakupu aut elektrycznych. Liczymy, że klienci wynajmu długoterminowego będą mogli w świetle planowanych przepisów stać się beneficjentami dopłat do samochodów elektrycznych.

*- bez floty Athlon Polska

NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

Konsumenci czy technologia – kto wyznacza kierunki przyszłości?

Współczesny świat zmienia się błyskawicznie, a technologie pod różnymi postaciami wkraczają we wszystkie dziedziny życia.



Zdzisław Mikłaszewicz

dyrektor Biura Strategii i Rozwoju Produktów, eService

Rośnie znaczenie i wykorzystanie aplikacji mobilnych, a big data, geolokalizacja i rozbudowana analityka zmieniają doświadczenia klientów. Jednocześnie są oni coraz bardziej świadomi, chętnie wynajmują lub współdzielą potrzebne im usługi i produkty. Kiedy kupują coś wartościowego, analizują opinie i poszukują sprzedawców oferujących najlepsze warunki. Korzystają przy tym z różnych urządzeń i kanałów – rozpoczynają poszukiwania towaru na jednym urządzeniu, żeby sfinalizować zakup na innym i odebrać w sklepie. Lub wręcz odwrotnie, towar zauważony w sklepie kupują na telefonie lub komputerze z dostawą do domu.

Rośnie też liczba metod płatności, z których korzystają. Płacą gotówką, kartą, telefonem, przelewem czy aplikacją – z konta lub za pomocą błyskawicznie udzielonego kredytu. Możliwości i wariantów jest tak wiele, że trudno już powiedzieć, czy ich bogactwo to efekt oczekiwań konsumentów, czy raczej skutek „inwazji” technologii na nasze życie.

Zatem czy to technologia podąża za klientem, czy też sama powoduje zmiany w jego zachowaniach i oczekiwaniach? Korzystając z doświadczenia największego polskiego agenta rozliczeniowego – firmy dostarczającej innowacyjne rozwiązania płatnicze, przyjrzyjmy się najważniejszym związany z tym trendom.

Omnichannel

Idea omnichannelowości sprowadza się do swobody, z jaką konsument może wybierać i kupować, korzystając z narzędzi, które do niedawna należały do oddzielnych „światów” – fizycznego i cyfrowego, stacjonarnego i mobilnego, tradycyjnego i samoobsługowego. Istotą podejścia omnichannelowego jest zapewnienie jednolitego doświadczenia klienta w poszczególnych „światach” i kanałach oraz płynnego przechodzenia pomiędzy nimi.

Do niedawna dominującym podejściem w planowaniu doświadczeń klienta w wybranym kanale sprzedaży było podejście „dostawcocyntyczne”.

Zakładało ono, że cały przebieg procesu sprzedaży odbywa się w tylko jednym kanale. Przyjmowano, że klient realizuje swój zakup rozpoczynając go od wejścia do sklepu, a kończy podczas tej samej wizyty przy stanowisku kasjera, u którego płaci za kupowane towary. To założenie jednak mocno się zdewaluowało.

Współcześnie konsument analizuje propozycje towarów odpowiadających jego potrzebom, przeglądając je na tablecie czy telefonie – chociażby jadąc autobusem czy podczas nudnego spotkania w pracy. Potem idzie obejrzeć wybrany towar w sklepie, a na koniec, siedząc wieczorem przed komputerem, wybiera najatrakcyjniejszą ofertę i dokonuje zakupu. Aby kupić wybrany towar, korzysta więc z wielu narzędzi, takich jak porównywarki cen, bazy opinii czy testy publikowane w sieci.

Cyfrowy klient

Proces podejmowania decyzji zakupowej staje się coraz bardziej złożony. Składa się z wielu momentów, w których konsument może zdecydować się na zakup, a to oznacza, że należy zapewnić mu taką możliwość, dając przy tym do wyboru kilka form i narzędzi umożliwiających wygodny zakup i bezpieczną płatność. Dlatego jako dostawca usług płatności przykładamy bardzo dużą rolę do analizowania i zrozumienia, jak funkcjonują konsumenci. Uwzględniamy ich nawyki i potrzeby już na etapie projektowania nowych rozwiązań, a później dzięki testom, obserwacjom i badaniom doskonalimy finalny kształt produktów i usług. Takie całościowe podejście do oczekiwań konsumentów pozwala zauważyć, jak w praktyce przenikają się różne metody płatności. Widzimy, w jak różny sposób konsumenci korzystają z karty, używając jej w poszczególnych formach: plastikowej, ztokenizowanej w aplikacji mobilnej czy też zapisanej jako dane w rozwiązaniu typu card-on-file. Ich aktywności można przypisać do co najmniej czterech obszarów – światów, które łączą się ze sobą w różnych konfiguracjach.

Cztery światy

Pierwszy z nich jest domeną transakcji dokonywanych w świecie fizycznym. Kojarzy się ze sklepem, marketem czy punktem usługowym. Najczęściej płacimy w nim za pomocą terminala płatniczego, w zdecydowanej większości zbliżeniowo – plastikiem, telefonem lub zegarkiem. Oprócz zakupu i płatności, mamy tam możliwość skorzystania z doradztwa sprzedawcy, a także dodatkowych usług terminala płatniczego. Na przykład możemy za jego pomocą wypłacić gotówkę, podobnie jak w bankomacie, kupić doładowanie telefonu komórkowego na kartę czy „nabić” na kartę punkty programu lojalnościowego.



Drugi to świat cyfrowy – transakcje „w digitalu”, określane jako e-commerce. Zakupy w tym świecie realizuje się poprzez przeglądarkę internetową – na komputerze, tablecie czy laptopie. Płaci się przelewem lub kartą.

Świat trzeci to mobilna część tego cyfrowego. Określa się go mianem m-commerce. Przenosi on zakupy do aplikacji mobilnej na smartfonie, a przy okazji dostarcza konsumentom i sprzedawcom wielu dodatkowych funkcji. Coraz częściej zaciera też granice pomiędzy światem fizycznym i cyfrowym. Świetnym przykładem może być aplikacja Orlen Pay. Po zatankowaniu przy dystrybutorze wystarczy zeskanować widoczny na nim kod QR i potwierdzić płatność w aplikacji na smartfonie. Wszystko to bez ruszania się na krok z miejsca. Nie ma potrzeby interakcji z kasjerem czy czekania w kolejce.

To rozwiązanie łączy się z czwartym ze światów. To samoobsługa, która przechodzi błyskawiczną ewolucję, stymulowaną przez nowe i niespotykane wcześniej możliwości. W efekcie znaczna część zakupów, które będziemy robili w przyszłości, będzie odbywała się bez udziału sprzedawcy. Już dziś bardzo popularne są automaty vendingowe i kioski multimedialne. Powstają też pierwsze w pełni samoobsługowe sklepy.

Nowa epoka

Choć niektóre nowości trudno sobie wyobrazić to jeszcze nie koniec. Przed nami nowa epoka w zakupach i płatnościach. Epoka „uberyzacji” i „seamless payments”, w której zakup sprowadzi się do wzięcia towaru z półki i wyjścia ze sklepu, bez niezwykle istotnego dziś elementu, jakim jest płatność przy kasie. Nastąpi ona automatycznie – w tle. Ten model płatności już funkcjonuje – spotykany jest w e-commerce czy m-commerce, ale to nie koniec jego możliwości. Płatności typu one-click wykorzystują dane kartowe, które konsument zapisuje w swoim sklepie i dzięki temu nie musi za każdym razem ich potwierdzać. To delikatna sytuacja, w której kluczowe jest zaufanie konsumenta warunkujące powierzenie wrażliwych danych. Dlatego rośnie rola wiarygodnego i bezpiecznego dostawcy płatniczej części rozwiązania – agenta rozliczeniowego.

Płatności powtarzalne

To kolejny ważny trend będący odzwierciedleniem zmian zachowań związanych z przechodzeniem od ekonomii posiadania do ekonomii używania. Zjawisko zostało zapoczątkowane w biznesie m.in. w wyniku pojawienia się modelu SaaS. Firmy, zamiast kupować infrastrukturę i oprogramowanie, zaczęły ko-

rzystać z systemów udostępnionych w chmurze przez zewnętrznych dostawców. Trend przyjął się też w świecie konsumentów, w następstwie pojawiła się potrzeba dopasowanych rozwiązań płatniczych. Odpowiedzią stały się płatności powtarzalne, zwane też rekurencyjnymi. Tego typu rozwiązania świadczone przy wykorzystaniu sprawdzonego i bezpiecznego instrumentu, jakim jest karta płatnicza, dostarczają wygodnych możliwości łatwego regulowania należności za abonamenty czy inne regularne subskrypcje, na podstawie raz udzielonej zgody.

Przykłady, które omówiliśmy pokazują, że podobnie jak w omnichannelu, świat fizyczny i cyfrowy wzajemnie się przenikają i uzupełniają. Tak samo jest z oczekiwaniami konsumentów i kierunkami rozwoju technologii. Rozwój technologii jest możliwy, bo odpowiada ona na konkretne potrzeby, choć nie ulega wątpliwości, że dzięki coraz większym możliwościom także je kreuje. Ostatnie słowo należy jednak do konsumentów, bo to oni decydują, co im się podoba i jest użyteczne, a co nie. W przypadku technologii płatniczych ta zależność sprawi, że różne formy płatności bezgotówkowych wyprą gotówkę z wielu obszarów, w których do niedawna dominowała. Pozostanie jednak tam, gdzie nadal będą jej chcieli sami konsumenci.

NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

SAMODZIELNE PLANOWANIE CZASU – ODPOWIEDŹ NA BURZLIWY RYNEK PRACY

Obecnie standardem jest, że w firmach pracujących zmianowo stosuje się sztywne harmonogramy. Obsady są niezmiennie, a ci sami pracownicy przez wiele lat pracują razem. Takie zespoły mają własną subkulturę i nierzadko łączą się silne więzy przyjaźni. Jeśli trzeba sprawdzić, który zespół pracuje w określonym czasie, wystarczy zapytać dowolnego pracownika, a na pewno będzie to wiedział. W takiej sytuacji nic dziwnego, że ludzie czują się bezpiecznie i są zadowoleni z dotychczasowego stanu rzeczy. Dlaczego więc warto rozważyć wprowadzenie samodzielnego planowania pracy?



Łukasz Chodkowski
dyrektor zarządzający, Déhora

Zalety indywidualnego planowania pracy dla pracowników

Główną zaletą jest to, że pracownik sam może ustalić swój harmonogram pracy. W rezultacie ma czas na rekreację, może wziąć urlop wychowawczy, odebrać dzieci ze szkoły albo pracować w niepełnym wymiarze czasu pracy. Warto przy tym wspomnieć, że samodzielne planowanie pracy znacząco ułatwia samą pracę w niepełnym wymiarze godzin. Dowiedziono naukowo, że samodzielne planowanie pomaga pracownikom utrzymać wysoki po-

ziom zdrowia fizycznego i społecznego – dzieje się tak dzięki temu, że sami decydują o tym, kiedy pracują, a kiedy mają czas dla siebie. To jednocześnie pozytywnie wpływa na efektywność i jakość wykonywanej pracy. Dodatkową, bardzo ważną zaletą jest to, że pracownicy mają możliwość rozwijania się, ponieważ nie są na stałe przypisani do konkretnej jednostki organizacyjnej przedsiębiorstwa lub do jednego zespołu pracowników. Dzięki temu zdobywają doświadczenie w całej organizacji i zawierają nowe znajomości.

Zalety indywidualnego planowania pracy dla pracodawców

Samodzielne planowanie pracy nadaje pracownikom wszechstronności i umożliwia lepiej poznać organizację i charakter pracy dzięki temu, że pracują oni na różnych zmianach i wykonują inne obowiązki. Daje to także pracodawcom więcej swobody w zakresie obsady poszczególnych zmian, co może przynieść realne oszczędności. Samodzielne

planowanie pozwala także z jednej strony zredukować niewykorzystanie zasobów ludzkich, a z drugiej ograniczyć pracę w godzinach nadliczbowych. Inne zalety samodzielnego planowania to zwiększona atrakcyjność pracodawcy, zmniejszenie absencji z powodu choroby, możliwość pracy w niepełnym wymiarze czasu.

Jakie problemy mogą napotkać pracownicy po wprowadzeniu samodzielnego planowania?

W kontekście samej pracy, niektóre rzeczy przestają być dla pracowników stałe i niezmiennie. Samodzielne planowanie jest dla nich ogromną zmianą na poziomie mentalnym, która wpływa zarówno na ich życie zawodowe, jak i prywatne. Niepewność dotyczące dodatku za pracę zmianową, pracy w weekendy i stabilności zatrudnienia to częste przyczyny rezygnacji z samodzielnego planowania. Wprowadzając system samodzielnego planowania pracy, krótkoterminowe obawy należy skonfrontować z długoterminowymi korzyściami i co ważne poprzedzić kampanią edukacyjno-komunikacyjną, która w miarę możliwości rozwieje wątpliwości i obawy załogi.

Jakie problemy mogą napotkać pracodawcy po wprowadzeniu samodzielnego planowania?

Pracodawcy muszą pamiętać, że wprowadzenie indywidualnego zarządzania czasem pracy jest inwestycją długofalową, a nie jedynie sposobem na bieżące oszczędności. Nie oznacza to jednak, że oszczędności się nie pojawią – pracodawca oszczędza w dłuższym okresie, dzięki większej kontroli nad nakładem pracy. Wprowadzenie systemu samodzielnego planowania pracy

może doprowadzić do niepokoju na każdym szczeblu przedsiębiorstwa, co zagraża powodzeniu tego projektu. Dlatego właśnie ważne jest, aby cała organizacja była zaangażowana w projekt (w tym przedstawiciele rady pracowniczej, działu personalnego, kierownictwa wyższego szczebla, organizacji związkowych i pracowników), aby zwiększyć szanse jego powodzenia. Kluczem do udanego wprowadzenia systemu samodzielnego planowania jest otwarta i przejrzysta komunikacja z pracownikami. Brak jasnego i systematycznego informowania o celu projektu i wszelkich kwestiach pobocznych szybko doprowadzi do nieporozumień. A to z kolei często jest przyczyną niepowodzenia całego projektu.

Wprowadzenie samodzielnego planowania pracy – co firma musi wiedzieć!

Początkowa faza procesu zmiany jest najtrudniejsza, ponieważ to właśnie wtedy do głosu dochodzi niewiedza i brak zaufania. Cały proces wprowadzania zmian trwa zazwyczaj kilka miesięcy. Trzeba przy tym pamiętać, że kluczem do udanego wdrożenia jest umożliwienie pracownikom oswojenia się z wprowadzanymi zmianami. Trzeba będzie także tolerować negatywne emocje pracowników, ponieważ jest to normalny element procesu. Zmiany należy wprowadzać małymi krokami, bo właśnie w ten sposób najłatwiej będzie przekonać do nich pracowników. Oprócz powyższych zalet i korzyści z wprowadzenia zmian w podejściu do zindywidualizowanego planowania to prostu doba zabawa – ludzie często o tym zapominają. A po jakimś czasie wszyscy zaczną dostrzegać płynące z tego korzyści.



Dlaczego samodzielne planowanie może być dobrym rozwiązaniem?

Związki zawodowe, organizacje zbiorowe i branżowe coraz częściej domagają się od pracodawców promowania wśród pracowników elastyczności i niezależności. Z czasem przyniesie to pracodawcy lepszą kontrolę nad nakładem pracy, a także, w długim okresie, poprawi zdrowie i kondycję społeczną samych kadr. Co więcej, dzięki temu pracownicy będą mogli samodzielnie decydować o swoim harmonogramie pracy. Oczywiście lista zalet i wad zastosowania takiego rozwiązania jest długa i warta rozważenia w perspektywie zmieniającego się rynku pracy i zgoła innego podejścia nowych pokoleń pracowników do świadczenia pracy w nowoczesnej organizacji.

Trzy fintechowe trendy na 2020 rok



Marcin Sikora
Chief Sales Officer, LOANDO Group

Rok 2019 jest dla fintechów ciekawym i intensywnym czasem. W życie weszła dyrektywa PSD2, która otworzyła (z mniej lub bardziej udanym skutkiem) bankowość i pozwoliła podmiotom trzecim zamieszać w branży. Przedsiębiorstwa finansowo-technologiczne skupiały się głównie na kwestiach takich jak bezpieczeństwo użytkownika oraz personalizacja oferty. Jaki będzie kolejny rok? Jakie trendy będą na tapecie?

Zgodnie z naszymi przewidywaniami, w 2020 kwota globalnych inwestycji w obszar fintech, podobnie jak w 2019, nie przerosnie tej z 2018. W IV kwartale tamtego roku wskaźnik ten osiągnął szczytową wartość i od tego momentu obserwujemy tendencję spadkową. Jeśli chodzi o trendy, to na pewno na topie będzie szeroko pojęty regtech. Dużą skalę osiągnie wymiana kryptowalut na gotówkę, co doprowadzi do szerszego wykorzystania mechanizmów transferowych. Fintechy będą również coraz chętniej korzystać z pomocy sztucznej inteligencji.

Rozwój regtechu

Zarządzanie mechanizmami finansowymi i dostosowywanie się do regulacji prawnych to obecnie jedna z największych bolączek fintechów.

Według wyliczeń, firmy finansowe poświęcają od 15 do 20 proc. rocznego budżetu na GRC (governance, risk and compliance), czyli zarządzanie ryzykiem i zgodnością. Ma to pomóc w uniknięciu kar finansowych od regulatorów. W tym miejscu pojawiają się miejsca dla regtechu w postaci technologicznego wsparcia dla firm w redukcji kosztów. Uproszczenie procesów GRC oraz odsunięcie od nich osób fizycznych pozwoli przerzucić środki na marketing, UX czy inne obszary wymagające ludzkiej ingerencji.

Transfery z krypto do gotówki

Niespadające zainteresowanie kryptowalutami i rosnąca popularność systemu blockchain sprawia, że coraz częściej szuka się technologii pozwalających na konwersję z kryptowa-

luty na gotówkę. Im szersze kręgi będzie zataczać to zjawisko, tym większy nacisk będzie kładziony na ten aspekt. Obecnie kryptowalutę na gotówkę wymienić można w ramach platform takich jak kraken czy coinbase lub po prostu sprzedać, lub kupić w bitcoinomacie. Jestem pewien, że w myśl idei, że popyt kreuje podaż, obecna popularność kryptowalut pozwoli na pojawienie się szerokiej gamy technologii konwersyjnych. W styczniu na terenie całej Unii Europejskiej wdrożone zostaną przepisy regulujące wymianę kryptowalut, co przyczyni się do likwidacji szarej strefy.

Robotyzacja procesów biznesowych

Robotyzacja procesów biznesowych to metoda, zgodnie z zało-

żeniami której specjalne oprogramowanie zastępuje pracowników w wykonywaniu rutynowych, czasochłonnych zadań. „Roboty” dzięki pojawiającej się powtarzalności czynności zapamiętują ich kolejność.

Fintech to obszar, w którym na dużą skalę wykorzystuje się automatyzację na przykład w wypełnianiu wniosków kredytowych, w przypadku lendtechów. Odpowiednie algorytmy oparte na machine learningu rozpoznają jedną daną i dobierają na jej podstawie resztę. Zgodnie z naszymi przewidywaniami w roku 2020 zastosowanie narzędzi automatyzujących będzie cieszyć się jeszcze większą popularnością wśród przedsiębiorstw, a ich zastosowanie wykroczy poza wnioski pożyczkowe.

NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU 2019

EMPLOYER BRANDING – NADCHODZĄCY TREND W MEDYCYNIE KOMERCYJNEJ

Rynek prywatnej opieki zdrowotnej będzie rósł w Polsce do 2023 roku w tempie ok. 6 proc. średniorocznie, czyli znacznie szybciej niż przewidywany wzrost PKB. Wzrost wiąże się jednak z kilkoma kluczowymi konsekwencjami, takimi jak coraz większa konkurencja, szczególnie między prywatnymi klinikami. Ich właściciele, chcąc utrzymać najwyższy standard usług – niezbędny do efektywnej walki o klienta – muszą jednocześnie utrzymać swoich dotychczasowych pracowników kuszonych przez konkurencję oraz regularnie rekrutować nowe osoby do zespołu. A na rosnącym rynku coraz częściej brakuje specjalistów. Co należy zrobić w tym wypadku?



Marta Mączka

EMC Instytut Medyczny

Kapitał ludzki może stanowić przewagę konkurencyjną. Jednak personel szpitali, przychodni, poradni znajduje się obecnie w procesie zmian: oczekiwania pracowników odbiegają od standardów dotychczas oferowanych przez placówki medyczne. Wbrew pozorom nie są nimi tylko wzrost wynagrodzenia czy proste benefity pod postacią karnetu na siłownię lub do teatru. Dla pracowników coraz większe znaczenie ma tożsamość marki medycznej oraz odpowiednie praktyki i zarządzanie ukierunkowane na ich dobre samopoczucie. Jak wskazuje raport „Employer brand research 2018” firmy Randstad, w Polsce pracownicy coraz bardziej doceniają miłą atmosferę pracy, równowagę między pracą a życiem prywatnym oraz możliwość rozwoju zawodowego.

Firmy medyczne walczą o pozyskanie i utrzymanie pracowników

Z kolei według Raportu Gallupa z 2017 roku tylko 15 proc. pracowników w Europie Wschodniej jest nastawionych entuzjastycznie do swojej pracy i zaangażowanych w nią. Rolą współczesnego pracodawcy jest zatem nie tylko zatrudnienie odpowiedniego kandydata, ale także utrzymanie jego entuzjazmu i zaangażowania w pracę oraz przeciwdziałanie zniechęceniu. Różne formy uznania i jasny komunikat: „Tak, widzimy Cię i doceniamy za Twoją pracę” stają się silnym bodźcem dla pracowników. Pomagają się zaangażować i pozwalają budować lojalność względem pracodawcy. Jednocześnie w wielu sektorach prestiżowych usług dba się o well-being pracownika, przez co buduje się rzeczywiste przywiązanie pracownika do marki oraz utożsamianie się pracownika z marką. Proces ten nazywa się pozytywnym zarządzaniem doświadczeniem pracownika (employee experience).

Well-being w wersji all-inclusive

Najbardziej atrakcyjne miejsca do pracy, które wybierane są przez najlepszych specjalistów, są bardzo podobne do 5-gwiazdkowych hoteli all-inclusive. Pracodawca tworzy warunki, które pozwalają pracownikowi jak najlepiej skupić się na swoich zadaniach. Nie chodzi jednak o to, żeby pracować 24/7. Wręcz przeciwnie – dewiza „pracuj mądrze, a nie ciężko” zyskuje na popularności. Wyobraźmy sobie jeden dzień 5-gwiazdkowej pracy all-inclusive. Do firmy możemy dojechać elektryczną lub hybrydową taksówką, żeby nie martwić się awarią samochodu, a do tego być ekologicznym. W pracy jest dostępne przedszkole, w którym można zostawić swoje dziecko pod okiem profesjonalnych opiekunów. Następny krok to śniadanie na koszt firmy, oczywiście zdrowe i bazujące tylko na naturalnych produktach, w wersji klasycznej, wegetariańskiej, wegańskiej czy bezglutenowej.

Potem zabieramy się do pracy – efektywnej, odpowiednio zaplanowanej, bazującej na licznych feedbackach od przełożonych, ze ściśle określonym celem i przestrzenią do samorozwoju pracownika. W momentach zmęczenia można skorzystać z przestrzeni socjalnej, w której można znaleźć kąpiel na 15-minutową drzemkę (czy też tak zwanego power-napa), na wykonanie ćwiczeń oddechowych czy jogę. Porozmawianie z firmowym mentorem lub szybka gra z kolegami z pracy dodatkowo ładują baterie.

Następnie zróżnicowany, pełnowartościowy posiłek na obiad i powrót do pracy. W międzyczasie pracownik może skorzystać ze szkolenia na temat odporności psychicznej, zarządzania stresem bądź zaangażować się w prospołeczne działania w zaprzyjaźnionej z pracodawcą fundacji.

Alternatywnie może wybrać się na masaż czy do sauny. Pracownik dzięki takim benefitom czuje się na tyle zregenerowany i zadowolony z siebie, że wraca na swoje stanowisko pracy i realizuje kolejne zawodowe zadanie. Pod koniec efektywnego dnia ma do wyboru wyjście integracyjne z zespołem współpracowników lub dodatkowe zajęcia w ramach jego hobby bądź samorozwoju, sponsorowane przez pracodawcę.

Powyższy scenariusz to naprawdę 5-gwiazdkowy hotel i w Polsce nie ma jeszcze wielu firm, które mają tak kompleksową ofertę. Trend jednak postępuje i niewykluczone jest, że

w przyszłości większość z nas będzie pracować w podobnych miejscach. Well-being to w końcu inwestycja w pracownika. Pozwala utrzymać go w danym miejscu pracy, zwiększa efektywność działań, rozwija go i motywuje, co przekłada się na wzrost efektywności jego pracy i ostatecznie wzrost rentowności firmy. Praca w zdrowym środowisku pracy, ograniczenie stresu i docenienie pracowników to także mniej zwolnień lekarskich i lepsza obsługa klientów. W skrócie, każda złotówka zainwestowana w pracownika i jego well-being zwraca się ze sporą korzyścią.

Cel i poczucie misji to prawdziwe paliwo pracowników

Nawet najlepsze warunki pracy i 5-gwiazdkowy hotel nie pomogą bez odpowiedniego nastawienia pracowników. Kiedyś praca była obowiązkiem i źródłem utrzymania. Dzisiaj coraz częściej staje się poczuciem misji. Każda firma – w tym oczywiście kliniki medyczne, przychodnie, szpitale – musi stworzyć taką kulturę organizacyjną, w której pracownicy czują, że ich praca ma sens, cel i misję. Jeśli będą oni czuli, że ich zadania sprawiają, że świat chociaż odrobinę staje się lepszy, a do tego wszyscy w organizacji pracują na jeden, wspólny cel (którym nie jest tylko pomnażanie zysków, ale także elementy niematerialne), to praca będzie znacznie efektywniejsza i przyjemniejsza.

Czy to wszystko jest realne?

Proces ciągłej analizy potrzeb pracowników jest kluczem do sukcesu i sposobem na odróżnienie się od mniej pomysłowego otoczenia rynkowego, w którym dominuje wysoki poziom niezadowolonych, niedocenienia i chronicznego przepracowania.

Potrzeba dużych zasobów niepoprawnej wyobraźni, aby wizję employer branding połączyć z tożsamością publicznego sektora ochrony zdrowia. Zaś w przypadku analizowania komercyjnego sektora medycyny w analogicznej sytuacji można mówić o wizjonerstwie, które wroży nadchodzącą przyszłość. Znacznie bliższą, niż nam się wydaje.



Proces ciągłej analizy potrzeb pracowników jest kluczem do sukcesu i sposobem na odróżnienie się od mniej pomysłowego otoczenia rynkowego, w którym dominuje wysoki poziom niezadowolonych, niedocenienia i chronicznego przepracowania.

