

# TURBINY POLSKIEJ GOSPODARKI 2023

NAJLEPSZE PRODUKTY DLA MŚP



**RANKING FIRM  
Z SEKTORA MŚP**

## RANKING 100 FIRM Z SEKTORA MŚP

Lp	Spółka	Wysokość przychodów po I kwartale 2022 r.	Wysokość przychodów po I kwartale 2023 r.
1	AILLERON	76 709,00	110 561,00
2	SELVITA	83 214,00	90 593,00
3	VOTUM	55 749,00	80 262,00
4	BOOMBIT	66 153,00	65 436,00
5	PLAYWAY	52 618,00	63 267,00
6	SONEL	46 350,00	54 362,00
7	RELPOL	40 555,00	53 338,00
8	KUKE	39 029,49	52 620,03
9	ATM	46 601,00	49 727,00
10	M FOOD	54 279,00	46 282,00
11	SIGNAL IDUNA POLSKA TU	15 543,90	44 923,48
12	APLISENS	29 949,00	40 650,00
13	HOLLYWOOD	29 007,00	38 499,00
14	TU ZDROWIE	28 067,18	37 793,48
15	AEGON OFE	17 479,00	36 450,00
16	ED INVEST	16 855,00	33 403,00
17	HERKULES	43 015,00	33 099,00
18	SOLAR COMPANY	25 282,00	31 628,00
19	Allianz Polska OFE	16 135,00	29 690,00
20	PROTEKTOR	27 487,00	27 840,00
21	BLOOBER TEAM	17 223,00	26 325,00
22	UNIQA OFE	13 776,00	26 108,00
23	RANK PROGRESS	17 868,00	23 476,00
24	4MASS	13 391,00	23 001,00
25	Generali OFE	8 874,00	20 335,00
26	PZ CORMAY	20 214,00	20 174,00
27	PKO BP Bankowy OFE	9 812,00	20 061,00
28	APS ENERGIA	28 531,00	20 042,00
29	KBJ	19 296,00	19 564,00
30	ATREM	32 524,00	18 979,00
31	LEGIMI	14 613,00	18 742,00
32	DROZAPOL-PROFIL	51 764,00	18 125,00
33	Tamex Obiekty Sportowe	7 437,00	16 934,00
34	OPTTEAM	12 336,00	16 722,00
35	MUZA	7 093,00	16 401,00
36	ARTIFEX MUNDI	11 072,30	15 928,00
37	ADATEX DEWELOPER	6 485,00	15 375,00
38	11 BIT STUDIOS	17 745,00	14 763,00
39	IMS	11 379,00	13 360,00
40	LSI SOFTWARE	10 731,00	12 922,00
41	IFIRMA	9 988,00	11 828,00
42	COMPERIA.PL	11 049,00	11 697,00
43	NEPTIS	8 543,00	11 610,00
44	CAPITEA	8 274,00	10 940,00
45	KORBANK	2 241,00	9 886,00
46	CI GAMES	12 911,00	9 838,00
47	MPAY	5 141,00	8 819,00
48	SANWIL HOLDING	7 343,00	7 643,00
49	TERMO-REX	4 459,00	7 510,00
50	KLON	7 325,00	7 325,00

Szanowni Państwo,

Turbiny Polskiej Gospodarki to projekt regularnie goszczący na łamach „Gazety Finansowej”. W jego ramach prezentujemy Państwu wyniki finansowe małych i średnich przedsiębiorstw, a także produkty i usługi, które firmy z różnych branż oferują temu sektorowi. Od lat z zaciekawieniem przyglądamy się dynamice przedsiębiorstw z tego segmentu. Widzimy, jak szybko reagują na rynkowe zawirowania, jak doskonale sobie z nimi radzą. Dostrzegamy też elastyczność tych, którzy dostarczają rozwiązania wspierające MŚP – pojawia się coraz więcej produktów innowacyjnych, narzędzi finansowych dostosowanych do potrzeb najmniejszych i średnich, regulacji prawnych, które wzmacniają sektor. Zapraszamy Państwa do zapoznania się z wyróżnionymi przez nas firmami i ofertami. Mamy też nadzieję, że opracowania przygotowane przez zaproszonych na nasze łamy ekspertów będą dla Państwa interesujące i inspirujące.

Redakcja

## Inwestowanie w dobie kryzysu

**Kryzys na rynkach gospodarczych wzbudza wiele emocji i kontrowersji. Prowadząc fundusz i szukając inwestorów o podobnym do mnie myśleniu, powinienem powtarzać powszechną tezę, że najlepszy okres na inwestycje to sytuacja, kiedy na rynku leje się krew, a prawdziwi zwycięzcy pojawiają się w momencie, gdy inni czują strach i brakuje kapitału. To zdecydowanie zwiększa szansę na zarobek. Taki PR prowadzony przez fundusz pewnie może przyciągnąć inwestorów. Myślę również, że w pewnych obszarach gospodarki jest to prawda, ale raczej nie w środowisku startupów i Venture Capital (VC).**

Andrzej Targosz

partner, Bitspiration Booster

Dlaczego?

Wyceny spółek są niższe i za mniejszą kwotę można objąć więcej udziałów. Spółkom brakuje kapitału, więc idą na większe ustępstwa w negocjacjach. To wszystko prawda, ale to wcale nie znaczy, że będzie więcej dobrych spółek, na których można zarobić. Takich, które niezależnie od kryzysu robią prawdziwą, przełomową innowację, budują produkt, usługę lub rozwiązanie, które jest potrzebne na rynku. Zasada inwestowania jest prosta i uniwersalna. Okres kryzysu pozwala na bardziej atrakcyjne warunki inwestycyjne, ale nie oznacza, że automatycznie pojawi się więcej udanych przedsięwzięć.

Rzeczywiste szanse na osiągnięcie zysku wiążą się z innowacyjnością i potrzebami rynku, niezależnie od trudnych czy łatwych czasów. Na potrzebnych rozwiązaniach można zarobić zawsze. Warto zaznaczyć, że choć prawdopodobnie zauważymy wzrost liczby „średniaków” na rynku, fundusze venture capital, szczególnie early stage, powinny skupiać się na innych celach. Trzeba tu wziąć pod uwagę kwestię prawa potęgi (power law). Zasada ta głosi, że w wielu dziedzinach, w tym w świecie inwestycji i startupów, wyniki nie są równomiernie rozłożone. Innymi słowy, niewielka liczba przedsiębiorstw generuje większość wartości, podczas gdy większość firm przynosi zyski umiarkowane, niewielkie lub stratę. Obecna bańka startupów i VC była zbudowana na zupełnie innych podstawach – na wydawaniu

środków licząc na łut szczęścia. W ostatnich latach powstawało mnóstwo projektów, jak proste skrypty do oddzwania do odwiedzających stronę www. Projekt napisany na kolanie w tydzień pozyskiwał miliony dofinansowania od Funduszy VC. Dlaczego? Do dzisiaj się zastanawiam, czy to kwestia niezrozumienia potrzeb klientów, technologii, czy może chęć pobrania opłaty za zarządzanie aktywami, która należy się zarządzającym funduszem. Nie wiem. Może zdecydował umiejętnie zbudowany PR startupu, który przekonuje, że taki projekt to kolejny przełom. Może żyłka hazardzisty u zarządzających funduszami VC.

Z nadzieją w przyszłość

Patrząc natomiast z nadzieją w przyszłość, bo liczę, że z uwagi na trudne czasy i coraz większą świadomość ryzyka związanego z prowadzeniem własnego startupu, będzie mniej projektów i szumu na rynku. Będzie mniej inwestorów, a tym samym mniej nadziei na sprzedaż nieudanego projektu do innego funduszu. Liczę, że będzie również mniej projektów, które dostarczają małą wartość, a ich wyceny szybką w kosmos.

Sukces w inwestowaniu nie zależy od kryzysu, tylko w dużej mierze od sposobu selekcji projektów. Jeśli jest dobra, to zawsze na nich zarobimy – czasami po prostu mniej niż w momencie, gdy wyceny są kosmiczne. Wybór projektów inwestycyjnych powinien opierać się na długoterminowej perspektywie, a nie na krótkotrwałych okazjach, jakie może stworzyć kryzys.

W tym nieustabilizowanym okresie warto zachować zdrowe podejście do inwestycji, kierując się analizą i oceną potencjału przedsięwzięć. Właściwe zrozumienie rynku i wsłuchanie się w realne potrzeby konsumentów pozwolą odkrywać udane projekty, które niezależnie od trudności ekonomicznych stanowią klucz do sukcesu inwestycyjnego. W końcu prawdziwa innowacja i jakość produktów nie znają kryzysu i mają potencjał sprostać wyzwaniom każdej sytuacji rynkowej.



# Przełomowy wyrok NSA ws. opodatkowania dodatkowych świadczeń dla oddelegowanych pracowników

Popularną formą wykonywania obowiązków służbowych stosowaną przez pracodawców jest delegowanie i oddelegowywanie pracowników do pracy poza siedzibą firmy. Naczelny Sąd Administracyjny wydał wyrok, w którym zmienia swoje stanowisko z 2018 roku na temat opodatkowania świadczeń przy oddelegowaniu pracownika. W najnowszym orzeczeniu NSA wskazuje, że zakwaterowanie i transport w czasie oddelegowania nie podlegają opodatkowaniu.



Piotr Juszczyk

główny doradca podatkowy, inFakt

Delegacja i oddelegowanie to terminy podobne, ale nie tożsame. Delegacja to krótkie i jednorazowe wykonywanie obowiązków służbowych poza siedzibą pracodawcy, np. wyjazd szkoleniowy lub spotkanie z klientem poza siedzibą pracodawcy. Z kolei oddelegowanie oznacza czasowe przeniesienie miejsca wy-

konywania obowiązków pracowniczych – przykładowo pracownik firmy budowlanej może zostać oddelegowany do pracy w innym mieście lub kraju, aby budować obiekt na zlecenie kontrahenta.

## Koszty w ramach diet zwolnione z podatku

Jeśli koszty związane z delegacją mieszczą się w ramach diet lub innych świadczeń otrzymywanych od pracodawcy, są zwolnione z opodatkowania. Jeśli pracodawca nie zapewnia wyżywienia w czasie delegacji, pracownikowi wypłacana jest dieta, którą sam musi pokryć swoje potrzeby żywieniowe. Zdarzają się jednak sytuacje, gdy posiłek kosztuje więcej niż wyno-

si stawka diety i od tej nadwyżki pracownik musi zapłacić podatek, który jest mu potrącany z pensji. Jeśli w czasie oddelegowania zatrudniony zapłaci za posiłek przykładowo o 100 zł więcej ponad limit diety to dostanie wynagrodzenie pomniejszone o 12 lub 32 zł, czyli wysokość podatku, w zależności od progu podatkowego w jakim znajduje się pracownik.

## NSA zmienia swój własny wyrok

W przypadku oddelegowania pracowników sytuacja może być bardziej skomplikowana niż przy delegacjach. Według zapisów ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych, zakwaterowanie przy okazji oddelegowania nie podlega

opodatkowaniu do kwoty 500 zł miesięcznie. Jeśli pracodawca wynająłby pracownikowi hotel za 1000 zł, to połowa kwoty nie byłaby opodatkowana, a za 500 zł nadwyżki trzeba byłoby zapłacić podatek. Naczelny Sąd Administracyjny wydał przełomowy wyrok, zmieniając swoje dotychczasowe stanowisko z 2018 roku. Od 1 sierpnia 2023 roku uznaje się, że świadczenia z tytułu noclegu i transportu podczas oddelegowania pracowników nie podlegają opodatkowaniu.

To wyjątkowe orzeczenie, ponieważ NSA odwołał się do przepisów unijnych. Określają one, że świadczenia rzeczowe nie stanowią elementu wynagrodzenia, a więc nie są zaliczane podstawy do opo-

datkowania. To znacząca zmiana po prawie pięciu latach obowiązywania jednolitego stanowiska sądów administracyjnych. Wcześniej orzekały one, że takie świadczenia podlegają opodatkowaniu.

Teraz pozostaje śledzić jak organy skarbowe będą odnosiły się do tego wyroku i czy zostaną dokonane zmiany w ustawie o podatku dochodowym od osób fizycznych. Wyrok daje podatnikom silne argumenty w sporach z organami skarbowymi i może przyczynić się do zmiany prawa podatkowego w tym obszarze. Możliwe, że przepis dotyczący zwolnienia z opodatkowania w wysokości 500 zł miesięcznie zostanie zmieniony lub dostosowany do nowego stanowiska sądów.

# KRD – 20 lat i 375 milionów pobranych raportów

**Informacja gospodarcza w Polsce liczy 20 lat. Z Krajowego Rejestru Długów, który powstał 4 sierpnia 2003 r. jako pierwsze biuro informacji gospodarczej, w ciągu dwóch dekad pobrano 375 mln raportów. Choć początkowo KRD był traktowany tylko jako narzędzie do odzyskiwania pieniędzy od niesolidnych płatników, dziś 65 proc. przedsiębiorców uznaje go przede wszystkim za kluczowe źródło informacji, które pozwala unikać problemów z dłużnikami.**

Kacper Maćkowiak

W pierwszym roku działalności KRD pobrano z niego 7 tys. raportów. Teraz udostępnianych jest 46 mln rocznie. Od początku działalności ubierało się ich 375 mln. Obecnie w bazie danych KRD jest wpisanych 2,5 mln dłużników. Ich łączne zaległości wynoszą 54,1 mld zł, z czego 44,7 mld zł to długi konsumentów, a 9,4 mld zł to nieuregulowane zobowiązania firm. Z usług KRD korzysta prawie 1,1 mln klientów, zarówno przedsiębiorców jak i konsumentów. W ciągu 20 lat obecności na rynku KRD odzyskało dla klientów 152 mld zł.

Do rejestru trafiają konsumenci i przedsiębiorstwa, które nie płacą za faktury, raty kredytów, pożyczek, rachunki za prąd, telefon, telewizję czy alimenty. W przypadku osób fizycznych wystarczy 200 zł, aby znaleźć się na liście nierzetelnych płatników. Minimalna kwota zaległości firm to 500 zł.

## Lepiej sprawdzić, niż windykować

Ostatnie trzy lata odcisnęły swoje piętno na gospodarce, finansach konsumentów i bilansach firm. Początkowo pandemia i lockdowny, następnie inflacja na niespotykanym od lat poziomie, a na koniec agresja Rosji na Ukra-

inę i rosnące ceny energii. Wiele sektorów gospodarki walczy o przetrwanie. W tym kontekście, dostęp do rzetelnych informacji o wiarygodności płatniczej firm i konsumentów stał się nieoceniony. Weryfikacja partnera w KRD przed zawarciem umowy jest kluczowa dla decyzji o jej finalizacji. Natomiast śledzenie kondycji finansowej obecnych partnerów pozwala szybko reagować na zmiany, gdy partner został wpisany do KRD przez innego kontrahenta. To alarm, który umożliwia odpowiednie dostosowanie terminów płatności czy warunków dostawy towaru.

– Jeszcze niedawno wielu przedsiębiorców uważało, że najważniejsze jest zawarcie transakcji, a o zapłatę za nią będą się martwić później. Ta optyka się zmienia, w coraz większej liczbie firm kładzie się nacisk na utrzymanie płynności finansowej, zwłaszcza w trudnych dla gospodarki czasach, z jakimi mamy ostatnio do czynienia. W najnowszym badaniu znajomości i postrzegania marki KRD aż 65 proc. ankietowanych przedsiębiorców wskazało, że największą korzyścią, jaką

firmy odnoszą ze współpracy z KRD, jest możliwość weryfikacji wiarygodności płatniczej dowolnego kontrahenta, a 54 proc. podkreślało unikanie dzięki temu późniejszych kosztów windykacji – komentuje Adam Łacki, prezes Zarządu Krajowego Rejestru Długów Biura Informacji Gospodarczej.

Dopiero na trzecim miejscu z wynikiem 43 proc. znalazła się pomoc w odzyskaniu zaległych należności od kontrahentów.

## Płacą, bo boją się trafić do rejestru

Choć Krajowy Rejestr Długów jest teraz postrzegany przede wszystkim jako narzędzie prewencyjne, to nadal też pełni funkcję windykacyjną.



70 proc. ankietowanych konsumentów i 65 proc. przedsiębiorców wskazało, że gdyby mieli zbyt

mało pieniędzy na opłacenie wszystkich swoich rachunków i faktur, to w pierwszej kolejności opłaciliby te, które zostały wystawione przez firmy współpracujące z KRD, aby nie zostać wpisanym do rejestru. Za najpoważniejsze konsekwencje takiego wpisu uważają problemy z zaciąganiem kredytu w banku (73 proc. konsumentów i 62 proc. przedsiębiorców), problemy z zakupami na raty w sklepie (53 proc. konsumentów) lub odmowa sprzedaży produktów i usług z odroczonym terminem płatności (41 proc. przedsiębiorców) oraz utrata wiarygodności i dobrego imienia (45 proc. konsumentów i 44 proc. przedsiębiorców).



Choć Krajowy Rejestr Długów jest teraz postrzegany przede wszystkim jako narzędzie prewencyjne, to nadal też pełni funkcję windykacyjną.

## RANKING 100 FIRM Z SEKTORA MŚP

51	STANDREW	5 623,00	6 774,00
52	OFE Pocztylion	2 806,00	6 672,00
53	EURO-TAX.PL	5 147,00	6 383,00
54	STARHEDGE	9 365,00	5 917,00
55	REINO CAPITAL	4 178,00	5 847,00
56	MADKOM	5 308,00	5 829,00
57	UNIMA 2000	8 075,00	3 944,00
58	TRITON DEVELOPMENT	4 221,00	3 921,00
59	4MOBILITY	3 154,00	3 856,00
60	TOWER INVESTMENTS	1 884,00	3 755,00
61	KANCELARIA PRAWNA INKASO WEC	2 041,00	3 660,00
62	KANCELARIA PRAWNA – INKASO WEC	2 041,00	3 660,00
63	CYBERATON	3 418,00	3 528,00
64	ABAK	2 900,00	3 273,00
65	TAX-NET	2 642,00	3 221,00
66	DATAWALK	4 183,00	3 219,00
67	XTPL	930,00	2 975,00
68	WAT	15 339,00	2 888,00
69	ANALIZY ONLINE	2 341,00	2 565,00
70	HORNIGOLD REIT	538,00	2 425,00
71	AITON CALDWELL	2 167,00	2 355,00
72	EKO EXPORT	6 908,00	2 299,00
73	BBI DEVELOPMENT	1 169,00	2 001,00
74	Advanced Graphene Products	1 357,00	1 974,00
75	Kool2Play	2 967,00	1 470,00
76	UNITED LABEL	1 741,00	1 451,00
77	APIS	1 478,00	1 359,00
78	TELESTO	1 347,00	1 269,00
79	TELEMEDYCYNAPOLSKA	1 623,00	1 141,00
80	ACARTUS	964,90	1 134,00
81	KLABATER	787,00	991,00
82	7LEVELS	821,00	889,00
83	APANET	518,00	700,00
84	ONE SOLUTION	35,00	578,00
85	SAKANA	688,00	549,00
86	Read-Gene	453,00	426,00
87	WIERZYCIEL	252,00	424,00
88	HORNIGOLD REIT	538,00	301,00
89	OCTAVA	284,00	290,00
90	7FIT	150,00	220,00
91	LAUREN PESO	92,00	184,00
92	Unified Factory	1 485,00	154,00
93	ALTA	149,00	133,00
94	S4E	64,00	87,00
95	AKCEPT FINANCE	41,00	72,00
96	ADIUVO INVESTMENTS	104,00	51,00
97	LETUS CAPITAL	39,00	47,00
98	AGENCJA ROZWOJU INNOWACJI	54,00	43,00
99	NANOGROUP	44,00	29,00
100	CANNABIS POLAND	64,00	1,00

źródło: GPW, oprac.: CBSF



## Rewolucja FinTech

**FinTech, czyli Financial Technology, to dzisiaj jeden z najszybciej rozwijających się sektorów. Rewolucjonizuje sposób, w jaki świadczone są usługi finansowe, a główne trendy tego rynku to efekt szybkiego rozwoju technologii, zmieniających się nawyków konsumentów oraz rosnącej konkurencji.**

mgr Daniel **Malinowski**

dyrektor zarządzający Mokka Polska oraz opiekun specjalności na kierunku Finanse i Rachunkowość, studia I stopnia na Uczelni Łazarskiego

### Cyfrowe płatności i bankowość mobilna

W ostatnich latach nastąpił rozwój zakupów online i technologii mobilnych. Dziś telefon stał się niemal przedłużeniem naszej ręki, zawierając w sobie wszystkie niezbędne elementy naszego życia, łącznie z dokumentami. Firmy FinTech reagują na ten trend, oferując coraz bardziej innowacyjne rozwiązania płatnicze, takie jak bramki płatnicze, wirtualne portfele czy płatności odroczone.

### Sztuczna inteligencja i analiza danych

Wykorzystanie sztucznej inteligencji (AI) i analizy danych w FinTechu przynosi przełomowe możliwości. Dzięki nim branża może dokładniej analizować dane, przewidywać zachowania klientów, identyfikować oszustwa oraz dostarczać spersonalizowane porady finansowe. Uczenie maszynowe (Machine Learning) staje się kluczowym narzędziem w dostosowywaniu usług do indywidualnych potrzeb klienta.

### Bankowość ekosystemowa

Współpraca firm FinTech z innymi sektorami tworzy ekosystem finansowy, integrujący różne aspekty życia klientów. To oznacza, że klienci mogą korzystać z kompleksowych rozwiązań finansowych, które obejmują wszystkie sfery ich aktywności. Jest to fascynująca transformacja, która ma potencjał do poprawienia naszych finansów i ułatwienia nam życia.

### FinTech kontra tradycyjny sektor bankowy

Wybór między tradycyjnym sektorem bankowym a firmami FinTech zależy od indywidualnych potrzeb klienta. Tradycyjne banki oferują długotrwałe relacje i zaufanie, podczas gdy firmy FinTech skupiają się na nowoczesnych i bardziej efektywnych rozwiązaniach, szczególnie cenionych przez młodsze pokolenia, jak Generacja Z.

### Aplikacje mobilne i UX/UI w bankowości

Aplikacje mobilne i innowacyjne rozwiązania UX/UI odgrywają kluczową rolę w przekształcaniu sposobu, w jaki korzystamy z usług finansowych. Dzięki nim mamy dostęp do kont finansowych o każdej porze i w dowolnym miejscu. Intuicyjne interfejsy użytkownika sprawiają, że nawet osoby niezaznajomione z finansami mogą łatwo zarządzać swoimi środkami.

### Klientocentryczność – klucz do sukcesu

Klientocentryczność jest kluczowa w konkurencyjnym środowisku FinTech. Personalizacja i dostarczanie rozwiązań dopasowanych do indywidualnych potrzeb klienta to kluczowe elementy sukcesu.

Po pierwsze musimy zrozumieć, że rynek finansowy to arena wyjątkowo konkurencyjna, w której stale pojawiają się nowi gracze i innowacje. Klienci mają coraz wyższe oczekiwania wobec usług finansowych, oczekują wygody, personalizacji i elastyczności. Firmy FinTech, które nie dostosowują się do tych potrzeb, tracą rynek. Klientocentryczność pozwala nie tylko przyciągać, ale także utrzymywać lojalność klientów poprzez dostarczanie dokładnie tego, czego potrzebują.

Po drugie, nasz sektor jest podatny na zmiany technologiczne i regulacyjne. Musimy być w stanie elastycznie reagować na te zmiany,

dostosowując produkty i usługi do nowych realiów. Klientocentryczność pozwala dostarczać klientom rozwiązania, które są nie tylko zgodne z obowiązującymi przepisami, ale także przynoszą wartość dodaną.

Po trzecie, personalizacja stała się kluczowym elementem nowoczesnych usług finansowych. Dzięki danym i analizom możemy dostarczać spersonalizowane rekomendacje i rozwiązania dla klientów. To nie tylko zwiększa zaangażowanie, ale także pomaga im podejmować bardziej świadome decyzje finansowe, dostosowane do ich indywidualnych potrzeb i sytuacji.

### Zainteresować się karierą w sektorze FinTech?

Studenci zainteresowani karierą w FinTechu mają szansę na pracę nad projektami, które mają realny wpływ na życie ludzi i pomagają im osiągać cele finansowe. To fascynująca i pełna wyzwań ścieżka zawodowa, która otwiera drzwi do innowacji i transformacji w świecie finansów.

Dodatkowo sektor FinTech oferuje dynamiczne środowisko pracy, w którym rozwijające się technologie i kreatywne podejście są na wagę złota. To także branża, która stale poszukuje nowych talentów, co oznacza bogate perspektywy rozwoju kariery dla młodych profesjonalistów.

FinTech to nie tylko sektor – to rewolucja, która odmienia nasz sposób myślenia o finansach i sposobie, w jaki nimi zarządzamy. To także obietnica nieograniczonych możliwości rozwoju i innowacji.

Aby wkroczyć na tę fascynującą ścieżkę kariery warto rozważyć odpowiednie przygotowanie edukacyjne. Studia na kierunku Finanse i Rachunkowość, ze specjalizacją w zarządzaniu finansami w erze cyfrowej (FinTech) na Uczelni Łazarskiego, stanowią doskonałą propozycję dla tych, którzy chcą zgłębić tajniki tej dynamicznie rozwijającej się branży. Dzięki nim studenci mogą zdobyć nie tylko teoretyczną wiedzę, ale także praktyczne umiejętności niezbędne do sukcesu w świecie FinTech. To idealna okazja, by stać się częścią rewolucji finansowej i tworzyć przyszłość finansów.

# Rozwijać się i zadbać o promocję

**W Polsce funkcjonuje 2,33 miliona małych i średnich przedsiębiorstw – wynika z najnowszych danych Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości<sup>1</sup>. Ponad połowa z nich prowadzi działalność usługową (53,9 proc.), 20,9 proc. handlową, a 15,6 proc. to firmy budowlane. Największy wskaźnik przedsiębiorczości odnotowano w województwach mazowieckim, wielkopolskim i pomorskim. W jaki sposób firmy z obszaru MŚP rozwijają się i dbają o promocję swoich produktów i usług?**

Sylwia **Krysiak-Myśliwiec**  
ekspert, OOH.pl

W sektorze MŚP pracuje aż 10,23 miliona Polaków, a udział tych przedsiębiorstw w tworzeniu PKB wynosi ponad 70 proc. Małe i średnie przedsiębiorstwa stanowią ważną gałąź naszej gospodarki. Z danych Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości wynika, że najwięcej firm upada w pierwszym roku działalności, zaś najwyższą przeżywalność mają przedsiębiorstwa z obszarów kultury i rekreacji oraz komunikacji i informacji. Jakie kroki podejmuje firma, by przetrwać na rynku? Z pomocą przychodzi reklama

w outdoorze, która wspiera małe i średnie biznesy.

**W jaki sposób lokalny przedsiębiorca może dotrzeć do potencjalnych klientów?**

Kluczowe w prowadzeniu działalności jest pozyskanie grona stałych odbiorców produktów czy usług. W jaki sposób lokalni przedsiębiorcy docierają do klientów? Jednym ze sposobów są kampanie Google i te w social mediach.

Platforma reklamowa umożliwia firmom wyświetlanie reklam w wynikach wyszukiwania, na stronach partnerskich oraz w aplikacjach mobilnych. Kampanie w Google Ads pozwalają docierać do potencjalnych klientów w momencie, gdy są aktywnie zainteresowani

konkretnymi produktami lub usługami. Firmy mogą także wykorzystać graficzne reklamy w formie banerów, obrazków czy animacji. Dzięki temu można zwiększyć widoczność firmy i dotrzeć do szerokiej grupy odbiorców.

Także social media pomagają trafić do wybranych klientów. Tu kampanię można sprofilować pod kątem wieku, demografii czy płci – podobnie jak w Google. Dane wskazują, że niemal 28 mln internautów w wieku 7-75 korzysta z mediów społecznościowych<sup>2</sup>. Wynik ten pokazuje, jak wielu Polaków jest na dzień online.

**Co jeszcze wspiera lokalne biznesy? To OOH**

Kampanie online to jeden ze sposobów dotarcia do klienta. W mniejszych miejscowościach świetnie sprawdzą się kampanie outdoorowe. Dlaczego? Mają one duże zasięgi, spersonalizowane i często nawiązują do lokalnych wartości. Istnieje kilka dróg inspirowania klienta. Na pewno dużą rolę w procesie sprzedażowym odgrywa kanał e-commerce. Jednakże online najczęściej realizowane są kampanie ogólnopolskie, ale nie są one tak dobrze sprofilowane na dotarcie do mieszkańców danego regionu. Najlepszym spo-

sobem na promocję w mniejszych miejscowościach jest wykorzystanie nośników OOH (wcześniej reklama zewnętrzna i outdoor). Reklamy w małych miastach są lepiej widoczne niż te w dużych aglomeracjach, gdyż nie są przytłaczane przez inne nośniki. Ponadto, mieszkańcy mniejszych miejscowości częściej spędzają czas na zewnątrz, co pozwala im zobaczyć reklamę i utrwalić jej przekaz.

Najnowsze dane OOH.pl wskazują, że kampania OOH realizowana w mniejszych miejscowościach trafi do 70-80 procent mieszkańców. Skąd tak dobre wyniki? Banerów przy drodze czy reklamy na drzwiach supermarketu nie da się pominąć czy wyłączyć – w internecie jest to możliwe.

Warto dodać, że poza aglomeracjami miejskimi mieszka 31 milionów Polaków. Zatem reklama w OOH dotrze przynajmniej do 21,7 miliona osób.

Przedsiębiorcy, aby utrzymać się na rynku, powinni pamiętać o kampaniach marketingowych. Te budują świadomość marki i jej pozycję na rynku.

1. Najnowsze dane ujęte w raporcie „Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce. 2023”

2. <https://www.iab.org.pl/bez-kategorii/social-media-2023-pierwsza-edycja-raportu-gemius-pbi-i-iab-polska-juz-dostepna/>



## Analiza wiarygodności płatniczej – mniejsze ryzyko, że klient nie zapłaci

**Analiza wiarygodności płatniczej to niezwykle istotna usługa świadczona przez Krajowy Rejestr Długów Biuro Informacji Gospodarczej SA. Jej głównym celem jest ocena zdolności weryfikowanej firmy do terminowego opłacania faktur i innych zobowiązań. W jej wyniku sprawdzanemu przedsiębiorcy przypisywana jest kategoria od A do H, gdzie A oznacza najwyższą wiarygodność płatniczą, a H najniższą. Analizę wiarygodności płatniczej można też wykorzystać do wyznaczenia limitu kupieckiego – rekomendowanej kwoty, do której powinno się sprzedawać towar lub usługę z odroczonym terminem płatności.**

W świecie biznesu, gdzie rynek jest nieprzewidywalny i pełen konkurencji, sukces często zależy od umiejętności wyboru odpowiednich partnerów. Właśnie w tym kontekście narzędzie oferowane przez KRDBIG staje się nieocenione – pozwala przedsiębiorcom na dokładne zrozumienie sytuacji finansowej potencjalnych partnerów biznesowych i podjęcie decyzji o współpracy, a przede wszystkim o sposobie

rozliczenia za sprzedawane towary lub usługi. Pisząc wprost, czy bezpieczne jest wystawienie faktury z odroczonym terminem płatności, czy jedynym rozsądnym rozwiązaniem jest zapłata gotówką, ewentualnie przelewem, ale przed wydaniem towaru.

**A – to świetny partner, H – bardzo zły**

Przypisane kategorie są wynikiem wieloetapowej analizy

danych, zarówno pochodzących z Krajowego Rejestru Długów, jak i dostępnych w rejestrach publicznych, takich jak CEIDG, KRS czy REGON. Dane te są następnie oczyszczone i standaryzowane. Na ich podstawie, z wykorzystaniem algorytmu uczenia maszynowego oszacowywane jest prawdopodobieństwo, że sprawdzana firma w najbliższych miesiącach zostanie wpisana do Krajowego Rejestru Długów za niespłacone długi. Na końcu przypisywana jest jej odpowiednia kategoria wiarygodności płatniczej, odzwierciedlająca poziom ryzyka. Bezpieczniej jest współpracować z przedsiębiorstwami posiadającymi wyższą kategorię, na przykład A lub B, a zachować szczególną ostrożność współpracując z podmiotami posiadającymi niższą, czyli F lub G. Kategorie H otrzymują te firmy, które w momencie przeprowadzenia analizy były notowane w Krajowym Rejestrze Długów z rekomendacją, żeby z takim przedsiębiorstwem

albo nie współpracować, albo rozliczać się tylko za gotówkę. W przypadku kontrahentów z wyższymi kategoriami, ale niższymi niż A, zalecane jest rzadsze lub częstsze weryfikowanie ich wiarygodności płatniczej, zwłaszcza jeśli współpraca ma trwać dłużej. Bądź np. sprawdzenie powiązań kapitałowych czy osobowych z innymi firmami, co jest możliwe dzięki Raportowi rozszerzonemu KRDB.

**Ile można sprzedać z odroczonym terminem płatności**

W lipcu Analiza wiarygodności płatniczej została wzbogacona o nową funkcję – wyznaczanie limitu kupieckiego. To maksymalna kwota, wyrażona w złotych, do której rekomendowana jest sprzedaż usług lub towarów z odroczonym terminem płatności. Może być ustalany na jednorazowe zamówienie lub wszystkie zamówienia w określonym czasie, np. miesiącu czy roku.

Do wyznaczenia limitu kupieckiego branych jest pod

uwagę szereg danych zawartych w różnych źródłach, w tym dane finansowe, tam, gdzie są one dostępne, np. wielkość kapitału, wartość obrotów, poziom zysków lub strat itp.

**Smartfon prawdę Ci powie**

Analiza wiarygodności płatniczej, dzięki jasnej kategoryzacji jest bardzo przejrzysta dla użytkowników. Nie trzeba studiować szeregu danych i liczb, otrzymuje się jasną rekomendację. Jest też wygodna w stosowaniu. Nie trzeba jechać do biura, żeby włączyć komputer, zalogować się do panelu klienta i pobrać raport. Można z niej korzystać także w smartfonie, jeśli zainstaluje się bezpłatną aplikację mobilną KRDB (dostępna w Google Play i App Store). To szczególnie ważne dla handlowców pracujących w terenie, którzy dzięki temu rozwiązaniu mogą podejmować decyzje o sprzedaży z odroczonym terminem płatności podczas spotkania z klientem.

## 50 NAJBARDZIEJ DYNAMICZNYCH MŚP

Lp	Spółka	Wysokość przychodów po I kwartale 2022 r.	Wysokość przychodów po I kwartale 2023 r.	Zmiana proc.
1	ONE SOLUTION	35,00	578,00	1551,43
2	HORNIGOLD REIT	538,00	2 425,00	350,74
3	KORBANK	2 241,00	9 886,00	341,14
4	XTPL	930,00	2 975,00	219,89
5	SIGNAL IDUNA POLSKA TU	15 543,90	44 923,48	189,01
6	OFFE Pocztylion	2 806,00	6 672,00	137,78
7	ADATEX DEWELOPER	6 485,00	15 375,00	137,09
8	MUZA	7 093,00	16 401,00	131,23
9	Generali OFFE	8 874,00	20 335,00	129,15
10	Tamex Obiekty Sportowe	7 437,00	16 934,00	127,70
11	AEGON OFFE	17 479,00	36 450,00	108,54
12	PKO BP Bankowy OFFE	9 812,00	20 061,00	104,45
13	LAUREN PESO	92,00	184,00	100,00
14	TOWER INVESTMENTS	1 884,00	3 755,00	99,31
15	ED INVEST	16 855,00	33 403,00	98,18
16	UNIQA OFFE	13 776,00	26 108,00	89,52
17	Allianz Polska OFFE	16 135,00	29 690,00	84,01
18	KANCELARIA PRAWNA INKASO WEC	2 041,00	3 660,00	79,32
19	KANCELARIA PRAWNA – INKASO WEC	2 041,00	3 660,00	79,32
20	AKCEPT FINANCE	41,00	72,00	75,61
21	4MASS	13 391,00	23 001,00	71,76
22	MPAY	5 141,00	8 819,00	71,54
23	BBI DEVELOPMENT	1 169,00	2 001,00	71,17
24	TERMO-REX	4 459,00	7 510,00	68,42
25	WIERZYCIEL	252,00	424,00	68,25
26	BLOOBER TEAM	17 223,00	26 325,00	52,85
27	7FIT	150,00	220,00	46,67
28	Advanced Graphene Products	1 357,00	1 974,00	45,47
29	AILLERON	76 709,00	110 561,00	44,13
30	VOTUM	55 749,00	80 262,00	43,97
31	ARTIFEX MUNDI	11 072,30	15 928,00	43,85
32	REINO CAPITAL	4 178,00	5 847,00	39,95
33	S4E	64,00	87,00	35,94
34	NEPTIS	8 543,00	11 610,00	35,90
35	APLISENS	29 949,00	40 650,00	35,73
36	OPTTEAM	12 336,00	16 722,00	35,55
37	APANET	518,00	700,00	35,14
38	KUKE	39 029,49	52 620,03	34,82
39	TU ZDROWIE	28 067,18	37 793,48	34,65
40	HOLLYWOOD	29 007,00	38 499,00	32,72
41	CAPITEA	8 274,00	10 940,00	32,22
42	RELPOL	40 555,00	53 338,00	31,52
43	RANK PROGRESS	17 868,00	23 476,00	31,39
44	LEGIMI	14 613,00	18 742,00	28,26
45	KLABATER	787,00	991,00	25,92
46	SOLAR COMPANY	25 282,00	31 628,00	25,10
47	EURO-TAX.PL	5 147,00	6 383,00	24,01
48	4MOBILITY	3 154,00	3 856,00	22,26
49	TAX-NET	2 642,00	3 221,00	21,92
50	LETUS CAPITAL	39,00	47,00	20,51

# Imigranci z Azji Środkowej w sektorze MŚP – wyzwania i perspektywy

**Eksperti już od 2019 roku zauważają zwiększony napływ do Polski pracowników z Azji Środkowej. Z roku na rok, ich udział w polskim rynku pracy jest coraz bardziej wzmożony, widzimy także, że obywatelom Kazachstanu, Uzbekistanu czy Kirgistanu wydaje się coraz więcej wiz. W związku z zauważalnym upływem obywateli Ukrainy, którzy dotychczas zapełniali wakaty, pracodawcy z sektora MŚP powinni skupić swoją uwagę właśnie na imigrantach z rejonów Azji Środkowej, jako potencjalnych pracownikach.**



Sebastian Wojcieszek  
CEO, WS Corp

Jak wynika z raportu Warsaw Enterprise Institute, sektor MŚP może czekać kryzys. Dotychczasowy sukces mikro i małych przedsiębiorstw był w dużej mierze powiązany z niskimi kosztami produkcji. I choć nadal małe firmy zapełniają ok. 45-50 proc. polskiego PKB, to możemy się spodziewać, że ich udział będzie systematycznie słabł. Analitycy zauważają, że może to wynikać z koincydencji paru czynników – przede wszystkim utrzymującej się wysokiej inflacji i wyrównania kosztów wytwarzania produktów z kosztami w krajach zachodnich, ale także niedoborów siły roboczej oraz nienapawającej optymizmem sytuacji demograficznej. Co oznacza, mówiąc prościej, że polski rynek pracy boryka się z problemem poważnych braków kadrowych, a przyszłość pod tym względem nie rysuje się w jasnych barwach. Z nadmierną liczbą wakatów mierzą się nie tylko duże przedsiębiorstwa, ale także te mniejsze. Wydawałoby się, że problem ten rozwiąże masowy napływ do Polski obywateli z Ukrainy. Obecnie jednak widzimy odwrotny trend – coraz więcej pracowników z tego państwa opuszcza nasz kraj, kierując się do takich krajów jak Niemcy czy Hiszpania. Z ostatnich danych Eurostatu wynika, że w czerwcu w Niemczech przebywało 1,3 mln Ukraińców, podczas gdy w Polsce ich liczba spadła zaledwie do 978 tys. W związku z tym pozostaje pytanie – kto zapełni wakaty,

w tym także te w sektorze MŚP? Warto podkreślić, że sytuacja jest naprawdę poważna. Z raportu ZUS-u „Cudzoziemcy w polskim systemie ubezpieczeń społecznych 2022” opublikowanego w czerwcu 2023 r. wynika, że do Polski powinno przyjechać co najmniej 2 miliony imigrantów, aby zapełnić potrzeby pracownicze (a w tym przyszłe emerytury). Kto zatem, jeśli nie obywatele Ukrainy, zapełni pracowniczą lukę? W tym wypadku warto zwrócić uwagę na rosnącą liczbę imigrantów z Azji Środkowej, którzy coraz chętniej podejmują w Polsce pracę.

## Pracownicy z Azji Środkowej na polskim rynku pracy

Z danych Ministerstwa Rodziny i Polityki Społecznej wynika, że już w 2021 roku wydano 114,5 tys. zezwoleń na pracę obywatelom z krajów azjatyckich. Wówczas był to wzrost o 80 proc. rok do roku. Jeden z największych wzrostów zainteresowania odnotowano wśród obywateli Uzbekistanu, którym wydano 15 tys. zezwoleń. W ubiegłym roku to zainteresowanie nie spadło – jak wynika z raportu ZUS „w 2022 roku odnotowano ponad 9-krotny wzrost liczby osób zgłoszonych do ubezpieczeń w stosunku do 2015 roku (z 0,5 tys. osób w grudniu 2015 roku do 4,9 tys. w grudniu 2022 roku)”. W 2022 roku wydano ponad 33 tys. zezwoleń na pracę dla obywateli Uzbekistanu, ponad

8 tys. Kazachstanu i Kirgistanu oraz ponad 5 tys. Tadżykistanu – wynika z danych Ministerstwa Rodziny i Polityki Społecznej. Nie świadczy to oczywiście, że tyle osób podjęło u nas pracę, wskazuje jednak na pewne zainteresowanie pracą w naszym kraju. Na napływ imigrantów z Azji Środkowej wpływ ma przede wszystkim globalny kryzys, z którym świat zmagają się od jakiegoś czasu, a który szczególnie ciężko odczuła gospodarka tych krajów. To właśnie niestabilna sytuacja ekonomiczna państw Azji Środkowej w dużym stopniu przyczynia się do migracji zarobkowej. Jeszcze do niedawna obywatele tych krajów chętnie wyjeżdżali w poszukiwaniu pracy do Rosji. Wojna w Ukrainie to zmieniła.

## Pracownicy z Azji Centralnej – wyzwania i perspektywy dla pracodawców

Warto podkreślić, że pracownicy z Azji Środkowej są odpowiedzialni i rzetelni, wyróżniają ich wysoka kultura pracy. Łatwo adaptują się w naszym kraju, a pracę wykonują sumiennie i terminowo. To właśnie te cechy w dużej mierze przemawiają na ich korzyść w oczach polskich pracodawców. Odnajdują się świetnie w branży budowlanej, drogowej czy magazynowej. Pracują też w sortowaniach, czy jako spawacze. To najczęściej właśnie te zawody borykają się z brakami kadrowymi, które dotyczą nie tylko dużych firm, lecz także tych z sektora MŚP. Zatrudnianie pracowników z tych krajów może przynieść potencjalnemu pracodawcy tak naprawdę tylko korzyści – może pomóc w optymalizacji kosztów zatrudnienia czy dopasować odpowiednich kandydatów do potrzeb firmy. Warto także zauważyć, że perspektywa korzystania z usług agencji pracy tymczasowej oraz zatrudnienie pracowników w dłuższej perspektywie może być tak naprawdę nieuniknione, zwłaszcza w kontekście wojny w Ukrainie. Już teraz obywatele z Azji Centralnej zajmują miejsca pracy, które dawniej zajmowali obywatele Ukrainy. W perspektywie czterech, pięciu lat możemy się spodziewać coraz większej liczby pracowników z Kazachstanu czy Uzbekistanu w Polsce. Ten trend już jest zauważalny, a w najbliższym czasie najprawdopodobniej będzie rósł. Warto zatem, żeby firmy z sektora MŚP na tym skorzystały.



Pracownicy z Azji Środkowej są odpowiedzialni i rzetelni, wyróżniają ich wysoka kultura pracy.



## Oczekiwania najmniejszych przedsiębiorców wobec auta służbowego

**Przedstawiciele jednoosobowych, mikro i małych firm w Polsce, stoją obecnie przed trudnymi decyzjami dotyczącymi finansów i rozwoju. Inflacja, decyzje Rady Polityki Pieniężnej czy sytuacja geopolityczna bezpośrednio wpływają na kondycję najmniejszych podmiotów gospodarczych oraz ich zdolność prowadzenia biznesu. W tych okolicznościach również wybór formy finansowania samochodu służbowego będzie jednym z ważniejszych dla najmniejszych przedsiębiorców. Na czym im najbardziej zależy, jeśli chodzi o auta firmowe i co wpływa na ich decyzje dotyczące wyboru pojazdu?**

Według badania IBRiS, głównymi aspektami branżowymi pod uwagę przy wyborze auta służbowego są cena (44 proc.), koszty eksploatacji (37 proc.) oraz niezawodność (36 proc.). Najczęściej wybieraną klasą samochodów służbowych jest auto dostawcze (27 proc.), duży SUV (20 proc.) i segment D (19 proc.). Najmniej badanych zdecydowałoby się na auto sportowe (4 proc.) lub terenowe (5 proc.).

### Otwarcie na różne formy finansowania

Według badania przeprowadzonego przez IBRiS wśród przedstawicieli firm jednoosobowych, mikro i małych przedsiębiorstw, na zlecenie Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów, wynika, że coraz częściej są oni otwarci na inne formy umożliwiające finansowanie samochodu służbowego niż klasyczny leasing, kredyt czy zakup za gotówkę. Świadomość oferty wynajmu długoterminowego wzrosła o 7 proc.[1] w porównaniu do poprzedniego badania przeprowadzonego w listopadzie 2022 roku[2]. Zauważalny jest także wzrost zainteresowania wynajmem długoterminowym wśród najmniejszych przedsiębiorców – z 17 proc.2 do 23 proc.1 zwiększyła się liczba respondentów, którzy zdecydowaliby się na taką formę finansowania.

Najnowsze badanie wykazało, że przy wyborze samochodu służbowego, najmniejsi przedsiębiorcy częściej kierowaliby się aspektami praktycznymi i ekonomią (koszty eksploatacji i spalanie) niż estetyką, prestiżem czy nowoczesnością. Do najczęściej branych pod uwagę czynników należą cena auta (44 proc.), ekonomia spalania, koszty eksploatacji (37 proc.) oraz niezawodność (36 proc.). Powyższe wyniki potwierdzają, że dla przedstawicieli małych biznesów, kwestie finansowe oraz funkcjonalność mają największe znaczenie. Na kolejnych miejscach znalazły się takie cechy jak wielkość samochodu (23 proc.), wysokość miesięcznej raty (21 proc.) oraz parametry techniczne, takie jak moc silnika (19 proc.).

### Oczekiwania skorelowane z branżą

Jak wynika z badania IBRiS, charakterystyka branży jest także mocno skorelowana z oczekiwaniami wobec samochodu służ-

bowego – na przykład dla przedsiębiorców z branży budowlanej ważną będzie też wielkość auta i pojemność bagażnika, co wskazują jako najważniejsze cechy zaraz po cenie, ekonomii spalania i kosztach eksploatacji. W branży beauty największą wagę (poza również wskazaną priorytetowo ekonomią spalania, kosztami eksploatacji i niezawodnością), przywiązuje się na równi do ceny oraz dodatkowych udogodnień poprawiających komfort jazdy.

– Świadomość oferty wynajmu długoterminowego oraz jego benefitów stale wzrasta wśród najmniejszych przedsiębiorców w Polsce. Na tle innych form finansowania, wynajem długoterminowy wyróżnia się dużą stabilnością oraz odpornością na czynniki zewnętrzne. Rynek wynajmu długoterminowego urosł na koniec pierwszego półrocza 2023 r. o 10,5 proc. rok do roku i takie wysokie, dwucyfrowe tempo wzrostu utrzymuje się już od dłuższego czasu. To świadczy nie o jednorazowym zwiększeniu zainteresowania, ale o stałym trendzie na polskim rynku – komentuje Robert Antczak, prezes zarządu Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów (PZWLP).

Badanie wykazało również, że preferencje dotyczące klasy i rodzaju samochodu różnią się w zależności od profilu działalności, a także wielkości przedsiębiorstwa. Małe firmy (10-49 pracowników) najczęściej decydują się na auta dostawcze (56 proc.) oraz małe miejskie samochody (segment A lub B), który wskazało 18 proc. badanych. Osoby prowadzące jednoosobowe działalności wybierają (30 proc.) najczęściej segment D (limuzyny, kombi, hatchback klasy średniej) oraz duże SUV-y (26 proc.).

Niezależnie od preferencji i wymagań wobec samochodu służbowego, zarówno mali, mikro, jak i jednoosobowi przedstawiciele biznesu powinni rozważyć różne formy finansowania i zdecydować się na tę, która zapewnia im bezpieczeństwo oraz stabilność w prowadzeniu firmy. Niewątpliwie wzrost zainteresowania wynajmem długoterminowym, który do niedawna był przede wszystkim kojarzony z dużymi flotami pojazdów, świadczy o tym, że stabilność i przewidywalność kosztów, które gwarantuje, są coraz bardziej cenione przez małych przedsiębiorców.

 e-service

## Najlepsze rozwiązania płatnicze dla każdego biznesu.



Skontaktuj się z nami

**+48 22 229 29 44**

Opłaty wg stawek operatora.

[www.e-service.pl](http://www.e-service.pl)

## WYRÓŻNIENIA

# NAJLEPSZE PRODUKTY DLA MŚP 2023



## E-COMMERCE



### CROSS-BORDER.PL

Cross-border.pl to pierwszy w Polsce portal dla firm, które chcą skalować swój biznes, rozpoczynając sprzedaż eksportową w kanałach online. Projekt jest efektem współpracy Amazon, Krajowej Izby Gospodarczej i Gonito. Celem cross-border.pl jest rozwój kompetencji cyfrowych, poprawa innowacyjności i ożywienie eksportu wśród polskich MŚP, zgodnie z założeniami Europejskiego Roku Umiejętności 2023, ogłoszonymi przez Komisję Europejską. Platforma wyposaża

polskich przedsiębiorców w unikalną wiedzę niezbędną do międzynarodowego rozwoju swojego biznesu z wykorzystaniem kanałów e-commerce. Dostarcza rzetelnych analiz branżowych, a tym samym pomaga polskim firmom w opracowaniu strategii sprzedaży zagranicznej, umożliwia przeprowadzenie testu gotowości do rozpoczęcia eksportu w e-commerce, wspomaga wybór odpowiedniego marketplace'u, a także pozwala na wymianę wiedzy między przedsiębiorcami, wspierając ich współpracę.

#### Czym się wyróżnia ten produkt?

Cross-border.pl to jedyny w Polsce kompleksowy e-przewodnik dla przedsiębiorców, którzy chcą rozwijać sprzedaż eksportową w e-commerce. Zawiera najważniejsze analizy i wskaźniki gospodarcze w Europie, wskazówki dla e-sprzedawców, w tym m.in. popularne metody płatności i dostaw, preferencje i nawyki zakupowe lokalnych konsumentów czy przegląd branż cieszących się powodzeniem w e-commerce.

## TRANSPORT I LOGISTYKA



### MYKN

myKN to platforma cyfrowa do zarządzania logistyką lotniczą, morską i drogową z opcją uzyskania natychmiastowej wyceny i rezerwacji transportu. Ułatwia analizę łańcucha dostaw i umożliwia generowanie personalizowanych raportów. myKN oferuje monitorowanie przesyłek w czasie rzeczywistym oraz otrzymywanie bieżących powiadomień o kamieniach milowych i zakłóceniach dostawy. Jest to również miejsce, w którym można bezpiecznie przechowywać wszystkie

dokumenty związane z wysyłką oraz łatwo przesyłać je współpracownikom. Nową funkcjonalnością myKN jest Container Dashboard. Bazuje ona na danych systemu geoprzestrzennego, poprawiając widoczność łańcucha dostaw. Dane obejmują informacje o planowanej i realizowanej dostawie, przestojach w porcie, zatrzymaniach kontenera i przeładunkach. Nowy interfejs pokazuje również odchylenia od początkowego harmonogramu przewoźnika. Dane te pozwalają klientom na analizę i reorganizację niektó-

rych tras. myKN zaprojektowane jest z myślą o logistykach, którzy chcą zwiększyć wydajność swojej pracy i mieć dostęp do danych, a tym samym zaawansowanej analityki biznesowej z każdego urządzenia, miejsca i o każdej porze.

#### Czym się wyróżnia ten produkt?

Inteligentne narzędzie, które upraszcza zarządzanie logistyką.



### CENTRUM OBSŁUGI CYSTERN

Trans Polonia Group to specjalistyczny operator transportowo-logistyczny działający na terenie całej Europy. Firma w ciągu 19 lat zbudowała silną pozycję na rynku zarówno krajowym, jak i międzynarodowym, stając się jednym z największych dostawców wysoko specjalistycznych usług logistycznych w Europie Środkowej. Wiedząc, jak ważne w rozwoju firmy są innowacje, TPG stale inwestuje w nowe roz-

wiązania IT mające na celu usprawnienie i zautomatyzowanie pracy zarówno spedytora, jak i kierowcy, a także unowocześnia flotę, cyklicznie uzupełniając ją o nowe jednostki transportowe. Nową, istotną dla Grupy inwestycją jest budowa kompleksu obsługi cystern drogowych i tank-kontenerów, gdyż w Polsce miejsc takich bardzo brakuje. Wspomniane Centrum jest z jednej strony uzupełnieniem strategii rozwoju firmy w kontekście zabez-

pieczenia obsługi własnej floty, ale ma także świadczyć usługi na rzecz podmiotów zewnętrznych.

#### Czym się wyróżnia ten produkt?

Centrum Obsługi Cystern Grupy Trans Polonia ma być docelowo najnowocześniejszym obiektem tego typu w Polsce i jedynym w jej północnej części.



**BANK****BANKOWOŚĆ DLA FIRM INNOWACYJNYCH**

**B**ank BNP Paribas wie, że innowacja jest motorem biznesu. Oferuje specjalistyczną obsługę dla firm innowacyjnych – również na początkowym etapie rozwoju. Jest partnerem bankowym, który pomoże dopasować produkty finansowe do potrzeb rozwijających się biznesów. Jedyni na rynku, wyspecjalizowani doradcy klienta

innowacyjnego współpracują z ekspertami z różnych obszarów i wspólnie szukają przepisu na rozwój biznesu, również na arenie międzynarodowej. Będąc częścią globalnej Grupy BNP Paribas, polski oddział chce wspierać w rozwoju najlepsze rodzime firmy innowacyjne. W tym celu opracowano również dopasowane do ich specyfiki kryteria oceny ryzyka

kredytowego, dzięki czemu bank może zaoferować finansowanie dłużne w kwocie od 550 tys. do 2 mln zł.

**Czym się wyróżnia ten produkt?**

Unikalne podejście do specyficznego typu klienta.

**INFORMACJA GOSPODARCZA****ANALIZA WIARYGODNOŚCI PŁATNICZEJ**

**U**nikalny na rynku produkt, który na podstawie danych zgromadzonych w Krajowym Rejestrze Długów oraz dostępnych rejestrach publicznych szacuje prawdopodobieństwo, że sprawdzana firma zostanie w najbliższych miesiącach wpisana do KRD za nieuregulowane w terminie rachunki i faktury. Wykorzystując algorytm uczenia maszynowego, nadaje każdej sprawdzanej firmie kategorię od A do H, czyli od najbardziej do najmniej wiarygodnej. Wy-

znaczając ją, bierze się pod uwagę nie tylko sytuację sprawdzanej firmy, ale też m.in. branżę i województwo, w której działa. Analiza wiarygodności płatniczej została niedawno rozbudowana o możliwość wyznaczenia limitu kupieckiego dla sprawdzanej firmy, czyli określenia maksymalnej kwoty wyrażonej w złotych, do której rekomendowana jest sprzedaż towarów lub usług z odroczonym terminem płatności. Atutem usługi jest to, że można z niej korzystać nie tylko za

pośrednictwem komputera, ale także na smartfonie dzięki bezpłatnej aplikacji mobilnej KRD.

**Czym się wyróżnia ten produkt?**

Jest dostępny w bezpłatnej aplikacji mobilnej, dzięki czemu handlowcy pracujący w terenie mogą podejmować decyzje o sprzedaży z odroczonym terminem płatności już w trakcie spotkania z klientem.

REKLAMA

**COMARCH  
Open Platform**

Platforma  
do budowania  
ekosystemów  
dla klientów  
biznesowych

Produkty  
kredytowe

Faktoring

Cyberbezpieczeństwo

Finansowanie  
handlu

Programy  
lojalnościowe

Bankowość dla MŚP

## FAKTORING



### DATA FAKTORING

Data faktoring to kompleksowa i innowacyjna usługa skierowana do przedsiębiorstw, dla których sprawne rozliczenie z kontrahentami jest priorytetem. Rozwiązanie w postaci data faktoringu poprawia płynność przedsiębiorstwa przy minimalnej ingerencji w procesy księgowe klienta.

Data faktoring gwarantuje maksimum korzyści w dwóch wariantach – pełnym i niepełnym. Usługa ta dedykowana jest firmom współpracującym z dużą ilością kontrahentów, której zależy na zautomatyzowanych rozwiązaniach.

#### Czym się wyróżnia ten produkt?

Data faktoring może występować zarówno w formie faktoringu pełnego oraz niepełnego, daje możliwość objęcia faktoringiem nawet kilku tysięcy Odbiorców, rozliczanie odbywa się poprzez porównanie sald księgowych przy zachowaniu minimum formalności dzięki elektronicznemu transferowi danych

## OPROGRAMOWANIE



### COMARCH OPEN PLATFORM

Comarch Open Platform pozwala instytucjom finansowym stworzyć ekosystem dla małych i średnich przedsiębiorstw dający możliwość wyjścia poza ofertę podstawowych produktów bankowych i wzbogacenia jej o np. sfinansowanie pojazdów czy rezerwację delegacji. Ograniczenia właściwie nie istnieją, a w jakim kierunku banki rozszerzą swoją ofertę, decydują one same. Comarch Open Platform, odpowiadając na potrzeby rynku, jest narzędziem do budowania

całych ekosystemów bankowych w oparciu o najnowszą technologię. Architektura mikroservisów jest następcą przestarzałych systemów monolitycznych, często trudnych w zarządzaniu i niedających możliwości rozwoju czy reakcji na zwinne środowisko fintech. Rozwiązanie to pozwala na łatwą integrację systemów bankowych z aplikacjami wspierającymi przedsiębiorców również w innych aspektach. Dzięki Comarch Open Platform przedsiębiorca może wybrać zaufaną, sta-

bilną instytucję finansową oferującą najlepszą dla niego ofertę.

#### Czym się wyróżnia ten produkt?

Comarch Open Platform pozwala na łatwą integrację systemów bankowych z wieloma aplikacjami wspierającymi przedsiębiorców, dzięki czemu klienci otrzymują najlepsze rozwiązanie od stabilnych i zaufanych instytucji finansowych, jakimi są banki.

## KARTA PALIWOWA



### DKV FLEET CARD + CHARGE

Dostęp do największej, niezależnej od marek, sieci akceptacji w Europie, w tym do około 468 000 punktów ładowania w Europie i około 2400 punktów ładowania w Polsce. Ładowarki AC oraz szybkie ładowarki prądu stałego DC. Korzystanie ze stacji różnych

operatorów, w tym m.in. GreenWay, EV Plus, EV Box, LMS PL, Ionity or PowerDot. Możliwość wyszukania najbliższego punktu ładowania i aktywnych ładowarek dzięki aplikacji DKV Mobility. Tą samą kartą można płacić za paliwa standardowe i alternatywne.

#### Czym się wyróżnia ten produkt?

Dostęp do najszerzej, niezależnej od marki, sieci akceptacji w Europie.



### UTA CARD

UTA Edenred to emitent specjalistycznych kart paliwowo-serwisowych i dostawca rozwiązań do opłat drogowych dedykowanych dla firm transportowych, spedycyjnych lub wykorzystujących flotę dla własnych celów, mających zastosowanie dla wszystkich typów pojazdów: od pojazdów ciężarowych, dostawczych, autobusów aż po samochody osobowe. Największą zaletą kart UTA jest ich uniwersalność i rozległa sieć akceptacji, obejmująca niemal 82 000 punktów w 40 krajach Eu-

ropy. Aktualnie zawiera ona ponad 63 000 stacji paliw różnych marek, z czego około 5 000 jest zlokalizowanych w Polsce. Klienci UTA Edenred korzystają z szerokiego zakresu usług i produktów: wszelkiego rodzaju paliwa (również alternatywne), nowoczesne rozwiązania do opłat drogowych, usługi serwisowe, a także cyfrowe narzędzia do zarządzania flotą. UTA Edenred stale wspiera i ułatwia mobilność swoich klientów, indywidualnie dopasowując ofertę do ich potrzeb. Profesjonalne doradztwo, korzystne

warunki i pakiety rabatowe pozwalają generować oszczędności oraz istotnie wpływają na poprawę wydajności firm.

#### Czym się wyróżnia ten produkt?

Karty UTA są przeznaczone dla wszystkich typów pojazdów, a dzięki ich uniwersalności i szerokiej sieci akceptacji są niezbędnym narzędziem wspierającym zarządzanie firmą, ale również pracę kierowców zawodowych.

**LEASING****EFL GREENIFY - FINANSOWANIE ZIELONEJ ENERGII**

**E**FL oferuje przedsiębiorcom finansowanie zielonych inwestycji, takich jak kompletne instalacje fotowoltaiczne, magazyny energii, pompy ciepła oraz urządzenia klimatyzacyjne. O leasing operacyjny, kapitałowy lub pożyczkę mogą ubiegać się mikro, małe i średnie firmy, jak również duże przedsiębiorstwa. Skorzystanie z oferty EFL Greenify oznacza dla firm cztery podstawowe korzyści. 1. Środowiskowe. Produkcja „czystej” energii elektrycznej oznacza zmniejszenie śladu węglowego

i realny wpływ na zmniejszenie emisji zanieczyszczeń i gazów cieplarnianych. 2. Kosztowe. Posiadanie własnej instalacji wytwarzającej energię elektryczną z OZE to uniezależnienie się od cen energii oferowanej przez dostawców prądu z paliw kopalnych (np. węgla), a po okresie zwrotu z inwestycji wyprodukowana energia i zasilanie nią urządzeń staje się darmowym źródłem dla posiadacza takiej instalacji. 3. Podatkowe. Przy finansowaniu leasingiem operacyjnym całość opłat leasingowych stanowi koszt uzyskania przychodu

przedsiębiorcy. 4. Technologiczne. Modernizacja źródeł do nowoczesnych i mniej energochłonnych urządzeń będących źródłem ogrzewania pomieszczeń lub budynków oraz wody.

**Czym się wyróżnia ten produkt?**

Uproszczone procedury i automatyczna decyzja kredytowa do 600 tys. zł; korzystniejsze od standardowych warunki cenowe; finansowanie nawet 100 proc. inwestycji, okres spłaty do 10 lat.

**PŁATNOŚCI****KOMPLEKSOWA OFERTA USŁUG**

**N**owoczesne i bezpieczne rozwiązania płatnicze umożliwiające wygodną obsługę transakcji we wszystkich kanałach sprzedaży oraz dostosowanie do specyfiki, a także wymagań różnych branż, z uwzględnieniem charakterystyki i wielkości biznesu. W skład kompleksowej oferty wchodzi: usługi dla biznesu tradycyjnego – sprzedaży i usług, w tym w pełni mobilne terminale płatnicze umożliwiające wykorzystanie usług dodatkowych np. cashback, napiwki czy rozwiązania dla HoReCa, terminale do urządzeń samoobsługowych i systemów smart city oraz nowoczesne rozwiązania dla sklepów internetowych i aplikacji mobilnych.

cyjnego – sprzedaży i usług, w tym w pełni mobilne terminale płatnicze umożliwiające wykorzystanie usług dodatkowych np. cashback, napiwki czy rozwiązania dla HoReCa, terminale do urządzeń samoobsługowych i systemów smart city oraz nowoczesne rozwiązania dla sklepów internetowych i aplikacji mobilnych.

**Czym się wyróżnia ten produkt?**

Kompleksowo zaspokajają potrzeby w zakresie obsługi usług płatniczych każdego przedsiębiorcy zaliczanego do sektora MŚP.

REKLAMA

MATERIAŁ MARKETINGOWY



Grupowe ubezpieczenie  
indywidualnych potrzeb



## UBEZPIECZENIE



### UMOWA DODATKOWA DO GRUPOWEGO UBEZPIECZENIA NA ŻYCIE „RAZEM DLA SIEBIE”

**N**owa umowa dodatkowa do ubezpieczenia grupowego na życie „Razem dla siebie” to odpowiedź Nationale-Nederlanden na rosnące zapotrzebowanie w obszarze troski o zdrowie psychiczne i dobrostan pracowników. Zapewnia ona wsparcie psychologiczne i psychiatryczne w sytuacji pojawienia się zaburzeń emocjonalnych, a ponadto wypłatę świadczenia, jeżeli z powodu depresji lub zaburzeń lękowych (nerwicy) ubezpieczony przebywał w szpitalu minimum 21 dni. Dostępna jest w dwóch wariantach – podstawo-

wym obejmującym tylko pracownika oraz rodzinnym, w którym ubezpieczony jest również małżonek bądź partner oraz dzieci ubezpieczonego. W obu konfiguracjach ubezpieczony może skorzystać z konsultacji psychologa, psychiatry, lekarza specjalisty, a także badań laboratoryjnych w zagwarantowanym możliwie najszybszym terminie. W przypadku wariantu podstawowego ubezpieczony może skorzystać z 10 wizyt u psychologa i 5 u psychiatry, 5 wizyt u lekarzy specjalistów i 5 pakietów badań laboratoryjnych. Rozszerzona konfiguracja

rodzinna zawiera wyższy zakres, czyli aż 20 wizyt u psychologa, 20 u lekarzy specjalistów i 20 pakietów badań.

#### Czym się wyróżnia ten produkt?

Umowa dodatkowa do grupowego ubezpieczenia na życie „Razem dla siebie” to kompleksowe i przystępne rozwiązanie dla firm, szczególnie z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, którym zależy na trosce nie tylko o zdrowie fizyczne, ale także psychiczne pracowników i ich rodzin.



### OCHRONA PREMIUM

**F**irmę wyróżniają wyjątkowe rozwiązania chroniące i wspierające zdrowie pracowników oraz ich bliskich, m.in. wsparcie onkologiczne, kardiologiczne, a także wsparcie w chorobach cywilizacyjnych.

W ramach produktu Ochrona Premium firma zakresem ubezpieczenia obejmuje: 58 poważnych chorób osoby ubezpieczonej oraz jej/jego małżonka/partnera/malżonki/partnerki, oraz 29 chorób dziecka z możliwością rozszerzenia o szybki dostęp do konsultacji u lekarzy specjalistów i do badań medycznych w przypadku podejrzenia poważnej choroby, 9 chorób zakaźnych, świadczenie lekowe po dia-

gnozie poważnej choroby, szeroki katalog operacji chirurgicznych – aż 463 procedury medyczne objęte ochroną, w tym otwarty katalog operacji oraz operacje wykonane w trybie tzw. chirurgii jednego dnia, pobyt w szpitalu na całym świecie, nawet jednodniowy dotyczący nieszczęśliwego wypadku, w tym SOR trwający nawet 365 dni w każdym roku ubezpieczenia, z opcją rozszerzenia o świadczenia ambulatoryjne po co najmniej 7-dniowym pobycie w szpitalu (lekarze 10 specjalizacji, badania i zabiegi), wypłata świadczenia za następstwa NW w wyniku uprawiania sportów, w tym ekstremalnych i wysokiego ryzyka.

#### Czym się wyróżnia ten produkt?

Elastyczne podejście do produktów każdorazowo dostosowywanych do indywidualnych potrzeb pracodawcy, pracownika i członków rodzin. Umożliwia wybór podstawowego zakresu ubezpieczenia dla pracowników oraz członków rodzin w ramach pakietu podstawowego, oraz dodatkowo ochronę w ramach pakietu VIP dla właścicieli, ich członków rodzin oraz kluczowego pracownika. Wspiera ubezpieczonych nie tylko finansowo na etapie diagnozy choroby, ale również zapewnia połączenie ochrony ze świadczeniami medycznymi takimi jak profilaktyka, diagnostyka, leczenie oraz rehabilitacja, aby jak najdłużej cieszyć się zdrowiem.

## WINDYKACJA



### VINDICAT.PL

**V**indicat.pl to innowacyjny i skuteczny Legaltech. Lider windykacji on-line w Polsce. System Vindicat.pl pozwala przedsiębiorcom (firmom) na samodzielne odzyskiwanie pieniędzy od swoich kontrahentów. By osiągnąć ten cel, system umożliwia dostęp do różnych automatycznych działań związanych z wyegzekwowaniem należności od dłużnika. Działania te pozwalają na automatyczne wygenerowanie wezwania do zapłaty, pozwu o zapłatę, pozwu do e-sądu, a także pisma o upublicznieniu danych dłużnika na internetowej

gieldzie długów Vindicat.pl. Dla osób, które dbają o relacje ze swoimi kontrahentami, dzięki aplikacji, przedsiębiorca może prowadzić monitoring płatności, negocjacje online w wyniku których można zawrzeć ugodę, którą również generuje system. Dzięki rejestracji w systemie Vindicat.pl użytkownik ma dostęp do wszystkich narzędzi potrzebnych, by odzyskać swoje pieniądze. Skuteczność narzędzia obecnie wynosi 93 procent szans na odzyskanie pieniędzy, jeżeli faktura jest przeterminowana nie dłużej niż 90 dni. Vindicat.pl posiada najsuku-

teczniejszą giełdę długów w Polsce. Z usług VINDICAT korzystają firmy z branży pożyczkowej, bankowej, ubezpieczeniowej, energetycznej oraz fotowoltaicznej.

#### Czym się wyróżnia ten produkt?

Zastosowanie zaawansowanych rozwiązań technologicznych w zakresie automatyzacji monitoringu płatności i windykacji polubownej. Innowacyjna Giełda Długów Vindicat.pl dająca możliwość sprzedaży długu.

ZAPOWIEDZ



Już w październiku na łamach Gazety Finansowej

Raport

## PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

w którym zamieścimy Listę Najbardziej przedsiębiorczych kobiet w Polsce.

Zapraszamy do współpracy

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

# FUNDACJA RODZINNA – SZANSA NA ROZWÓJ CZY NIEOSIĄGALNY KONCEPT?

**Od 22 maja br. polski biznes może korzystać z rozwiązania, na które przedsiębiorcy czekali ponad trzy dekady. Mowa o fundacji rodzinnej. Wiele osób prowadzących małe i średnie firmy jest przekonanych, że jest to rozwiązanie dla największych i najbogatszych. Czy słusznie?**



dr n.pr. Małgorzata Rejmer

prezes zarządu i nestorka Kancelarii Finansowej LEX, fundatorka Fundacji Rodzinnej Rejmer (nr wniosku 1/23)

Zdecydowanie nie. Fundacja rodzinna może pełnić różnorodną rolę, w zależności od tego, na co zostanie położony akcent. Jest to szansa na „rynkowe odbicie” także dla firm z sektora MŚP.

## Kto może powołać fundację rodzinną?

Każdy, kto rozumie jej znaczenie i ma aktywa o wartości co najmniej 100 000 zł. Niezależnie od tego, czy prowadzi biznes czy nie, a jeśli prowadzi, to w jakiej skali. Próg wejścia jest ustawiony relatywnie nisko. Oznacza to, że sposób wykorzystania fundacji rodzinnej musi być na tyle uniwersalny, aby odpowiadał potrzebom tak zróżnicowanej grupy odbiorców.

Po pierwsze, fundacja rodzinna może pełnić rolę wehikulu sukcesyjnego. Oznacza to, że przedsiębiorcy prowadzący dobrze prosperujący biznes, zyskali narzędzie do budowania firmy na pokolenia. Wielu właścicieli firm z sektora MŚP boryka

się z zasadniczym problemem, jakim jest sukcesja pokoleniowa. Zaledwie 15 proc. dzieci deklaruje gotowość do przejęcia firmy rodzinnej, z czego niespełna połowa tego faktycznie dokona. I jest to ogromny problem dla całej gospodarki. Firmy rodzinne generują 20 proc. polskiego PKB. Zatrudniają ponad 3 mln pracowników. Są ważnymi klientami dla instytucji finansowych. Zamknięcie każdej takiej firmy to problem dla szerokiego grona interesariuszy.

## Proces planowania sukcesyjnego

Wykorzystanie fundacji rodzinnej w procesie planowania sukcesyjnego pozwala na oddzielenie zarządzania operacyjnego od praw własności, a praw własności od prawa do korzystania z majątku. Przedsiębiorca / fundator może m.in. powierzyć zarządzanie firmą wykwalifikowanej kadrze nie powiązanej rodzinnie, a najbliższym zapewnić wypłatę świadczeń za pośrednictwem fundacji.

Po drugie, fundacja rodzinna to także forma skarbcza rodzinnego. Wielu przedsiębiorców z sektora MŚP akumuluje majątek, który ma za zadanie tworzyć dochód pasywny, niezależny od bieżącej dochodowości firmy. Twórcy tego majątku obawiają się jednocześnie, że na okoliczność ich zgonu dojdzie do rozdrobnienia własności i konfliktów rodzinnych na tym tle. Tymczasem gromadzenie majątku

pod parasolem fundacji zapobiega temu ryzyku. Najbardziej cenne aktywa są chronione przed pokusą ich upłynięcia w sposób niezgodny z interesem większości spadkobierców. Jednocześnie jest to rozwiązanie, dzięki któremu, jeszcze za życia fundatora, majątek ten nie będzie podlegał zajęciom komorniczym, co ma szczególne znaczenie w czasach gospodarczych turbulencji, przede wszystkim dla właścicieli firm, którzy nie dysponują tak dużymi środkami, aby móc latami dochodzić swoich praw przed sądami.

Po trzecie, fundacja rodzinna to bardzo konkurencyjna platforma inwestycyjna. Ustawodawca przewidział, że fundacja może nabywać i zbywać papiery wartościowe, w tym także instrumenty pochodne. Przedsiębiorca może aktywnie operować m.in. na giełdzie, zyskując na wejściu istotną przewagę, czyli nie płacąc podatku Belki od zysków kapitałowych. Oznacza to, że w jego dyspozycji pozostaje więcej środków na reinwestycje.

W ramach działalności inwestycyjnej fundacja może także przystępować do spółek, funduszy, spółdzielni (w kraju i za granicą). Założycielem tych podmiotów nie musi być fundator (właściciel firmy). Dywidendy i korzyści finansowe uzyskiwane z tego tytułu są zwolnione z podatku dochodowego i w tym przypadku pozostaje więcej środków na reinwestycje.

Jako ciekawy pomysł inwestycyjny dla sektora MŚP można wskazać także nabywanie nieruchomości w celu osiągnięcia zysku z tytułu najmu, a w konsekwencji gromadzenie środków na dalsze inwestycje. Inwestycje w nieruchomości to pomysł, po który sięga wielu przedsiębiorców. Niezależnie od tego, czy

inwestują jako osoby fizyczne, czy jako osoby prowadzące działalność gospodarczą w tym zakresie, muszą płacić podatek dochodowy (ryczałt, podatek liniowy, podatek wg skali). W konsekwencji na reinwestycje pozostaje mniej środków. Chyba, że taki pomysł będzie realizowany z wykorzystaniem fundacji rodzinnej. W takiej sytuacji zyski z najmu zwolnione są z jakiegokolwiek podatku dochodowego. Każdy przedsiębiorca jest w stanie wyliczyć, o ile szybciej będzie w stanie zrealizować swój kolejny cel, np. zakup następnej nieruchomości.

Fundacja rodzinna może także pełnić rolę banku rodzinnego. Środki, które fundacja zarobiła na prowadzonej działalności oraz decyzjach inwestycyjnych, a które korzystały z prawa do zwolnienia podatkowego, mogą być wykorzystane m.in. w celu bieżącego zasilenia biznesu na konkurencyjnych warunkach finansowych. Kreowanie świadomej polityki finansowej z wykorzystaniem fundacji rodzinnej może budować dla sektora MŚP istotną przewagę konkurencyjną.

Fundacja jako bank rodzinny to także koncept służący wychowaniu kolejnych pokoleń z rozwiniętym „genem przedsiębiorczości”. Fundator, który dowiódł, że potrafi budować biznesy, ma prawo stworzyć mechanizm wsparcia dla nowych pomysłów biznesowych. Fundacja w roli banku może zasilać finansowo takie projekty, zarówno za życia jej założyciela, jak i po jego odejściu.

Im przedsiębiorca ma bardziej rozwinięty biznes, tym bardziej potrzebuje budować wielopoziomowe struktury, tworząc spółki holdingowe i „grupy kapitałowe”. Wykorzystanie fundacji rodzinnej jako podmiotu holdingowego, powoduje, że

taka struktura organizacyjna staje się bardziej konkurencyjna wobec rozwiązań wykorzystujących tylko spółki prawa handlowego do budowania konceptu holdingowego. Przewaga fundacji rodzinnej jest głównie w obszarze podatkowym oraz odpowiedzialności osobistej. W odróżnieniu od „klasycznych” rozwiązań w przypadku fundacji nie ma pojęcia beneficjentów rzeczywistych. A jeśli tak, to jest to najbardziej bezpieczna instytucja prawa, po którą mogą sięgnąć przedsiębiorcy.

## Rozwiązanie adresowane do osób prowadzących rentowny biznes

Podsumowując, fundacja rodzinna to rozwiązanie adresowane do osób prowadzących rentowny biznes, niezależnie od jego skali. Im lepiej właściciel firmy zrozumie rolę, jaką może pełnić fundacja, tym jest większa szansa na zbudowanie przewagi konkurencyjnej. Jak wynika z badań międzynarodowych, firmy, które powołały fundację rodzinną zyskują na wiarygodności. Oczywiście fundacja rodzinna nie jest celem samym w sobie, tylko narzędziem do jego realizacji.

Ustawodawca zaadresował fundację rodzinną przede wszystkim do firm rodzinnych, z których większość to podmioty działające w sektorze MŚP. Firm rodzinnych w Polsce jest nawet 92 proc. (choć póki co, z „rodzinnością” biznesu identyfikuje się niespełna 40 proc. podmiotów). Elastyczność rozwiązań prawno – podatkowych sytuuje fundację rodzinną na prawie polskim w kręgu najbardziej atrakcyjnych w Europie i na świecie. Tylko od przedsiębiorców zależy, na ile otworzą się na to rozwiązanie. I uczynią to w interesie swoim, swojej rodziny, swojej firmy i wszystkich osób z nią powiązanych.

REKLAMA

**CA** CRÉDIT AGRICOLE  
EFL LEASING

Z korzyścią dla Twojego biznesu

**LEASING Z KORZYŚCIĄ  
DLA CIEBIE I ŚRODOWISKA**

Poczuj moc oszczędności, którą wytworzysz dzięki fotowoltaice, pompie ciepła i magazynowi energii w leasingu EFL.



# Wyzwania polskich przedsiębiorców

**Rok 2023 przyniósł polskim przedsiębiorcom nowe wyzwania, z którymi muszą sobie radzić na co dzień. Jeśli przyjrzymy się bliżej niepewnej sytuacji, która kształtuje biznesowy krajobraz Polski, zobaczymy m.in. trudności finansowe, z którymi się zmagają, niepokój związany z wojną na Ukrainie, czy stagnację w inwestycjach. Ten niewesoły obraz wyłania się z raportu o stanie sektora MŚP, opracowanego w kwietniu br. przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości w ramach programu badawczego Panel Polskich Przedsiębiorstw.**



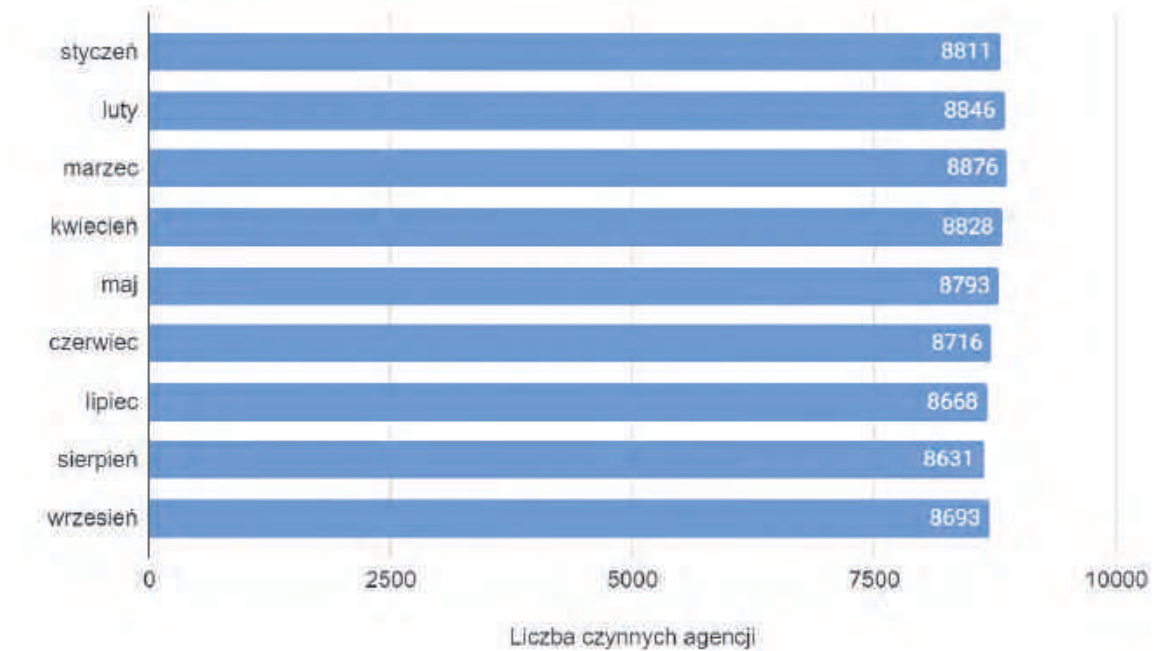
Yuliya **Zahorodnya**  
ekspertka, Grupa VIPOl

Większość przedsiębiorców uważa, że w roku 2023 istotnie zwiększyły się koszty prowadzenia działalności. Wpłynął na to wzrost cen surowców, energii i transportu. W konsekwencji konieczne stało się podnoszenie cen produktów i usług, a to z kolei nie spodobało się konsumentom. Trudności finansowe przedsiębiorców to również zmniejszone możliwości inwestowania, zatrudniania wykwalifikowanych pracowników i rozwijania działalności. W tym roku do 51 proc. zwiększyła się liczba przedsiębiorców obawiających się utraty płynności finansowej. To oznacza, że coraz więcej firm czuje się zagrożonych bankrutem. Głównym winowajcą tego stanu rzeczy jest inflacja, którą na przyczynę niepokojów wskazało aż 73,4 proc. respondentów. Ponad 90 proc. badanych firm wymieniło jednak więcej czynników, stanowiących potencjalne zagrożenie dla płynności finansowej.

Według danych Polskiego Instytutu Ekonomicznego prawie połowa polskich firm (45 proc.) wskazała, że przyczyną problemów w 2023 roku stała się wojna na Ukrainie. Branża, która najsilniej odczuła skutki wojny, to przetwórstwo przemysłowe – tu ucierpieć praktycznie wszyscy, niezależnie od wielkości przedsiębiorstwa. Kłopoty w związku z wojną odnotowały też małe firmy handlowe, mikro i średnie przedsiębiorstwa budowlane oraz firmy zajmujące się zakwaterowaniem i gastronomią. Spowolnienie gospodarcze związane z kryzysem geopolitycznym sprawia, że polscy przedsiębiorcy wydają się wpadać w rodzaj hibernacji. Ponad połowa z nich nie planuje inwestycji, a trzy czwarte nie ma planów ekspansji na rynki zagraniczne ani zatrudniania nowych pracowników. To może prowadzić do stagnacji i zatrzymania

rozwoju. Przedsiębiorcom sen z oczu spędzają problemy bieżące – spadające przychody i przymus poszukiwania sposobów na osiągnięcie rentowności w trudnych warunkach rynkowych.

**Rynek agencji pracy tymczasowej**  
Rynek tzw. leasingu pracowniczego jest w tej chwili jednym z najbardziej dynamicznych i konkurencyjnych sektorów gospodarki w Polsce. Dane z Krajowego Rejestru Agencji Zatrudnienia (KRAZ) ukazują przede wszystkim jego rozdrobnienie. Na rynku działa bardzo dużo małych agencji zatrudnienia, co wynika z niskiego kosztu wejścia do tego biznesu oraz dużej liczby specjalistów w dziedzinie zasobów ludzkich. Obszar usług HR jest też nie-



W porównaniu – na koniec 2022 roku – na rynku było 8787 czynnych agencji, to o 94 więcej niż dziś.

**Czynniki wspierające rozwój agencji pracy**  
1. Zapotrzebowanie na elastyczność.

Firmy coraz częściej potrzebują pracowników tymczasowych, aby radzić sobie z sezonowością, projektami o ograniczonym czasie trwania lub szybkim rozwojem biznesu. Agencje pracy dostarczają im niezbędnej elastyczności w zakresie zatrudnienia.

**Czynniki ograniczające rozwój agencji pracy:**  
1. Często zmieniające się regulacje prawne.

Branża agencji pracy jest poddawana ścisłym regulacjom w zakresie wynagrodzeń pracowników tymczasowych, zatrudnienia, bezpieczeństwa pracy oraz praw pracowniczych. Konieczność przestrzegania tych przepisów wpływa na koszty i ryzyko działalności agencji.



Branża agencji pracy jest poddawana ścisłym regulacjom w zakresie wynagrodzeń pracowników tymczasowych, zatrudnienia, bezpieczeństwa pracy oraz praw pracowniczych.

**Narzędzia wspierające agencje pracy:**

1. Systemy do zarządzania kandydatami (CRM)

Pomagają w efektywnym gromadzeniu, ocenie i zarządzaniu bazą kandydatów oraz w dostosowywaniu ich do konkretnej pracy. Pozwalają na monitorowanie i zarządzanie pracownikami tymczasowymi, w tym kontrolowanie czasu pracy i dostosowywanie grafików.

2. Platformy rekrutacyjne online.

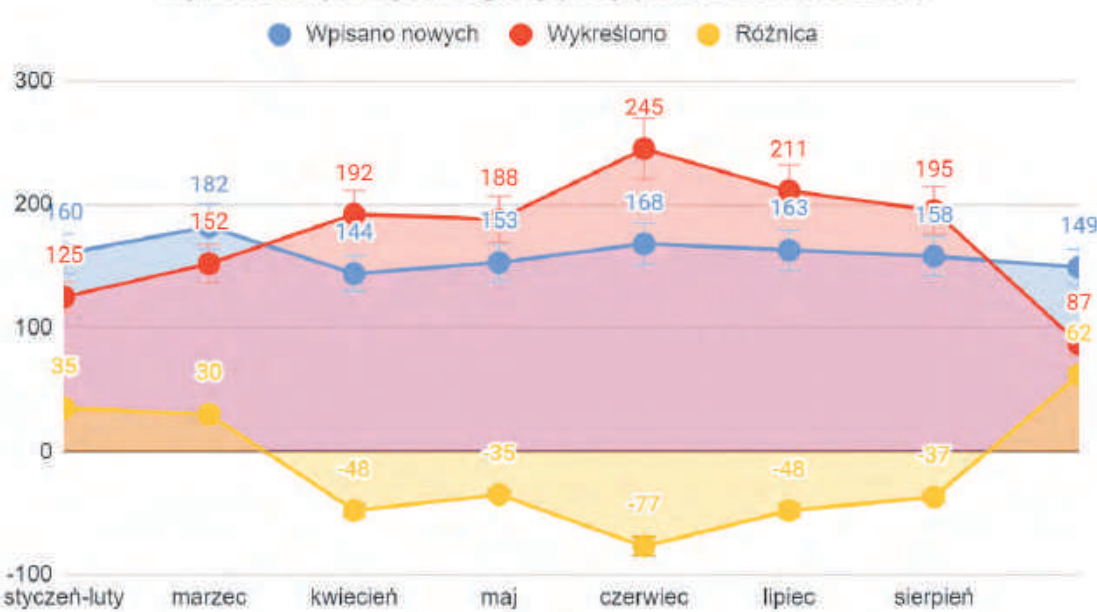
Ułatwiają procesy rekrutacyjne, w tym tworzenie ogłoszeń o pracę, przesiewanie kandydatów i planowanie rozmów kwalifikacyjnych.

3. Narzędzia do analizy danych.

Pomagają agencjom pracy w lepszym zrozumieniu trendów rynku pracy, identyfikowaniu źródeł kandydatów oraz optymalizacji procesów rekrutacyjnych.

Otwartość na zatrudnianie pracowników tymczasowych, w tym obokrajowców może przynieść wiele korzyści i pomóc w wypełnieniu luk na polskim rynku pracy. Umożliwia dostosowywanie się do zmieniających się potrzeb rynku, zapewnić nieograniczony i sprawny dostęp do bazy kandydatów o różnych umiejętnościach i doświadczeniu, a także wesprzeć firmy w obsłudze okresowych szczytów produkcji lub sezonów turystycznych. Zatrudnianie pracowników tymczasowych może też być pomysłem na optymalizację kosztów związanych z zatrudnieniem, takich jak składki na ubezpieczenia społeczne czy benefity pracownicze.

Wykres z danych rejestru agencji pracy (15.01.2023-15.09.2023)



Porównując te dane z rokiem poprzednim, widzimy, że liczba nowych agencji w pierwszych dziewięciu miesiącach 2023 roku była mniejsza niż rok wcześniej. Jednak również liczba wykreślonych firm była niższa o 187 (w 2022 liczba wykreślonych firm – 1731). To może sugerować, że rynek staje się mniej dynamiczny, ale nadal pozostaje konkurencyjny.

zwykle dynamiczny i elastyczny. Zmiany zachodzą tu stosunkowo szybko. Niestety w ciągu ostatnich dwóch lat więcej firm zostaje wykreślanych z rejestru niż tam wpisywanych. Wynika to ze spowolnienia gospodarczego, zmian w technologii rekrutacji oraz z rosnących oczekiwań pracodawców i kandydatów. Firmy, które chcą przetrwać w tej branży, muszą być zatem wyjątkowo elastyczne i dostosowywać swoje usługi do zmieniających się potrzeb klientów.

2. **Technologie i narzędzia.**

Nowoczesne narzędzia, takie jak systemy do zarządzania kandydatami (ATS, CRM) oraz platformy online do rekrutacji i zarządzania pracownikami, pozwalają agencjom pracy efektywnie kierować procesami rekrutacyjnymi.

3. **Globalizacja rynku pracy.**

Agencje pracy mogą działać na skalę międzynarodową, dostarczając pracowników tymczasowych z różnych krajów do firm na całym świecie.

2. **Konkurencja.**

Wzrost konkurencji w branży agencji pracy może prowadzić do obniżenia marż i presji na ceny usług.

3. **Sezonowość.**

Zmienność w zapotrzebowaniu na pracowników tymczasowych, zwłaszcza w niektórych sektorach, może stanowić wyzwanie dla agencji pracy, które muszą dostosowywać się do wahającego się popytu.

# Przygotować e-sklep na jesienno-zimowy sezon zakupowy

**Koniec kalendarzowego lata to okres, w którym branża e-commerce zaczyna przygotowania do tzw. wysokiego sezonu, obejmującego m.in. Black Friday, Cyber Monday i święta Bożego Narodzenia. Usprawnienie procesów magazynowych, optymalizacja e-sklepu, tworzenie contentu, a także wybór lub zmiana dostawcy usług logistycznych to tylko kilka elementów, którymi należy zająć się już teraz, by w pełni wykorzystać nadchodzącą gorączkę zakupową.**

Adam Zajac

Head of Business Development,  
Packeta Poland

Oczekuje się, że w okresie listopad-grudzień klienci, w skali globalnej, wydadzą w internecie 1,19 biliona dolarów. Tak wynika z prognoz firmy Salesforce. Oznaczać to będzie wzrost rok do roku o 4 proc. Aż ¼ tej kwoty ma zostać wygenerowana w tzw. Cyber Week, czyli tygodniu następującym po Black Friday, który w tym roku wypada 24 listopada. Ponadto, jak podaje Polska Rada Centrów Handlowych, w grudniu obroty w handlu ogółem są zazwyczaj o ok. 54 proc. wyższe niż średnia miesięczna w pozostałych miesiącach.

## Nie czekać na ostatnią chwilę

Okres wzmożonego popytu wymaga odpowiedniego planowania i nie można z nim zwlekać na ostatnią chwilę. Potwierdza to „E-commerce Trend Report 2021: Holiday Season”, zgodnie z którym w większości krajów europejskich sierpień i wrzesień to miesiące, w których właściciele sklepów on-line zaczynają bezpo-

średnie przygotowania do jesienno-zimowego sezonu wyprzedaży. Jedną z kluczowych kwestii jest znalezienie rzetelnego i sprawdzonego partnera logistycznego, który dowiezie zakupiony towar na czas, po jak najlepszej cenie i pozwoli klientowi na bieżąco śledzić przesyłkę. Ostatnie dwa miesiące roku to zdecydowanie najbardziej aktywny okres dla e-commerce i często logistyka sklepów internetowych nie jest przystosowana do kilkukrotnego wzrostu liczby zamówień. Należy zatem usprawnić procesy magazynowe oraz transportowe, by klienci mieli pewność, że zamówiony przez nich produkt dotrze na czas, nienaruszony i we wskazane miejsce. Jest to szczególnie istotne dla tych firm, które prowadzą sprzedaż zagraniczną i chcą skrócić termin dostawy, ograniczyć koszty i usprawnić zwroty. Warto zatem już teraz rozejrzeć się za partnerem, który pozwoli te elementy ulepszyć oraz zapewni usługi kurierskie do wielu krajów, najlepiej w ramach jednego API. Dzięki temu zaoszczędzimy sporo czasu, który w wysokim sezonie powinien być poświęcony na zarządzanie stanem magazynowym i sprawną obsługę zleceń.

## Wykorzystanie doświadczenia

Z uwagi na zwiększony popyt trzeba nie tylko usprawnić logistykę, ale również sam sklep on-line, by był gotowy do większej niż zazwyczaj liczby odwiedzin. Istotne jest również zoptymalizowanie strony, aby ładowała się szybciej. Musimy się upewnić, że nasz serwer wytrzyma przedświąteczne obciążenie i będzie w stanie przyjąć wszystkie zamówienia. Skorzystajmy z zeszłorocznych statystyk, by oszacować, ilu odwiedzających możemy się spodziewać. Jeśli jest taka potrzeba, wykupmy bardziej zaawansowany pakiet hostingowy. Przetestujmy bramkę płatności, funkcjonalność wersji mobilnej e-sklepu oraz aktualność zainstalowanych wtyczek, by cała transakcja przebiegła płynnie.

## Przygotuj się na niespodziewane

Duże zainteresowanie ofertą to „problem”, który chciałby mieć każdy z właścicieli e-sklepu. Wyższa sprzedaż wiąże się jednak z większą liczbą zwrotów. Niestety nie każdy prezent jest trafiony, więc warto opracować klarowną politykę i logistykę zwrotów, by procedura była jak najbardziej przyjazna dla klienta i jednocześnie dla rentowności e-sklepu. Przygotujmy się też na potencjalne sytuacje kryzysowe, opracowując kilka pesymistycznych scenariuszy i kroki, które w tych przypadkach należy podjąć, np. awaria serwera, negatywne komentarze internautów, czy też wysłany niewłaściwy produkt. Stale komunikujmy się z naszymi klientami, dając im możliwość rozmowy różnymi kanałami, czy to poprzez chat, telefon, czy też e-mail. Zbudujmy

też strategię komunikacji na sam okres świątecznych promocji, która będzie uwzględniać transparentne informowanie o ewentualnych brakach w magazynie, o nowościach, czasie przesyłki oraz ostatnim dniu zakupu, który gwarantuje, że dotrze ona przed Świętami. Działania te pozwolą zbudować zaufanie oraz wiarygodność naszego e-biznesu.

## Święta, święta i po świętach – zadbaj o klienta

Zastanówmy się już teraz jak przekonać do siebie klienta i jak zbudować z nim dłuższą relację, która przełoży się na kolejne zamówienia w przyszłości. Zaoferujmy wcześniej w odpowiednią liczbę opakowań, w tym tych z motywami świątecznymi, by nie trzeba było w gorącym przedświątecznym okresie domawiać nowych. Pomyślmy jakie promocje (np. świąteczne kody promocyjne, kalendarz adwentowy, konkursy), drobne gratisy do paczki lub zachęty do zakupu (np. wydłużony czas na darmowy zwrot) zastosować. Nie zapomnijmy też o wprowadzeniu do oferty kart podarunkowych. Szukając sposobów na pozyskanie nowego klienta, warto też rozważyć otwarcie



**Tegoroczny okres świąteczny będzie nieco inny dla branży e-commerce w UE niż poprzednie lata z uwagi na wprowadzoną na początku 2023 roku dyrektywę Omnibus.**

się na zagraniczne rynki. Trzeba przy tym jednak pamiętać, że takie działania powinny być poprzedzone dokładną analizą, researchem i przygotowaniem, by ekspansja była udana i opłacalna. Jeśli te etapy mamy już za sobą, to teraz, w okresie niższego popytu, jest właściwy moment, by ruszyć ze sprzedażą cross-border i przetestować wszystkie funkcjonalności sklepu w innej wersji językowej oraz procesy logistyczne. Nie rekomendujemy rozpoczęcia międzynarodowej działalności w wysokim sezonie, gdyż łatwiej wtedy o błędy i niedociągnięcia, które mogą się przełożyć na utratę wiarygodności wśród klientów i negatywne komentarze w internecie. Pierwsze wrażenie możemy zrobić tylko raz.

## Święta inne niż wszystkie dla e-commerce

Tegoroczny okres świąteczny będzie nieco inny dla branży e-commerce w UE niż poprzednie lata z uwagi na wprowadzoną na początku 2023 roku dyrektywę Omnibus. Obliguje ona sprzedawców do informowania o najniższej cenie w okresie 30 dni przed obniżką. Ma to na celu ukrócenie praktyk nieuczciwych sprzedawców, którzy najpierw ceny podnosili, by potem sztucznie je zaniżyć pod pretekstem promocji. Dyrektywa Omnibus wprowadza na pewno pozytywne zmiany do polskiego i europejskiego e-commerce. Jest to co prawda dodatkowy obowiązek dla sklepów on-line, którego w okresie świątecznym trzeba będzie szczególnie przypilnować, ale dzięki niemu klient będzie dysponował pełną informacją dotyczącą cen i może chętniej dokonać zakupu.

## Koszt utraconej produktywności: dlaczego zdrowie psychiczne pracowników warto traktować poważnie



**Świadomość społeczna dotycząca zdrowia psychicznego stale rośnie. Pojawia się coraz więcej kampanii i dyskusji podkreślających wagę troski o własne samopoczucie mentalne. Istotnym elementem codzienności, który ma wpływ na naszą psychikę, jest miejsce pracy – to tam spędzamy znaczną część naszego dorosłego życia. Z Markiem Piętką, dyrektorem departamentu strategii rozwoju segmentu klienta korporacyjnego w Nationale-Nederlanden, rozmawia Justyna Szymańska.**

i zmian na rynku pracy staje się niezbędne nie tylko w kontekście przyciągania nowych talentów, ale także zatrzymywania w organizacji pracowników z dłuższym stażem.

## Zaniedbywanie tego aspektu może więc prowadzić do poważnych konsekwencji...

Niestety tak. Zdrowie psychiczne osób zatrudnionych wpływa bezpośrednio na ich produktywność, a występujące w tym zakresie problemy hamują ich zdolność do koncentracji czy też skutecznego realizowania zadań. WHO podaje, że koszt utraconej produktywności w miejscu pracy spowodowany depresją lub zaburzeniami lękowymi wynosi 1 bilion dolarów rocznie.

W 2020 r. w Polsce z tytułu zaburzeń psychicznych i zaburzeń zachowania wystawiono 1,5 mln zwolnień lekarskich na łączną sumę 27,7 mln dni nieobecności w pracy. To sprawia, że dla dobra całej firmy pracodawcy powinni podjąć konkretne działania w kierunku wsparcia psychicznego swojego zespołu.

## Co w takim razie mogą zrobić pracodawcy?

Działania na rzecz poprawy dobrostanu powinny odbywać się wielotorowo. Ważne, aby pracodawcy w odpowiedni sposób zadbali o zmniejszenie stresu, a także adekwatną liczbę zadań umożliwiającą utrzymanie work-life balance. Istotna jest również dobra atmos-

fera oraz otwartość na dialog na temat wyzwań, z którymi mierzą się aktualnie pracownicy. Warto wprowadzać rozwiązania, które zapewnią dostęp do pomocy psychologicznej i psychiatrycznej. Jest to możliwe w ramach ubezpieczenia grupowego, które oferuje Nationale-Nederlanden.

## Ubezpieczenie dotyczące zdrowia psychicznego to stosunkowo nowy produkt na rynku. Jakie są korzyści takiego rozwiązania?

Rzeczywiście, ubezpieczenia dotyczące zdrowia psychicznego to nowość, która jest odpowiedzią na coraz bardziej palącą potrzebę współczesnego społeczeń-

stwa. Dlatego biorąc pod uwagę alarmujące statystyki, jako jeden z pierwszych ubezpieczycieli na rynku zaoferowaliśmy naszym klientom dodatkową umowę do ubezpieczenia grupowego „Razem dla siebie”. Umożliwia ona skorzystanie ze wsparcia psychiatry czy psychologa, a także objęcie ochroną rodziny – współmałżonków, partnerów, dzieci. W przypadku wariantu podstawowego ubezpieczony może skorzystać z aż 10 wizyt u psychologa, 5 u psychiatry, z 5 wizyt u specjalisty oraz wykonać uzupełniające badania laboratoryjne. Zarówno wariant podstawowy, jak i rodzinny gwarantuje ubezpieczonemu wsparcie nie tylko w procesie leczenia, ale także świadczenie finansowe po dłuższym pobycie w szpitalu. Wierzymy, że takie podejście przynosi korzyści nie tylko dla pracowników, ale i ich bliskich, umacniając poczucie bezpieczeństwa i stabilizacji.

## Jakie zmiany obserwujecie obecnie w oczekiwaniach dotyczących środowiska pracy?

Polacy chcą realizować się w firmie, która nie tylko zapewni im atrakcyjną pensję i dobrą atmosferę, ale także zadbą o ich komfort psychiczny. Z przeprowadzonego przez nas badania wynika, że już co dziesiąty jego uczestnik oczekuje, że pracodawca zapewni mu bezpłatne wsparcie psychologiczne oprócz standardowych świadczeń. Dlatego zaadaptowanie benefitów do aktualnych wyzwań społecznych

# ZADBAĆ O ATRAKCYJNĄ STAWKĘ ZA ENERGIĘ ELEKTRYCZNĄ NA 2024 ROK?

**Co czwarty przedsiębiorca ankietowany przez EY przyznaje, że z powodu wysokich cen energii może być zmuszony do zamknięcia działalności. Aktualnie hurtowe ceny energii elektrycznej z dostawą na 2024 rok plasują się w granicach 660-680 zł/MWh. Przedsiębiorcom daje to nadzieję na niższe ceny, jednak stawki wciąż są wyższe, niż oferowano w roku przed agresją Rosji na Ukrainę.**

Katarzyna **Bienias**

dyrektorka sprzedaży dedykowanej MŚP, członkini zarządu Axpo Polska

Na oszczędności mogą liczyć ci przedsiębiorcy, którzy wybrali produkt o zmiennej cenie, bazujący na bieżących notowaniach na Towarowej Gieldzie Energii. Na takie rozwiązanie zdecydowało się już ponad 80 proc. klientów sektora MŚP, wynika z danych Axpo Polska.

## Wyzwanie dla polskich przedsiębiorców

Pomimo spadków cen na giełdzie, koszt energii elektrycznej nadal stanowi wyzwanie dla polskich przedsiębiorców. Zwłaszcza że muszą zacząć myśleć o zakontraktowaniu mediów na przyszły rok. Aktualnie ceny energii elektrycznej na Towarowej Gieldzie Energii z dostawą na 2024 rok plasują się w granicach 660-680 złotych za megawatogodzinę. Jest to zdecydowanie mniej niż w ubiegłym roku, ale dalej o około 100 zł/MWh więcej niż przed agresją Rosji na Ukrainę oraz o około 400 zł/MWh więcej niż na rok przed inwazją. Ważną zmienną są także zbliżające się wybory parlamentarne w Polsce, które odbędą się jesienią tego roku.

Nie wiadomo, jaki będzie skład przyszłego rządu i czy zdecyduje się on na utrzymanie zamrożenia cen energii również w przyszłym roku. Dla dużej grupy przedsiębiorców koszt energii jest istotnym elementem budżetu i nierzadko stanowi o być albo nie być firmy. Jak pokazało badanie przeprowadzone wśród przedsiębiorców przez EY, aż 84 proc. respondentów przyznaje, że wzrost cen energii istotnie wpływa na funkcjonowanie ich firmy. Ponadto co czwarty ankietowany może z tego powodu być zmuszony do zamknięcia działalności. Chcąc dbać o swój biznes, właściciele firm poszukują oszczędności i chętniej rozmawiają także o bardziej złożonych produktach energetycznych. W efekcie, z roku na rok klienci MŚP są coraz bardziej świadomi i zmieniają się ich wybory zakupowe – nawet te dotyczące energii. Jak podają analitycy Axpo, w ostatnich latach przedsiębiorcy coraz chętniej wybierają produkty o zmiennej cenie, bazujące na bieżących notowaniach na Towarowej Gieldzie Energii.

## Klienci MŚP wybierają produkty giełdowe

Z naszych analiz wynika, że o ile w 2021 roku produkty energetyczne o cenie bazującej na bieżących



notowaniach giełdowych wynosiły około 35 proc. całej sprzedaży dla MŚP, to już w 2022 roku ich udział wzrósł do prawie 80 proc. Oznacza to przyrost aż o 43,5 proc. w ciągu zaledwie roku. W bieżącym roku kalendarzowym nadal utrzymuje się tendencja wzrostowa – na produkty o zmiennej cenie zdecydowało się już ponad 82 proc. mikro, małych i średnich przedsiębiorstw obsługiwanych przez spółkę. Od marca 2020 do połowy 2021 roku, mieliśmy do czynienia z mniejszym zużyciem energii spowodowanym pandemicznym lockdownem. W związku z tym jej ceny miały na tyle niski poziom, że zabezpieczenie ich umową na kilka lat było w tym okresie korzystnym rozwiązaniem. Sytuacja na rynku uległa jednak zmianie. Dla tych przedsiębiorców, którym umowy na zakup energii elektrycznej kończą się w najbliższych miesiącach, lepszym rozwiązaniem może okazać

się kontrakt z rozliczeniem bazującym na cenie zmiennej. Przy wyborze takiej oferty warto zwrócić uwagę, czy sprzedawca zapewnia możliwość przejścia na stałą cenę, jeśli przedsiębiorca uzna, że aktualna cena energii jest dla niego optymalna i chce zabezpieczyć ją na resztę czasu obowiązywania umowy.

## Zyski – cena zmienna a cena stała

Obserwując ruchy na polskiej giełdzie energii, można zauważyć, że od początku roku ceny wykazują tendencję spadkową. Średni koszt energii elektrycznej TGe24 notowany na Towarowej Gieldzie Energii wyniósł w maju br. 441,65 zł i był o 33 proc. niższy niż w styczniu br. Spośród przedsiębiorców, na tegorocznych spadkach mogli zyskiwać jednak tylko ci, którzy wybrali produkty o zmiennej cenie, bazujące na bieżących notowaniach na TGE. Ci, którzy podpisali umowy ze

stałą ceną, w 2023 roku płacą 785 zł za MWh ze względu na ustawowe zamrożenie cen przez rząd. Tymczasem klienci z produktami o zmiennej cenie zyskują, gdy ceny na giełdzie spadną poniżej ustawowego limitu, a jednocześnie mogą być pewni, że nie zapłacą więcej niż 785 zł/MWh. Przedsiębiorcy nie chcą wiązać się wysokimi kosztami energii, dlatego w ostatnich latach decydują się na podpisanie kontraktów bazujących na cenach zmiennych, nawet jeśli mieliby od razu skorzystać z opcji przejścia na rozliczenie po stałej stawce. W ten sposób zabezpieczają koszty energii nawet na kilka lat. Inni z kolei czekają na rozwój wydarzeń i dalsze spadki cen. W każdej chwili mogą zmienić zdanie i właśnie ta elastyczność oraz możliwość dokonania zmiany w trakcie obowiązywania umowy jest dla nich tak atrakcyjna.

1. Badanie EY „Firmy wobec rosnących cen energii”, marzec 2023.

# Szybsza i sprawniejsza obsługa klienta największą zaletą płatności bezgotówkowych według 65 proc. MŚP

**Firmy MŚP z sektora handlowo-usługowego doceniają zalety przyjmowania transakcji bezgotówkowych. Największą korzyścią dla 65 proc. z nich jest szybsza i sprawniejsza obsługa klientów.**

Krzysztof **Polończyk**

prezes zarządu, Fiserv Polska

Jak wynika z badania przeprowadzonego na zlecenie PolCard from Fiserv, przyjmowanie transakcji bezgotówkowych pomaga przedsiębiorcom w budowaniu wizerunku nowoczesnej firmy (51 proc.). Wysoko wśród zalet znalazły się również mniejsze ryzyko związane z oszustwami i kradzieżami (43 proc.) czy efektywniejsza kontrola budżetu (39,5 proc.).

Według raportu „Płatności bezgotówkowe w polskich MŚP” zrealizowanego przez Fiserv Polska, właściciela marki PolCard from Fiserv, MŚP z sektora handlowo-usługowego za największą korzyść akceptowania bezgotówkowych transakcji uznają szybszą i sprawniejszą obsługę swoich klientów. Na kolejnych miejscach wymienione zostały: wizerunek nowoczesnej firmy (51 proc.), mniejsze ryzyko związane z rozliczaniem płatności, czyli mniej pomyłek np. podczas wydawania reszty (46,5 proc.), mniej-

sze ryzyko związane z oszustwami i kradzieżami (43 proc.) oraz lepsza kontrola budżetu (39,5 proc.). Cieszy fakt, że przedsiębiorcy dostrzegają tyle zalet płatności bezgotówkowych. Niestety nadal wiele firm nie zauważa potencjału usług dodatkowych, które można oferować w ramach posiadanego terminala. Są one dobrą opcją na przyciągnięcie klientów do swojej firmy, a co za tym idzie na dodatkowy zysk dla przedsiębiorcy. Co więcej, jak wynika z naszego badania na konsumentach, przeprowadzonego w lipcu zeszłego roku, Polacy są zainteresowani tego typu udogodnieniami. Cashback, płatność w obcej walucie czy wpłata na kartę to jedne z wielu opcji dodatkowych, które wymieniali jako najatrakcyjniejsze.

## Wciąż część firm nie posiada terminala płatniczego

Jak wynika z badania przeprowadzonego na przedstawicielach MŚP z sektora handlowo-usługowego, 44 proc. ankietowanych posiada terminal płatniczy, a 6 proc. aplikację płatniczą. Natomiast w przypadku firm, które nie korzystają z terminala, co druga z nich (prawie 51 proc.) odpowiada, że powodem tej decyzji jest to, iż całość lub większość prowadzonej działalności nie wymaga bezpośredniego kontaktu z klientem. Co ciekawe, co czwarty przedsiębiorca (prawie 26 proc.) twierdzi, że rzadko jest pytany o możliwości zapłacenia bezgotówkowo lub nie dostrzega korzyści z posiadania terminala płatniczego (25 proc.). Firmy powinny pamiętać, że obecnie ter-

minal to urządzenie wielofunkcyjne i nie służy ono już tylko do przyjmowania płatności. Dzięki niemu mogą one wprowadzać do swojego biznesu nie tylko usługi dodatkowe, ale również rozwiązania, które znacznie ułatwią im pracę jak np. integracja kasy fiskalnej z terminalem. Pozwala to na zautomatyzowanie procesów, zniwelowanie ludzkich błędów czy szybszą obsługę klienta.

Nota metodologiczna:

Badanie zostało zrealizowane na zlecenie Fiserv Polska, działającego pod marką PolCard from Fiserv – w ankiecie telefonicznej, przeprowadzonej przez Instytut Badań Rynkowych i Społecznych (IBRiS) w maju 2023 r. W badaniu wzięła udział reprezentatywna grupa mikro, małych i średnich przedsiębiorstw zajmujących się handlem i usługami.

Próba n = 500.



# Sięgać po nowe rozwiązania

**Warunki funkcjonowania MŚP w ostatnich latach uległy znacznemu pogorszeniu, choćby ze względu na zmiany w systemach prawnych i podatkowych.**



Lukasz Iwanek

właściciel agencji Internetica.pl

Na kondycję małych i średnich przedsiębiorstw miała wpływ najpierw pandemia, lockdown, który między innymi wymusił szybsze wdrożenie rozwiązań cyfrowych oczekiwanych przez konsumentów. Potem pojawił się problem dwucyfrowej inflacji, wysokiej ceny energii i wzrost kosztów zatrudnienia. Przedsiębiorcy z wielu branż boleśnie odczuli zmiany w zachowaniach konsumentów. Popyt na niektóre usługi i produkty się zmniejszył, bo zwykły Kowalski, któremu nagle zwiększyła się rata kredytu i koszty utrzymania, zaczyna uważniej przyglądać się swoim decyzjom zakupowym. Nie bez wpływu na stan MŚP ma wojna na Ukrainie – blisko połowa ankietowanych w badaniu Koniunktura i otoczenie biznesu – zrealizowanego przez PARP w ramach Panelu Polskich Przedsiębiorstw w 2023 r. zauważa jej negatywny wpływ na prowadzoną działalność.

#### Przyswoić nowe kompetencje

Prowadzenie firmy w tak trudnych okolicznościach w coraz większym stopniu uzależnione

jest od profesjonalnych umiejętności managerskich. Coraz większe trudności w odnalezieniu się w tym skomplikowanym środowisku mają tzw. biznesy rzemieślnicze – firmy prowadzone przez fachowców w swojej dziedzinie, np. budowlańców, fryzjerów itp. Są to osoby bardziej przygotowane do wykonywania swojego zawodu, niż do funkcjonowania jako profesjonalny CEO. Dynamicznie zmieniający się świat wymaga od przedsiębiorcy szybkiego przyswojenia ogromnej liczby nowych kompetencji lub ich outsourcingu. W 2023 r. 4 na 10 badanych przedsiębiorców przyznało, że na rynku, na którym działają, jest bardzo silna konkurencja. Jednym ze sposobów, by nie zostać w tyle, jest skoncentrowanie się przez firmę – nawet małe i średnie – na stworzeniu lub na audycie swojej strategii marketingowej, która w przypadku mniejszych przed-

siębiorstw – często w ogóle nie istnieje...

Jeśli przedsiębiorca czuje się na siłach, ma wystarczające kompetencje w dziedzinie marketingu (również cyfrowym), może stworzyć strategię samodzielnie. Najlepsze jednak efekty daje współpraca przedsiębiorcy z podmiotem zewnętrznym, który potrafi obiektywnie spojrzeć na firmę i zaproponować najlepsze rozwiązania marketingowe dla konkretnego przedsiębiorstwa.

#### Wdrożenie profesjonalnych strategii marketingowych

Często wdrożenie profesjonalnych strategii marketingowych oprócz oczywistych korzyści, jakimi są wzrost rozpoznawalności firmy, wzrost sprzedaży, wzrost liczby zapytań o usługi i towary przynosi dodatkową korzyść, jaką jest profesjonalizacja całej firmy. W parze ze skutecznym marke-

tingiem zwykle idzie uporządkowanie swojej firmy – policzenie marż na poszczególnych liniach produktowych, wyliczenie prognozy rentowności oferowanych usług. Często w małych firmach tego typu praca menedżerska nigdy nie została wykonana.

Dobra agencja marketingowa wspiera swoich klientów we wszystkich marketingowych potrzebach. Pomaga w przygotowaniu strategii i zajmuje się jej wdrożeniem. Dzięki współpracy z agencją marketingową, przedsiębiorca może wyjść naprzeciw potrzebom konsumentów i przetrwać trudny okres. Uwzględnić preferowany przez nich styl kontaktu; np. że użytkownikom wygodniej jest zadać pytanie o produkt przez Messengera niż napisać maila. Agencja może ułatwić przedsiębiorcy dotarcie do nowych klientów przez kampanie marketingowe np. w Google Ads.

#### Korzyści

Z naszego doświadczenia wynika, że ROAS (czyli w uproszczeniu stopa zwrotu) przemyślonej i dobrze zrealizowanej kampanii produktowej może realnie sięgać nawet do 4000 proc., co oznacza 40-krotny zwrot kwoty zainwestowanej w reklamę w formie wygenerowanej sprzedaży. W przypadku firm usługowych ilość leadów sprzedażowych, jakie można pozyskać podczas kampanii jest trudniejsza do przewidzenia. Jednak zwykle przy dobrze przeprowadzonej kampanii SEO lub PPC koszt leada potrafi być dużo atrakcyjniejszy niż w przypadku innych metod ich pozyskiwania.

W strategii należy uwzględnić czas potrzebny do wypracowania założonych celów marketingowych firmy. Poprawa widoczności strony internetowej w wyszukiwarkach trwa dłużej (choć wcale nie tak długo jak głoszą branżowe mity) niż kampanie PPC, które potrafią zapewnić wyniki od razu. Podczas ustalania optymalnego planu działania, który będzie najkorzystniejszy dla firmy, dobra agencja weźmie pod uwagę również sezonowość branży przedsiębiorcy i tego, w jakim momencie roku się do nich zgłosił. W wielu branżach (np. retail, beauty) ostatni kwartał jest najbardziej dochodowy. Gdy zbliżają się Black Friday i Mikołajki nawet oszczędny konsument chętnie sięga do kieszeni. Szkoda byłoby tego reklamowo nie wykorzystać.

Wyzwania wymagają od przedsiębiorców sięgania po nowe rozwiązania. Dzisiaj taka konieczność jest większa niż kiedykolwiek, ze względu na wyjątkowo niestabilne otoczenie gospodarcze. Od wewnętrznych decyzji firm zależy, czy to wymagające środowisko stanie się źródłem impulsu do dalszego rozwoju, czy problemem na który pozornie nie ma lekarstwa.



## Windykacja należności – jak zlecić windykację online – Vindicat.pl

**Niezależnie od branży i rodzaju działalności, każda firma musi stawić czoła sytuacjom, w których klienci lub kontrahenci nie regulują swoich zobowiązań w terminie. W takich momentach warto wiedzieć, jak zarządzać portfelem wierzytelności i zlecić windykację online, aby odzyskać swoje środki szybko i bezproblemowo.**

Windykacja może przybierać różne formy, począwszy od upomnień i prób negocjacji z dłużnikiem, aż do działań prawnych, takich jak pozwы sądowe czy egzekucja komornicza, mająca na celu odzyskanie środków pieniężnych.

Windykacja online jest to proces odzyskiwania należności przy wykorzystaniu narzędzi i platform internetowych. Przynosi

ona wiele korzyści oraz pozwala wierzycielowi przejść przez cały proces efektywnie i bezstresowo – mówi Bogusław Bieda, prezes zarządu Vindicat.pl.

#### Główne zalety windykacji online:

- Szybkość i efektywność – automatyzacja pewnych etapów windykacji może znacznie przyspieszyć proces odzyskiwania

należności, co jest szczególnie ważne ze względu na fakt, że im dłuż jest starszy, tym trudniej go odzyskać.

- Dostępność przez całą dobę – windykacja online może być prowadzona przez całą dobę, dzięki czemu nie tracimy czasu i przyspieszamy proces odzyskania należności.

- Kontrola nad procesem windykacji – wierzyciel może monitorować postępy windykacji i ma realny wpływ na jej przebieg.

- Redukcja kosztów – windykacja online często jest tańszą opcją niż windykacja prowadzona drogą tradycyjną, która opiera się na papierowej korespondencji, co ostatecznie przekłada się na niższe opłaty windykacyjne.

- Bezpieczeństwo – platformy windykacyjne są proste w obsłudze i spełniają wszelkie wymogi prawne, co pozwala na zachowanie bezpieczeństwa zarówno przez wierzyciela, jak i dłużnika.

- Unikanie błędów – przekazując sprawę firmie windykacyjnej, unikniemy błędów formalnych związanych z napisaniem pozwu i nie będziemy musieli się martwić niedotrzymaniem terminów spłaty długu przez naszego dłużnika.

#### Jak zlecić windykację online?

Zlecenie windykacji online to proces, który jest stosunkowo prosty, a jednocześnie niezwykle skuteczny w odzyskiwaniu

niespłaconych należności. Wprowadzenie sprawy do windykacji to niespełna 5 minut. W obszarze windykacji online w Polsce liderem jest firma Vindicat.pl posiadająca autorską platformę windykacyjną oraz własną giełdę długów – mówi Bogusław Bieda, prezes zarządu Vindicat.pl. Robot zbudowany w oparciu o sztuczną inteligencję podejmie wszelkie niezbędne działania w celu odzyskania należności. Dzięki dostępnym rozwiązaniom online zyskujemy pewność, że podejmowane są wszelkie niezbędne kroki, abyśmy mogli odzyskać swoje pieniądze szybko i skutecznie.



**Bogusław Bieda, prezes zarządu Vindicat.pl.** Robot zbudowany w oparciu o sztuczną inteligencję podejmie wszelkie niezbędne działania w celu odzyskania należności. Dzięki dostępnym rozwiązaniom online zyskujemy pewność, że podejmowane są wszelkie niezbędne kroki, abyśmy mogli odzyskać swoje pieniądze szybko i skutecznie.

*Materiał partnera*



## Branża kominkowa – potrzeby, możliwości, ograniczenia

**W sytuacjach kryzysowych, a także w codziennym życiu istnieją podstawowe potrzeby człowieka, które powinny być zaspokojone: woda, pożywienie, bezpieczne schronienie oraz źródło ciepła. W przypadku, gdy tradycyjne schronienie i zapewniona odzież nie są w stanie zapewnić wystarczającej ilości ciepła, konieczne jest poszukiwanie alternatywnych źródeł tego cennego dobra.**

Wojciech **Perek**

ekspert OSKP / Drewno Pozytywna Energia

W naszej strefie klimatycznej nie trzeba nikomu tłumaczyć, jak istotne jest ciepło, zwłaszcza w chłodniejszych porach roku. W odpowiedzi na tę naturalną potrzebę ludzi branża kominkowa i zduńska wychodzą naprzeciw oczekiwaniom, oferując innowacyjne i niezawodne urządzenia opalane drewnem – odnawialnym, lokalnym, ekologicznym i najłatwiej dostępnym źródłem energii.

### Rozpalany i gaszony potencjał

Możliwości rozwoju branży kominkowej w Polsce są ogromne. Jesteśmy potentatem w uprawie lasów i produkcji drewna. Wiąże się z tym niemal nieograniczony dostęp do drewna opałowego, które jest odpadem z głównej produkcji leśnej, jaką jest produkcja na potrzeby przemysłu budowlanego i meblarskiego. Polska stała się w ostatnich latach również światowym potentatem w produkcji nowoczesnych miejscowych ogrzewaczy pomieszczeń. Paradoksalnie przyczyniły się do tego przepisy antysmogowe, które w wielu województwach wprowadziły ekoprojekt dla kominków już od 2017 roku, czyli 5 lat wcześniej, niż przepisy te weszły w całej UE. Okazało się przy

tym, że wiele urządzeń spełniało już najnowsze wymogi emisyjne bez konieczności wprowadzania w nich modyfikacji. Warto podkreślić, że niestabilna sytuacja międzynarodowa i energetyczna sprawiły, że do łask wróciły usługi zduńskie, zarówno w zakresie budowy nowych pieców, jak i remontowania istniejących piecokuchni i innego rodzaju budowanych indywidualnie urządzeń i instalacji.

### Walka o stabilność prawną

Najważniejszą potrzebą każdej branży jest stabilna sytuacja prawna wspierająca lub co najmniej nie stwarzająca przeszkód w jej rozwoju. Niestety z różnych, niedających się logicznie wyjaśnić powodów, kominki i piece nie korzystają aktualnie ze wsparcia w ramach programu „Czyste Powietrze”. Najwyraźniej NFOŚiGW zarządzający tym programem stwierdził, że branża oparta w większości na rodzimych urządzeniach, producentach i wykonawcach nie wymaga wsparcia. Dodajmy, że urządzenia OZE, jakimi są kominki i piece mają najlepszy współczynnik EP i samodzielnie spełniają Warunki Techniczne 2021 jako źródła ciepła. Stabilności prawnej nie dają również obowiązujące przepisy antysmogowe. Szczęśliwie sytuacja powoli zmierza do normalności, z jaką mamy do czynienia w pozostałych krajach UE. 10 lipca tego roku Wojewódzki

Sąd Administracyjny w Warszawie stwierdził nieważność mazowieckiego programu ochrony powietrza w zakresie, w jakim wprowadzał on zakazy i ograniczenia eksploatacji kominków na drewno. Sąd wskazał m.in., że POP narusza Ustawę Prawo Ochrony Środowiska i Konstytucję RP. Ponieważ w większości województw obowiązują podobne do uchylonych na Mazowszu regulacje, w najbliższym czasie należy się spodziewać korekty tych niezgodnych z przepisami wyższego rzędu regulacji.

### Przeszkody, których skutki odczuwa społeczeństwo

Ograniczeniami branży kominkowej są wspomniane już wcześniej przepisy i regulacje prawne. Niestety działające w Polsce lobby związane z alarmami smogowymi wbrew nauce, zdrowemu rozsądkowi i regulacjom wspólnotowym, bezwzględnie zmierza do wyłączenia możliwości używania drewna jako paliwa. Skutki tych działań są katastrofalne dla branży, dla inwestorów chcących ogrzać budynki oraz dla klimatu. Każdy rozsądnie myślący inwestor już na etapie budowy zadba o to, by budynek był wyposażony w komin, do którego będzie moż-

na potem, na etapie prac wykonawczych lub w razie potrzeby, podłączyć prostą kozę, kominek lub bardziej skomplikowane urządzenie zduńskie, które zapewnią bezpieczeństwo i niezależność energetyczną. W sytuacji kryzysowej, w razie awarii instalacji, braku prądu lub przerwy w dostawie gazu tylko kominek na drewno jest w stanie zapewnić ciepło. Wśród przepisów i regulacji wpływających bezpośrednio na kondycję branży kominkowej możemy wyróżnić:

1. Uchwały antysmogowe: lokalne przepisy, które regulują na danym obszarze kwestię dopuszczalnych rodzajów paliwa i terminów, w jakich można używać określonych rodzajów urządzeń grzewczych w związku z ich klasą. Przykładem patologii na skalę światową jest obowiązujący w Krakowie zakaz używania drewna (jedynego prawdziwie odnawialnego paliwa) do ogrzewania.
2. Programy Ochrony Powietrza: lokalne przepisy wprowadzające czasowe zakazy i ograniczenia eksploatacji kominków w związku z przekroczeniem poziomów substancji szkodliwych w powietrzu. Warto zaznaczyć, że wspomniany wcześniej wyrok uchylający mazowiecki POP dotyczył m.in. zakazu eksploatacji kominków z powodu poziomu benzo a pirenu. BaP to substancja, która nie jest w ogóle brana pod uwagę przez ekoprojekt jako występująca przy spalaniu drewna w kominkach w znikomych ilościach. Potwierdziły to zresztą badania emisji z kominków wykonane w warunkach rzeczywistych.
3. Rozporządzenie o Warunkach Technicznych: Wyłącza możliwość instalowania kominków jako jedynego źródła ciepła w budynku, a jednocześnie przyznaje kominkom korzystny współczynnik EP,



**Najważniejszą potrzebą każdej branży jest stabilna sytuacja prawna wspierająca lub co najmniej nie stwarzająca przeszkód w jej rozwoju.**

dzięki któremu łatwo można osiągnąć wymogi narzucone przez to rozporządzenie.

4. Programy dotacyjne NFOŚiGW: Nie uwzględniają kominków przy dotacjach do wymiany urządzeń pozaklasowych. Wprowadzają nieistniejące w normach i dokumentach technicznych pojęcie „kominka rekreacyjnego”. Kominki z systemem DGP lub z płaszczem wodnym muszą być zlikwidowane w wypadku chęci uzyskania dotacji. Zawierają też szkodliwy dla klimatu i środowiska priorytet gazu (paliwa kopalnego pochodzącego w większości z importu). W wypadku możliwości przyłączenia budynku do sieci gazowej nie ma możliwości uzyskania dotacji na kominek lub kocioł na biomasę.

5. Centralna Ewidencja Emisyjności Budynków: W obecnie obowiązującym kształcie nie rozróżnia klas kominków oraz nie oddziela kominków na drewno (OZE) od urządzeń na węgiel (paliwo kopalne). Ma to fatalne skutki dla raportowania przez Polskę udziału OZE w miksie energetycznym oraz dla raportowania emisji zanieczyszczeń przypisywanych kominkom.

6. „Zamrożenie uchwał antysmogowych” w programach dotacyjnych: Jest odpowiedzią lobby na dążenia samorządów do zmian niekorzystnych dla mieszkańców przepisów antysmogowych. Gmina chcąc złagodzić lokalną uchwałę antysmogową zostaje pozbawiona możliwości uzyskania dotacji unijnych na termomodernizację budynków użyteczności publicznej.

7. Wskaźniki emisji: To wskaźniki przypisywane przez KOBiZE poszczególnym grupom urządzeń. W przypadku kominków wskaźniki używane do raportowania i do przygotowywania programów ochrony powietrza są znacznie zawyżone.

Choć zakazy i ograniczenia palenia drewnem w Krakowie nie są szczególnie rygorystyczne poważne ani uciążliwe to wspomniane wcześniej lobby, stara się przedstawiać kominki jako zagrożenie dla zdrowia, a ograniczenia jako absolutnie obowiązujące zakazy. Jedno jest pewne: w sytuacjach kryzysowych i awaryjnych nikt nie zawaha się użyć kominka dla zapewnienia ciepła sobie i swojej rodzinie, niezależnie od obowiązujących przepisów. Odpowiedzialność w zakresie regulacji należy do osób tworzących prawo, a naszym celem jest zagwarantowanie, żebyśmy mogli korzystać z kominków w sposób legalny i bez obaw, że przyczyniamy się do szkody innym.



**Działające w Polsce lobby związane z alarmami smogowymi wbrew nauce, zdrowemu rozsądkowi i regulacjom wspólnotowym, bezwzględnie zmierza do wyłączenia możliwości używania drewna jako paliwa.**

# Technologia a potencjał działu HR

**Prowadzenie firmy nigdy nie było trudniejsze niż w obecnych czasach. Niedobory kadrowe, zmieniające się przepisy, rosnące koszty zatrudnienia czy zmiany pokoleniowe to jedynie część wyzwań, z którymi na co dzień muszą mierzyć się zarówno właściciele, jak i pracownicy działów kadr. Wsparcie w codziennych procesach oferuje rozwój technologii. Według badania „Payroll Proficiency Index” przeprowadzonego przez SD Worx, aż 84,2 proc. średniej wielkości firm uważa, że technologia i oprogramowania ułatwiają składanie oświadczeń, sprawozdań i komunikację z urzędami.**

Paulina **Zasempa**

People Country Lead – Poland and CEE, SD Worx Poland

Lalit **Gupta**

Managing Director – Eastern Europe, SD Worx Poland

Codzienna praca działów HR wiąże się z operowaniem ogromną liczbą dokumentów, wniosków, umów, a także danych, których wprowadzanie i interpretacja potrafią być czasochłonne. Z badania „Payroll Proficiency Index” wynika, że dla 73,9 proc. przedsiębiorstw w Polsce, naliczanie płac jest łatwiejsze, dzięki rozwiązaniom technologicznym. Jednocześnie managerowie polskich firm wskazali 5 kluczowych procesów płacowych, które mogłyby być realizowane sprawniej i szybciej, dzięki wykorzystaniu nowoczesnych technologii w firmach. Są to:

- gromadzenie danych i dostęp do nich lub integracja ze źródłem danych (40,7 proc.),
- zarządzanie umowami (44,8 proc.),
- zarządzanie obecnościami i nieobecnościami (46,9 proc.),
- wypłata wynagrodzeń pracownikom i przepływy pieniędzy (40,5 proc.),

- oświadczenia, sprawozdania i komunikacja z władzami (45,6 proc.). Zaawansowane narzędzia dla działów HR to nie tylko oszczędność czasu oraz gwarancja zgodności z aktualnymi przepisami. Aż 91 proc. dyrektorów ds. HR wskazuje, że technologia i oprogramowania miały pozytywny wpływ na koszty naliczania płac. W dynamicznej rzeczywistości, w jakiej przyszło nam funkcjonować, wyzwaniem na miarę rozwoju lub stagnacji w firmie, jest poszukiwanie optymalizacji. Dotyczy to niemal każdego działu i obszaru funkcjonowania przedsiębiorstwa. Automatyzacja i digitalizacja powtarzalnych procesów pozwala nie tylko ograniczyć koszty czy wyeliminować niepotrzebne pomyłki, ale również w bardziej efektywny sposób wykorzystać potencjał i czas specjalistów. W przypadku działów HR, wykorzystanie technologii do stałych procesów związanych np. z naliczaniem i rozliczaniem płac czy czasu pracy, pozwala specjalistom HR na skupienie swojej uwagi i kompetencji na pracownikach, ich rozwoju czy kondycji psychicznej.

W badaniu „Payroll Proficiency Index” przeprowadzonym przez SD Worx, managerowie działów HR wskazują na trudności ze zrozumieniem aktualnych przepisów i brakiem odpowiedniego know-how. 65 proc. średniej wielkości przedsiębiorstw najczęściej zmagają się ze złożonością systemu podatkowego, a niemal połowa ankietowanych (44,8 proc.) przepisów twierdzi, że społeczne przepisy prawne oraz dostosowanie przepisów utrudniają naliczanie płac. Ponad połowa specjalistów ds. płac (56,4 proc.) wskazuje, że tempo zmian w przepisach prawa utrudnia im naliczanie płac. Aż 3 na 4 przebadane firmy średniej wielkości potwierdzają, że posiadanie dostępu do aktualnej wiedzy i know-how związanego z płacami ułatwia przetwarzanie danych i realizację niezbędnych procesów. Jednocześnie 34 proc. dyrektorów ds. HR przyznaje, że technologia ułatwia interpretację danych przed ich wprowadzeniem do systemu.

## Lek na całe zło?

Z czym zmagają się działy HR w polskich firmach? W bada-

niu „Payroll Proficiency Index” przeprowadzonym przez SD Worx, managerowie działów HR wskazują na trudności ze zrozumieniem aktualnych przepisów i brakiem odpowiedniego know-how. 65 proc. średniej wielkości przedsiębiorstw najczęściej zmagają się ze złożonością systemu podatkowego, a niemal połowa ankietowanych (44,8 proc.) przepisów twierdzi, że społeczne przepisy prawne oraz dostosowanie przepisów utrudniają naliczanie płac. Ponad połowa specjalistów ds. płac (56,4 proc.) wskazuje, że tempo zmian w przepisach prawa utrudnia im naliczanie płac. Aż 3 na 4 przebadane firmy średniej wielkości potwierdzają, że posiadanie dostępu do aktualnej wiedzy i know-how związanego z płacami ułatwia przetwarzanie danych i realizację niezbędnych procesów. Jednocześnie 34 proc. dyrektorów ds. HR przyznaje, że technologia ułatwia interpretację danych przed ich wprowadzeniem do systemu.

## Zaufanie technologii – czy możemy czuć się w pełni bezpiecznie

Jak wynika z badania SD Worx – „The Perfect Match”, w Polsce aż 59,2 proc. organizacji przywiązuje wagę do digitalizacji w zakresie HR, co przekłada się na zoptymalizowaną transformację cyfrową. Mimo tego 46,4 proc. polskich pracowników uważa, że ich pracodawcy wciąż mają przed sobą długą drogę do zapewnienia im optymalnych narzędzi technologicznych. Jedynie 42,8 proc. osób pracujących w Polsce przyznaje, że firmy zapewniają im odpowiednie zasoby cyfrowe do wydajnego i jakościowego wykonywania swojej pracy. Jest to najniższy wynik wśród wszystkich przebadanych krajów. Większość polskich pracowników nie odczuwa jednak zagrożenia wynikającego z digitalizacji miejsca pracy. Tylko 22 proc. uważa, że automatyzacja może zagrozić przetrwaniu ich stanowisk. Co druga osoba (48,4 proc.) za to przyznaje, że dzięki digitalizacji ich praca stała się przyjemniejsza i nabrała dodatkowego znaczenia. Znacząca większość polskich firm dostrzega korzyści wynikające z wprowadzania nowych rozwiązań technologicznych. Dyrektorzy finansowi, specjaliści ds. HR i płac, jak i inni eksperci w Polsce są zgodni: sprawnie wprowadzana digitalizacja nie tylko zwiększa wydajność przeprowadzanych procesów, ale pozwala również na budowanie konkurencyjności firmy na rynku pracy, zapewniając pracownikom komfort wykonywania swoich obowiązków. Ostatecznie, firma inwestująca w rozwiązania technologiczne wykazuje, że jest gotowa na innowacje, co przekłada się na atrakcyjność w oczach zarówno potencjalnych pracowników, jak i obecnych członków zespołu.



## Wirtualny przewodnik po zrównoważonym rozwoju w logistyce i regulacjach ESG



**Sprawdź**



# Stabilność łańcucha dostaw kluczem do sukcesu na europejskich rynkach

**Zgodnie z danymi zawartymi w analizie Europejskiego Banku Odbudowy i Rozwoju (EBOiR) pt. Global Supply Chains In Turbulence, analizującego stan światowej gospodarki w 2022 i 2023 roku w efekcie pandemii oraz ataku Rosji na Ukrainę rozpoczął się proces uniezależniania się przedsiębiorstw i gospodarek od globalnych łańcuchów dostaw. Wszystko wskazuje na to, że przedsiębiorcy odrobili lekcje i działają znacznie bardziej perspektywicznie niż przed 2019 rokiem.**

Już w minionym roku firmy postawiły na rozbudowanie swoich stanów magazynowych i model handlu „just in case” w miejsce wcześniej dominującej redukcji zasobów i handel w popularnym wcześniej modelu „just in time”. Ten model zakładał szybkość produkcji na podstawie na bieżąco dostarczanych komponentów, co przekładało się na spore korzyści związane chociażby z minimalizacją kosztów zabezpieczenia powierzchni magazynowej pod składowanie komponentów wykorzystywanych w produkcji. Ten model doskonale sprawdzał się w realiach pełnego dostępu do surowców i podzespołów, jaki znaleźliśmy w czasach przedcovidowych. Globalny kryzys gospodarczy i lock downy wprowadzane również w państwach azjatyckich ograniczył dostęp do półprzewodników, procesorów i licznych surowców, bez których produkcja w wielu miejscach na świecie została wstrzymana. Realia te, jak w soczewce pokazały uzależnienie europejskiej gospodarki od takich krajów, jak Chiny, Indie i Tajwan.

## Zmiany w europejskiej gospodarce

W badaniu EBOiR przeprowadzonym w 815 przedsiębiorstwach na terenie 15 europejskich krajów ponad trzy czwarte firm potwierdziło, że doświadczyło co najmniej jednego zakłócenia dostaw od początku pandemii. Ponad połowa doświadczyła problemów związanych z transportem. Z badań wynika również, że problemy związane są również z brakiem dostawców w kraju: w odniesieniu do Chin taki związek potwierdziło 65 proc. ankietowanych, a na zakłócenia spowodowane przez dostawców z Rosji, Białorusi lub Ukrainy wskazało aż 85 proc. badanych. Doświadczenia związane z pandemią zostały zatem jeszcze intensyfikowane przez agresję Rosji na Ukrainę. Zakłócenia w łańcuchach dostaw wpływają na stabilność gospodarek i stanowią źródło niepewności inwestorów, zatem potrzeba przeniesienia produkcji z powrotem do Europy stała się przedmiotem analiz i debat wielu środowisk zarówno

politycznych, jak i gospodarczych, stanowiąc jedno z najpilniejszych wyzwań, przed jakimi stoi Europa. Z analiz EBOiR wynika, że dotychczas już ponad trzy czwarte wszystkich firm działających globalnie wprowadziło środki zaradcze na zakłócenia łańcuchów dostaw. Przejście z modelu „just in time” na „just in case” połączyły z dywersyfikacją dostawców i zwiększenia liczby krajów, z których będą pozyskiwać surowce i podzespoły. Wiele wskazuje na to, że firmy wyciągnęły wnioski z ostatnich wydarzeń. Badanie potwierdziło, że na zwiększenie zapasów materiałów zdecydowało się 55 proc. firm, na pozyskiwanie tego samego materiału od większej liczby dostawców 49 proc., na zastąpienie zagranicznego dostawcy krajowym postawiło 19 proc. Widoczny jest także trend rezygnacji z dostawców z Chin, Rosji i Białorusi, przy czym trudność stanowi fakt, że aż 65 proc. firm nie posiada krajowych alternatyw dla dostawców z Chin, a aż 92 proc. z Rosji i 96 z Białorusi. Jak podkreśla Mariusz Zielonka, ekspert ekonomiczny Konfederacji Lewiatan specyfika sprowadzanych do

Polski materiałów przeznaczona jest do produkcji dóbr w Polsce. – Główna część importu, jaki do nas trafia, nie jest związana z bezpośrednią konsumpcją. Importujemy surowce, produkty i półprodukty, żeby je przetworzyć lub wyprodukować i sprzedać dalej. Można powiedzieć, że jesteśmy montownią, głównie dla Europy. Polskie przedsiębiorstwa są i będą zależne od zagranicznych dostaw. Polski przedsiębiorca charakteryzuje się pragmatycznością podejścia. Nasze firmy zmieniły sposób działania, szczególnie w okresie dużej zmienności cen. Kupowaliśmy „na zaś”, co przelożyło się na ogromne wzrosty zapasów. Po pandemii Komisja Europejska, ale też niezależnie państwa członkowskie, doszły do wniosku, że konieczne jest skrócenie łańcuchów dostaw i ich większa dywersyfikacja. I tu właśnie Polska może odnieść duży sukces – przy mądrze prowadzonej polityce zagranicznej. Nasze położenie geopolityczne, nasza infrastruktura, czy w końcu relatywnie nadal tańsza siła robocza, powodują, że mamy szansę być hubem dla Europy Zachodniej. Tak już zresztą się dzieje, ale na razie w obszarze usług. Nearshoring ma już miejsce na dużą skalę w Polsce – podkreśla ekspert.

Przezorność przynosi korzyści. Można zatem pokusić się o stwierdzenie, że polscy przedsiębiorcy dobrze przygotowali się na zawirowania, z jakimi obecnie zmaga się świat. Zabezpieczone surowce i materiały niezbędne do stabilnej produkcji stanowią obecnie przewagę konkurencyjną. Nie powinien zatem dziwić fakt, że polskie firmy podbijają europejskie rynki.

I nie chodzi tu tylko o wspomniane montownie komponentów sprowadzanych z zagranicy, ale także własną produkcję. Przykładem jest podkrakowska firma DMDmodular, której zdecydowana większość zamówień pochodzi spoza Polski. Firma specjalizuje się w budowie wielokondygnacyjnych budynków modułowych, których produkcja odbywa się w fabryce w Skawinie. W pełni wykończone i wyposażone moduły transportem drogowym docierają do Szkocji, Danii, Szwajcarii czy Holandii, gdzie powstają z nich gotowe budynki. To właśnie zabezpieczenie surowców do produkcji modułów przyczynia się do pozyskiwania zleceń z tak licznych lokalizacji na terenie Europy. Dostępność materiałów budowlanych sprzyja pozyskiwaniu zleceń, ich stabilnej realizacji i przyczynia się do wzrostu konkurencyjności polskich firm na europejskich rynkach. – Firmy europejskie, nauczone doświadczeniem ostatnich lat, wśród czynników, jakie biorą pod uwagę przy składaniu zamówień, wymieniają zarówno pochodzenie surowców, jak i zasoby gwarantujące niezakłóconą realizację zamówienia – mówi Ewelina Woźniak-Szpakiewicz, prezes zarządu DMDmodular. Również my wyciągnęliśmy wnioski z zawirowań ostatnich lat i współpracujemy z dostawcami, którzy mają zabezpieczony łańcuch dostaw, co powoduje, że nasza produkcja odbywa się bez zakłóceń. Obecnie realizujemy zlecenia nie tylko z rynków zagranicznych, ale także na rynek krajowy. Gwarancja harmonogramu realizacji projektu, na którą ma ogromny wpływ ter-

minowość dostaw od naszych kooperantów, jest jednym z kluczowych czynników wyboru DMD jako dostawcy modułów – dodaje ekspertka.

## Szybkość, innowacyjność i ekologia

Technologia modułowa zyskuje na popularności w wielu krajach świata dzięki korzyściom, jakie oferuje klientom. Dla inwestorów z rynku hotelowego, PRS czy biurowego kluczowe znaczenie ma czas. Budynek modułowy powstaje w czasie o połowę krótszym niż budynki przygotowywane w technologii tradycyjnej, co pozwala operatorom budynków komercyjnych na znacznie szybsze możliwości czerpania przychodów z ich najmu. Drugim ważnym czynnikiem jest łatwość i szybkość montażu wielokondygnacyjnych budynków nawet w najbardziej zatłoczonych centrach miast. Oznacza to możliwość ich realizacji bez utrudnień dla ruchu miejskiego, czy chociażby protestów ze strony sąsiadów inwestycji, co niejednokrotnie powoduje paraliż procedur uzyskiwania pozwoleń na budowę.

Kolejnym ważnym czynnikiem, który na europejskim rynku ma olbrzymie znaczenie, jest ekologia. Budownictwo modułowe pozwala na optymalizację procesów budowy obiektów w warunkach fabrycznych. Oznacza to nie tylko wysoką, powtarzalną jakość, ale także ograniczenie odpadów budowlanych do absolutnego minimum. Optymalizacja procesowa to jedna z kluczowych cech budownictwa modułowego, zatem także wykorzystanie energii, ilość roboczogodzin i efektywność energetyczna przyszłych budynków przyczyniają się do wysokich not, jakie budynki modułowe uzyskują w wymagających certyfikacjach ekologicznych jak BRE-EAM, LEED czy WELL. Wyniki te mają kluczowe znaczenie dla uzyskania preferencyjnych warunków finansowania inwestycji, zatem wielu inwestorów stawia na tę technologię także z tego powodu. Dynamika wydarzeń ostatnich lat nie zapewnia spokoju wielu sektorom gospodarki. Inflacja, zakłócenia łańcuchów dostaw, lock downy wymusiły zmiany w sposobach myślenia o prowadzeniu biznesu. Dywersyfikacja dostawców i orientacja gospodarek europejskich na rynek wewnętrzny w miejsce uzależnienia od dostawców z Azji z pewnością korzystnie wpłyną na sytuację wielu europejskich firm. Przyczynią się do zapewnienia większej stabilności dostaw i terminowości realizacji kontraktów. Doświadczenie uczy, że są one kluczowe dla utrzymania wiarygodności europejskich producentów.

