

BANK SPÓŁDZIELCZY

ŚWIAT BANKOWOŚCI SPÓŁDZIELCZEJ
NR 1/599 STYCZEŃ-MARZEC 2021
ISSN 2719-4515



ROZMOWA Z HALINĄ WILK

PANDEMIA I MY

JAKIE WNIOSKI NA PRZYSZŁOŚĆ? s. 5

PANDEMICZNY ROK NIE TAKI STRASZNY
DLA BANKÓW SPÓŁDZIELCZYCH s. 12

#ZIELONESĄSIEDZTWO
ZIELONY DOM? KAŻDY MOŻE! s. 23

ROK ŻYCIA W PANDEMII

Luty 2020. Jeszcze wszyscy żyjemy w świecie niemal idealnym. Gospodarka rośnie, wskaźniki pną się do góry, rośnie sprzedaż i notowania giełdowe. Gdzieś w serwisach informacyjnych przewija się informacja o nowej odmianie wirusa. Ale na razie prawie nikt nie zwraca na nią uwagi. Czy ktoś pamięta wirusa ebolę? Przynajmniej w Polsce? Potem przychodzi marzec i... wszystko się zaczyna od nowa.



centowych niemal do zera i znaczący spadek wyniku odsetkowego. Najbardziej odczuły to najmniejsze banki, w których portfelach kredytowych znaczny odsetek stanowią kredyty preferencyjne udzielone jeszcze na starych, bardzo niekorzystnych dla banku zasadach – pisze Janusz Orłowski. Jak sobie radzą bankowcy-spółdzielcy? W naszym magazynie chciałbym zwrócić uwagę na wywiad z Haliną Wilk, prezesem zarządu banku w Przysusze:

Negatywne skutki niskich stóp procentowych wymagają podjęcia działań zmierzających do zwiększenia przychodów pozaodsetkowych. Zmiana taryfy opłat i prowizji na pewno nie wystarczy. Podniesienie marż kredytowych również może nie przynieść wymiernych korzyści. (...) Liczymy na zwiększenie przychodów z wymiany walut, a także sprzedaży ubezpieczeń – w tej sferze usług wprowadziliśmy system motywacyjny w postaci wynagrodzenia dla pracowników. Dodatkowo przyjęliśmy plan sprzedaży na jednostkę, który objęty jest szczególnym monitorowaniem.

Polecam też wypowiedzi prezesów: Przemysława Jóźwiaka z Konina, Bartosza Kublika z Ostrowi Mazowieckiej i Norberta Klimka z Lipki.

Banki Spółdzielcze szukają kolejnych przychodów. Mocno stawiają na nowe technologie, nowoczesny marketing i komunikację głównie w internecie. Polecam felieton Eweliny Ignaczak, szefowej marketingu w SGB-Banku. Autorka uchyla nam kuliszy przygotowywania ostatniej kampanii reklamowej promującej nasz flagowy produkt aplikację SGB-Mobile. Omawia jej założenia, cele i strategię. Kampania „Mamy tu wszystko...” spotkała się z dobrym odbiorem wśród klientów.

Banki SGB dd lat stawiają na ekologię, a teraz robią to szczególnie intensywnie. Ekologia to już nie moda, ale trend i konieczność. Postawmy na ekologię – pisze w swoim tekście Piotr Orlik, zachęcając bankowców do udziału w programie Zielone Sąsiedztwo. Zapowiada się bardzo interesująco! Z kolei Jacek Prześluga opisuje jak zbudował ekologiczny dom pasywny na Podlasiu i wspomina o ofercie Banków Spółdzielczych. A jest ona bardzo szeroka!

Chyba wielu z nas już nie może się doczekać prawdziwej wiosny, ciepła i zieleni. W przedostatnią niedzielę marca pojechałem do rezerwatu Śnieżycowy Jar w pobliżu Murowanej Gośliny. To unikat na skalę krajową! Pierwszy raz odwiedziłem to miejsce 15 lat temu... Turyści nieopatrznie podeptali wtedy piękne, wiosenne kwiaty. Dziś zbudowana jest tam bardzo elegancka kładka, lokalna inwestycja w przyrodę. Służy, jako dowód, że można żyć w harmonii z naturą. A dzięki niej – łatwiej daje się odetchnąć od pandemii. Czego Państwu serdecznie życzę.

Miłej lektury :)

Roman Szewczyk
Redaktor Naczelny

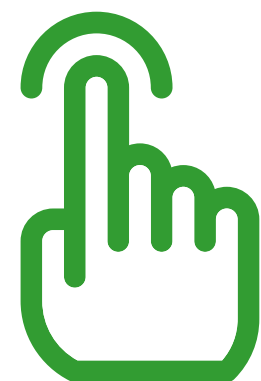


BANK SPÓŁDZIELCZY

Adres Redakcji: Szarych Szeregów 23a, 60-462 Poznań,
M.: **505 459 471**, E.: wydawnictwo@bodie.pl,
www.bodie.pl/szkolenia/bodie-extra/ wydawnictwo/ksiazki
Redaguje zespół: redaktor naczelny – **Roman Szewczyk**
redaktorzy prowadzący – **Rafał Łopka, Jerzy Sygidus**
redakcja techniczna – **BODiE**
Stale współpracują: **Robert Azembski, Eugeniusz Gostomski,**
Janusz Orłowski, Robert Woźniak
Korekta: **Jerzy Sygidus**
Reklama: M: **505 459 471**
Projekt: dubielstudio.pl, rm2.eu Skład: **drukma**

Zdjęcie na okładce: **Roman Szewczyk**
Obróbka: dubielstudio.pl
Jeżeli nie zaznaczono inaczej zdjęcia we wnętrzu pochodzą z **Pixabay.com**.
Wydawca:
Bankowy Ośrodek Doradztwa i Edukacji Sp. z o.o.
Szarych Szeregów 23a, 60-462 Poznań, M.: 505 459 471,
E.: wydawnictwo@bodie.pl
Na zlecenie SGB-Banku SA
Redakcja nie zwraca materiałów nie zamówionych. Zastrzega sobie prawo do redakcyjnego opracowania tekstów, skracania oraz zmiany tytułów. Rozpowszechnianie materiałów redakcyjnych w formie papierowej i elektronicznej bez zgody Wydawcy zabronione.

BS
NA RYNKU OD
1964 ROKU



KLIKNIJ ŻEBY
PRZEJŚĆ DO
ARTYKUŁU



WAŻNE DLA SEKTORA

PANDEMIA I MY. JAKIE WNIOSKI NA PRZYSZŁOŚĆ?

s. 5

ROZMOWA Z HALINĄ WILK, PREZES
ZARZĄDU BANKU SPÓŁDZIELCZEGO
W PRZYSUSZE

TEMAT NUMERU

„BANK ZIEMSKI” ZAMIAST LOKAT?

s. 9

PANDEMICZNY ROK NIE TAKI STRASZNY DLA BANKÓW SPÓŁDZIELCZYCH

s. 12

POSZUKIWACZE ZAGINIONEGO ZYSKU

s. 14

SPECJALNIE DLA WAS

DLACZEGO WARTO ZADBAĆ O ANALITYKĘ I JAKOŚĆ DANYCH DIGITALOWYCH?

s. 17

TU MAMY WSZYSTKO, CZYLI KILKA SŁÓW O KAMPANII SGB MOBILE

s. 20

ZBUDUJMY WSPÓLNIE ZIELONE SĄSIEDZTWO

s. 22

ZIELONY DOM? KAŻDY MOŻE!

s. 23

WYZWANIE SPORTOWE SGB. CZY PANDEMIA WYJDZIE NAM NA ZDROWIE?

s. 26

ODPORNİ NA STRES - MOŻEMY WIĘCEJ!

s. 28

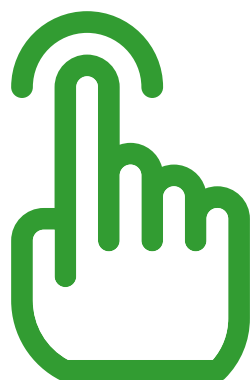


KLIKNIJ ŻEBY
POSŁUCHAĆ
ARTYKUŁU NA



KLIKNIJ ŻEBY
POSŁUCHAĆ
ARTYKUŁU NA





KLIKNIJ ŻEBY
PRZEJŚĆ DO
ARTYKUŁU



**USŁUGA SGB ID WDROŻONA
W NIEMAL WSZYSTKICH BANKACH
SPÓŁDZIELCZYCH SGB! s. 31**

NIE OPUSZCZAJ FIRMY W KRYZYSIE s. 33

**POD PATRONATEM I MECENATEM
WŁOSKIEGO BANKU SPÓŁDZIELCZEGO
CASSA RURALE VAL DI NON s. 35**
**ŚWIĘTO KWITNĄCYCH JABŁONI
U STÓP DOLOMITÓW**

TYM ŻYJE BANKOWOŚĆ

**WAŻNE JEST OKREŚLENIE,
DO CZEGO WYKORZYSTANE BĘDĄ
DANE OSOBOWE s. 37**

ROZMOWA Z DR. WOJCIECHEM
WIEWIÓROWSKIM, EUROPEJSKIM
INSPEKTOREM OCHRONY DANYCH

**BODIE. WIELOLETNI I ZAUFANY
PARTNER SPÓŁDZIELCZEJ
GRUPY BANKOWEJ s. 39**

ROZMOWA Z MAGDALENĄ OPERACZ,
PREZES ZARZĄDU BODIE

**ZACHOWANIA ZAKUPOWE
POLAKÓW. NAWYKI Z CZASU
PANDEMII ZOSTANĄ Z NAMI NA
DŁUŻEJ s. 42**

**REPUTACJA 2020
CORAZ WIĘKSZA POLARYZACJA
OPINII O BANKACH s. 45**

PRZEKRĘT NA ZDALNY PULPIT s. 47

**KSZTAŁTOWANIE SIĘ CEN
NIERUCHOMOŚCI W POLSCE
W 2020 ROKU s. 48**

PRAWO

**WPŁYW COVID-19 NA NAJEM
NIERUCHOMOŚCI s. 51**

**POLITYKA WYNAGRODZEŃ
W BANKU SPÓŁDZIELCZYM
W ŚWIELE BIEŻĄCYCH ZMIAN
PRAWNYCH s. 53**

**BEZPIECZEŃSTWO ELEKTRONICZ-
NEGO OBIEGU DOKUMENTÓW
KLIENTÓW s. 55**



KLIKNIJ ŻEBY
POSŁUCHAĆ
ARTYKUŁU NA
Spotify



PANDEMIA I MY

JAKIE WNIOSKI NA PRZYSZŁOŚĆ?

ROZMOWA Z HALINĄ WILK,
PREZES ZARZĄDU BANKU SPÓŁDZIELCZEGO W PRZYSUSZE



W marcu 2020 roku wykryto w Polsce pierwszy przypadek koronawirusa. Już rok żyjemy w zupełnie innej rzeczywistości. Pokuś się pani o podsumowanie? Jak COVID-19 wpłynął na bankowość spółdzielczą? Jak zmieniło się życie banku w Przysusze?

Wybuch pandemii zmienił rzeczywistość w wymiarze globalnym. Zatrzymał ludzi w granicach państw, a często w granicach regionów i miast. Na długie miesiące zamknął nas w domach, zmieniając kompletnie nasz styl życia. Praktycznie z dnia na dzień zmuszeni byliśmy przestawić się na zupełnie nowe zasady funkcjonowania w naszych społecznościach – dystans, zamknięte sklepy i placówki, ograniczone możliwości komunikowania, praca zdalna, wystudzona do minimum aktywność kulturalna i sportowa – to wszystko musiało się odbić również na gospodarce. A w ślad za nią na działaniu całego systemu bankowego. Sytuacja zmusiła nas do podjęcia nowych wyzwań w wielu obszarach. Musieliśmy skupić uwagę na ochronie personelu bankowego i naszych klientów, dostosować wszystkie formy wcześniejszej działalności banków do nowych zasad i wprowadzonych restrykcji. A my, w Przysusze? Bardzo szybko wdrożyliśmy wiele rozwiązań, których celem było ograniczenie wpływu pandemii na ciągłość działania banku i dostępność usług bankowych dla klientów. To był główny cel w pierwszych miesiącach lockdownu. Epidemia koronawirusa trochę nas przestraszyła, ale w żaden sposób nie pokonała. Duży wpływ na działalność naszego sektora miało trzykrotne obniżenie przez RPP poziomu stóp procentowych, a także wprowadzenie przez rząd programów pomocowych dla przedsiębiorców i gospodarstw domowych. To zdecydowało o sytuacji ekonomiczno-finansowej banku – sposób budowania wyniku zmienił się z miesiąca na miesiąc. Przychody odsetkowe z tytułu lokat niemal zniknęły, a z tytułu kredytów istotnie się zmniejszyły. Musieliśmy się szybko dostosować do nowych warunków rynkowych, dopasowując do nich politykę sprzedaży i obniżając koszty odsetkowe.

Czy możemy już ocenić wyniki finansowe za rok 2020?

Wstępnie tak. Bank Spółdzielczy w Przysusze zamknął rok 2020 zyskiem brutto w wysokości 1 750 000 złotych. Mając wysoką adekwatność kapitałową – poziom kapitału w naszym banku wynosi ponad 43 miliony – stwierdziliśmy, że rok 2021 może być rokiem jeszcze trudniejszym i wykonaliśmy plan rezerw celowych na ryzyko kredytowe z nadwyżką. Mamy na wysokim poziomie wskaźnik ozerwowania kredytów, co oznacza, że w roku bieżącym możemy czuć się finansowo bezpieczni. Ale nie usypiajmy własnej czujności dodatnim wynikiem finansowym banku. Osiągnięty poziom zysku nie oznacza, że pandemia ma minimalny wpływ na nasz lokalny rynek. Przeciwnie: akcja kredytowa nie rozwija się tak, jak byśmy sobie życzyli, popyt jest niższy, co spowodowane jest obawą klientów o przyszłość i silnym wyhamowaniem aktywności gospodarczej przedsiębiorców. Bank zmuszony był do prowadzenia ostrożnej polityki

kredytowej, także ze względu na obawy przed trudnościami w regulowaniu zobowiązań. Zważywszy na trudny do przewidzenia okres utrzymywania się niskich stóp procentowych, konsekwencje tych zmian będą odczuwalne w najbliższych latach. Kluczowym w obecnej sytuacji jest stabilny rozwój akcji kredytowej między innymi w segmencie osób fizycznych, rolników i jednostek samorządu terytorialnego, oparty na minimalizacji ryzyka, co może pozwolić na częściowe odbudowanie wyniku odsetkowego. Ważne dla naszej działalności jest też dążenie do racjonalnej integracji z Grupą SGB i korzystanie z projektów Zrzeszenia, które wspierają działalność banku. Strategia Grupy może być szansą na poprawę sprawności działania w niełatwym dla banku okresie.

Jakie procesy związane z działalnością biznesową zostały przyspieszone ze względu na pandemię?

Wzrost oczekiwań i potrzeb klientów powoduje, że wciąż stawiamy na inwestycje związane z rozwojem technologii w obszarze bezpieczeństwa IT i usług. Ze względu na pandemię zwiększyła się skala i wielość zastosowań w takich obszarach, jak system pracy zdalnej, korzystanie z platform e-learningowych, ze szkoleń i warsztatów w trybie online, wyposażenie pracowników w Internet mobilny i notebooki. Codziennością w życiu banku stało się wykorzystanie podpisu elektronicznego, to samo dotyczy wielu innych działań służących optymalizacji procesów back office, jak choćby e-faktury. Przyjęte w założeniach na 2020 rok działania Grupy dobrze wpisały się w obecną sytuację; wprowadzenie i udostępnienie aplikacji mobilnej SGB Mobile w celu wzmocnienia bankowych kompetencji cyfrowych, wprowadzenie i udostępnienie usługi Moje ID z wykorzystaniem profilu zaufanego znacząco przyspieszyło proces rozwoju naszego banku. Potwierdzenie

tożsamości z wykorzystaniem usługi SGB ID otwiera dostęp do wszystkich placówek usług publicznych, a także do usług komercyjnych. Dodatkowe terminale dla jednostek organizacyjnych banku zwiększają nasze możliwości w zakresie płatności bezgotówkowych. Wprowadzenie do oferty nowych produktów w postaci Gwarancji BGK daje naszym klientom szansę na wsparcie i rozwój. Wykorzystaliśmy miniony rok także na restrukturyzację placówek i redukcję kosztów. Ale powtórzę – sytuacja jest dynamiczna, trzeba stale ją monitorować i analizować rynek oraz potrzeby konsumentów. Bez tego nie osiągniemy naszych celów.

Czy obecna sytuacja wpływa na jakość portfela kredytowego? Wiele branż od miesięcy nie prowadzi działalności.

Oczywiście, są takie branże, które ucierpiały w okresie pandemii szczególnie mocno, pomimo tarcz ochronnych. Można zaliczyć do nich gastronomię, turystykę, transport pasażerski i wiele drobnych usług w różnych branżach. W naszym banku nie stanowią one jednak istotnej części portfela kredytowego. Sektor spożywczy i detaliczny, który obsługujemy, w mniejszych miejscowościach nie odczuł tak zdecydowanie skutków



pandemii i wprowadzonych ograniczeń. Negatywny wpływ pandemii na sytuację ekonomiczno-finansową kredytobiorców zostanie w znacznym stopniu zminimalizowany poprzez wsparcie finansowe w postaci programów rządowych i włączenie się sektora bankowego, w tym naszego banku, w procesy wsparcia przedsiębiorców subwencjami finansowymi PFR i gwarancjami BGK. To dobre narzędzia. W toku pandemii umożliwiliśmy klientom zawieszenie okresu spłaty kredytu na podstawie uproszczonej procedury, przewidzianej w rządowym pakiecie ustaw. Zmianą zasad spłaty zobowiązań kredytowych wobec banku zostało objętych 71 umów kredytowych, co stanowiło 23% w obliżu kredytów na dzień 30 czerwca 2020 roku. Wszyscy ci klienci zostali objęci wzmożonym monitoringiem sytuacji ekonomiczno-finansowej. Warto zaznaczyć, że terminowość spłat została utrzymana, ale dostrzegalne są spowolnienia w egzekucji długów, zwłaszcza procedowanie czynności windykacyjnych. Pomimo trudnej sytuacji związanej z COVID-19, jakość portfela kredytowego w 2020 roku w banku uległa poprawie w stosunku do roku 2019 dzięki skutecznej windykacji.

Od wielu miesięcy banki działają w otoczeniu najniższych stóp procentowych. Gdzie można szukać dochodów pozaodsetkowych?

Negatywne skutki niskich stóp procentowych wymagają podjęcia działań zmierzających do zwiększenia przychodów pozaodsetkowych. Zmiana taryfy opłat i prowizji na pewno nie wystarczy. Podniesienie marż kredytowych również może nie przynieść wymiernych korzyści.

Każdy bank zdaje sobie sprawę, jak istotna jest rola wyniku pozaodsetkowego w okresie niskich stóp procentowych. Analizujemy więc wszystkie możliwości, między innymi dostosowanie kosztów obsługi sektora samorządowego do kosztów ponoszonych przez bank. Liczymy na zwiększenie przychodów z wymiany walut, a także sprzedaży ubezpieczeń – w tej sferze usług wprowadziliśmy system motywacyjny w postaci wynagrodzenia dla pracowników. Dodatkowo przyjęliśmy plan sprzedaży na jednostkę, który objęty jest szczególnym monitoringiem.

Wielu klientów zostało zmuszonych do kontaktu z bankiem poprzez kanały zdalne. Pomoc PFR – również tylko zdalnie. Czy pani zdaniem, warto inwestować w komunikację z klientami za pomocą mediów społecznościowych?

Pandemia ujawniła, jak kluczową rolę w rozwoju społeczeństwa odgrywają nowoczesne technologie. Dotychczas nie wszyscy klienci korzystali z zalet bankowości internetowej. Epidemia sprawiła, iż wielu klientów, którzy mieli udostępnioną tę usługę, ale nie byli jej aktywnymi użytkownikami, przekonało się do wykorzystania tego kanału. Załatwienie spraw urzędowych, zakupy w sieci i opłaty rachunków bez wychodzenia z domu w XXI wieku powinny być codziennością klientów banków spółdzielczych. My, w odróżnieniu od wielu urzędów, nie zamykaliśmy placówek, ale względy bezpieczeństwa sprawiły, iż nasi klienci sami zaczęli preferować bankowość internetową. To samo dotyczyło redystrybucji środków w ramach tarcz finansowych

PFR. Następowala ona wyłącznie dzięki systemom automatycznego przekazywania informacji między bankami, a PFR. Beneficjenci, którzy są klientami banku, mogli złożyć wniosek o subwencję wyłącznie za pośrednictwem bankowości internetowej. To również w pewien sposób wymusiło przejście na taką formułę rozliczeń. Dziś obserwujemy, że konsumenci trzymają się nadal internetowych kanałów relacji z bankiem, dostrzegając w nich wiele plusów. Zdajemy sobie sprawę, jak ważne jest budowanie kontaktów z klientami w przestrzeni cyfrowej. Samo założenie profilu w banku to za mało. Istotna jest aktywność, regularność i autentyczność. Dlatego też podjęliśmy decyzję o prowadzeniu komunikacji z klientami w mediach społecznościowych. Korzyści z potencjału, który niosą serwisy społecznościowe, będą jednak wymierne tylko wtedy, gdy będziemy odpowiedzialnie z niego korzystali. W naszym banku nie ma dedykowanej komórki, która zajmowałaby się wyłącznie sferą public relations. Przygotowaliśmy grupę pracowników odpowiedzialnych za prowadzenie aktywnej komunikacji, tworzenie interesujących treści, ale przede wszystkim, za bieżące moni-

torowanie publikowanych na temat banku informacji. Jesteśmy świadomi, jak ważna jest dbałość o jakość komunikacji i budowanie pozytywnego wizerunku banku. Budowanie relacji bezpośrednich z klientami, które w mojej ocenie stanowią największy potencjał banku, w obecnej rzeczywistości może już nie wystarczyć. Social media to sposób na bliskość i dialog z klientem w przestrzeni cyfrowej. Uważamy, że warto inwestować w komunikację z obecnymi, jak również potencjalnymi klientami. Chcemy, aby młode

Kluczowym w obecnej sytuacji jest stabilny rozwój akcji kredytowej między innymi w segmencie osób fizycznych, rolników i jednostek samorządu terytorialnego, oparty na minimalizacji ryzyka, co może pozwolić na częściowe odbudowanie wyniku odsetkowego.

pokolenie kojarzyło bank spółdzielczy w Przysusze z nowoczesnymi usługami i mobilnymi rozwiązaniami. Obecność banku w mediach społecznościowych stała się więc koniecznością. W obecnych czasach nieunikniony jest rozwój i dywersyfikacja kanałów relacji z klientem. Odpowiadając na potrzeby klientów, szczególnie młodych, zmieniliśmy w 2019 roku stronę internetową banku, pod kątem spójności informacji, jakości użytkowej i wizerunkowej.

W jaki sposób skutecznie pozyskać grupę młodych klientów? Banki mają w swojej ofercie wszystkie płatności mobilne, mamy już aplikację SGB Mobile. Czy to jest sposób na pozyskanie młodego pokolenia?

Mamy już odpowiednie narzędzia do obsługi młodych klientów. W ramach projektu zrzeszeniowego „Mobilne przyspieszenie”, oferujemy produkty oparte na nowoczesnych technologiach, płatności mobilne czy własną aplikację SGB Mobile, która zawiera wiele nietuzinkowych funkcjonalności. Ale technologie to tylko jedna sfera naszych działań. Podejmujemy inicjatywy w kierunku przybliżenia bankowości spółdzielczej i młodego pokolenia, bazując na rosnącym coraz silniej trendzie „mody na lokalność”. Bank jest partnerem programu Bakcyl. Jesteśmy otwarci na zawodowe praktyki studenckie: studenci podczas praktyk mają możliwość poznania bankowości spółdzielczej w praktyce. W szkołach propagujemy SKO. W naszej ofercie dla młodych osób (13–30 lat) jest nowoczesny wielofunkcyjny rachunek oszczędnościowo-rozliczeniowy z całą gamą usług mobilnych. I wreszcie – wdramy działania w sieci, które mają



na celu przyciągnięcie nowych klientów. Mam na myśli budowanie społeczności marki w serwisie Facebook, promocje internetowe na naszej stronie, zmianę stylu komunikacji. Od wielu lat działamy też społecznie w najbliższym otoczeniu. Zmieniamy profil spotkań w taki sposób, aby generować jak najwięcej kontaktów z potencjalnymi klientami. Nie wystarczy samo sponsorowanie wydarzeń lokalnych i wspieranie szkół. Musimy podczas tych wydarzeń przekonywać młodych ludzi, że to jest bank dla nich. Młoda i aktywna kadra, którą posiada bank, już teraz jest świetnym i wiarygodnym partnerem do rozmów dla młodszego pokolenia.

Dużo mówimy o nowych technologiach. A bankowość tradycyjna? Jaki jest ruch w państwa placówkach?

Znacząco zmalał. Dla klienta liczy się wygoda i bezpieczeństwo – pandemia pozwoliła to docenić. Ze względu na wprowadzone obostrzenia rządowe, rzadko wychodzimy z domu, tym samym, zmieniamy nasze zachowania. Zakupy internetowe są bezpieczniejsze niż w sklepach stacjonarnych. Sprawy urzędowe, usługi medyczne można też załatwić elektronicznie z wykorzystaniem platformy ePUAP w ramach profilu zaufanego, bądź podpisu elektronicznego. Bank posiada wszystkie niezbędne środki, które umożliwiają klientom realizację tych potrzeb. Epidemia COVID-19 wpłynęła na znaczne zwiększenie całkowitej transakcyjności kartami, w tym transakcji internetowych, zarówno tych dokonywanych za pośrednictwem aplikacji mobilnych, kart płatniczych, jak również za pośrednictwem bankowości elektronicznej. Jednocześnie przełożyło się

to na zmniejszoną liczbę klientów w placówkach – zanotowaliśmy około 30% spadek w 2020 roku w porównaniu do roku 2019. Ilość kont internetowych w banku w 2020 wrosła w tym czasie o 28%. Transakcje internetowe krajowe, ale również zagraniczne, realizowane za pomocą kart płatniczych wzrosły r/r o około 50%, tak w ujęciu ilościowym, jak i wartościowym. Odniósłabym się również do transakcji BLIK-iem, ale tu rok 2019 był dla nas w zasadzie rokiem wyjściowym, powiem więc, że tu również notujemy ogromny wzrost. Ostatni rok pokazał, że operacje bankowe realizowane w placówkach przeniosły się do sieci z wygody lub konieczności. I moim zdaniem, jest to już trend nieodwracalny.

Dużo uwagi poświęca się obecnie zmianom klimatycznym. Wiele firm stawia na rozwiązania proekologiczne, swoje oferty finansowe zgłaszają dziś producenci czy dostawcy energii elektrycznej. Czy bank w Przysusze promuje ofertę związaną z ekologią?

To prawda, bardzo dużo mówi się o zmianach klimatycznych i sporo też zmienia się w tej sferze na lepsze. Wyzwaniem jest jednak ciągła kontynuacja działań proekologicznych, ich promocja i systemy wsparcia ze strony państwa, jego agend oraz organizacji pozarządowych. Niektóre z tych inwestycji nadal są przecież bardzo kapitałochłonne. Ale istnieje też spora prze-

strzeń do osobistego zaangażowania, ja sama podjęłam, na przykład, decyzję o budowie systemu zbierającego wodę deszczową; magazynowanie deszczówki jest priorytetem w obliczu postępującej klęski suszy. Takie projekty mają spore wsparcie finansowe ze strony państwa i samorządów. Czy jednak zawsze motywacją powinny być rządowe systemy wsparcia? Moim zadaniem, nie. Obowiązkiem każdego z nas jest wspieranie i promowanie rozwiązań proekologicznych. W banku podejmujemy działania, których celem jest zmniejszenie zużycia energii, emisji dwutlenku węgla, dążymy do zmniejszenia zużycia papieru i odpadów. A czy promujemy ofertę związaną z ekologią? Zdecydowanie tak. Mamy produkt finansowy – kredyt EKO! Promujemy rozwiązania proekologiczne. Klientom instytucjonalnym oferujemy możliwość skorzystania z gwarancji BGK FG-POIR: BIZNESMAX. To rozwiązanie dla przedsiębiorców realizujących inwestycje proekologiczne i innowacyjne. Rolą banku jest realne angażowanie się w projekty proekologiczne na rzecz minimalizacji wpływu na środowisko naturalne, a także przeciwdziałanie zmianom klimatu w wymiarze lokalnym. To nasz obowiązek.

Przyjęte w założeniach na 2020 rok działania Grupy dobrze wpisały się w obecną sytuację; wprowadzenie i udostępnienie aplikacji mobilnej SGB Mobile w celu wzmocnienia bankowych kompetencji cyfrowych, wprowadzenie i udostępnienie usługi Moje ID z wykorzystaniem profilu zaufanego znacząco przyspieszyło proces rozwoju naszego banku.

Podsumujmy zatem: czy pandemia czegoś nas nauczyła?

Przede wszystkim nowego myślenia o sobie, o swoim miejscu w rzeczywistości. Nauczyła nas akceptacji, oswojenia z trudnymi sytuacjami i radzenia sobie z nimi. Nauczyliśmy się doceniać stabilizację. Kolejne lockdowny i obostrzenia pozwalają zrozumieć, że te rzeczy, które wydawały się oczywiste dla naszego stylu życia, nie są nam dane raz na zawsze. Nauczyliśmy się też żyć w nowej normalności – w izolacji, w szerszym stopniu umiemy korzystać ze spotkań online.

Doceniamy, jak ważny jest bieżący, bezpośredni kontakt – bez масечек i bez pośrednictwa Internetu. Myślę, że po zakończeniu pandemii będziemy mocniej doceniać to, co naprawdę jest ważne w naszym życiu: stabilność, spokój, dobre zdrowie, więzi z najbliższymi. Jakie wnioski wyciągniemy na przyszłość? To zależy od nas samych. Na pewno konieczny jest rozwój technologii i komunikacji na odległość. Uważam, że te formy będą się rozwijać. Moje doświadczenie podpowiada mi jednak, że to w pewnym stopniu osłabi relacje społeczne. Jako ludzie potrzebujemy przecież spotkań twarzą w twarz, potrzebujemy więzi i wspólnoty. Przenosząc to na grunt zawodowy, potrzeba relacji międzyludzkich pozytywnie wpływa na motywację do pracy i efektywność. Jednocześnie musimy stawiać czoła nowym wyzwaniom i dostosować się do rzeczywistości i warunków, w których funkcjonujemy. W banku wiele rozwiązań pewnie nie byłoby wprowadzonych, gdyby nie warunki zewnętrzne, które wymusiły większą elastyczność w działaniu. Nauczyliśmy się żyć w zmienionych warunkach i zdobyliśmy umiejętność błyskawicznego przystosowania się do nowych sytuacji. Może to jest właśnie ta siła, która okaże się kluczowa dla naszego rozwoju w nowej perspektywie? Może dzięki naukom płynącym z pandemii lepiej będziemy sobie radzili z wyzwaniami w przyszłości? ●

*Przysucha, 5 marca 2021 r.
Rozmawiał: Roman Szewczyk*



„BANK ZIEMSKI” ZAMIAST LOKAT?

JANUSZ ORŁOWSKI

W minionym roku zyski banków spadły blisko o połowę. Nic nie wskazuje na to, że ten spadek uda się odrobić w tym roku, a nawet w najbliższych kilku latach. Trudno liczyć na znaczącą zmianę sytuacji banków, wynikającą m.in. z chęci odbudowy swoich biznesów przez przedsiębiorców korzystających z finansowego wsparcia banków. Zbyt wiele niewiadomych dotyczy bowiem zarówno przebiegu, jak i terminu zakończenia pandemii, a co za tym idzie wprowadzanych przez rząd ograniczeń hamujących normalne funkcjonowanie społeczeństwa i gospodarki.

Dla banków spółdzielczych szczególnie dotkliwe było obniżenie podstawowych stóp procentowych niemal do zera i znaczący spadek wyniku odsetkowego. Najbardziej odczuły to najmniejsze banki, w których portfelach kredytowych znaczny odsetek stanowią kredyty preferencyjne udzielone jeszcze na starych, bardzo niekorzystnych dla banku zasadach. Nie napawają też optymizmem zapowiedzi utrzymania niskiego poziomu stóp procentowych, nawet do początku przyszłego roku.

Z analizy opublikowanej przez Europejski Bank Odbudowy i Rozwoju wynika, że podobne do obecnych kłopoty w sektorze bankowym obserwowane w minionych latach, skutkowały spadkiem przychodów i wzrostem kosztów działania.

Spowodowało to konieczność zamykania placówek bankowych i redukcję zatrudnienia oraz wzrost cen za usługi bankowe, co już zaczyna być widoczne w działaniach podejmowanych przez niektóre banki komercyjne.

Podobne spostrzeżenia wynikają z ostatnich badań koniunktury bankowej Pengab. Blisko połowa ankietowanych bankowców obawia się obecnego roku i tyle samo uważa, że będzie on gorszy od ubiegłego. Jeszcze więcej przedstawicieli banków jest zdania, że zysk będzie rósł przede wszystkim dzięki redukcji kosztów działania.

Na razie banki częściowo zrekompensowały sobie spadek stóp procentowych obniżeniem oprocentowania depozytów terminowych. Niektóre w ogóle znacznie ograniczyły przyjmowanie depozytów. Oszczędzanie w bankach przy obecnej inflacji stało się więc nieopłacalne chyba, że zgodzimy się na realną redukcję wartości depozytu. Część niemieckich banków wprowadziła ujemne oprocentowanie depo-

zytów dla klientów indywidualnych, a w naszym kraju kilka banków komercyjnych podjęło podobne kroki w stosunku do depozytów lokowanych przez przedsiębiorców. Oznacza to, że za przechowywanie oszczędności w banku trzeba będzie zapłacić.

Skutek tych działań jest widoczny w postaci zwiększonego popytu na obligacje skarbowe, których oprocentowanie zaczyna także być symboliczne i nie chroni oszczędności przed utratą ich wartości ze względu na rosnący poziom inflacji. Być może klienci banków zamienią lokaty na skrytki bankowe, w których będą trzymali swoje zasoby finansowe, jeśli po kalkulacji okaże się, że ich wynajem jest tańszy niż opłata pobierana za lokatę. Nie można też wykluczyć, że część naszych rodaków w ogóle zrezygnuje z trzymania pieniędzy w banku i zastąpi go tzw. bankiem ziemskim, czyli najstarszą znaną formą chronienia oszczędności i zgromadzonego majątku, polegającą na zakopaniu posiadanych zasobów finansowych w ogródku albo w innym miejscu. Jest to szczególnie prawdopodobne w sytuacji, kiedy coraz więcej różnych instytucji zaczyna mieć szeroki dostęp do informacji chronionych dotychczas tajemnicą bankową.

Kolejne zmartwienie bankowców

wiąże się z obawami, że przedsiębiorcy mogą mieć kłopoty z terminową spłatą swoich zobowiązań finansowych i banki

będą zmuszone do tworzenia coraz większych rezerw na nieterminowo spłacane kredyty. To spowoduje spadek zysków i konieczność przerzucenia, chociaż części strat, na klientów poprzez podniesienie marży kredytowej i innego rodzaju opłat.

W ocenie prezesa NBP obecny rok może być najtrudniejszy i nie można wykluczyć sytuacji, że sektor bankowy, jako całość, odnotuje stratę. Ekspertcy uważają, że jednym z podstawowych powodów spadku rentowności banków są obniżki stóp procentowych. Ale zdaniem szefa banku centralnego, powodem

ewentualnych strat będą przede wszystkim rosnące odpisy na oczekiwane straty kredytowe. Trudno też liczyć na wzrost akcji kredytowej, ponieważ banki obawiają się udzielać pożyczek przedsiębiorcom ze względu na ich trudną sytuację i niepewną przyszłość.

Zdaniem obserwatorów rynków finansowych, banki muszą współuczestniczyć w ponoszeniu kosztów kryzysu, więc

Na razie banki częściowo
zrekompensowały sobie
spadek stóp procentowych
obniżeniem oprocentowania
depozytów terminowych.
Niektóre w ogóle znacznie
ograniczyły przyjmowanie
depozytów. Oszczędzanie
w bankach przy obecnej inflacji
stało się więc nieopłacalne
chyba, że zgodzimy się na realną
redukcję wartości depozytu.



czymś naturalnym jest spadek ich zysków. Jednak niespotykany dotychczas w naszym kraju spadek stóp procentowych jest dla nich poważnym zagrożeniem. Przedsiębiorstwa nie są zainteresowane zaciąganiem kredytów, bo w większości mają pieniądze z tzw. tarcz antykryzysowych. Ponadto duża niepewność, co do rozwoju sytuacji, hamuje inwestycje. Jednak państwo będzie musiało na większą skalę niż przed pandemią prowadzić inwestycje publiczne. Dotyczy to m.in. zielonej transformacji energetycznej, jak również mniejszych przedsięwzięć realizowanych przez samorządy terytorialne, które są niezbędne, aby poradzić sobie z niepewnością w gospodarce spowodowaną przez epidemię. I właśnie w przypadku takich lokalnych inwestycji istnieje szansa na ich finansowe wsparcie przez banki spółdzielcze. Warto też zwrócić uwagę na wypowiedzi szefa BFG, któ-

ry niedawno udzielił wywiadu „Rzeczpospolitej”. Zwrócił on m.in. uwagę na fakt, że banki komercyjne zawiązują już rezerwy na kredyty z powodu pandemii, natomiast banki spółdzielcze ograniczają ich tworzenie. W jego ocenie trudno dziś przewidzieć, kto w tym przypadku ma rację, ponieważ ryzyko kredytowe jeszcze się nie zmaterializowało z uwagi na wciąż dostępne wakacje kredytowe i działanie tarcz antykryzysowych. Nie widać też wskaźników, że przybywa nieregularnie spłacanych kredytów.

Prezes BFG uważa, że sektor bankowy musi zmienić model biznesowy i w większym stopniu wykorzystywać powtarzalne opłaty i prowizje, a mniej liczyć na przychody z odsetek. Stanowi to jednak duże wyzwanie dla banków, dlatego powinny one w jeszcze większym stopniu wykorzystywać wzrost popularności bankowości internetowej. ●

**Przemysław Józwiak
prezes zarządu Banku
Spółdzielczego w Koninie**

Ogólna sytuacja gospodarcza, w jakiej znajdujemy się już od blisko roku, jest przyczynkiem do szeregu refleksji. Najpierw wspomnę o „technicznych warunkach sukcesu”, które sformułowaliśmy na potrzeby budowy strategii naszego banku w perspektywie najbliższych kilkunastu miesięcy, a które w podobnym kształcie, zapewne, realizują

i inne banki spółdzielcze. Po pierwsze, wprowadzamy zmiany w organizacji pracy naszych placówek – ukierunkowane na wzrost ich rentowności. Pracownikom postawiłem bardzo konkretne cele. Chodzi przede wszystkim o aktywną sprzedaż (dążymy jednocześnie do tego, aby procesy backoffice’owe realizowane były przez centralę banku). Po drugie, koncentrujemy się na sprzedaży kredytów dla firm, ale także hipotecznych oraz gotówkowych. Trzecia sprawa, to rozwój kanałów dystrybucji produktów i usług. Obiecującym sposobem poszerzenia sprzedaży jest wprowadzenie „poleceń” klientów dla innych osób, inicjowanych np. przy podpisywaniu umów kredytowych. Stawiamy także na „uproduktowanie” klienta, wykorzystując narzędzie upsellingu i crosssellingu. Istotne w ramach naszej strategii jest także dokonanie przeglądu umów z samorządami i odpowiednia wycena usług świadczonych przez bank. Kolejne rzeczy, to poszukiwanie oszczędności na dokumentach (analizach i raportach, w przypadku których dążymy do automatyzmu ich generowania) oraz zmiana taryfy opłat i prowizji – na bardziej dopasowaną do obecnej rzeczywistości.

Chcę także zasygnalizować trzy bardzo istotne obszary – w mojej opinii warte szczególnej uwagi w czasach takich jak dziś. Są to wysoka jakość usług, elastyczność oraz skuteczność. Realną przewagę konkurencyjną w sektorze bankowym może nam dać właśnie wspomniana wysoka jakość usług oraz elastyczność w kształtowaniu relacji. Działamy lokalnie, w poczuciu odpowiedzialności za to, co robimy – dążymy zatem do tego, aby świadczyć usługi na najwyższym poziomie, które jednocześnie winny być dostosowane do potrzeb naszych klientów. W mojej opinii nie pozostanie to bez wpływu na efektywność naszej działalności. Trzecia kwestia to skuteczność – domykajmy sprzedaż. Oczywiście, przy zachowaniu bezpieczeństwa działalności.

Jako banki spółdzielcze powinniśmy także szukać swojej niszy. Nie ma na to jednej, uniwersalnej recepty, ale jestem przekonany, że zarówno my, jak i wiele innych banków musi „odmłodzić” swoje portfele. Szukać i znajdować klientów młodych, aktywnych, którzy będą chcieli wiązać się z bankiem na wiele lat. Tu nie bez znaczenia pozostaje zapewne również technologia.



Bank Spółdzielczy w Koninie otworzył nowoczesny oddział w centrum Starego Konina. Placówka oferuje komplet usług bankowych i służy przede wszystkim klientom, którzy potrzebują kredytowego wsparcia i doradztwa.

Fot. Archiwum BS Konin



Bartosz Kublik
prezes zarządu Banku
Spółdzielczego
w Ostrowi Mazowieckiej

Wiele już zostało na ten temat powiedziane, więc wypowiem się w charakterze pewnego podsumowania. Problem należy rozpatrzyć od strony zarządczej, która ma dwie podstawowe strony: kosztową i przychodową. W tej pierwszej kwestii, „kosztowej”, należy bez wątpienia – jak to określam – podciągnąć tabory. Rozumiem przez to spinanie większej ilości spraw w ramach zrzeczenia z jednej strony oraz odciążenie

personelu w bankach od czynności administracyjnych na rzecz sprzedażowych – z drugiej strony.

W wielu miejscach sektora należy się zastanowić nad łączeniami „poziomymi”. Kolejna kwestia dotyczy wygórowanej zapłaty w części banków za pozyskanie środków.

Mówiąc o stronie przychodowej banków koniecznym jest przeorientowanie polityki cenowej banków. Podczas, gdy bankowość komercyjna bardzo mocno substytuuje utracone przychody odsetkowe prowizjami i opłatami za różnorakie usługi, to w bankowości spółdzielczej się to jeszcze nie dokonało. Ponadto w wielu bankach należałoby – jestem o tym przekonany – zmienić politykę dotyczącą marż kredytowych, w ten sposób uwzględniając spadek stopy WIBOR.

Kolejna sprawa: banki spółdzielcze udzielając nowych kredytów MŚP muszą masowo korzystać z gwarancji BGK. To nie tylko mityguje ryzyko kredytowe, ale ma bezpośrednie znaczenie dla dochodów. Nie zapominajmy bowiem, że te gwarancje obniżają ryzyko kredytowe do zera, pozwalając bankom na zmniejszenie wag ryzyka i wyższe lewarowanie kredytów, przy tych samych funduszach własnych.

Jeszcze jedna istotna rzecz: musimy sprzedawać nie tylko klasyczne produkty depozytowo-kredytowe, ale wszystkie pozostałe: ubezpieczenia, leasing, faktoring, PPK i inne produkty inwestycyjne. W skali sektora udział tych operacji w dochodach banków jest bowiem wręcz mikry – nawet nie ma porównania do banków komercyjnych.

Norbert Klimek
prezes zarządu Banku
Spółdzielczego w Lipce

Jesteśmy bankiem spółdzielczym lokalnym, który działa na terenach wiejskich – możemy powiedzieć, że jesteśmy bankiem typowo „rolniczym”. To nie oznacza, że nie szukamy nowych możliwości działania – wręcz przeciwnie – zmieniamy się i zmieniamy nasz model biznesowy. Wdrożyliśmy zrzeczeniowy system informatyczny def3000.

To rozwiązanie pozwoliło nam na przeniesienie niektórych czynności do banku zrzeszającego. Uwolniliśmy pewne zasoby kadrowe i zyskaliśmy czas, aby zająć się klientem. Jesteśmy elastyczni, co oznacza, że pochylamy się nad każdym klientem. Ciągłe dostosowujemy naszą ofertę do potrzeb rynku. Wdrażamy nowoczesne rozwiązania mobilne takie jak aplikacja SGB Mobile, mojID – Profil Zaufany, BLIK, Google Pay, Apple Pay, Garmin Pay. W naszym banku klienci mają dostęp do wniosków 300 i 500+ oraz Tarczy Finansowej PFR. Nasza oferta obecnie nie odbiega od oferty banków komercyjnych.

Nie zawsze najważniejszy jest zysk, patrzymy też na to, jak skutecznie obsłużyć klientów. Tych, którzy są z nami od lat i którzy mieszkają na naszym terenie, są członkami naszej społeczności. Więc nie chcemy aż tak podnosić opłat i prowizji za nasze usługi.

Tak jak wszystkie banki, zaskoczyła nas trzykrotna obniżka stóp procentowych. Oddziałują one niekorzystnie dla banku na umowy zawarte z klientami z tytułu kredytów preferencyjnych. Rolnicy płacą niskie odsetki, w niektórych przypadkach nawet 0,17%, a dopłata rządowa do kredytów jest zerowa lub niewielka. Banki ratując swoje wyniki, mocno obniżyły oprocentowanie depozytów. Wielu klientów z tego powodu jest rozczarowanych, a na nas spadł obowiązek wyjaśniania klientom zaistniałej sytuacji. Pozytywnym aspektem jest to, że ze względu na COVID-19 wojna cenowa pomiędzy bankami jakby przyszła.

Oczywiście nie pozostajemy bezczynni. Rozwijamy portfel kredytów gotówkowych, a także – w pewnym stopniu – mieszkaniowych. Wspieramy się też dochodami z pośrednictwa w sprzedaży leasingu i faktoringu oraz od dłuższego czasu rozwijamy działalność agencyjną ubezpieczeniową. Taką, która w szczególny sposób ma na uwadze interes klienta.

Funkcjonujemy już w zrzeczeniowym systemie def3000, co pozwala nam, dzięki przeniesieniu pewnych funkcji do banku zrzeszającego, uwolnić dodatkowe zasoby. Nasz bank zrzeszający w odpowiednim momencie podjął decyzję o rozwoju i udostępnieniu bankom zrzeszonym nowoczesnej aplikacji mobilnej. Nie odbiega ona od funkcjonalności oferowanych przez banki komercyjne. Pozwala skuteczniej dotrzeć do klientów, których udaje się zachęcić do korzystania z elektronicznych usług – nie tylko tych młodszych, ale i starszych. Na korzystanie przez klientów ze zdalnych usług wpłynęła także pandemia.

Wysłuchał: Robert Azembski



PANDEMICZNY ROK NIE TAKI STRASZNY DLA BANKÓW SPÓŁDZIELCZYCH

MACIEJ RATAJCZAK

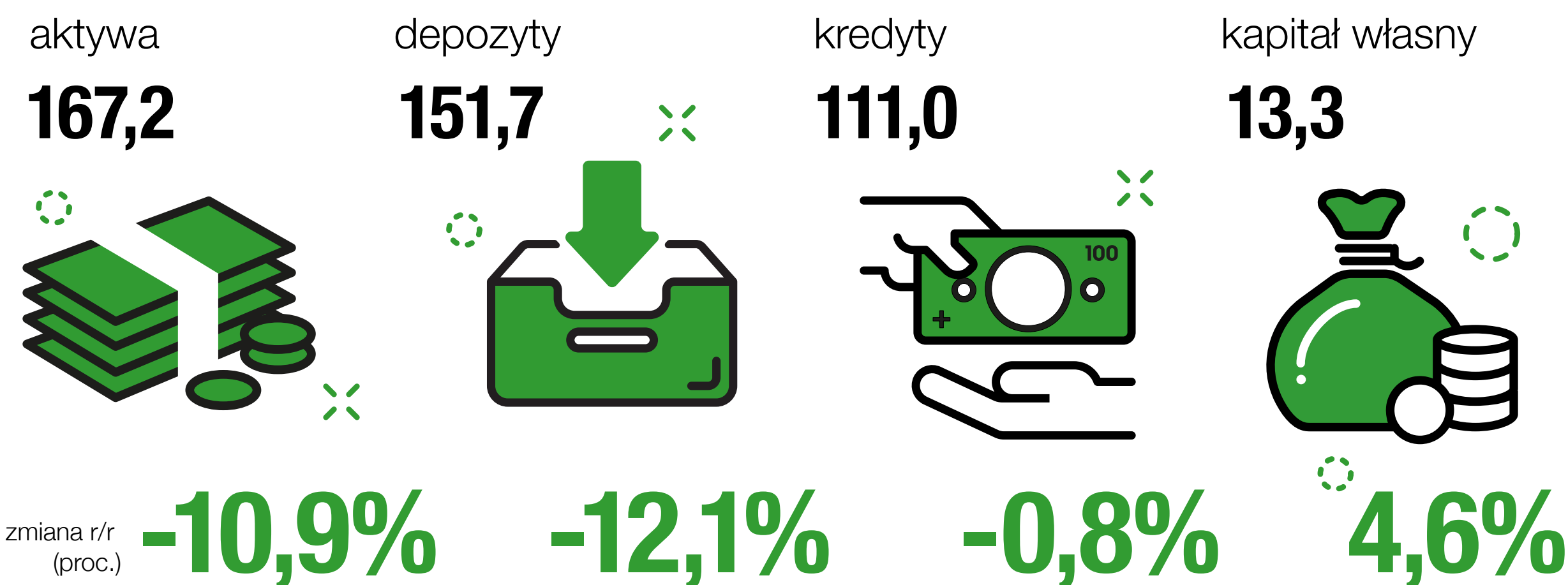
Sektor, jako całość, nieźle poradził sobie w 2020 r. i zwiększył udziały rynkowe w nowej sprzedaży kredytów. Nadal jednak stoją przed nim wyzwania dotyczące m.in. jakości portfela i konsolidacji.

Zysk netto banków spółdzielczych wyniósł w 2020 r. 505 mln zł – wynika z najnowszych danych Komisji Nadzoru Finansowego. To wprawdzie o 14% mniej niż w 2019 r., ale nie powinno dziwić, biorąc pod uwagę, że 2020 rok był wyjątkowy. Wszystko oczywiście z powodu pandemii, która przyczyniła się do cięcia stóp procentowych przez Radę Polityki Pieniężnej do zaledwie 0,1% z 1,5% oraz do wzrostu ryzyka kredytowego.

Spadek zysku banków spółdzielczych jest mniejszy niż komercyjnych, których zarobek zmalał o połowę. Stało się tak pomimo, że wynik odsetkowy, czyli główne źródło przychodów branży, u spółdzielców spadł mocniej (16,4%), niż w komercyjnych (3,4%). Koszty działania w obu grupach były stabilne, a głównym czynnikiem różnicującym okazały się rezerwy kredytowe. Te w bankach spółdzielczych wręcz spadły, i to o prawie połowę, w porównaniu z 2019 r. W komercyjnych urosły o prawie jedną trzecią, do czego przyczyniły się rezerwy na hipoteki frankowe i skutki pandemii. Opublikowane przez KNF dane można potraktować, jako wstępne, bo banki nie opublikowały jeszcze zaudytowanych sprawozdań (zmienić się mogą wartości odpisów).

Wbrew obawom, że pandemia zdusi apetyt kredytowy banków spółdzielczych, wykorzystały one – dzięki niezłej pozycji kapitałowej – ten trudny czas na wzrost udziałów w rynku kredytowym. Wprawdzie sprzedaż przez banki spółdzielcze kredytów gotówkowych w 2020 r. spadła o 20% (do 2,4 mld zł), to ich udział w sprzedaży na całym rynku wzrósł do 5% z 4,2% – wynika z danych Biura Informacji Kredytowej. Na całym rynku sprzedaż kredytów gotówkowych spadła w 2020 r. o 30% ze względu na wzrost ryzyka, niepewność gospodarczą i ostrożniejszą politykę kredytową. Wspomniany wzrost udziału rynkowego banków spółdzielczych wynika ze zmian średniej wartości udzielanych kredytów gotówkowych. U spółdzielców wartość ta wręcz wzrosła w 2020 r. o 2,8 tys. zł, do 19,8 tys. zł, tymczasem w bankach komercyjnych zmalała o 0,3 tys. zł, do 18,7 tys. zł. Stało się tak, ponieważ w sektorze komercyjnym dużo mocniej spadła sprzedaż kredytów o większej wartości, m.in. w przedziałach 15–30 tys. zł, 30–50 tys. zł, a szczególnie powyżej 50 tys. zł. – *Kredyty wysokokwotowe są z natury rzeczy bardziej szkodliwe. Spojrzeliśmy, czy przez to, że banki spółdzielcze udzieliły ich relatywnie więcej, nie wstępują na wyższe ryzyko. Na razie tego nie widać, kredyty te udzielane były klientom własnym banków spółdzielczych, a więc klientom im znanym. Wydaje się zatem, że nie powinno być źle, aczkolwiek pojawia się tu znak zapytania, ten temat wymaga dalszej obserwacji* – mówi Mariusz Cholewa, prezes BIK.

Bilans banków spółdzielczych na koniec 2020 r. (mld zł)



źródło: KNF



Do podobnej sytuacji doszło

w przypadku kredytów dla mikroprzedsiębiorstw. Wprawdzie sprzedaż takiego finansowania przez banki spółdzielcze spadła w 2020 r. o 14%, do 4,4 mld zł, to na całym rynku tąpnięcie było większe, dzięki czemu udział spółdzielców w nowej sprzedaży urósł do 25,5% z 21,6% w 2019 r. Taka sama sytuacja była w przypadku kredytów dla rolników: ich sprzedaż przez banki spółdzielcze zmalała wprawdzie o 15%, do 4,5 mld zł w 2020 r., ale udział w sprzedaży na całym rynku bankowym wzrósł do 71,5% z 70%.

– Rodzi się pytanie, jaką marżę mają nowo sprzedawane kredyty? Bo jeśli banki komercyjne zmniejszają apetyt na ryzyko, a spółdzielcze zwiększają, to ktoś z nich może popełniać błąd. Może być tak, że mniejsze banki, obserwując spadek marży odsetkowej, postanowiły odrobić to wolumenami udzielając np. więcej kredytów detalicznych czy dla mikrofirm. W obecnej sytuacji gospodarczej nie wydaje się to jednak dobrą strategią – komentuje Marcin Materna, dyrektor działu analiz w Millennium DM.

Mimo dużych wysiłków podejmowanych w zakresie sprzedaży, akcja kredytowa banków spółdzielczych spadła w 2020 r. o 1% i na koniec roku miały 111 mld zł kredytów (w bankach komercyjnych wolumen nie zmienił się). Łączne aktywa urosły o 11%, do 167 mld zł. W sektorze komercyjnym przyrost był większy i sięgnął 19%, co było spowodowane większym wzrostem instrumentów dłużnych w aktywach (głównie za sprawą zwiększonej płynności i lokowaniu jej w obligacje skarbowe i gwarantowane przez państwo).

Rok 2020 – wbrew obawom z początku pandemii – nie przyniósł gwałtownego pogorszenia rentowności banków spółdzielczych. Kluczowe dla jej utrzymania będzie to, jak branża poradzi sobie ze sporym spadkiem najważniejszego dla siebie wyniku z odsetek i czy będzie potrafiła zastąpić te przychody innymi. Kluczowe będzie także to, jak kształtować się będą rezerwy kredytowe – ta linia wyników była dla spółdzielców na razie łaskawa. Przed tym sektorem – mocno przecież rozdrobnionym i zróżnicowanym (530 banków spółdzielczych działało na koniec roku) – stoją spore wyzwania. Jednym z nich jest konsolidacja. – To jedyna opcja dla branży, bo próby nadmiernych oszczędności kosztowych mogą negatywnie wpłynąć na konkurencyjność oferty w sensie dostępności, jakości IT. Jakimś rozwiązaniem może być współdzielenie kosztów, ale wydaje się to gorsze niż konsolidacja. Na pewno jednak lepsze niż działanie oddzielnie – ocenia Marcin Materna. ●

Wyniki

banków spółdzielczych

w 2020 r. (mld zł)*

zmiana r/r (proc.)

wynik
odsetkowy

3,25

-16,4%

wynik
prowizyjny

1,00

-0,6%

przychody
operacyjne

4,57

-11,2%

koszty
działania

4,57

-0,4%

odpisy

0,49

-46%

zysk netto

0,51

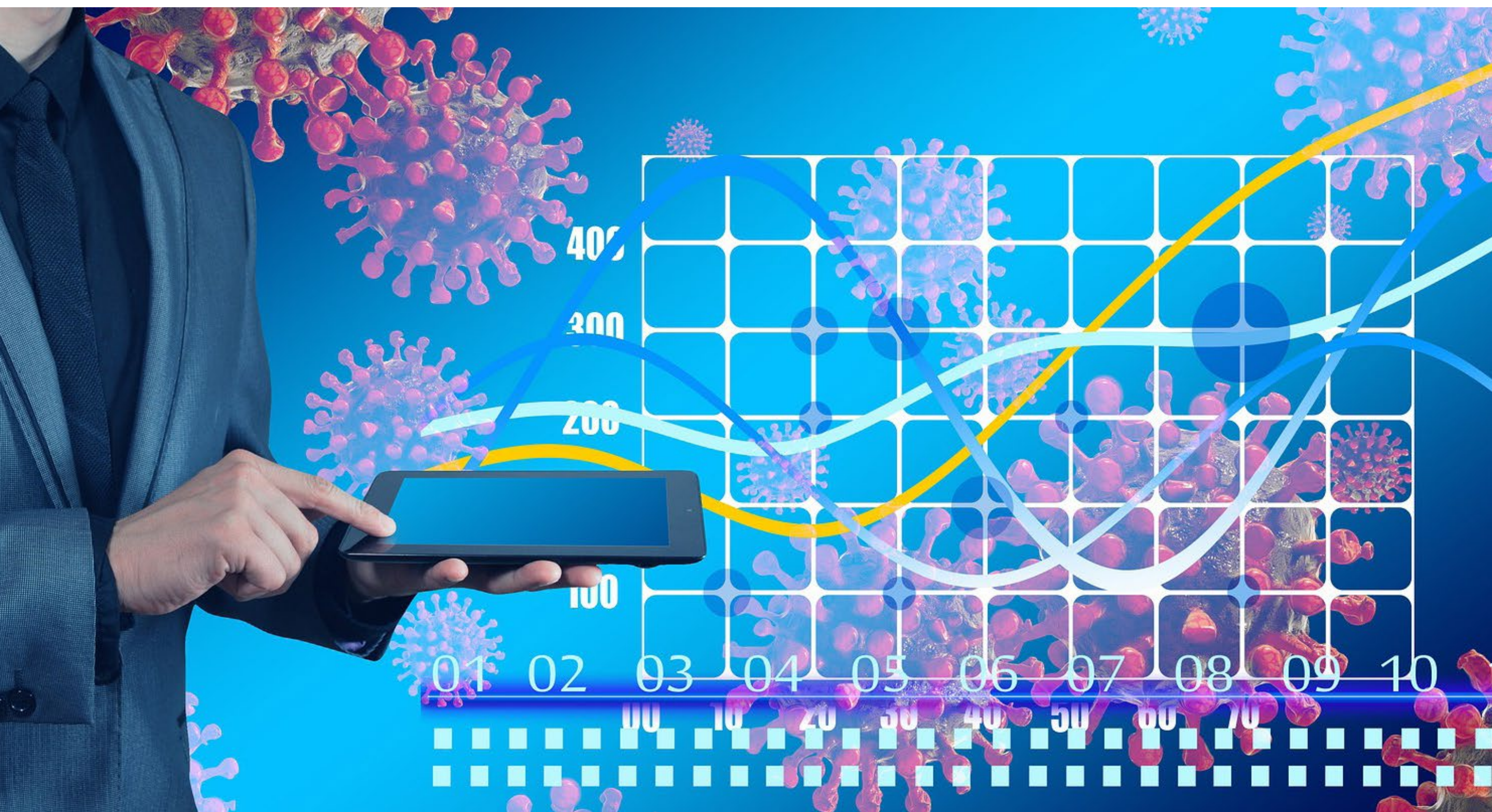
-14%

źródło: KNF

*aktualne na 24.02.2021



POSZUKIWACZE ZAGINIONEGO ZYSKU



Michał Jurek

Dyrektor departamentu
analiz i wsparcia, IPS-SGB

Starając się odnaleźć w pandemicznej rzeczywistości, banki spółdzielcze wpłynęły na przestwór oceanu płynności, dostarczanej dziś niemalże bez ograniczeń przez wszystkie banki centralne, w tym i Narodowy Bank Polski. Dynamika podaży pieniądza w Polsce na koniec minionego roku osiągnęła poziomy obserwowane ostatni raz po wybuchu globalnego kryzysu finansowego, na przełomie lat 2008 i 2009, kiedy to wzorem innych władz monetarnych złagodzone nastawienie w polityce pieniężnej, dążąc do wygaszenia niepokojów na rynkach finansowych. Tym razem jednak oprócz obniżenia podstawowych stóp procentowych do niemal zera poziomu Narodowy Bank Polski rozpoczął realizację programu ilościowego łagodzenia polityki pieniężnej, poprzez operacje strukturalne otwartego rynku, skupując od marca do grudnia 2020 roku obligacje skarbowe, a także te emito-

wane przez Polski Fundusz Rozwoju i Bank Gospodarstwa Krajowego, o równowartości 107,1 mld zł.

Złagodzenie warunków finansowych

przez bank centralny nastąpiło równoległe z realizacją programów pomocowych w ramach tarcz antykryzysowych. Doprowadziło to do szybkiego przyrostu depozytów w bankach.

I tak, według wstępnych danych na koniec 2020 r. w skali roku depozyty sektora niefinansowego wzrosły w bankach spółdzielczych Systemu Ochrony SGB z nieco ponad 42,3 mld zł do 47 mld zł, a depozyty instytucji rządowych i samorządowych zwiększyły się z 4,5 mld zł do niespełna 7 mld zł. W tym drugim przypadku oznacza to tempo zmian wynoszące aż ponad 50% r/r. Efektem był szybki wzrost sumy bilansowej, która dla wszystkich banków spółdzielczych w Systemie zwiększyła się o 14% r/r. Tego wzrostu bazy depozytowej w pandemicznych

Dynamika podaży pieniądza w Polsce na koniec minionego roku osiągnęła poziomy obserwowane ostatni raz po wybuchu globalnego kryzysu finansowego, na przełomie lat 2008 i 2009, kiedy to wzorem innych władz monetarnych złagodzone nastawienie w polityce pieniężnej, dążąc do wygaszenia niepokojów na rynkach finansowych.



warunkach, negatywnie wpływających na zdolność do generowania przepływów pieniężnych oraz do obsługi zobowiązań przez klientów, nie udało się jednak przekuć we wzrost akcji kredytowej. Banki, próbując ograniczać ryzyko kredytowe, koncentrowały się na własnych, dobrze znanych klientach, i nie poszerzały bazy klientowskiej.

W rezultacie należności sektora niefinansowego oraz instytucji rządowych i samorządowych wzrosły w ubiegłym roku w bankach spółdzielczych w Systemie Ochrony SGB tylko o nieco ponad 2% r/r. Ograniczyło to dodatkowo przychody banków, znacząco nadszarpnięte przez obniżkę podstawowych stóp procentowych, a przecież nie można zapomnieć o zastosowaniu umownych moratoriów kredytowych, które dla banków spółdzielczych oznaczały kolejne uszczuplenie bieżących wyników finansowych.

Dążąc do budowania tych ostatnich, banki spółdzielcze należące do Systemu Ochrony SGB podjęły działania, które można zaliczyć do czterech grup. Po pierwsze, zaczęły na znacznie większą niż dotąd skalę lokować środki w instrumenty dłużne. Dość napisać, że zaangażowanie to zwiększyło się z 1,7 mld zł w 2019 roku do 7,3 mld zł w roku 2020. Po drugie, w znacznie większym niż dotąd stopniu wykorzystywano pomniejszenia podstawy tworzenia rezerw celowych, wskutek czego na koniec ubiegłego roku wynik na rezerwach i odpisach, raportowany przez banki w Systemie Ochrony SGB, był o ponad 36 mln zł lepszy, niż w 2019 roku. Trzeba jednocześnie zaznaczyć, że poziom rezerwowania w bankach Systemu i tak pozostał wyraźnie wyższy, niż w całym sektorze bankowości spółdzielczej, co oznacza, że polityka tworzenia rezerw w Systemie pozostała konserwatywna i bezpieczna. Po trzecie, banki wykorzystywały pomoc oferowaną w ramach tzw. tarcz antykryzysowych, dzięki czemu wynik z pozostałej działalności operacyjnej w skali roku zwiększył się niemal dwukrotnie, do niespełna 90 mln zł. Miało to niebagatelny wpływ na sytuację banków; dość powiedzieć, że skorygowanie wyniku finansowego o pozostałe przychody

operacyjne, generowane przez banki spółdzielcze w Systemie Ochrony SGB po marcu ubiegłego roku, skutkowałoby obniżeniem wskaźnika ROA, wykazanego na koniec 2020 roku na poziomie 0,36%, o $\frac{1}{3}$. I wreszcie po czwarte, banki starały się ograniczyć koszty działania, zwłaszcza w zakresie usług obcych i marketingu.

Zmiana uwarunkowań prowadzonej działalności

była jednak tak znaczna, że podjęte działania okazały się niewystarczające do utrzymania wyniku finansowego na poziomie znanym z lat ubiegłych. Wynik netto banków spółdzielczych w Systemie Ochrony SGB wyniósł niespełna 200 mln zł i był o $\frac{1}{3}$ niższy, niż w 2019 roku. Wyraźnie wzrosła też liczba banków, które raportowały stratę miesięczną w poszczegól-

nych miesiącach minionego roku. Wskazuje to na nasilające się problemy w obszarze rentowności banków, brak rozwiązania, których może mieć poważne reperkusje. W skrajnych przypadkach może doprowadzić do sytuacji, w której bank będzie w sposób trwały niezdolny do generowania takiego wyniku z działalności bankowej, który pokryłby koszty działania i amortyzacji, uniemożliwiając tym samym bez pogłębienia straty reagowanie na ewentualną materializację ryzyka kredytowego i dotworzenie rezerw.

Poszukiwanie środka zaradczego na istniejące problemy w obszarze rentowności nie jest proste, ponieważ nie ma jednego działania, które pozwoli przezwyciężyć wszystkie trudności w tym zakresie. Nie da się wszak ciągle podnosić opłat i prowizji pobieranych od klientów, bo nawet lojalni i wieloletni klienci w końcu odejdą. Potrzebne jest raczej holistyczne, całościowe spojrzenie na strukturę banku i jego funkcjonowanie, a następnie podjęcie skoordynowanych działań po stronie przychodowej i kosztowej, aby doprowadzić do trwałej poprawy sytuacji finansowej banku.

Co to oznacza?

Między innymi konieczność nieustannego śledzenia zmian przychodowości i kosztowości aktywów i pasywów w przekroju klientowskim oraz produktowym, a także systematycznej identyfikacji klientów i produktów, generujących najwyższą marżę.

Za tym powinna pójść ocena możliwości przeprowadzenia zmian w strukturze organizacyjnej i automatyzacji procesów bankowych, skutkująca na przykład zwiększeniem zaangażowania pracowników wykonujących dotąd funkcje back office'u w proces sprzedaży, a także podjęcie strategicznych decyzji dotyczących struktury portfela kredytowego oraz grup klientów, których bank będzie pozyskiwać i obsługiwać. Wymaga to zgromadzenia i analizy informacji o obecnym portfelu, ale również, a może przede wszystkim, zmiany myślenia o dotychczasowym modelu kształtowania tego portfela. Konieczna jest transformacja banków spółdzielczych

w instytucje aktywnie poszukujące najbardziej dochodowych klientów, będące w stanie w szybkim czasie zaoferować produkty dostosowane do ich potrzeb. Nie da się tego zrobić bez zmiany sposobu działania, co oprócz zmian w strukturze organizacyjnej może również wymagać rozwoju kompetencji pracowników. Z drugiej strony, niezbędna jest pogłębiona analiza kosztów działania, w tym kosztów pracowniczych, jak również ocena rentowności poszczególnych placówek banku.

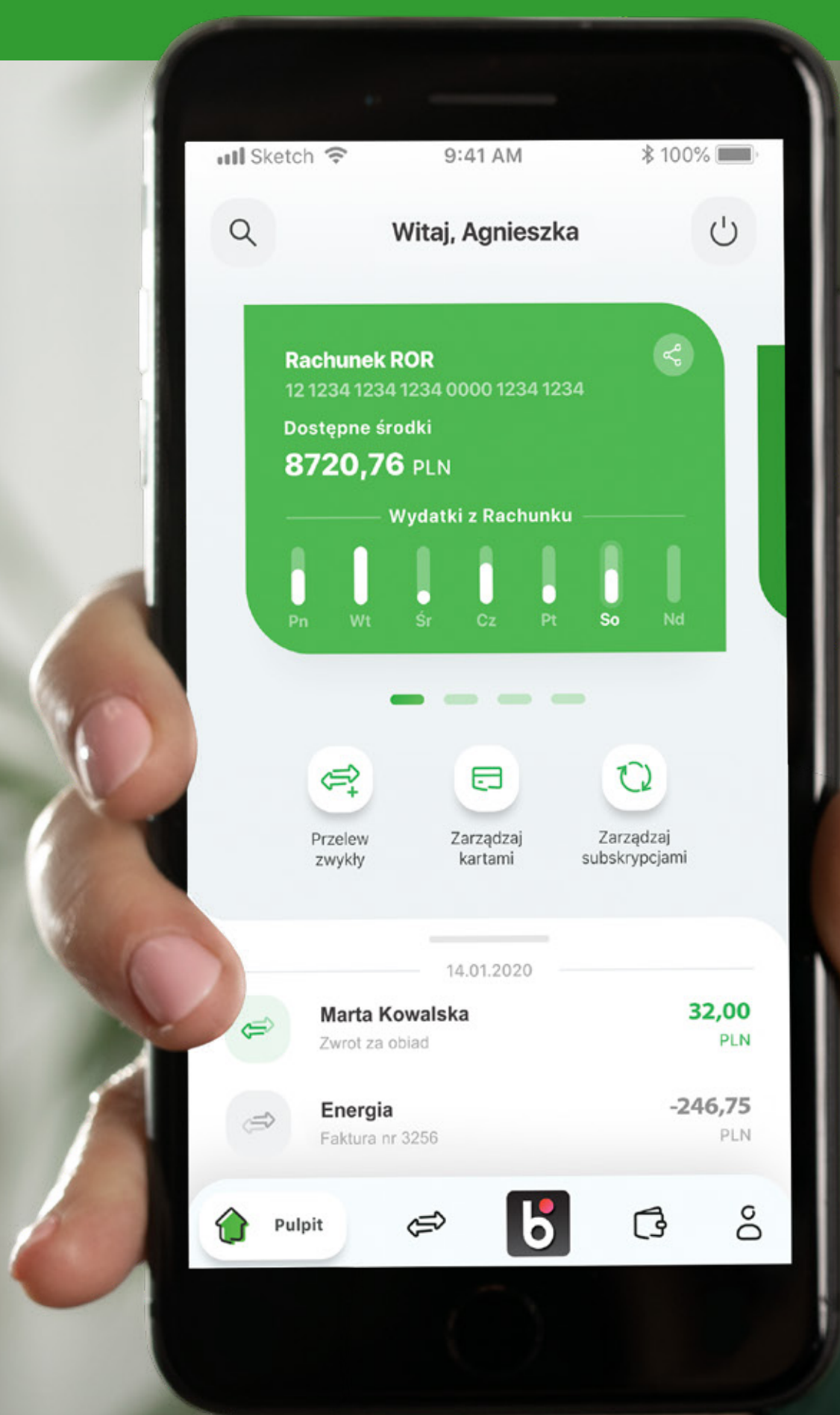
Zmiany, jakie zaszły od wybuchu pandemii, ograniczyły strefę finansowego komfortu banków spółdzielczych do minimum. Nie ma już miejsca i czasu na pasywność. Aby przetrwać na coraz bardziej konkurencyjnym rynku, konieczna jest ucieczka do przodu i szybkie dostosowanie się do nowych warunków działania, nawet za cenę podjęcia trudnych decyzji zarządczych. ●

Konieczna jest transformacja banków spółdzielczych w instytucje aktywnie poszukujące najbardziej dochodowych klientów, będące w stanie w szybkim czasie zaoferować produkty dostosowane do ich potrzeb. Nie da się tego zrobić bez zmiany sposobu działania, co oprócz zmian w strukturze organizacyjnej może również wymagać rozwoju kompetencji pracowników.



Tu mamy wszystko...

w zasięgu ręki!



KLIKNIJ ŻEBY
ZAINSTALOWAĆ

Pobierz aplikację z:



Google Play



App Store

Bezpłatna infolinia 24/7:
800 888 888
www.sgb.pl/sgbmobile

Aplikacja mobilna SGB Mobile dostępna jest w SGB-Banku S.A. oraz w wybranych bankach spółdzielczych SGB. Szczegóły oferty, w tym informacje o opłatach i prowizjach za korzystanie z produktów i usług w ramach aplikacji mobilnej, wymagania techniczne, regulamin korzystania z aplikacji mobilnej SGB Mobile, przewodnik po aplikacji SGB mobile (w tym opis dostępnych funkcjonalności) oraz lista banków spółdzielczych SGB oferujących możliwość korzystania z aplikacji mobilnej dostępne są na stronie www.sgb.pl/sgbmobile

DLACZEGO WARTO ZADBAĆ O ANALITYKĘ I JAKOŚĆ DANYCH DIGITALOWYCH?



Joanna Sałgut

Digital Marketing Specialist
w MTA Digital

Rok 2020 i globalna pandemia udowodniły siłę bycia online. To już nie jest tylko trend, to rzeczywistość, w której nie można nie być ze swoim biznesem. Internet pełen jest artykułów, badań i case study, które potwierdzają, że na całym świecie wzrasta liczba osób kupujących online. Także w Polsce zaobserwowaliśmy znaczny wzrost – mówi się nawet o 26% rok do roku.

Choć bankowość nie należy stricte do branży e-commerce, to większość usług bankowych została już przeniesiona do świata online, do aplikacji i urządzeń mobilnych lub właśnie przechodzi tę drogę. Nie inaczej dzieje się w bankach spółdzielczych – wraz z upowszechnieniem się w bankach SGB nowej aplikacji SGB Mobile, została uruchomiona kampania w płatnych platformach reklamowych – Facebook Ads, Google Ads oraz Display&Video 360.

Konieczność obecności online nie podlega już dyskusji. Często jednak zapominamy o tym, co stanowi o sukcesie wszelkich działań digitalowych – nie tylko płatnych. Chodzi o odpowiednio skonfigurowaną analitykę internetową. Dlaczego warto o nią zadbać? Jakie ma to przełożenie na realną wartość? Dowiesz się z tego artykułu.

Analityka – o co ten cały szum?

Analityka to temat rzeka. Wielu klientów agencji jest przerażonych, gdy rozmowy schodzą na ten temat. Dlaczego? Głównym powodem jest to, że sama kwestia wydaje się dość skom-

plikowana i trudno się w niej odnaleźć, jeśli nie ma się pewnego doświadczenia.

Warto jednak zrozumieć, że bez odpowiednio skonfigurowanej i podpiętej analityki, wyniki twoich działań nie będą mierzałe. Dane to waluta XXI wieku, jeśli nauczysz się z niej korzystać – z pewnością zyskasz. Pamiętaj, że konfigurację narzędzi, takich jak Google Analytics możesz zostawić specjalistom, ale dobrze, żebyś miał świadomość jak cenne zasoby masz w zasięgu ręki.

Zacznij myśleć o analityce, jako o czymś niezbędnym. Przeznaczając środki na reklamę, pozycjonowanie marki i strony lub zlecając tworzenie treści, z pewnością chcesz wiedzieć, czy te inwestycje się zwracają. Jak to zweryfikować? Oczywiście z pomocą odpowiednich narzędzi – takich jak Google Analytics, Google Tag Manager, czy Facebook Analytics.

Dlaczego warto wgrać na stronę piksel Facebooka oraz Google Analytics?

Warto zacząć od tego, czym jest piksel i Google Analytics? Jeśli znasz odpowiedzi na te pytania – możesz ominąć poniższy fragment.

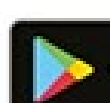
Piksel Facebooka – czym jest i dlaczego warto go wgrać?

Piksel to fragment kodu, który wgrywa się na stronę www, aby możliwe było śledzenie zachowań użytkowników. Najlepszym wyjściem jest wgranie poprzez Google Tag Manager (GTM).



**Tu mamy
wszystko...**
w zasięgu ręki!

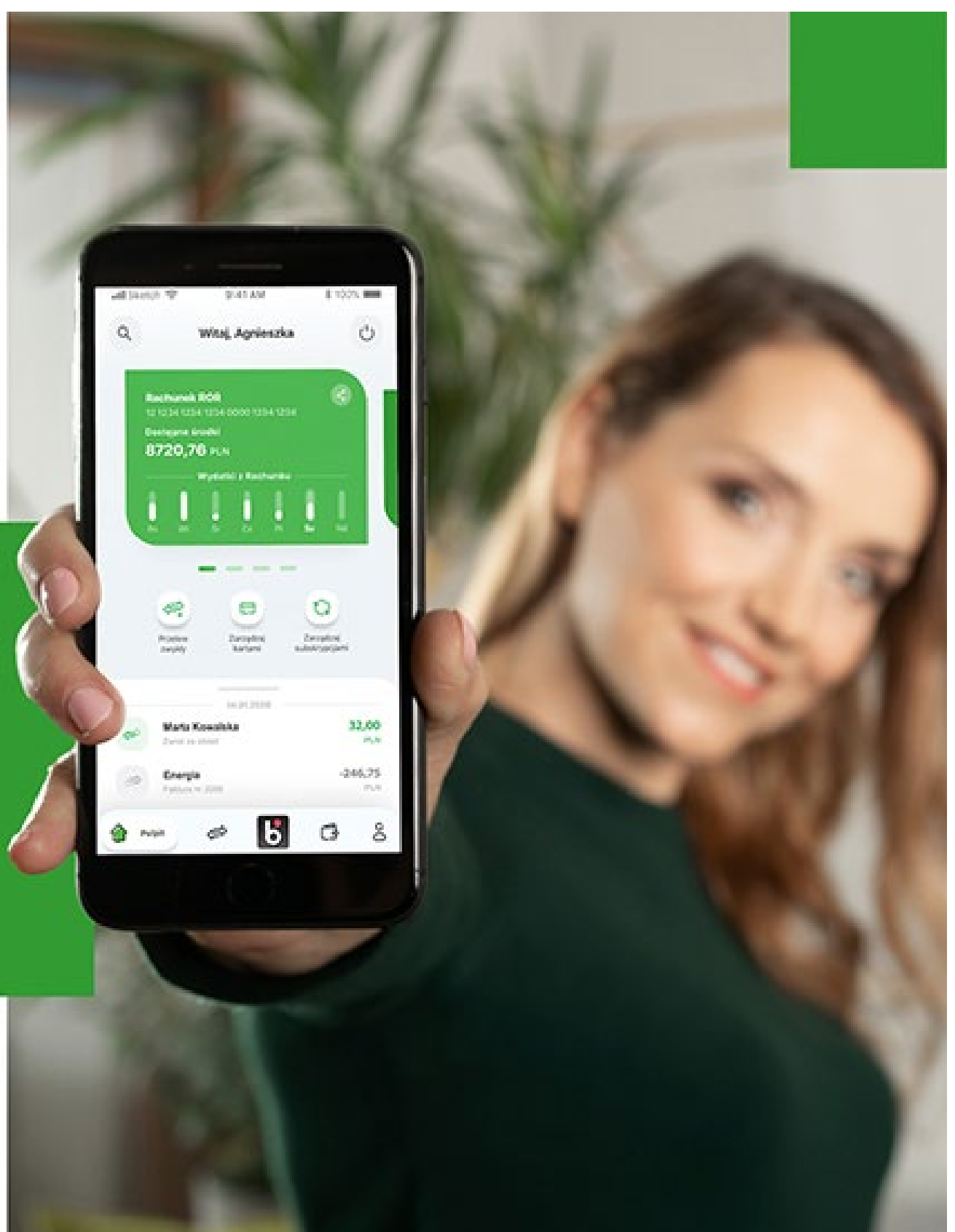
Pobierz aplikację z:



Google Play



App Store





GTM to narzędzie, które deweloperzy implementują na stronie. Następnie można z jego pomocą podpinąć inne usługi, które pozwolą na śledzenie różnych zdarzeń (bez ingerencji w kod strony). Jeśli prowadzisz kampanię na Facebooku, z panelu reklam sprawdzisz tylko to, co dzieje się na Facebooku, czyli np. reakcje na posta, liczbę wyświetleń reklamy, zasięg. Jeśli jednak chciałbyś wiedzieć ile osób, które zetknęły się z reklamą faktycznie wyświetliło twoją stronę lub konkretną zakładkę, wysła-

ło formularz kontaktowy, pobrało aplikację, to musisz mieć odpowiednio skonfigurowany i podpięty piksel – czyli wcześniej wspomniany kod śledzący.

Kod reaguje, gdy użytkownik wykona akcję, którą chcemy mierzyć (np. spędzi na stronie konkretną ilość czasu). Wysyła odpowiednią informację do panelu Facebooka, dzięki czemu posiadasz dokładne dane na temat zachowań twoich użytkowników.

**Tu mamy
wszystko...**
w zasięgu ręki!



Pobierz aplikację z:



Google Analytics – czym jest i dlaczego warto go zainstalować na stronie?

Google Analytics (GA) jest darmowym narzędziem Google, które pozwala na zbieranie danych o zachowaniach użytkowników – pochodzących zarówno ze źródeł płatnych, jak i organicznych (czyli z wyszukiwarki). Z jego pomocą możesz śledzić czas spędzany na stronie, w którym momencie najwięcej osób opuszcza witrynę, w co klika, jakie podstrony odwiedza najchętniej... I wiele więcej.

Google Analytics jest przydatny w skutecznym prowadzeniu kampanii w Google Ads. Dzięki niemu zyskujesz sporo dodatkowych informacji o użytkownikach, które są wykorzystywane do targetowania twoich reklam przez Google.

Podobnie jak piksel Facebooka, GA również zalecamy wgrać poprzez Google Tag Manager.

Wgranie Google Analytics oraz piksela Facebooka przez Google Tag Manager sprawia, że cały system jest mniej awaryjny, strona działa szybciej, a wszelkie zmiany mogą być wprowadzane w narzędziu, a nie w kodzie strony (co zwiększa bezpieczeństwo, szybkość wprowadzanych zmian oraz elastyczność działań agencji lub specjalistów).

Dlaczego warto zbierać dane o zachowaniach użytkowników?

Wyjaśniliśmy już, czym jest piksel Facebooka, Google Analytics oraz Google Tag Manager. Teraz czas na pytanie, które jest kluczowe – po co nam w ogóle dane o zachowaniach użytkowników? Czy to aż takie ważne?

Jeżeli chcesz rozwijać swój biznes w Internecie – nieważne, czy to będzie strona banku spółdzielczego, sklep czy serwis z ofertami hoteli, musisz... się rozwijać. Coraz więcej osób



będzie korzystało z twojej strony, jeśli znajdą tam dokładnie to, czego szukają. A skąd masz wiedzieć, czego szukają?

Najlepszym źródłem informacji o użytkownikach są właśnie twarde dane. Największe firmy na świecie zbierają je nieustannie. Robi to Facebook, robi to Google i każde inne przedsiębiorstwo. Mówi się, że informacje są obecnie jednym z najcenniejszych aktywów. To dzięki nim giganci są w stanie nieustannie ulepszać narzędzia i serwisy, by coraz więcej ludzi z nich korzystało. Rozwój tej dziedziny sprawia, że możliwości jest coraz więcej. Jeśli nie weryfikuje się danych – po prostu pozostaje się w tyle, traci szansę na rozwój i zmiany w biznesie, które wniosą faktyczną wartość.

Case study – jak dane umożliwiły nam optymalizację kampanii, której celem były instalacje aplikacji

Teoria teorią, ale przyjrzyjmy się przykładowi z naszych działań prowadzonych na przełomie 2020/21. Przeprowadziliśmy wówczas między innymi różne kampanie w Google Ads (brandowe, zasięgowe), ale jedną z głównych była ta, mająca na celu instalacje aplikacji. Tego typu kampania wymaga odpowiednio podpiętej analityki. Poza działaniami opisanymi powyżej należy także prawidłowo ustawić analitykę samej aplikacji, tak, by możliwe było pobieranie danych o instalacjach.

W przypadku kampanii na pobranie aplikacji na Androida sytuacja jest dosyć prosta. Wystarczy połączyć konto reklamowe Google Ads ze sklepem Google Play, a konwersja (czyli realizacja zaplanowanego przez nas zachowania użytkownika) na pobranie aplikacji tworzy się w narzędziu automatycznie.

Przed rozpoczęciem działań Google Analytics został odpowiednio skonfigurowany. Mielśmy też informację o instalacjach. Dzięki temu przez trzy miesiące trwania kampanii mogliśmy ją odpowiednio optymalizować (także względem pozostałych kampanii) oraz zarządzać budżetem tak, by wydawać środki jak najbardziej optymalnie.

Efektom były bardzo dobre wyniki tej kampanii. Wygenerowaliśmy 34,905 instalacji, przy koszcie 2,20 zł za instalację. Taki wynik nie byłby możliwy, gdybyśmy nie mogli śledzić zachowań użytkowników i odpowiednio optymalizować kampanii. Dodatkowo, gdybyśmy nie wiedzieli ile dana kampania ma instalacji, brakowałoby nam wyjątkowo cennych danych, a finalnego efektu nie dałoby się ocenić.

Podsumowanie

Analityka w obszarze działań digitalowych jest niezwykle istotna. Od jej prawidłowego ustawienia zależy, czy dane na temat działań będą jakościowe i wartościowe. Należy zadbać o jej prawidłowe ustawienie, nawet, jeśli obecnie nie prowadzi się żadnych działań płatnych. W przypadku rozpoczęcia współpracy z agencją, start kampanii będzie możliwy szybciej, a prowadzone działania prędzej będzie można przeanalizować.

Dobrze ustawiona analityka:

- Przede wszystkim nie wymaga wiele – o wiele prościej jest odpowiednio ustawić Google Tag Managera, Google Analytics oraz zainstalować wymagane piksele (w tym oczywiście Facebooka) od samego początku, niż później naprawiać błędy.
- Prawidłowa analityka zapewnia nam wartościowe i jakościowe dane.
- Dane przekładają się na nasz wzrost – możemy z ich pomocą lepiej prowadzić działania SEO, ale także kampanie płatne, w tym w social mediach.
- Zamiast wprowadzać zmiany metodą „na czuja” lub na „chyl-trafil” lepiej bazować na danych.
- Ponieważ bezbłędnie ustawiona analityka to rzadkość na polskim rynku – dbając o nią będziesz w czołówce najbardziej świadomych użytkowników.
- Kampanie płatne w różnych platformach mają zróżnicowane cele – każdy znajdzie tu coś dla siebie. Aby jednak przyniosły spodziewane rezultaty, należy pamiętać o tym, że analityka to dla kampanii fundament, na którym buduje się optymalizacje i opiera dalsze prace.

Podsumujmy też pokrótce wspomniane narzędzia:

- Piksel Facebooka – pikselem nazywamy fragment kodu śledzącego (który automatycznie generuje system Facebooka lub innej platformy, np. Tik Toka). Dzięki implementacji tego kodu na swojej stronie internetowej jesteś w stanie śledzić zdarzenia istotne dla twojego biznesu. Inaczej byłbyś ograniczony jedynie do danych bezpośrednio w ekosystemie Facebooka. Nie wiedziałbyś zatem nic o faktycznej skuteczności swojej reklamy.
- Google Analytics – narzędzie, dzięki któremu możesz zbierać mnóstwo danych i analizować je w wygodnych widokach. Na pierwszy rzut oka GA może przstraszyć – jednak z pomocą sprawnego analityka lub agencji, zyskasz pewność, że dane zbierają się poprawnie. Dzięki nim możesz prowadzić szersze działania w Google Ads oraz wyszukiwać istotne informacje o zachowaniach swoich użytkowników oraz danych demograficznych.
- Google Tag Manager – narzędzie, przez które jest najwygodniej i najbezpieczniej zaimplementować na stronie internetowej zarówno Google Analytics, jak i wszelkie kody śledzące, w tym piksel Facebooka. Poruszanie się po tym środowisku wymaga nieco wprawy, dlatego jeśli nikt w twoim zespole nie ma doświadczenia z implementacją analityki – wygodniej i bezpieczniej będzie się zgłosić do agencji lub specjalisty.

Obecność w Internecie jest czymś oczywistym. Jeśli jednak chcesz się rozwijać, zdobywać nowych użytkowników i iść z duchem czasu – warto tworzyć wartościowe treści, prowadzić płatne kampanie oraz działać aktywnie w social mediach. Dla lepszych rezultatów, zrozumienia zachowań klienta oraz namierzenia ewentualnych problemów, wszystkie działania powinny mieć solidny fundament. Tym fundamentem jest właśnie analityka. ●

Obecność w Internecie jest czymś oczywistym. Jeśli jednak chcesz się rozwijać, zdobywać nowych użytkowników i iść z duchem czasu – warto tworzyć wartościowe treści, prowadzić płatne kampanie oraz działać aktywnie w social mediach. Dla lepszych rezultatów, zrozumienia zachowań klienta oraz namierzenia ewentualnych problemów, wszystkie działania powinny mieć solidny fundament. Tym fundamentem jest właśnie analityka.



TU MAMY WSZYSTKO CZYLI KILKA SŁÓW O KAMPANII SGB MOBILE



Ewelina Ignaczak

dyrektor Biura Marketingu
i Komunikacji SGB-Banku SA



Jeszcze kilka lat temu SGB nie tylko nie kojarzyło się klientom z nowoczesnością, ale wręcz z jej brakiem. Od tego czasu zmieniło się niezwykle dużo: wdroyliśmy wspólnie „Mobilne przyspieszenie”, wraz z nim płatności mobilne, a w zeszłym roku – aplikację mobilną. Tak dobrą, że korzysta z niej już ponad 70 tys. klientów indywidualnych grupy SGB, tak nowoczesną, że otrzymała nominację do prestiżowej nagrody Mobile Trends Awards. To odpowiedni czas by wejść także w nowe obszary komunikacji marketingowej. Obostrzenia 2020 roku tylko te decyzje przypieczętowały. Kampania promocyjna była nie tylko w 100% produktowa i wyłączna dla SGB, ale także po raz pierwszy realizowana w pełni w internecie, bez emisji spotów w telewizji. Kierunek rozwoju przyjęty w Zrzeszeniu – rozszerzanie dostępności produktów online dla klientów – w naturalny sposób przenoszą reklamę do digitalu, co bardzo skraca ścieżkę klienta od komunikatu do zakupu.

Mama centrum rodziny

Przygotowując kampanię reklamową SGB Mobile analizowaliśmy szereg pomysłów kreatywnych. Toczyliśmy burzliwe dyskusje z agencją wspierającą nas w realizacji tego projektu. W efekcie zdecydowaliśmy się na wykorzystanie linii kreatywnej bazującej na tej z pierwszej kampanii w ramach „Mobilnego przyspieszenia” czyli kampanii płatności mobilnych.

Naszą sympatyczną rodzinę zastaliśmy w domu, bez gości (wiadomo – pandemia). Liderem w używaniu płatności mobilnych był tata, a tym razem główną postacią i rodzinnym ekspertem była mama, która dzięki aplikacji SGB Mobile w sprawny sposób, bez wstawania z kanapy, reagowała na potrzeby swojej rodziny, typu zwiększenie limitu czy zrobienie przelewu. Spoty reklamowe produkowaliśmy w czasie pandemii, na planie zdjęciowym były tylko te osoby, które były niezbędnie potrzebne, z zachowaniem wszystkich „rygorów sanitarnych”. To było niezwykle wyzwanie, zarówno dla nas, dla ekipy realizującej zdjęcia jak i dla naszych aktorów, a szczególnie dzieci. Okazało się, że wszyscy jesteśmy profesjonalistami – nagranie tych 6 spotów oraz sesja zdjęciowa do wielu materiałów drukowanych i digitalowych zajęło nam tylko 12 godzin. To prawdziwy rekord! Na bazie mojego wieloletniego doświadczenia mogę powiedzieć, że to się prawie nie zdarza... Dlatego również w tym miejscu chciałabym podziękować mojemu wspólnemu zespołowi opracowującemu kampanię – Hani Kniotek i Uli Bukowskiej oraz naszym partnerom IQM Marketing i Overseer. Dzięki pomiarom, które są możliwe w kampanii digitalowej wiemy, że spoty się podobały – w ogromnej większości były oglądane przez odbiorców do końca. Z ankiety przeprowadzonej na youtube wynika, że przekaz w nich zawarty trafiał do użytkowników, zostawał zapamiętany i powiązany z marką SGB.





Cele kampanii zrealizowane

Cele kampanii mieliśmy dwa: ilościowy, czyli pobranie aplikacji oraz jakościowy – konsekwentne budowanie i utrwalanie wizerunku marki SGB jako nowoczesnej, mobilnej i bez kompleksów technologicznych. Oba zrealizowaliśmy. W trakcie 3 miesięcy zanotowaliśmy ponad 100 tys. instalacji aplikacji, co przełożyło się na 32,5 tys. unikalnych użytkowników, a wyświetleń reklam (tekstowych, banerowych i video) mieliśmy w sumie ponad 88 mln.

Narzędzia jakie wybraliśmy do prowadzenia kampanii to Facebook Ads, Google Ads oraz Programmatic Display&Video 360, co pozwoliło w pełni wykorzystać ich potencjał w planowanym okresie 3 miesięcy (listopad 2020-styczeń 2021). Zróżnicowanie efektywności tych narzędzi – od takich, które przynoszą szybkie efekty, ale też dość szybko się wyczerpują, do tych, które potrzebują czasu na dobre dopasowanie – przyniosło bardzo dobre efekty. Kampanię wsparliśmy obecnością na głównej stronie onet.pl, spotami w VOD stacji TVP i TVN oraz radiowymi w RMF i Radio Zet. Działania promocyjne wspierane były przez nas działaniami PR (wywiadami z twórcami aplikacji, ich udziałem w konferencjach branżowych itp.) oraz działaniami promocyjnymi realizowanymi przez banki spółdzielcze oferujące SGB Mobile swoim klientom. Banki korzystały i nadal korzystają z materiałów, przygotowanych przez nas, a także realizowały swoje inicjatywy – szczególnie w ramach marketingu bezpośredniego. To niezwykle istotne, żeby działania promocyjne były nie tylko silne,

Banki korzystały i nadal korzystają z materiałów, przygotowanych przez nas, a także realizowały swoje inicjatywy – szczególnie w ramach marketingu bezpośredniego. To niezwykle istotne, żeby działania promocyjne były nie tylko silne, ale przede wszystkim spójne i synergiczne.

ale przede wszystkim spójne i synergiczne. Tylko taki sposób realizacji kampanii zapewni nam sukces.

SGB Mobile cały czas się rozwija, za chwilę będzie oferowała kolejne funkcjonalności ułatwiające życie naszym klientom. Będzie pomagała jeszcze lepiej „ogarnąć” rzeczywistość, która szczególnie teraz „w erze pandemii” wymaga od klientów większego zainteresowania mobilnymi rozwiązaniami.

Wprowadziliśmy SGB Mobile w odpowiednim czasie, ja lubię mówić „swoim czasie”, bo to jest tak bardzo charak-

terystyczne dla spółdzielczości. Tak samo będziemy rozwijać nasze strategie promocyjne. Dopasowujemy je do możliwości i oczekiwań naszych klientów dlatego oprócz działań w mediach skupimy się na odpowiednim wsparciu doradców, którzy mają z nimi najlepszy i najbliższy kontakt. Do których nasi klienci mają największe zaufanie.

Aplikacja mobilna wciąż się rozwija

SGB Mobile ma ogromny potencjał, który cały czas rośnie. Naszym zadaniem jest jego odpowiednie wykorzystanie, zwiększenie liczby użytkowników aplikacji, pozyskanie jak największej liczby nowych klientów. Ale przede wszystkim naszym celem jest zbudowanie świadomości, że banki spółdzielcze SGB to banki, które rozumieją współczesne potrzeby i potrafią na nie odpowiedzieć oferując nowoczesne rozwiązania. Rozwiązania, które ułatwiają życie klientom i dzięki którym ich bank jest jeszcze bliżej nich, jest nie tylko „po drodze” ale i „pod ręką”. ●



ZBUDUJMY WSPÓLNIE ZIELONE SĄSIEDZTWO



Piotr Orlik
SGB-Bank SA

Jak mieszkańcy małych miejscowości postrzegają ekologię i inwestycje o charakterze proekologicznym?” - odpowiedź na to pytanie pomogła zbudować koncepcję idei komunikacyjnej dotyczącej finansowania inwestycji proekologicznych dla klientów naszego zrzeszenia. W założeniu, nasz komunikat ma trafić do 3 różnych grup docelowych, które łączy fakt bycia klientem SGB.

Jak połączyć uniwersalność i potencjalną masowość komunikacji z dopasowaniem do potrzeb poszczególnych grup docelowych, nie wykluczając przy tym potencjalnych nowych klientów? Kluczowe jest zrozumienie otaczającego nas grupy środowiska, co stanowi największe wyzwanie komunikacyjne.

W mniejszych miejscowościach

stosunek do tego, co lokalne i blisko ma z gołą odmienny charakter, niż ten znany z dużych aglomeracji miejskich. Różnica dotyczy przede wszystkim sąsiedztwa. Ma ono zupełnie inny wymiar niż ten znany z dużych, pełnych anonimowości miast. Mieszkańcy znają swoich sąsiadów, wiedzą, co u nich, interesują się ich życiem.

Są znacznie bliżej siebie. Dlatego też, ważny jest dla nich wpływ na swoje otoczenie. Mieszkańcy wiedzą, że to ich mała ojczyzna - ich miejsce, które tworzą razem ze swoimi sąsiadami.

Naszym klientom chcemy przekazać, że razem z SGB dokonają inwestycji, która poprawi jakość ich życia. SGB działa blisko lokalnych społeczności, wręcz w ich sąsiedztwie. Chce aktywnie wspierać ich rozwój – teraz również w obszarze rozwiązań ekologicznych. Wzajemny wpływ działań sąsiadów w małych społecznościach jest znacznie większy, niż w dużych miastach.

Zielone Sąsiedztwo to platforma komunikacji, która obejmuje finansowanie wszystkich inwestycji i projektów proekologicznych w SGB. Główna koncepcja kreatywna zakłada symboliczne pokazanie ekologii, jako działania, które daje korzyści nie tylko jednostce, ale i wspólnemu otoczeniu/sąsiadom jak

Miliard złotych dotacji na fotowoltaikę, rozszedł się w ciągu roku. Do końca października 2020 r. złożono ponad 900 tys. wniosków o dofinansowanie, co oznacza, że ponad 180 tys. właścicieli domów jednorodzinnych otrzymało lub otrzyma po 5 tys. zł wsparcia na budowę własnych źródeł energii odnawialnej. Program ma być kontynuowany również w 2021 r. i to na nowych, korzystniejszych zasadach – tak przynajmniej zapewnia Ireneusz Zyska, wiceminister klimatu i ochrony środowiska, pełnomocnik rządu ds. OZE.

i przyszłym pokoleniom. Obraz jest ciepły, optymistyczny, odwołuje się do emocji związanych z rodziną i myśleniem o przyszłości. Kadrowanie zdjęć podkreśla bliskość - jesteśmy tuż przy bohaterach, w bliskiej relacji, w „sąsiedztwie”. Zdjęcia wykonane są w kolorystyce cieplej, kolorach naturalnych z przewagą zieleni, pozytywne, rozświetlone.

Ikonki w prosty sposób przekładają ideę na konkretne rozwiązania ekologiczne.

Dla każdej z grup docelowych

precyzujemy przekaz, pozostając jednocześnie blisko głównego komunikatu. Taka konstrukcja komunikacji pozwala na stworzenie silniejszej argumentacji i zwrócenie większej uwagi adresata danej oferty. Dzięki temu, możemy swobodnie wybrać zakres i jakość komunikatu, który z punktu widzenia placówki jest najistotniejszy. Do dyspozycji banków spółdzielczych oddajemy 3 linie kreatywne kierowane do klientów indywidualnych, przedsiębiorców i rolników. To od każdego banku zależy, z których projektów skorzysta. Planowana na 3 kwartał kampania będzie prowadziła do głównego trzonu komunikacji - specjalnie zbudowanej strony internetowej www.zielonesasiedztwo.sgb.pl.

Kolor zielony od zawsze jest utożsamiany z naturą i przyrodą. Zielony oznacza wzrost i odrodzenie. Przebywanie wśród zieleni uspokaja i regeneruje siły vitalne. W dzisiejszych czasach zieleń symbolizuje ekologię i dbanie o otaczającą nas przyrodę.

Przedstawia ona główne informacje dotyczące oferty dla klientów. Wszystkie udostępnione materiały banki spółdzielcze SGB mogą wykorzystać wg własnego uznania.

Na specjalnej stronie w Intranecie znajdziecie Państwo banery internetowe do wykorzystania na stronach internetowych, w mediach społecznościowych, w mailingach itp. Do Państwa dyspozycji oddajemy również projekty plakatów, które dowolnie możecie modyfikować pod komunikację waszego banku spółdzielczego. Znajdują się tam wersje z warunkami cenowymi, jak i ogólne. Co ważne, prawa do ich wykorzystania są bezterminowe. ●



SGB Banki Spółdzielcze

Postaw na ekologię!

Zapytaj o środki na inwestycje, które odmieniają Twój dom w **Zielone Sąsiedztwo!**



Szczegóły oferty, w tym informacje o opłatach i prowizjach, dostępne są w placówkach twojego Banku Spółdzielczego SGB oraz na stronie www.zielonesasiedztwo.sgb.pl. Decyzja kredytowa uzależniona jest od wyniku oceny zdolności kredytowej oraz oceny ryzyka kredytowego dokonanej przez Bank. Oferowane produkty kredytowe mogą być oparte o stałą lub zmienną stopę oprocentowania. Podążając za ofertą przez Bank stopę oprocentowania może zależeć od długości okresu kredytowania. Odrębnie, kredytów o zmiennym oprocentowaniu Bank informuje o możliwości wzrostu kosztu obsługi tego kredytu w przypadku wzrostu stawki bazowej. O szczegółowych informacjach, w tym informacjach o RRSO, reprezentatywny przykład pytaj w placówce twojego Banku Spółdzielczego SGB.

Bezpłatna infolinia:
800 888 888
www.zielonesasiedztwo.sgb.pl



ZIELONY DOM?

KAŻDY MOŻE!



Jacek Prześluga

Prezes zarządu,
Agencja BCNK Sp. z o.o.



Nic dzisiaj nie wytłumaczy ekologicznego lenistwa. Jeśli tylko chcesz dołączyć do liczego grona osób, które pragną żyć w zgodzie z naturą i aktywnie dbają o swoje środowisko, to nie znajdziesz żadnego wytłumaczenia dla własnej bierności. Programów wsparcia, źródeł finansowania, kredytów i dopłat jest tak dużo, że każdy znajdzie coś dla siebie.

Ma rację Halina Wilk, prezes Zarządu Banku Spółdzielczego w Przysusze, gdy na łamach tego wydania Magazynu mówi, że „obowiązkiem każdego z nas jest wspieranie i promowanie rozwiązań proekologicznych”. Tak, to dzisiaj jest obowiązek, w każdej skali, nawet tej najbardziej mikro – choćby przy solidnej segregacji śmieci.

Powody do dumy i strachu

Tylko w minionym roku, według danych Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej, dofinansowano w całym kraju budowę niemal 128 tysięcy instalacji fotowoltaicznych. Swoje wielkie chwile przeżywają takie rządowe

programy, jak „Mój Prąd”, „Czyste Powietrze”, „Zielony Samochód”, „Moja Woda” czy lokalne, samorządowe programy finansowania termomodernizacji, wymiany pieców i budowy małych zbiorników retencyjnych.

Ale jednocześnie... Nadal aż 36 z 50 miast Unii Europejskiej, w których notuje się największe stężenia zanieczyszczeń powietrza, leży właśnie w Polsce. Polski smog generuje koszty na poziomie 6–13% rocznego PKB (w zależności od metodologii liczenia); dla porównania – program 500+ to 1% naszego PKB... Marnujemy miliony hektolitrów wody, która po wiosennych roztopach zamiast pozostawać w zbiornikach retencyjnych, spływa do Bałtyku. A jednocześnie kraj pustynnieje: poziom wód gruntowych obniża się do niebezpiecznie niskiego poziomu...

Statystyczny Polak generuje aż 10 ton gazów cieplarnianych, z tego na CO₂ przypada 80%, reszta to między innymi metan i podtlenek azotu. Niska emisja, czyli spalanie słabej jakości węgla kamiennego w wysokoemisyjnych piecach przyczynia się do śmierci 19–22 000 osób rocznie. Łącznie, z powodu



różnorodnych skażeń środowiska umiera w Polsce ponad 41 000 mieszkańców – jedno średniej wielkości miasto...

Mamy do ocieplenia ponad 3,5 mln domów jednorodzinnych, które nie spełniają norm termoizolacji. Czy warto je ocieplać? TAK! Według raportu „Krajowy Program Ochrony Powietrza”, aż 88,2% źródeł przekroczenia dopuszczalnego poziomu pyłu PM10 stanowi indywidualne ogrzewanie budynków. Trujemy się sami, na własne życzenie, i nie tylko w dużych miastach i na ich obrzeżu, ale w większości miasteczek i wsi Polski powiatowej, gdzie nadal królują domowe „kopciuchy”. Ruch samochodowy i przemysł odpowiadają za 8,48% poziomu zapylenia.

Skąd brać pieniądze?

Pomysłów na działania proekologiczne jest wiele. Możemy wykorzystać cieki wodne do produkcji energii elektrycznej – w granicach dzisiejszej Rzeczypospolitej było tuż po wojnie 6330 małych elektrowni! Dziś mamy ich zaledwie 600... To wielkie pole do popisu dla inwestorów indywidualnych i przedsiębiorców, a także dla odważnych banków, które dostrzegą w tej sferze niszę rynkową. Ale to także rola dla państwowego regulatora, ponieważ wiele przepisów normujących wykorzystanie małych turbin na ciekach wodnych i budowę przepustów jest kompletnie anachronicznych.

Źródeł finansowania jest wiele. Wojewódzkie oddziały NFOŚi-GW uruchomiły w swoim czasie atrakcyjny program dofinansowania budowy przydomowych oczyszczalni ścieków o przepustowości do 7,5 metrów sześciennych na dobę. Stale można skorzystać z odpisów podatkowych na termomodernizację, choć jest to zasada dość skromnie promowana. Wiele gmin prowadzi w oparciu o środki własne i współfinansowanie z Unii Europejskiej lokalne programy budowy małych ujęć wody deszczowej, przydomowych oczyszczalni ścieków, likwidacji dachów z eternitu i starych pieców.

W ofercie producentów i dystrybutorów energii elektrycznej

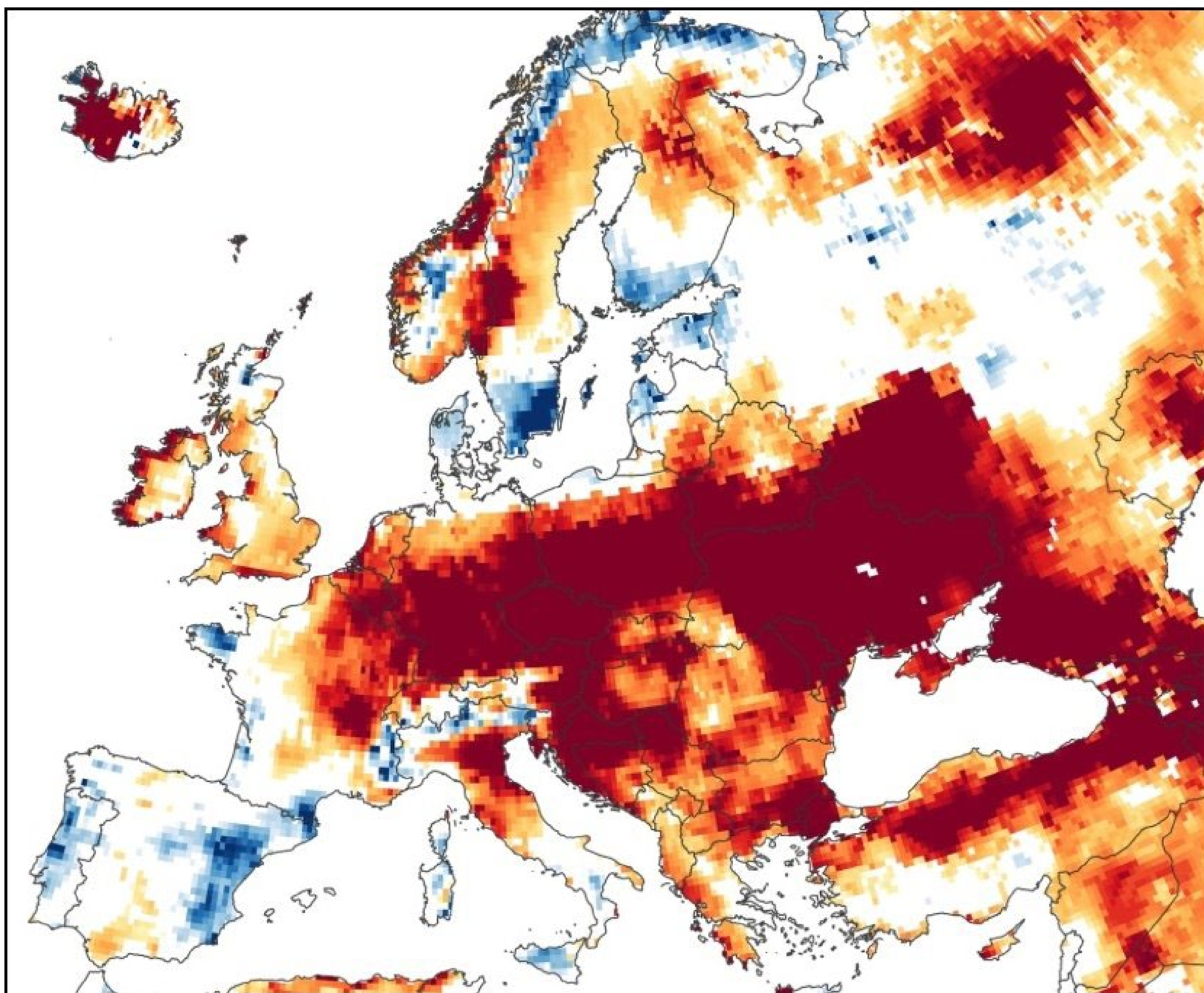
są dziś dotacje do budowy własnych farm fotowoltaicznych, doradztwa energetycznego, wymiany instalacji energetycznej i ciepłej. W tę samą stronę podążają producenci urządzeń energetycznych, paneli, kotłów, zbiorników na wodę – oferują nie tylko gotowy produkt, ale powiązane z nim finansowanie, w tym atrakcyjne raty.

Ogromną ofertę kredytową prezentują banki, w tym wiele banków spółdzielczych – spółdzielczy przepis na Zielone Sąsiedztwo proponowany przez SGB jest tu rzeczywiście godny uwagi, choć z perspektywy klienta najczęściej zależy od warunków udzielania kredytów. Nie można więc narzekać na brak źródeł finansowania, problemem może być jedynie wkład własny w projektowane inwestycje proekologiczne oraz lista najpilniejszych potrzeb, które można dzięki nim zaspokoić.

Co działa? W co warto zainwestować?

Odpowiadając na pytania o realne korzyści zastosowania rozwiązań proekologicznych chciałbym posłużyć się własnym przykładem: zakładam, że dzięki temu opowieść będzie bardziej wiarygodna. Kilka lat temu stałem się właścicielem wiejskiego siedliska, które wymagało wielu nakładów modernizacyjnych. Stary, murowany dom z lat sześćdziesiątych miał typowe dla tamtych czasów, słabo izolowane ściany, stare piece i jeszcze starsze szambo.

Termomodernizacja połączona z rekuperacją – mechanicznym odzyskiwaniem ciepła z powietrza wywiewanego na zewnątrz budynku i wykorzystania go do ogrzewania napływającego do wnętrza – dała ogromne oszczędności i komfort cieplny. To rozwiązanie, wsparte podziemnym, glikolowym wymiennikiem ciepła, dało efekt niewiarygodny. Nawet w opuszczonym na kilkanaście dni, nieogrzewanym domu temperatura nie spada poniżej 16 stopni. Podgrzewanie pomieszczeń do standardowej temperatury pokojowej (+22) jest z tego poziomu dużo bar-



Źródło: Dauphin, NASA Earth Observatory

Na tej mapie kolor ciemnoczerwony oznacza stan permanentnej suchości



dziej efektywne i mniej kosztowne.

Dom stał się energooszczędny na tyle, że 80-metrowe poddasze użytkowe mogło pozostać bez wyposażenia w jakikolwiek system ogrzewania – ogrzewa je strumień powietrza z pozostałej części domu. Czy wyobrażają sobie Państwo duży, 80-metrowy pokój bez własnego ogrzewania? Ja sobie nie wyobrażałem, a jednak... Nie ma w nim żadnego kaloryfera, żadnego grzejnika, a temperatura jest może o jeden stopień niższa niż w pozostałej części domu. To efekt rekuperacji.

Niestety, w czasie termomodernizacji budynku nie istniały żadne podatkowe formy wsparcia inwestorów; szkoda, bo sądzę, że w owym czasie chętnych na ocieplenie domu byłoby dużo więcej.

Pieniądze leżą na ulicy

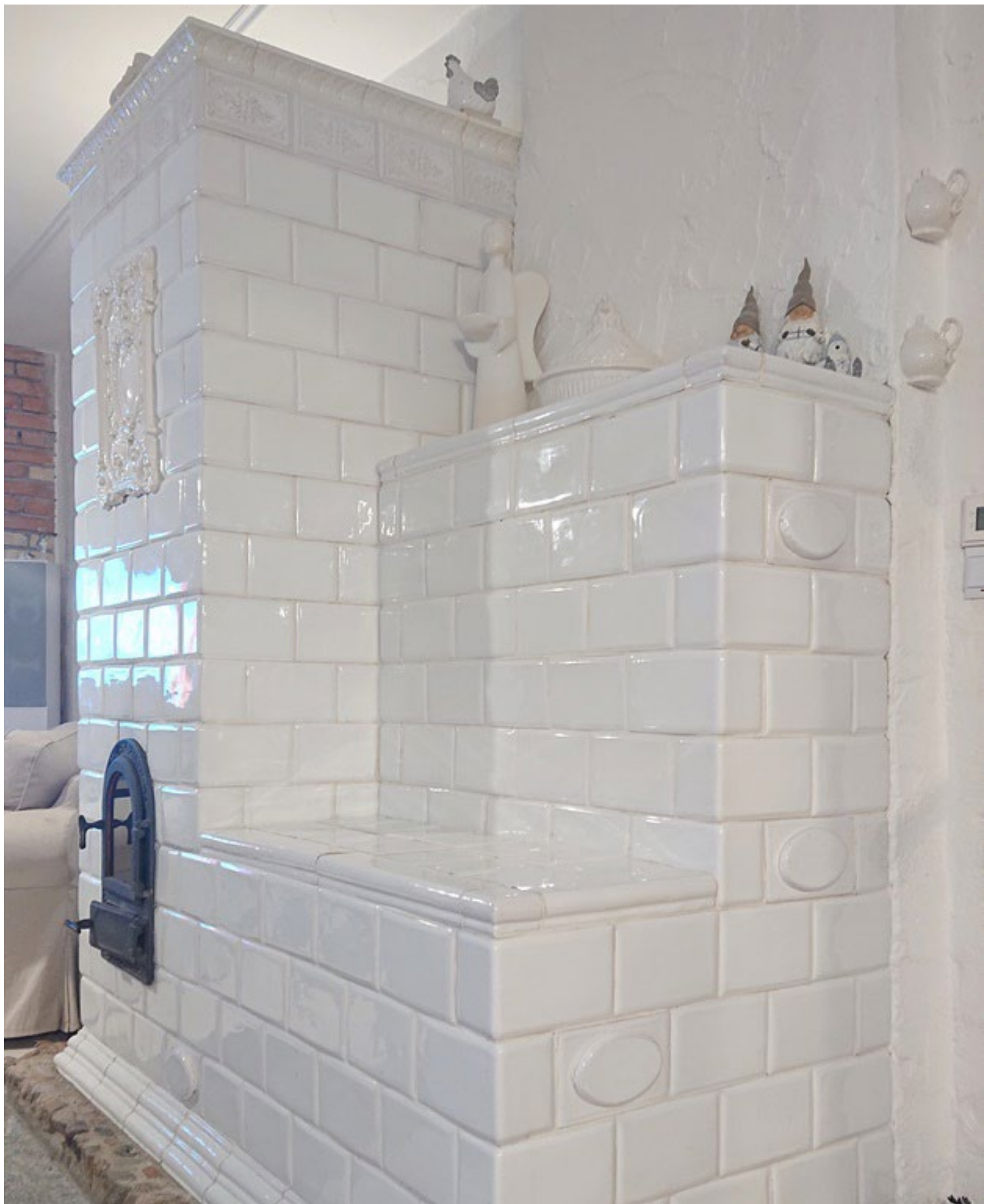
Na dachu byłej obory zainstalowaliśmy dwa długie rzędy paneli fotowoltaicznych o łącznej mocy 10 kW, co sprawiło, że jako prosument produkuję dziś więcej prądu niż mogę zużyć. Koszty energii elektrycznej zmniejszyły się o 80%. Niestety, w chwili układania paneli nie istniały w Polsce żadne formy wsparcia finansowego poza kredytem. Dziś, gdybym chciał skorzystać ponownie z instalacji fotowoltaicznej, sięgnąłbym po finansowanie z programu „Mój Prąd” i kredytu bankowego. To się opłaca. Jeden z pieców na węgiel zastąpiony został piecem elektrycznym: wewnątrz zainstalowaliśmy trzy grzałki o łącznej mocy 6 kW. Podłogi podgrzewane są przy pomocy mat elektrycznych – dzięki plastrom kamienia polnego, pod którymi ułożona jest instalacja, taka podłoga „trzyma ciepło” bardzo długo. Opłaciła się również zamiana szamba na przydomową biologiczną oczyszczalnię ścieków. Połowę wydatków pokryła gmina. Odpadły też koszty comiesięcznego wywozu nieczystości – główną komorę oczyszczalni trzeba opróżnić raz na dwa lata i jest to koszt rzędu 150 zł.

Mamy własne, głębinowe ujęcie wody – także z dofinansowaniem ze strony gminy. Mamy zbiorniki na wodę deszczową, ale szykujemy się do budowy własnego „basenu” na deszczówkę – z wykorzystaniem wsparcia z kolejnej edycji programu „Moja Woda”. Opady są wprawdzie nieco rzadsze niż przed laty, ale za to bardziej intensywne i nadmiar wody, mimo magazynowania, spływa prosto do gruntu.

Zainstalowaliśmy także pompę ciepła, która ogrzewa dom dla naszych gości. To zupełnie niezależne źródło ciepła, na które dziś można otrzymać dofinansowanie z rządowych programów, a które przy dostępie do taniego źródła zasilania w energię elektryczną, wydaje mi się na terenach wiejskich najbardziej efektywnym rozwiązaniem. Problemem może być jednak spory koszt samej pompy – dziś, tak jak w przypadku paneli, sięgałbym po kredyt na ten cel, bo koszty eksploatacji urządzenia są minimalne.

Każdy może

Gdy piszemy o inwestycjach proekologicznych, najczęstszą barierą są pieniądze – zawsze trzeba mieć jakiś wkład własny. Zakładam jednak, że po dobrych wyliczeniach można pokusić się np. o budowę instalacji fotowoltaicznej o mocy 3–4,5 kW, wspartej dofinansowaniem z programu „Mój Prąd” i kredytem, i wcale na tym nie stracić! Jeśli bowiem policzyć koszty kredytu i porównać je z osiągniętymi efektami w po-



staci oszczędności na wydatkach energetycznych, cała inwestycja może być więcej niż opłacalna. Ważne jest jedynie, by dokonać w miarę precyzyjnego audytu energetycznego – zbilansować sobie pobór energii z wszystkich domowych źródeł i odpowiednio dopasować do niego wielkość montowanej instalacji.

Duże efekty finansowe mogą też dać oszczędności w korzystaniu np. z energii elektrycznej. To wiąże się ze zmianą nawyków, a więc... niewiele kosztuje. Posiadacze paneli fotowoltaicznych już wiedzą, że najtaniej jest włączać pranie, prasowanie czy zmywanie naczyń nie nocą, lecz w czasie słonecznej pogody. Ale liczą się także inne, nawet najdrobniejsze oszczędności. W typowym polskim gospodarstwie domowym energia używana do zasilania urządzeń znajdujących się w pozycji czuwania (stand-by) kosztuje średnio 60 złotych w skali roku... Niby nic, ale to aż 60 złotych, które płacimy za włączone diody naszych ładowarek i telewizorów... Każda przykrywka ułożona na garnku z gotującą się potrawą daje oszczędność w zużyciu energii sięgającą nawet 15%...

W swoim czasie zebrałem na blogu inne takie „sposobiki”, dzięki którym można znacząco, bez szkody dla własnego komfortu ograniczyć zużycie energii. Jest ich zresztą mnóstwo – prosty przykład: nie bez przyczyny wiele wiejskich domów „obudowanych” jest równo ułożonymi szczapami drewna... Tak, to ocieplenie. Taką samą rolę spełniają również pnące się po ścianach rośliny, które zimą hamują bezpośredni strumień mroźnego powietrza, a latem służą, jako tani klimatyzator, zmniejszając temperaturę pomieszczeń o kilka stopni.

Zacznijmy więc od siebie. Każdy może. Każdy może tworzyć własne Zielone Sąsiedztwo i każdemu się to opłaci. Zacznijmy od siebie, od własnego siedliska. ●



CZY PANDEMIA WYJDZIE NAM NA ZDROWIE?



Rafał Łopka
SGB-Bank SA

Paradoksalnie – dzięki pandemii zdrowie stało się absolutnym priorytetem w kilku wymiarach. Chcemy mieć psychiczną moc do stałej, nużącej pracy w domu. Chcemy być silniejsi fizycznie, by przetrwać ewentualną chorobę. Czy jednak da się uprawiać sport w czasie pandemii, przy zamkniętych siłowniach, pływalniach i halach sportowych?

W społeczności Spółdzielczej Grupy Bankowej jest to zdecydowanie możliwe! Można nie tylko rozwijać własną aktywność fizyczną, ale przy okazji – pomagać innym.

Rób to, co lubisz i pomóż innym

O akcji „Wyzwanie Sportowe SGB” pisaliśmy już wielokrotnie, podkreślając zarówno sukcesy sportowe, jak i aspekty czysto organizacyjne. Jej trzecia edycja rozpocznie się niebawem – warto więc na chwilę wrócić do naszego ostatniego challenge’u, w którym udział wzięło 643 uczestników z 92 banków SGB i instytucji partnerskich. Co nam się udało?

Po pierwsze – czterokrotnie okrążyliśmy Ziemię! Przez cały miesiąc bankowcy SGB (z dużą pomocą spółek współpracujących) pokonali wspólnie 170664 kilometry. Co oznacza ponad czterokrotne okrążenie naszego globu. Udało nam się osiągnąć cel nie tylko sportowy, ale przede wszystkim charytatywny: dzięki naszemu wsparciu dzieci otrzymały bardzo konkretną, przeliczalną na złotówki pomoc.

A przy okazji – wszyscy świetnie się bawiliśmy! Każdy, kto ruszył przysłowiowe cztery litery, wie, ile frajdy dostarczyć może rywalizacja, wysiłek fizyczny, zaangażowanie i dotlenienie organizmu. To także przekłada się na konkrety – jesteśmy zdrowsi, bardziej wytrzymali, optymistycznie nastawieni do życia.

Najlepsze drużyny z poszczególnych kategorii (MARSZ, BIEG, ROWER) mogły przekazać nagrody rzeczowe (sprzęt sportowy) dla wybranych przez siebie organizacji. Z tego zaszczytu skorzystali: Spółdzielczy Bank Ludowy w Złotowie (I miejsce w kategorii MARSZ), SGB-Bank SA (I miejsce w kategorii BIEG) oraz Lubuski Bank Spółdzielczy (I miejsce w kategorii ROWER). Również Super Prezes, czyli najlepszy z biorących udział w Wyzwaniu członków zarządów Banków i instytucji obdarował potrzebujących. Zwyciężył Grzegorz Karbowski, prezes zarządu Spółdzielczego Banku Ludowego w Złotowie.

Ale prawdziwym zwycięzcą był każdy, kto przez miesiąc zaangażował własne siły, by wspomóc siebie i innych. To jest prawdziwa miara naszego sukcesu. W końcu sport to zdrowie!

Wyzwanie po raz trzeci

Przygotowujemy III edycję Wyzwania Sportowego SGB. Jej start planujemy na 30 kwietnia. Już teraz chcę zapowiedzieć, że nastąpi w niej wiele ciekawych zmian, ale jak zwykle emocje gwarantowane. Liczymy też kolejny raz na zaangażowanie całego Zrzeszenia – tylko razem możemy skutecznie wdrożyć w życie wszystkie cele charytatywne, jakie zaplanowaliśmy.

Znów liczyć się będzie każdy pokonany kilometr, każdy rodzaj zaangażowania i zainteresowania. Znów, tak jak wcześniej, przyświecać nam będzie szczytny cel charytatywny, a przy okazji – wzmocnienie sił fizycznych i psychicznych uczestników akcji. Znów liczyć się będzie każdy pokonany kilometr, każdy rodzaj zaangażowania i zainteresowania. Już dziś dziękujemy za wszystkie niesamowite zdjęcia, którymi raczycie nas w trakcie Wyzwania i za wielki odzew ze strony banków spółdzielczych oraz zaproszonych instytucji współpracujących z SGB.

Dlaczego to jest ważne?

Według badań WHO jedna z dziesięciu śmierci na całym świecie spowodowana jest brakiem aktywności fizycznej. Niewystarczająca dawka ruchu zyskała już własne określenie – nazywana jest, nomen omen, największą pandemią cywilizacyjną, dotyczącą społeczeństwa głównie w tych krajach, w których dominuje populacja osób pracujących umysłowo, w trybie siedzącym. Ten problem to tykająca bomba zegarowa, która tylko w Polsce kosztuje nas rocznie 2,2 mld euro.

Specjaliści WHO wyliczyli, że gdyby tylko jedna z pięciu nieaktywnych osób zaczęła regularnie ćwiczyć, moglibyśmy uratować jedno życie co 90 minut. W polskich warunkach oznacza to, że koszty związane z absencją pracowników zmalałyby o 1,2 mld złotych, a gospodarce przybyłoby 100 tys. więcej aktywnych pracowników.

Z kolei według badań Medcover, w latach 2012-2018 liczba dni nieobecności pracowników z powodu problemów psychicznych wzrosła z 14 mln do 19,5 mln. Szacuje się, że skala problemu niezdolności radzenia sobie ze stresem może dotyczyć nawet 6 mln pracujących Polaków!

Lepsze zdrowie i samopoczucie to także większa odporność i mniejsza podatność na występowanie tzw. chorób współistniejących w przypadku zakażenia wirusem. Społeczne zrozu-





Grzegorz Karbowski,
prezes
zarządu
Spółdzielczego
Banku
Ludowego
w Złotowie

Sport, nie tylko w czasach pandemii, ale na co dzień odgrywa ważną rolę w życiu każdego z nas. Pisząc sport, mam na myśli jakąkolwiek aktywność ruchową (wyłączyłbym z tej definicji jedynie przerzucanie za pomocą pilota kanałów sportowych w TV, choć ostatecznie lepsze to niż nic). Osobiście lubię ruch i przebywanie na świeżym powietrzu. Dlatego też z wielką chęcią, wspólnie z zespołem pracowników Spółdzielczego Banku Ludowego w Złotowie, angażuję się w różnego rodzaju inicjatywy sportowe. Tradycyjnie każdego roku bierzemy jako Bank udział w turniejach piłki nożnej, niejednokrotnie odnosząc sukcesy. W marcu br. wygraliśmy jako drużyna Spółdzielczego Banku Ludowego w Złotowie turniej o puchar Burmistrza Miasta Złotowa (<https://zlotowskie.pl/artukul/grali-o-puchar-burmistrza/1149286>). Każdego roku uczestniczymy w rozgrywkach tenisa stołowego i w licznych imprezach biegowych. Sztandarowe to znane na całym świecie Złotowski Bieg Zawilca (www.biegzawilca.pl) i Eco Cross – bieg wokół jeziora Miejskiego w Złotowie (https://www.zlotow.pl/ECO_CROSS_-_bieg_wokol_jeziora_Miejskiego.html). Spółdzielczy Bank Ludowy w Złotowie jest również organizatorem wielu imprez sportowych głównie dla najmłodszych. Do najważniejszych w ostatnim czasie zaliczyłbym takie inicjatywy jak Dzień Dziecka na Sportowo

czy Ferie ze Spółdzielczym Bankiem Ludowym w Złotowie. Dlatego z wielką radością przyjęliśmy informację o organizacji przez SGB-Bank S.A. konkursu pod nazwą Wyzwanie Sportowe SGB. Od dwóch lat to wydarzenie w naszym kalendarzu zajmuje czołowe miejsce. Wszystkie wymienione powyżej aktywności sprawiają nam wiele frajdy. Mobilizują do systematycznego ruchu, poprawy własnych wyników sportowych, wyzwalaają często ducha walki i rywalizacji. Fantastycznie poprawiają samopoczucie, uczą regularności, dążenia do celu, planowania a więc cech, które też w życiu codziennym odgrywają nieprzecenioną rolę a biorąc pod uwagę trwającą pandemię wirusa SARS-CoV-2 są już prawdopodobnie jedną z ostatnich dostępnych odskoczni od trosk życia codziennego.

mienie tego faktu jest coraz większe. Wśród najczęściej eksponowanych potrzeb w trakcie pandemii, aktywność fizyczna pojawia się więc niemal zawsze na jednym z pierwszych miejsc. Wszystkie raporty, których omówienia można znaleźć w Sieci, wskazują na ćwiczenia fizyczne, jako podstawę do osiągnięcia równowagi psychicznej, samozadowolenia i wewnętrznego uspokojenia.

Pracownik zadowolony to pracownik efektywny. Zgodnie z ideą work-life balance zdrowie pracowników i ich czas poświęcony rodzinie oraz własnym aktywnościom, to jeden z filarów dobrze prosperującej firmy. Zachowanie równowagi pomiędzy życiem zawodowym – zwłaszcza teraz, gdy zostaliśmy „przykuci” do biurek we własnych mieszkaniach – bardzo się opłaca. Widzą to również sami pracodawcy, w znaczący sposób angażując swój personel do działań służących poprawie energii oraz pielęgnacji sił psychicznych i fizycznych.

Z raportu „Przyszłość wellbeingu i benefitów pracowniczych”, opracowanego przez ponad dwudziestu wybitnych specjali-

stów HR, wynika, że w czasie pandemii znacząco zmieniła się hierarchia potrzeb pracowników.

„Wskutek nowych realiów pracy i nieustannie zmieniających się czynników zewnętrznych, personel może odczuwać utratę równowagi, zwiększony niepokój, spadki efektywności, zaburzone relacje z najbliższymi oraz ze współpracownikami, a także obniżoną kondycję fizyczną.” – czytamy w raporcie.

Stawiamy na mental health

Wiele polskich firm, jak wynika z udostępnionych statystyk, które stawiały kiedyś na integrację zespołów, na wspólne wypadki, gaming roomy i inne formy relaksu, dziś stawia przede wszystkim na mental health.

To pojęcie odnosi się do budowania odporności psychicznej na bazie aktywnego trybu życia. Okres społecznej izolacji w pierwszej fazie wymusił na wielu osobach przejście z zewnętrznie aktywnego trybu życia na bardziej pasywne formy funkcjonowania. Duża część ankietowanych firm, które prezentują swój dorobek we wspomnianym Raporcie, w odpowiedzi na sytuację pandemiczną zaoferowała swoim pracownikom ćwiczenia online na żywo z trenerami, dając im namiastkę profesjonalnego treningu w warunkach domowych. Zajęcia mogą przybierać różnorodną formę – od porannych rozruchów, aktywnych przerw lunchowych, po wieczorne rytuały wyciszające, mające na celu rozluźnić ciało po całym dniu intensywnej pracy.

Z Raportu wynika, iż 56 % osób, które przed pandemią „raczej nie ćwiczyły”, podjęło w trakcie pracy zdalnej jakiś rodzaj aktywności fizycznej. Dziś, co trzecia z nich ćwiczy co najmniej 2-3 razy tygodniowo. Ciekawostką jest, że aż 57,1 % z tej grupy wybrało jazdę na rowerze.

Aktywność fizyczna jest fundamentem naszego zdrowia i dobrego samopoczucia – wartości, które tak mocno doceniliśmy w nowym, niepewnym świecie pandemii. Aby uprawianie sportu weszło nam wszystkim w nawyk, potrzebna jest motywacja, regularność i zaangażowanie.

Dokładnie temu służy kolejne „Wyzwanie Sportowe SGB”. Ten projekt na stałe wpisuje się w kalendarz aktywności pracowników, służąc jednocześnie zabawie, integracji i celom charytatywnym. Wszyscy chcemy dbać o siebie, wzmacniając jednocześnie kulturę organizacyjną naszych firm. Zdrowie fizyczne wszystkim nam się opłaca, każda forma ruchu – również. Jeśli złapiemy tego bakcyła, może wówczas pandemia choć trochę wyjdzie nam na zdrowie. ●



Tomasz Synakiewicz

Przygotowujemy III edycję Wyzwania Sportowego SGB. Planujemy start na 30 kwietnia. Będzie sporo zmian, ale już teraz możemy zagwarantować wiele emocji. Liczymy też kolejny raz na zaangażowanie całego Zrzeszenia – tylko razem możemy skutecznie wdrożyć w życie wszystkie cele charytatywne, jakie zaplanowaliśmy.



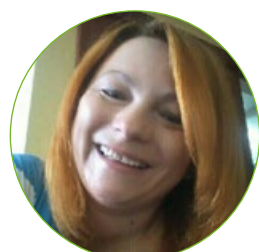
Rafał Łopka

Za każdy pokonany kilometr, za wszystkie niesamowite zdjęcia i relacje przysyłane do nas w trakcie rywalizacji w II edycji jeszcze raz dziękujemy. Bankom Spółdzielczym za zaangażowanie i naprawdę spore zainteresowanie konkursem. Zaproszonym instytucjom – za duży odzew i czynne wzięcie udziału w zabawie – często ze świetnymi wynikami. Pracownikom SGB-Banku SA za to, że kolejny raz nie zawiedli i stanęli na wysokości zadania.



ODPORNIE NA STRES

– MOŻEMY WIĘCEJ!



Urszula Jusik
SGB-Bank SA



Grażyna Koziołek
SGB-Bank SA

Rok temu wywrócił się do góry nogami sposób naszej pracy i przeszliśmy na home office. Takiej rocznicy nie przewidzielibyśmy w żadnym bankowym scenariuszu. Rok wzlotów i upadków, pracy w zmiennych warunkach, zgłębiania wiedzy w nowych obszarach.

Pomimo pandemii adaptujemy się do zmienionych warunków oraz realizujemy wyznaczone cele. Oswoił się już z wirusem w obszarze wykonywania obowiązków. A prywatnie... wciąż kochamy i jesteśmy kochani, świętujemy ważne wydarzenia rodzinne, cieszymy się z narodzin nowych członków rodziny i odnajdujemy po stracie bliskich.

Kiedy w ubiegłym roku pisaliśmy o tym, że „Zdaliśmy egzamin w czasach koronawirusa”, nie mieliśmy świadomości, ile jeszcze się wydarzy. Dzisiaj tytuł tego artykułu brzmiałby: „Zdaliśmy test – za nami dopiero początek”. Większość pracowników SGB-Banku do tej pory wykonuje pracę z domu. Tam, gdzie takiej możliwości nie ma (szczególnie w oddziałach lub jednostkach, w których praca musi być wykonywana stacjonarnie), bardzo dobrze sprawdza się tryb rotacyjny w podzielonych zespołach. Jesteśmy już mistrzami Teamsów – przeszkoleni w korzystaniu z komunikatorów i aplikacji, podnosimy swoje kwalifikacje, omawiamy ważne dla banku tematy online.

Znaj swojego BHP-owca!

Wprowadzenie szczepionek na rynek to moment, w którym wielu z nas odetchnęło z ulgą. Poradziliśmy sobie, kiedy cały kraj był w czerwonej strefie. Do tej pory śledzimy zmiany i listy wdrażanych i znoszonych obostrzeń, z nadzieją, że spotkamy się w pracy w pełnym składzie i omówimy nasze plany przy wspólnym stole. Choć przyszłość nie nasraja optymistycznie, robimy

wszystko, by ciągłość pracy nie została zachwiana – i to się nam udaje.

Rok temu nowe światło padło także na rolę specjalistów ds. BHP. Funkcja, która do tej pory była kojarzona jedynie z wiśnięciami na ścianach instrukcjami dotyczącymi przestrzegania zasad i warunków bezpieczeństwa oraz okresowymi testami wiedzy, nabrała zupełnie nowego znaczenia.

Urszula Jusik, która zajmuje się bezpieczeństwem i higieną pracy w SGB-Banku, pełni również funkcję koordynatora w zakresie postępowania z COVID-19. To właśnie jej zadaniem jest dbałość o przestrzeganie niezbędnych norm bezpieczeństwa i higieny w pracy, budowanie świadomości, ale również

– a może przede wszystkim – doradzanie pracownikom, jak przetrwać trudną sytuację. Wsparcie emocjonalne, tzw. „bycie” przy pracowniku od momentu informacji o objawach zarażenia, przez wykonanie testu, aż po nałożoną kwarantannę, czy izolację domową, to nie tylko spełnienie obowiązku zawodowego. Za tą rolą kryje się niejako i nieoficjalnie wpisana „misja”.

– *Nieoczekiwanie dla nas wszystkich – ocenia Urszula Jusik – pandemia postawiła na pierwszym miejscu sprawy bezpieczeństwa w relacjach między pracownikami oraz między pracownikami i klientami. Z mojej perspektywy zawodowej to było zupełnie nowe wyzwanie: niemalże z dnia na dzień musieliśmy przestawić swój sposób myślenia i działania na system DDM – Dystans, Dezynfekcja, Maseczki. Ważne stały się takie detale, jak odległości między biurkami, liczba pracowników w pokoju, zasady poruszania się w przestrzeniach wspólnych, osłony na stanowiskach kasowych, częstotliwość wietrzenia czy proces odkażania pomieszczeń. Nawet dla ludzi z naszej branży – to zupełnie nowe doświadczenia... Ale główne zadanie polega dziś na zapewnieniu komfortu psy-*

Nawet dla ludzi z naszej branży – to zupełnie nowe doświadczenia... Ale główne zadanie polega dziś na zapewnieniu komfortu psychicznego i fizycznego dla ludzi pracujących w trybie zdalnym: wzmocnienie ich odporności na stres, wsparcie informacyjne, pomoc w ekstremalnych warunkach choroby.



Zimowy challenge, „Ten, w którym łapiemy zimę w obiektywie”; zdjęcie Kinga Joachimiak



chicznego i fizycznego dla ludzi pracujących w trybie zdalnym: wzmocnienie ich odporności na stres, wsparcie informacyjne, pomoc w ekstremalnych warunkach choroby.

Zwykły dzień pracy

Jak wygląda dzień BHP-owca w czasach pandemii? W pierwszej kolejności rozpoczyna się od weryfikacji liczby pracowników, którzy przebywają na kwarantannie lub w izolacji domowej. Dalszym etapem jest identyfikacja zagrożeń oraz podejmowanie decyzji o ewentualnym ozonowaniu pomieszczeń. To również rozmowy z pracownikami – o tym jak się czują, czego potrzebują. Informacje, które otrzymuje Ula pozwalają na planowanie kolejnych kroków: jak zachować się lub jak uniknąć niepotrzebnych działań, które mogą jeszcze bardziej skomplikować nam funkcjonowanie w obecnej sytuacji. No i działać tak, by nie zarazić się koronawirusem.

– *Każdy pracownik, który czeka na wynik testu lub jest zarażony wirusem, znajduje się w wyjątkowej sytuacji i potrzebuje indywidualnego podejścia* – dodaje Urszula Jusik. – *Czasem jest to wysłanie wiadomości, rozmowa przez telefon, czy spotkanie na Teamsach. Z każdym pozytywnym wynikiem testu wśród pracowników chcemy radzić sobie sprawniej, lepiej... Bo stres pozostanie, mniejszy lub większy, ale będzie wśród nas.*

To właśnie Ula stara się okazywać spokój oraz przypominać, że mimo zarażenia można żyć normalnie, choć inaczej. Podczas rozmów telefonicznych, czy spotkań na korytarzach z pracownikami – już ozdrowieńcami – nasz covidowy koordynator „wylapuje” informacje na temat pierwszych objawów i samego przebiegu choroby. To może być wskazówka dla innych pracowników i banków spółdzielczych, z którymi też dzielimy się zdobytym doświadczeniem.

Jeśli działa – zostaw

Kontynuujemy to, co wprowadziliśmy i co działa najlepiej. A co z ludźmi? W ciągu roku nasze potrzeby mocno się zmieniły. Szybko okazało się, że inny tryb pracy, dla wielu w zupełnie nowych warunkach, to dowód na umiejętność adaptacji do zmian. Z upływem czasu nasze skupienie przeniosło się na nieco inne obszary.

Żyjemy bardziej „stacjonarnie”, staramy się być aktywni po pracy, jeżeli to tylko możliwe – częściej spacerujemy, wsiadamy na rower lub zajmujemy się naszymi pupilami. Sytuacja, z którą się mierzymy, natłok informacji, niepewności, stres... działa na większość z nas negatywnie i po prostu przytłacza. Czy w tym

wszystkim są pozytywne strony? Oczywiście. To nie czarno-biała rzeczywistość. Tendencją jest samodoskonalenie. Więcej czytamy, częściej oglądamy ciekawe filmy, wracamy do swoich zakurzonych pasji. Wspólnota ma tutaj niebanalne znaczenie – najbliżsi tworzący grupę wsparcia to dodatkowy atut. Czy pandemia przypominała nam o tym, co najważniejsze? Czy ten czas pozwolił nam się zatrzymać?

Bycie silnym

Grupa wsparcia, którą mamy w rodzinie i przyjaciółach, w naszych pozazawodowych relacjach jest naszą podporą. Jednak w pracy, jak nigdy wcześniej, potrzebujemy wsparcia emocjonalnego. Mierzymy się przecież z nowymi wyzwaniami – pracując w domu i łącząc opiekę nad dziećmi, nie mając kontaktu z zespołem... W trudnych chwilach powtarzamy sobie, że musimy być odporni i tłumaczymy to, jako „bycie silnym”.

Według prof. Petera Clougha z Uniwersytetu w Manchesterze i dr. Douga Strycharczyka, konsultanta w zakresie rozwoju zasobów ludzkich, autorów książki „Odporność psychiczna. Strategie i narzędzia rozwoju”, odporność psychiczna to jedna z cech osobowości, która w dużym stopniu odpowiada za to, w jaki sposób radzimy sobie z wyzwaniami, stresem. Bez względu na sytuację często mierzymy się z tym, niezależnie od tego, czy jesteśmy zdrowi, pełni energii, otoczeni gronem bliskich nam osób, czy osamotnieni i schorowani.

Autorzy wymieniają cztery filary odporności psychicznej, ujęte w tzw. modelu 4C. Pierwszy to wyzwanie (postrzeganie życiowych wyzwań jako szansy), drugi – pewność siebie (oznaczającą wysoki poziom wiary w swoje możliwości); trzeci – zaangażowanie (wytrwałość w realizowaniu zadań) oraz czwarty – poczucie wpływu/kontrola (przekonanie o tym, że mam wpływ na swój los).

Niezależnie od poziomu naszej odporności psychicznej, istotna jest uważność w kontakcie z drugą osobą. Dzięki niej łatwiej nam dostrzec, jak bardzo się różnimy w odbieraniu świata i we wrażliwości na stresujące zdarzenia. W świecie, w którym funkcjonujemy obecnie, zmienność, zarówno biznesowa, jak i emocjonalna, sprawia, że wymagania względem liderów również się zmieniają. Potrzebny jest lider, który zna swoje mocne strony i potencjalne obszary rozwoju, ale też umie dostrzec potencjał pracowników, biorąc pod uwagę ich większą lub mniejszą odporność psychiczną. To właśnie lider powinien rozmawiać z pracownikami nie tylko o wynikach biznesowych, a przede wszystkim o tym, jak się czują i co u nich słychać.

Zimowy challenge, „Ten, w którym łapiemy zimę w obiektywie”;
zdjęcie Przemysław Kamiński



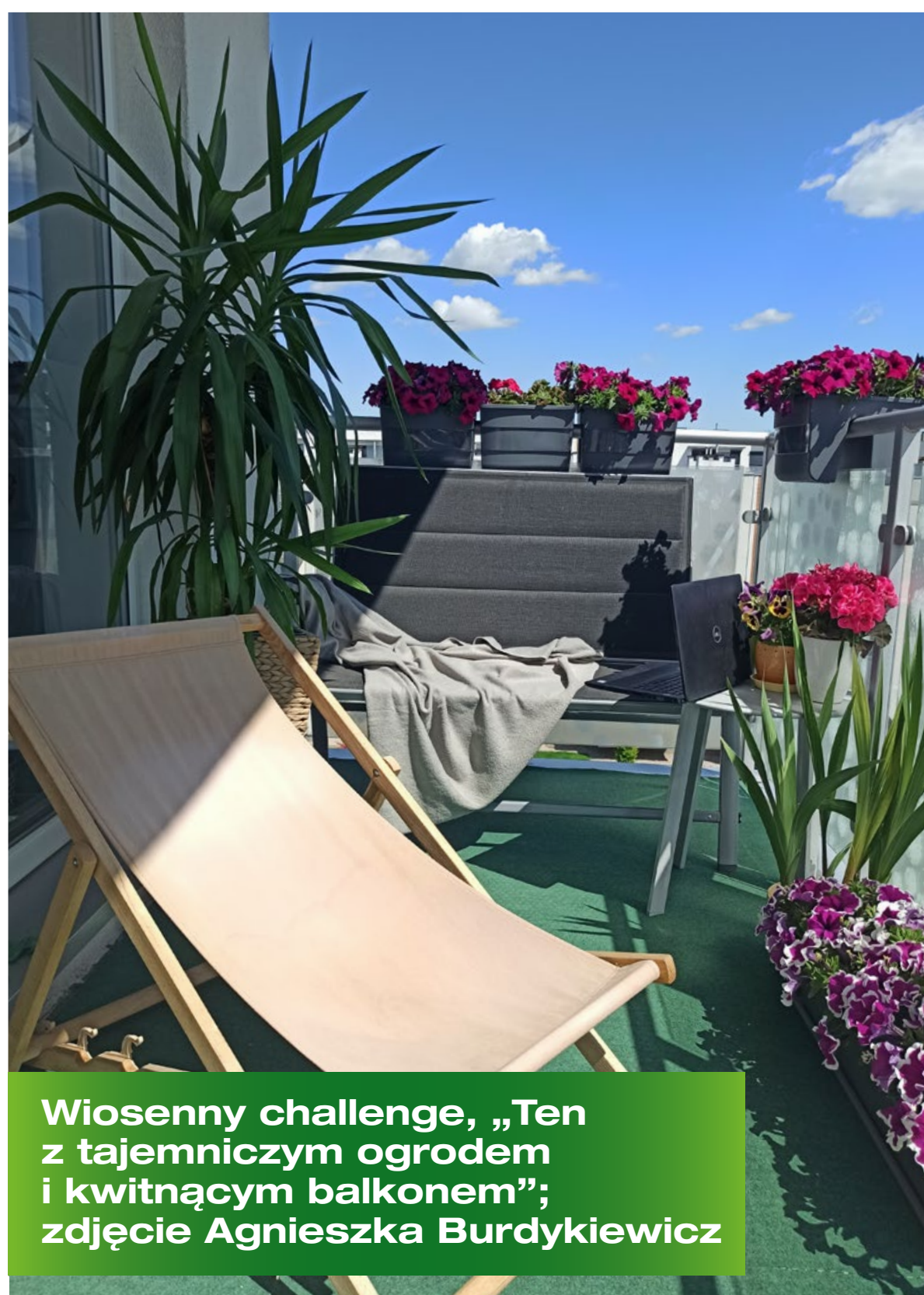
Budujemy odporność

Większość ubiegłorocznych badań i publikacji potwierdza, że osoby bardziej odporne psychicznie o wiele lepiej radzą sobie ze zmęczeniem. Wielkim plusem jest wzrost świadomości społecznej w obszarach zdrowego stylu życia, aktywności fizycznej, jakości snu i minimalizowania stresu. Równowaga psychiczna z kolei pozwala zadbać nie tylko o ciało, ale i ducha. Czy swoją odporność możemy budować innymi sposobami? Bez względu na to, jak każdy z nas radzi sobie indywidualnie, w SGB-Banku wspieramy również nasze wspólne doświadczenia. One budują odporność pracowników równie mocno. Tutaj ogromną rolę pełnią dobre relacje i integracja w zespołach – spotykamy się w Sieci i rozwiązujemy problemy, rozmawiamy o rzeczach błahych z pozoru, jak choćby nowy ciuch czy dobry przepis na ciasto. I nagle okazuje się, że umiemy upiec chleb, czy zrobić skarpety na drutach.

Nie mamy całłościowych programów wellbeingowych, czy mindfulness, ale pozostajemy aktywni. Organizujemy wyzwania sportowe. Nasza uwaga jest również mocno skupiona na pomocy charytatywnej. Mamy serce do pomagania i choć jesteśmy rozdzieleni, potrafimy działać wspólnie niosąc dobro i wsparcie innym.

Wiosenna i zimowa edycja wyzwań dla pracowników przypominała, że jesteśmy obecni, choć tylko po drugiej stronie monitora. Przesyłaliśmy zdjęcia swoich ogrodów, balkonów, pomysłów na truskawkowe fantazje, pisaliśmy wiersze i pokazaliśmy swoje stanowiska pracy (bez względu na to, czy rozpoczynamy dzień w dresie, makijażu, czy w nienagannie wyprasowanej koszuli).

Jak zatem podejść do nabywania odporności? W czasie pandemii mamy szansę, by lepiej się temu przyjrzeć i zacząć działać. Warto myśleć o swoim zdrowiu psychicznym – myśleć pozytywnie – i wybierać to, co nastraja nas optymistycznie. Pielęgnować własną pasję, być mentalnie jak najbliżej z rodziną i przyjaciółmi, nie tracić czasu na rozpamiętywanie dawnych porażek, unikać stresów.



Wiosenny challenge, „Ten z tajemniczym ogrodem i kwitnącym balkonem”; zdjęcie Agnieszka Burdykiewicz

Wiele kryzysów w każdej firmie daje się rozwiązać przy pomocy rozmów i spotkań, nawet, gdy są tylko wirtualne. Wiele problemów można rozwiązać dzięki współpracy, szukaniu porad, kontaktów z innymi ludźmi, wymianą doświadczeń. Pandemia zwiększyła kreatywność Polaków w Internecie: dostępnych jest mnóstwo bezpłatnych webinarów, szkoleń, grup dyskusyjnych, które pomagają nie tylko w zdobywaniu nowej wiedzy, ale i we wspólnym budowaniu własnej wartości, odporności. Odporni na stres – zrobimy dużo więcej. Dla firmy i dla samych siebie. ●



Kampania Złotej Wstążki, zdjęcie Daria Wolbaum

USŁUGA SGB ID WDROŻONA

W NIEMAL WSZYSTKICH BANKACH SPÓŁDZIELCZYCH SGB!



Bartosz Mantaj
SGB-Bank SA

Klienci aż 189 Banków Spółdzielczych SGB korzystają z potwierdzania tożsamości online. SGB ID bazuje na usłudze mojID, której dostawcą jest Krajowa Izba Rozliczeniowa.

Projekt w trakcie pandemii...

Rozwój pandemii w pierwszej połowie 2020 roku wyrzucił otaczający nas świat do góry nogami. Niemal z tygodnia na tydzień zmieniają się warunki obostrzeń. W naszym środowisku pracy w trybie pilnym wdrażaliśmy awaryjny tryb pracy umożliwiający pracownikom pracę zdalną wszędzie tam, gdzie to tylko możliwe. Jednocześnie mieliśmy świadomość, iż dokładnie te same wyzwania, tyle że w większej skali, stoją przed naszymi klientami. W marcu 2020 roku dzięki sprawnej współpracy pomiędzy zarządami KIR, Banku BPS i SGB-Banku podjęta została decyzja o wdrożeniu usługi mojID pozwalającej klientom w sposób zdalny potwierdzać swoją tożsamość.

Nie możemy zapomnieć, że realizacja wszystkich tych działań możliwa była dzięki inicjatywie BS API, mającej swój początek na przełomie 2019 i 2020 roku. Dzięki tej idei oraz wyłożonej pracy zespołów w każdym banku

spółdzielczym (przy wsparciu SSO SGB oraz zespołu wdrożeniowego SGB-Banku) zaledwie w ciągu kilku miesięcy połączyliśmy z HUB-em BS API aż 189 niezależnych systemów bankowości internetowej. Systemy funkcjonują oczywiście w trybie on-line 24/7.

Kilka słów o realizacji projektu

Po etapie implementacji zmian, w okresie drugiego kwartału 2020 roku, samo wdrożenie usługi SGB ID w Spółdzielczej Grupie Bankowej odbyło się w 4 turach (lipiec 2020, sierpień 2020, wrzesień 2020 oraz luty 2021). Ten podział wynikał głównie z gotowości do wdrożenia zgłaszanej przez poszczególne banki. Dzięki takiej organizacji pracy, wdrożenia przebiegły

w sposób sprawnie, a także bez generowania dodatkowych opóźnień dla banków gotowych w pierwszej kolejności. Ten ogrom wniesionej pracy realnie podniósł poziom komfortu obsługi klientom Spółdzielczej Grupy Bankowej – zwłaszcza w obecnych, trudnych czasach pandemii COVID-19.

Popularność rozwiązania wśród klientów

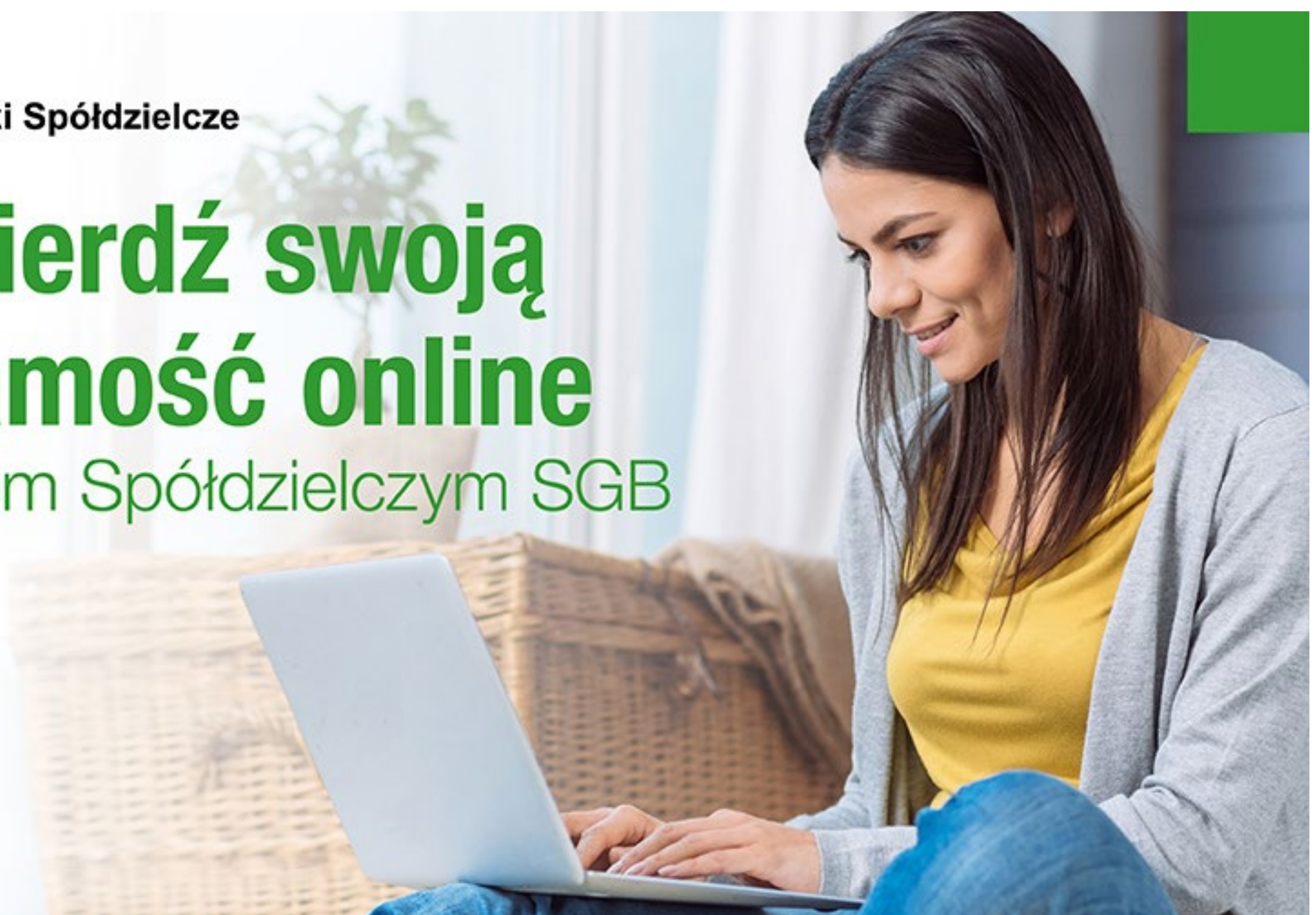
W ramach poszczególnych etapów wdrażania banków

W ramach poszczególnych etapów wdrażania banków spółdzielczych do systemu, obserwujemy stały wzrost wykorzystania tej usługi przez klientów. W okresie od lipca 2020 do lutego 2021 roku z usługi, przynajmniej jeden raz, skorzystało już ponad 67 tys. indywidualnych klientów.

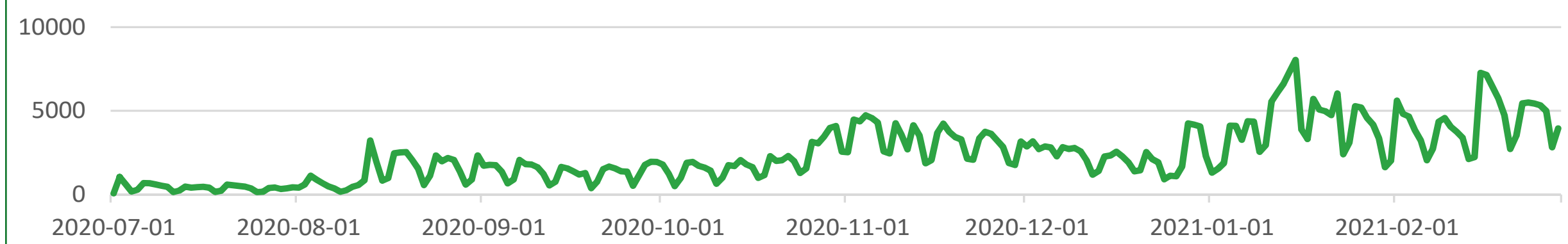


Banki Spółdzielcze

Potwierdź swoją tożsamość online
z Bankiem Spółdzielczym SGB



LICZBA WYWOŁAŃ USŁUGI



spółdzielczych do systemu, obserwujemy stały wzrost wykorzystania tej usługi przez klientów. W okresie od lipca 2020 do lutego 2021 roku z usługi, przynajmniej jeden raz, skorzystało już ponad 67 tys. indywidualnych klientów. Z uwagi na podział wdrożeń na 4 etapy w różnych terminach, nie mamy wątpliwości, że liczba przekonanych do tej usługi, w najbliższych miesiącach, będzie dynamicznie rosnąć.

Oczywiście, obszarem, na którym nasi klienci są najbardziej aktywni pozostaje zakres usług świadczonych online poprzez

serwisy z rodziny gov.pl, czyli tzw. obszar publiczny. Usługi te stanowią ponad 98% wszystkich przypadków użycia. Niekwestionowanym liderem jawi się tutaj dostęp do Profilu Zaufanego. Ota- czająca nas rzeczywistość ma również duży wpływ na wykorzystanie tych usług. Dla przykładu, jak na dłoni

widzieć wpływ rozpoczętego w tym roku Narodowego Programu Szczepień na wzrost wykorzystania usługi SGB ID przez klientów. Widoczny jest także cykliczny wzrost zainteresowania w ciągu dni roboczych oraz jego spadek w trakcie weekendów. Trendy te są widoczne na powyższym wykresie.

We wspomnianym okresie 8 miesięcy klienci SGB skorzystali z usługi ponad 575 tys. razy, w tym:

- Profil zaufany – ponad 319 tys.
- PUE ZUS – ponad 28 tys.
- Pozostałe usługi – ponad 228 tys.

Wdrożenie usługi SGB ID przeprowadzono we współpracy z Krajową Izbą Rozliczeniową, Kancelarią Prezesa Rady Ministrów, Ministerstwem Cyfryzacji, pięcioma dostawcami bankowości internetowej w Zrzeszeniu SGB, SSO SGB, a także

z Bankiem BPS. Działając wspólnie w ramach obu zrzeszeń, znacząco udało się przyspieszyć tempo prac wdrożeniowych i ograniczyć koszty po stronie banków spółdzielczych.

Udostępnienie SGB ID ułatwiło klientom SGB wykonywanie wielu czynności, które dotychczas załatwiane były bezpośrednio w urzędach czy firmach. Dzięki usłudze SGB ID możemy m.in. założyć w trybie online działalność gospodarczą, uzyskać dostęp do eRecepty i eSkierowań, złożyć wnioski o wydanie dowodu osobistego lub paszportu, czy też zarejestrować się

na szczepienie przeciwko COVID-19. Usługi publiczne online stały się tym samym bliższe coraz większej liczbie klientów.

– To kolejny efekt współpracy SGB-Banku SA z firmami zewnętrznymi z wykorzystaniem platformy omnikanalowej BS API – mówi Mirosław Skiba, prezes Zarządu SGB-Banku SA. – Mamy in-

frastrukturę informatyczną, która pozwala na integrację działań wszystkich banków spółdzielczych, niezależnie od tego, czy pracują w oparciu o system Def3000 dostarczany przez Asseco Poland, czy w innych systemach jak np. NOE oferowanym przez ZUI Novum. Oferujemy klientom banków spółdzielczych SGB jednakowe, uniwersalne narzędzie, które pozwoli im na bezpieczne potwierdzanie tożsamości choćby na takich platformach usług publicznych, jak obywatel.gov.pl, epuap.gov.pl, gabinet.gov.pl, ceidg.gov.pl czy pacjent.gov.pl. To samo dotyczy relacji z internetowymi serwisami usługowymi w obszarze energetyki, ubezpieczeń czy medycyny oraz w firmach z branży e-commerce. Dostarczając usługę SGB ID realizujemy kolejny etap strategii „Mobilnego przyspieszenia” w sektorze bankowości spółdzielczej – stwierdza prezes Skiba. ●



Banki Spółdzielcze

Potwierdź swoją tożsamość online
z Bankiem Spółdzielczym SGB



NIE OPUSZCZAJ FIRMY W KRYZYSIE



Robert Azembski

Koronakryzys wzbudził niepokój banków o kondycję finansową ich firmowych klientów. Obsługujące od lat sektor MŚP banki spółdzielcze powinny wzmocnić czujność. Banki mogą pomóc firmom w trudnym okresie, nie naruszając jednak przy tym zasad sztuki bankowej i nie wykraczając poza margines swojego bezpieczeństwa.

Z badania Keralia Research, przeprowadzonego dla BIG Info-Monitor w styczniu br. wynika, że prawie 11% MŚP już w 2020 r. stanęło przed widmem bankructwa. W tym roku boi się go aż 36% przedsiębiorstw, z czego 14% uważa, że to ryzyko jest wysokie.

– *Wsparcie publiczne i lockdown przychodzą w momencie, kiedy firmy są już bardzo wyczerpane wcześniejszymi okresami obostrzeń i zakazów działalności, jednocześnie ciążą na nich znacząco większe zobowiązania. Wiele branż będzie przeżywać bardzo poważne trudności i wiele przedsiębiorstw już tego trzeciego lockdownu nie przejdzie tak, jak to było poprzednim razem* – ostrzega w wywiadzie dla agencji informacyjnej Newseria Biznes Grzegorz Baczewski, dyrektor generalny Konfederacji Lewiatan. – *Pojawi się fala niekontrolowanych bankructw, bo firmy nie będą już w stanie dalej funkcjonować* – dodaje.

W tym roku liczba bankructw i restrukturyzacji firm może wzrosnąć o 10–15% w stosunku do 2020 roku. Bank, mający związaną współpracę z przedsiębiorstwem, powinien brać pod uwagę to, że właściciele firm będą się przed tym bronić, sprzedając część przedsiębiorstwa. Co prawda nie tę część stanowiącą zabezpieczenie kredytu, ale w istotny sposób stanowiącą o majątku kredytobiorcy. Gorzej się stanie, gdy z powodu

przedłużających się lockdownów przedsiębiorcom wyczerpią się zapasy pomysłów i kapitału na przetrwanie, a firmy nie będą mogły już – z różnych powodów – skorzystać z publicznych programów wsparcia. Banki muszą w takiej sytuacji brać pod uwagę sytuację, że udziałowcy/akcjonariusze firmy mogą starać się je zbyć (czasem z sukcesem). Oznaczać to będzie konieczność konfrontacji z nowym właścicielem.

Recesja się przeciągnie

Recesji spodziewa się niema dwie trzecie pracodawców – wynika z innego, ogólnopolskiego badania „Plany pracodawców” z grudnia minionego roku. Nadal daje o sobie znać słaba konsumpcja, od której przecież zależy kondycja finansowa firm. Barometr Nastrojów Konsumenckich GfK z lutego br., czyli syntetyczny wskaźnik ilustrujący aktualne nastroje wśród polskich konsumentów, wyniósł w styczniu –15,1 i był jedynie o 0,4 p.p. wyższy, niż w poprzednim miesiącu. Mniejszym firmom, szczególnie z branż potraktowanych już lockdownem lub nim ponownie zagrożonych, nie będzie łatwo. Te obawy hamują skłonność przedsiębiorców do inwestowania i rozwijania firm, bo przecież „nie wiadomo, co będzie”.

Czy będą upadać?

Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych (KUKE), prognozując wzrost upadłości posiłkuje się danymi z Monitora Sądowego i Gospodarczego. Wylicza, że niewypłacalnych w 2020 r. było już 1342 spółek prawa handlowego. To wzrost o 374, czyli więcej o 38,6% w porównaniu z 2019 rokiem. Robiąc przegląd rodzajów upadających firm, widać, że w dużej części były to właśnie małe oraz średniej wielkości przedsię-



biorstwa. Tomasz Ślagórski, wiceprezes KUKE zauważa, że od sierpnia ub.r. "z każdym miesiącem przyspieszała dynamika wzrostu niewypłacalności w ujęciu 12-miesięcznym, obrazując skalę pogarszania się sytuacji finansowej firm w okresie pandemii".

W jaki sposób firmy się bronią? Jak uciekają przed upadłością? Przede wszystkim likwidują lub ograniczają niektóre obszary działalności oraz aktywności, które są dla nich ryzykowne, kapitałochłonne lub tylko nierentowne. W przypadku firm produkcyjnych uprawiają swoistą „ucieczkę do przodu”, przejmując inne osłabione pandemią biznesy lub znajdując nowe, atrakcyjniejsze rynki zbytu, także poza obszarem Unii Europejskiej. Właściciele firm wdrażają także restrukturyzację. Coface wyliczyła, że najwięcej postępowań restrukturyzacyjnych wobec przedsiębiorstw toczy się w sektorze usługowym (wzrost o 54% w 2020 w stosunku do 2019 r.), w handlu detalicznym (wzrost o 39%) oraz w transporcie (wzrost o 36%). Są to sektory, które najbardziej ucierpiały i nadal cierpią w wyniku zamrażania gospodarki. Jak pokazuje praktyka, spora część restrukturyzacji firm kończy się jednak bankructwem.

– *Prawdziwe problemy widać jednak dopiero w skali mikro. Branże gastronomiczna i hotelarska, kwalifikowane jako usługi, odnotowały aż 186%*

skok postępowań upadłościowych – mówi Małgorzata Anisimowicz, prezes PMR Restrukturyzacje. Banki powinny mieć na uwadze, że w razie przedłużania się lockdownu lista zagrożonych branż oraz liczba firm będzie się jeszcze wydłużać. Tak było na wiosnę ubiegłego roku, przy pierwszym lockdownie.

Banki spółdzielcze są i mogą być prawdziwym wsparciem dla małych i średnich firm. Nie opuszczają ich w ciężkim czasie. Pokazał to kryzys z lat 2006–2008, gdy wiele banków – spółek akcyjnych odwróciło się od sektora MŚP. Małym przedsiębiorcom pozostały więc te spółdzielcze. Więzy przedsiębiorców z bankami oparte są nierzadko nie tylko na relacji biznesowej, ale także wspólnych działaniach społecznych.

Na COVID-19 obie strony zareagowały szybko i sprawnie. Banki zachęcały i zachęcają klientów firmowych do korzystania z obsługi zdalnej, dodatkowo edukując ich w najważniejszych kwestiach dotyczących pandemii. Zmobilizowały równocześnie swoich pracowników, którzy z poświęceniem podjęli się obsługi zdenerwowanych klientów, także tych zdezorientowanych oraz napływających z sektora banków komercyjnych. Tak też było i podczas poprzedniego, wiosennego „zawieszenia” gospodarki. Banki spółdzielcze z reguły nie odcinają nagle od finansowania firm, które mają problemy. Godzą się np. na aneksowanie warunków umów, by firma mogła odetchnąć i bezpiecznie przeczekać trudniejszy okres.

Dobry „test” dla banków

W dzisiejszych czasach współpraca banków spółdzielczych z firmami staje się szczególnym wyzwaniem. W opinii prezesa SGB-Banku, Mirosława Skiby, wyrażonej w wywiadzie

W dzisiejszych czasach
współpraca banków
spółdzielczych z firmami staje
się szczególnym wyzwaniem.
W opinii prezesa SGB-Banku,
Mirosława Skiby, wyrażonej
w wywiadzie dla redakcji Forum
Polskiej Gospodarki (FPG24.pl),
wszystkie banki spółdzielcze
podkreślają konieczność
posiadania dobrych relacji
z klientami, którzy nie są dla nich
tylko „numerami statystycznymi”,
jak w bankach komercyjnych,
ale firmami prowadzonymi
przez konkretnych ludzi.

dla redakcji Forum Polskiej Gospodarki (FPG24.pl), wszystkie banki spółdzielcze podkreślają konieczność posiadania dobrych relacji z klientami, którzy nie są dla nich tylko „numerami statystycznymi”, jak w bankach komercyjnych, ale firmami prowadzonymi przez konkretnych ludzi. – *To tworzy pewną, utrwaloną przez lata, naszą przewagę nad komercyjną konkurencją: decydenci i pracownicy banku spółdzielczego żyją w tej samej społeczności, znają się. Współpracujemy z kontrahentami MŚP na bieżąco, dlatego też posiadamy pogłębioną wiedzę o tym, czy firma jest solidna, jak radzi sobie z kryzysem, jakie są jej plany inwestycyjne, itp.*

– mówi w wywiadzie prezes Skiba.

Prawdą jest też, co mówi szef Zrzeszenia: obecna sytuacja pandemiczna jest prawdziwym sprawdzianem siły relacji mniejszych firm z ich bankami. Okaże się np. jak bardzo aktualną wiedzę posiadają banki spółdzielcze o swoich klientach. Czy wczuwają się w ich sytuację i będą służyć im skuteczną pomocą?

Razem z BGK i COSME

Banki spółdzielcze, kredytuując firmy z sektora MŚP w dobie pandemii powinny korzystać razem ze swoimi partnerami z gwarancji de minimis BGK, przenosząc na gwaranta dużą część ryzyka spłaty kredytu. Już w zeszłym roku gwarancje te zostały zwiększone do 80%

kwoty kredytu, przy utrzymaniu ich maks. wys. do ok. 3,5 mln złotych. BGK niemal całkowicie zrezygnował też z pobierania prowizji, która wynosi 0,5% kwoty kredytu oraz 0% za roczny okres gwarancji od 1 stycznia 2021 r. do 30 czerwca 2021 r. (zaktualizowane, szczegółowe warunki znajdują się pod tym linkiem: <https://www.bgk.pl/male-i-srednie-przedsiębiorstwa/zabezpieczenie-finansowania/gwarancja-de-minimis/>).

– *Ze zwiększonych gwarancji może skorzystać każda firma sektora MŚP, która dotychczas spełniała kryteria określone w programie gwarancji de minimis. Ułatwiają one zaciągnięcie kredytu obrotowego lub inwestycyjnego w jednym z banków współpracujących z BGK* – mówi Beata Daszyńska-Muzyczka, prezes zarządu BGK.

Do końca października 2021 r. małe i średnie firmy mogą korzystać również z programu, który ułatwia uzyskanie kredytów nie tylko na rozwój, ale – co należy podkreślić – także na działalność bieżącą. Łączna wartość kredytów zabezpieczonych dotychczas gwarancjami programu COSME wyniosła 5,5 mld złotych. Gwarancje z programu COSME oferują, oprócz banków komercyjnych, m.in. Bank Spółdzielczy w Brodnicy, SGB-Bank, Grupa BPS i zrzeszone z obiema grupami banki spółdzielcze.

Co jest bardzo ważne: nie porzucając swoich ważnych klientów z sektora MŚP, będąc dla nich wyrozumiałymi, zachowując pełne bezpieczeństwo działalności banku, warto niekiedy i w niektórych przypadkach wspólnie z przedsiębiorcą planować przyszłość. Wielu z nich jest coraz bardziej zagubionych, a przecież jest to w dobrze pojętym interesie obu stron – firmy i banku, by wszystko skończyło się dobrze. ●



POD PATRONATEM I MECENATEM WŁOSKIEGO BANKU SPÓŁDZIELCZEGO CASSA RURALE VAL DI NON

ŚWIĘTO KWITNĄCYCH JABŁONI U STÓP DOLOMITÓW



Jerzy Sygidus

W urokliwych dolinach włoskiego północno-zachodniego regionu Trentino prym wie dzie uprawa owoców, przede wszystkim jabłek. Najbardziej znane z sadów są doliny Val di Non i Val di Sole. Każdej wiosny, w kwietniu, doliny te przybierają iście rajski wygląd z racji pory kwitnienia wielkich sadów jabłkowych. Kiedyś młode pary nowożeńców odwiedzały te doliny wiosną i robiły sobie sesje fotograficzne w obsypanych białym i różowym kwieciem sadach. Obecnie władarze tamtych gmin, korzystając z Internetu, starają się wypromować na urodzie wiosennych sadów jabłkowych, a pod ich pomysł podpinają się także winiarze, lokalni hodowcy bydła i trzody, producenci lokalnych serów i wędlin. I kto tam jeszcze. Finansową pieczę nad promocją tej szeroko zakrojonej wiosennej imprezy roztacza rokrocznie Cassa Rurale di Val di Non, czyli lokalny bank spółdzielczy.

Pomysł wypromowania północno-zachodniego kawałka regionu Trentino w oparciu o urodę kwitnących sadów jabłkowych (znawcy szacują, że tamtejsze sady zajmują powierzchnię 7000 ha i należą do 4000 sadowników) zrodził się w 2013 r. Powstało wówczas lokalne stowarzyszenie Pro Loco di Taio, które przy pomocy setki wolontariuszy, pod przychylnym okiem władarzy lokalnych gmin skupionych przy regionalnym

Consorzio dei Comuni Della Provincia di Trento BIM Dell'Adige nadaje imprezie konkretny kształt i oprawę. Stowarzyszenie to nazwało całe wydarzenie Fiorinda (po polsku w bardzo wolnym przekładzie: święto kwiatów, il fiore znaczy kwiat) i założyło stronę internetową tej imprezy: www.fiorinda.org. Na znaczącym miejscu wśród sponsorów i patronów tej wiosennej imprezy znajduje się lokalny bank spółdzielczy Cassa Rurale di Val di Non należący do zrzeszenia włoskich banków spółdzielczych Banche di Credito Cooperativo (BCC), Casse Rurali e Casse Raiffeisen.

Dlaczego dolina Val di Non ma tak dziwną nazwę? Dolina Nie. Wszak valle to po włosku dolina, w skrócie val. Nawet miejscowi mieszkańcy nie potrafią wytłumaczyć, dlaczego ich miejsce zamieszkania nazywa się Doliną Nie (Val di Non). Podobno ta nazwa, to pozostałość po dawnym dialekcie nónes. Kiedyś wpadłem na pomysł porównania tej kwiatowej imprezy z Val di Non ze sławnym japońskim świętem kwitnącej wiśni – sakura. Japończycy w czas kwitnienia ich ozdobnych drzew wiśniowych gromadzą się w ogrodach, parkach czy skwerach, gdzie rosną sakura, aby podziwiać ich urodę i piękno. Japońscy poeci zamykają przeżycia inspirowane urodą sakury w miniaturowych wierszach zwanych haiku, które wywodzą się z odległej epoki Edo. Trentińska Fiorinda nie ma jednak wiele wspólnego z japońską sakurą. Fiorinda jest bardziej świętem zapowiedzi dobrego urodzaju, obfitych zbiorów, jakie nastąpią jesienią. Pragmatyczni mieszkańcy Val di Non, zachwycając się, co prawda, urodą kwitnących jabłoni, ale podczas Fiorindy, która trwa zazwyczaj w weekend przypadający na drugą połowę kwietnia, nie przepuszczają okazji, aby zaprezentować gościom i coraz liczniejszym turystom przyjeżdżającym do Val di Non na to święto, oferty kulinarnej, winiarskiej, masarskiej, serowarskiej i rzemieślniczej wyprodukowanej w tym regionie. Aby Fiorinda nie stała się jedynie jarmarkiem, nie brakuje podczas jej trwania propozycji kulturalnych (zwiedzanie lokalnego zamku, który część swych pomieszczeń zamienił na muzeum lokalnych narzędzi rolniczych, które były w użyciu jeszcze na początku XX wieku). Organizatorzy wydarzenia z kwitnącymi sadami jabłkowymi w tle, zapraszają także lokalne zespoły artystyczne, teatry amatorskie, które swymi występami, zazwyczaj pod gołym niebem, umilają pobyt gościom i turystom. Dla tych ostatnich otwiera się bogata baza noclegowo-gastro-nomiczna.

Niestety, szalejąca także we Włoszech pandemia koronawirusa uniemożliwiła w zeszłym roku (2020) kolejną, siódmą już edycję tego kwiatowego święta. Wielki plakat na stronie internetowej Fiorindy ze smutkiem informował zaglądających tam, że impreza zapowiadana na weekend 18–19 kwietnia 2020 r. w miasteczku Mollaro jest odwołana (Invento e' annullato). W tym roku stowarzyszenie Pro Loco di Taio organizujące Fiorindę milczy, obawiam się jednak, że to wymowne milczenie jest zapowiedzią, że i tegoroczny, kolejny kwiatowy event nie odbędzie się z powodu trzeciej fali koronawirusa. ●



FOTO: Konrad Szewczyk





Zielone sąsiedztwo

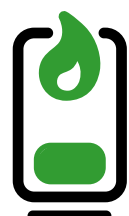


SGB

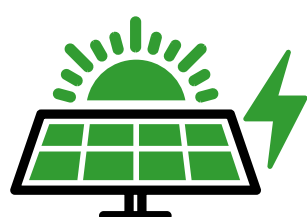
Banki Spółdzielcze

Postaw na ekologię!

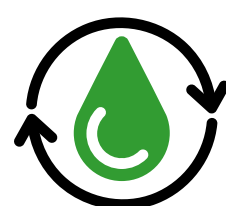
Zapytaj o środki na inwestycje, które odmienią
Twój dom w **Zielone Sąsiedztwo!**



Wymiana pieców
na paliwa stałe



Instalacje
fotowoltaiczne



Instalacje
wodne



Termoizolacja
budynków

www.zielonesasiedztwo.sgb.pl

Bezpłatna infolinia:

800 888 888

WAŻNE JEST OKREŚLENIE, DO CZEGO WYKORZYSTANE BĘDĄ **DANE OSOBOWE**

ROZMOWA Z DR. WOJCIECHEM WIEWIÓROWSKIM,
EUROPEJSKIM INSPEKTOREM OCHRONY DANYCH

Instytucje finansowe, w tym banki, mają dostęp do bardzo dużych zasobów informacji dotyczących osób fizycznych. W jaki sposób są te dane zróżnicowane, czym się różnią z punktu widzenia ochrony danych osobowych?

Nie należy dziwić się, że instytucje finansowe próbują uzyskać jak najdokładniejsze informacje o swoich klientach po to, by móc ocenić ich zdolność finansową, w tym możliwości spłaty zaciągniętych zobowiązań, ale również po to, by kierować do nich skutecznie swoje oferty i reklamy. Nie oznacza to jednak, że dostęp do każdej informacji, której chciałby uzyskać bank czy inna podobna instytucja, jest niezbędny dla prawidłowego działania rynku finansowego. Można powiedzieć, że mamy tu do czynienia ze swoistymi „zapasami” pomiędzy bankami, chcącymi wiedzieć jak najwięcej o klientach, którzy z jednej strony chcieliby przekonać banki do świadczenia im usług, a z drugiej niechętnymi do przekazania całej informacji o sobie i swoich zasobach. Prawo ochrony danych osobowych stara się rozwiązać ten węzeł, nakazując wyraźne określenie, do jakich celów wykorzystywane będą pozyskane przez bank lub podmiot na tym rynku informacje. Dzięki temu z jednej strony można zabezpieczyć pewność obrotu gospodarczego, z drugiej strony nie naruszać prywatności osoby, która informacje przekazuje.



FOTO: Copyrights EDPS

Jak banki wykorzystują informacje o swoich klientach zamieszczane w serwisach społecznościowych? Czy mogą z nich korzystać bez ograniczeń?

Podstawową zasadą prawa ochrony danych osobowych jest informowanie osoby o zasobie informacji na jej temat, który przetwarzamy. Oznacza to, że nawet, gdy korzystamy z informacji powszechnie dostępnej w Internecie, którą to informację dana osoba sama tam umieściła, musimy o tym klienta poinformować i umożliwić mu wgląd do efektów naszego działania. Musimy umożliwić również poprawianie i usuwanie danych, jeżeli zebrane zostały wbrew prawu, są nieprawidłowe, nieaktualne bądź niekompletne. Zapobiega to tworzeniu profili osobowych na podstawie danych, które zostały nieprawidłowo zinterpretowane przez bank i bez wiedzy klienta, mogą dyskryminować go w dostępie do usług bankowych.

Co to są tzw. profile predykcyjne i dlaczego mogą w niektórych przypadkach niekorzystnie wpływać na sytuację klientów banków?

Profile predykcyjne tworzy się w drodze wnioskowania na przyszłość opartego o obserwację indywidualnego i zbiorowego

zachowania osób w czasie. W marketingu internetowym odbywa się to przede wszystkim poprzez monitorowanie odwiedzanych przez użytkownika stron oraz reklam. W profilu predykcyjnym próbujemy przewidzieć cechy, które w przyszłości posiadać będzie obiekt lub osoba, a które w żaden sposób nie są dla nas pewne. Możemy tylko – z większym lub mniejszym prawdopodobieństwem – powiedzieć, że cechy te mogą wystąpić. Przykładowo, jeśli kobieta jest matką dwójki dzieci, mając 21 lat, to można z dużym prawdopodobieństwem założyć, że rodzina przez nią stworzona, będzie w przyszłości „rodziną wielodzietną” niezależnie od tego, co miałoby znaczyć to sformułowanie. Oczywiście, nie mamy żadnej pewności, że tak się stanie. W wielu działaniach marketingowych przyjmuje się to jednak za wystarczający powód dla stworzenia profilu w przyszłości wykorzystywanego przez brokera reklam. Na tej samej zasadzie osławiona Cambridge Analytica z faktu, że osoba mieszkająca w Stanach Zjednoczonych kupiła amerykański samochód, a w ostatnich wyborach nie głosowała, domniemywała, że można przypisać takiej osobie profil: „możliwy nowy wyborca partii promującej amerykańskie produkty”, czyli pewnie bardziej republikanów niż demokratów. Tworzenie profili predykcyjnych nie jest oczywiście zakazane, gdyż bazuje



na nich większość działań o charakterze marketingowym. Jednak, stosując profile predykcyjne, trzeba zachować szczególną ostrożność, gdyż są one narzędziem, które może prowadzić do nieuzasadnionego dyskryminowania osoby w oparciu o informację, która nie jest w żaden sposób potwierdzona jako prawdziwa.

Kiedy rozmawialiśmy poprzednio, mówił pan, że ma wątpliwości, czy legalne jest ogłaszanie tzw. list dłużników. Czy kwestia ta została ostatecznie rozstrzygnięta? (dotyczy to m.in. windykacji długów sprzedawanych przez banki).

Ta kwestia nie jest harmonizowana na poziomie europejskim, więc kwestię dopuszczalności tego typu list w polskim porządku prawnym pozostawiłbym do wyjaśnienia polskiemu organowi ochrony danych, czyli Urzędowi Ochrony Danych Osobowych.

Zgodnie z zaleceniami Unii Europejskiej wchodzi w życie nowe przepisy dotyczące rachunków posiadanych przez klientów banków. Czy te dane (np. o przepływach finansowych) nie będą naruszały przepisów o ochronie danych osobowych zwłaszcza, że katalog instytucji, które będą miały do nich dostęp jest bardzo szeroki (np. Straż Graniczna)?

Odpowiedź na to pytanie musi składać się z kilku wątków. Jednocześnie bowiem próbujemy zrealizować na rynku usług finansowych kilka różnych celów. Z jednej strony chcemy doprowadzić do większego otwarcia danych dotyczących klientów, a możliwych do zastosowania w nowoczesnych usługach FinTech realizowanych często przez podmioty spoza grupy dużych graczy na rynku finansowym (często przez startupy, czemu mają służyć przepisy dyrektywy PSD 2). Z drugiej chcemy nakazać usługodawcy dokładne poznanie swojego klienta i jego zamiarów (KNC – Know Your Client). Jednocześnie zaś, walcząc z praniem brudnych pieniędzy, finansowaniem terroryzmu, działaniami zorganizowanej przestępczości i uciekaniem przed podatkami dajemy służbom coraz większe uprawnienia do uzyskiwania dostępu do danych z usług finansowych. Nie jest to wszakże problem nowy. Przypomnę, że w 2012 r., gdy próbowano bardzo wydłużyć listę podmiotów, które dla realizowania swych danych powinny mieć dostęp do tajemnicy bankowej i dostęp taki zaproponowano również GIODO (a taką funkcję wówczas sprawowałem), zapowiedziałem publicznie posłom, że jeśli uznają tak szeroki dostęp za proporcjonalny do celu, to przed każdym posiedzeniem komisji sejmowej, w którym będę miał brać udział, będę sprawdzał w całości sytuację finansową każdego z posłów. W świetle takiego rozumienia proporcjonalności ówczesny zamach na tajemnicę bankową się nie powiódł, bo posłowie zrozumieli, że taki nieproporcjonalny dostęp proponowano nie tylko GIODO, ale i kilkudziesięciu innym podmiotom publicznym.

W jaki sposób w krajach Unii Europejskiej rozwiązano kwestię elektronicznego dostępu do zasobów ksiąg wieczystych? Czy taki dostęp jest możliwy dla wszystkich, bez żadnych ograniczeń?

Dostęp do rejestrów publicznych nie jest wprost harmonizowany w Unii Europejskiej. Pewnym wyjątkiem od tej zasady są w obecnej chwili jedynie rejestry przedsiębiorców. Tym nie mniej od czasów wejścia w życie dyrektywy o infrastrukturze informacji przestrzennej (tzw. dyrektywy INSPIRE) w 2007 r. Unia próbuje zharmonizować dostęp do podstawowych da-

nych przestrzennych. Rejestry nieruchomości (w tym księgi wieczyste i ich odpowiedniki) są tworzone w bardzo różny sposób i mają różne cele istnienia. Różnią się nie tylko między krajami członkowskimi, ale niekiedy pomiędzy prowincjami tego samego kraju. Praktycznie we wszystkich krajach istnieje techniczna możliwość dostępu do danych odpowiadających tym, zawartym w polskich księgach wieczystych poprzez sieć Internet. Trudno jednak znaleźć kraj, w którym przyznano by podobnie szeroki dostęp jak w Polsce. Z reguły ograniczeniem są bowiem opłaty wprowadzone za usługi sprawdzenia zawartości rejestru. Przykładowo we Włoszech dostęp do rejestrów podlega opłacie skarbowej, a procedura dostępu online do rejestru wymaga uprzedniej rejestracji w systemach elektronicznych Poste Italiane. Dodatkowo rejestry prowincji Trento i Bolzano są dostępne wyłącznie dla zarejestrowanych użytkowników tych właśnie rejestrów. Wgląd do niemieckiej księgi wieczystej w urzędzie stanu cywilnego jest bezpłatny, ale już za dostęp lub wgląd do księgi wieczystej drogą elektroniczną, pobierana jest opłata. Nawet w bardzo z zasady transparentnych systemach szwedzkim i estońskim napotkamy podobne przeszkody w nieograniczonym dostępie. W Szwecji nie pobiera się opłat za informacje udzielane podczas wizyt osobistych lub telefonicznie, lecz za elektroniczny dostęp do rejestru pobierana jest stosowna opłata z wyjątkiem usługi Min fastighet (moja własność), która jest bezpłatna. W Estonii wgląd do księgi wieczystej w Wydziale Ksiąg Wieczystych jest bezpłatny. Właściciele mogą również bezpłatnie przeglądać te części rejestru, które ich dotyczą i ich akta własności, za pośrednictwem portalu państwowego. Tymczasem zapoznanie się z księgą wieczystą w kancelarii notarialnej lub za pośrednictwem wyszukiwarki internetowej jest już odpłatne. W Belgii uzyskanie informacji na podstawie dokumentacji w rejestrze gruntów, w biurach rejestracyjnych i hipotecznych jest płatne. Kwota ta różni się w zależności od rodzaju przeglądanej dokumentacji i żądanych informacji. W Hiszpanii wszystko da się załatwić online o ile...zapłacimy za to kartą kredytową, wykupimy abonent lub posiadamy certyfikat uznawany przez Stowarzyszenie Rejestratorów.

Jak pan ocenia z perspektywy czasu przestrzeganie przepisów o ochronie danych osobowych? Czy rozwój nowych technologii miał wpływ na ten problem? Czy obecnie obowiązujące prawo powinno zostać zmodyfikowane w jakimś zakresie, czy raczej spełnia swoją rolę?

Prawo zawsze będzie goniło za rozwojem technologii i nie ma w tym nic złego. Gorsze bowiem efekty przynosi sytuacja, w której prawnicy próbują na przyszłość przewidzieć jak technologia będzie się rozwijać. Również w prawie ochrony danych osobowych należy dokonywać, co pewien czas, rewizji aktualnego stanu prawnego i dostosować go do wymogów technologicznych. Nie należy jednak doprowadzać do sytuacji, w której istnieje stała niepewność, co do tego, jak prawo będzie wyglądać za kilka miesięcy. Dziesięć lat, które upłynęły od początku dyskusji na temat RODO i pięć lat od jego uchwalenia to, moim zdaniem, jeszcze zbyt mało, aby w całości ocenić rezultat zmian. RODO niewątpliwie podniosło świadomość problematyki ochrony danych i prywatności oraz wpływu tych zagadnień na zaufanie ludzi wobec władz publicznych i graczy rynkowych. Może o tym świadczyć m.in. powołanie w ostatnich tygodniach pierwszego amerykańskiego klasycznego organu ochrony danych na poziomie stanowym, a symptomatyczne jest stworzenie go w Kalifornii, w której położona jest Dolina Krzemowa – siedziba większości wielkich graczy rynku nowych technologii komunikacyjnych. ●

Rozmawiał: Janusz Orłowski



BODiE

WIELOLETNI I ZAUFANY PARTNER SPÓŁDZIELCZEJ GRUPY BANKOWEJ

ROZMOWA Z MAGDALENĄ OPERACZ,
PREZES ZARZĄDU BODiE

Jak pani widzi spółkę BODiE w przyszłości?

Jako silną, konkurencyjną, nowoczesną firmę szkoleniową w sektorze bankowości spółdzielczej. Ale, co ważne, rozwijającą się z SGB-Bankiem, bankami spółdzielczymi i dzięki wam. Współpracującą również ze Spółdzielczym Systemem Ochrony SGB oraz firmami powiązanymi i partnerami strategicznymi Zrzeszenia SGB.

Przyszłość BODiE pod moim przewodnictwem to przede wszystkim rozwój i działania spójne ze strategią naszego Zrzeszenia. To także uwzględnienie potrzeb dynamicznie zmieniającego się sektora bankowości spółdzielczej oraz zapewnienie pracownikom Zrzeszenia SGB kompleksowej oferty dopasowanej do ich oczekiwań.

Co zatem się zmieni?

Od 22 lat jesteśmy blisko banków spółdzielczych. Po latach funkcjonowania i w BODiE nastąpiły zmiany. Szukamy najlepszego modelu działania, jako spółka mierzymy się z szeregiem wyzwań m.in. odeszliśmy od struktury oddziałowej na rzecz doradcy klienta, który wspiera banki w wyborze odpowiednich usług rozwojowych. Chcemy wykorzystać efekt synergii w obszarze integracji celów, rozwiązań zrzeszeniowych z procesem rozwojowym realizowanym przez BODiE. Pierwszym krokiem w tym kierunku była zmiana adresu spółki i przeniesienie Centrali do siedziby Banku Zrzeszającego. Od 1 lutego br. w Poznaniu jesteśmy pod adresem Szarych Szeregów 23a. Dzięki temu łatwiej budować nam relacje i ścisłą współpracę z pracownikami SGB-Banku. Już planujemy i realizujemy wspólne działania. Przystąpiliśmy do budowania obszaru zrzeszeniowych usług rozwojowych. Zależy nam na stworzeniu płaszczyzny do dyskusji o realnych zagadnieniach, analizie konkretnych sytuacji i też przygotowaniu naszych klientów-banków spółdzielczych do przyszłych wyzwań. W bieżącym roku, po zatwierdzeniu Strategii Zrzeszenia SGB, będziemy pracować nad swoją i tam wybrzmiały strategiczne inicjatywy. Planów jest sporo, postaramy się pozytywnie zaskoczyć naszych klientów.

Jak radzi sobie spółka BODiE w dobie pandemii i jakie usługi zapewnia bankom?

Czas pandemii odbił się szerokim echem zmian i nie ominął branży szkoleniowej. Nasza podstawowa działalność przed wybuchem pandemii oparta była na szkoleniach stacjonarnych, a więc na bezpośredniej relacji z uczestnikami szkoleń oraz na linii wykładowca – uczestnik. Właśnie mija rok od zawieszenia realizacji szkoleń stacjonarnych w BODiE i przesunięcia usług rozwojowych do kanału cyfrowego. Dzięki współpracy i zaangażowaniu wszystkich pracowników, w czasie pełnym wyzwań, byliśmy blisko naszych klientów, zapewniając im niezbędne wsparcie. Co ważne, w porównaniu z rokiem 2019 zwiększyliśmy skalę dotarcia, m.in. poprzez organizację wydarzeń dla SGB-Banku i SSO SGB skierowanych dla wszystkich banków zrzeszonych. I co wcześniej było dla nas niewyobrażalne, stało się możliwe – skoncentrowaliśmy działania w kanale cyfrowym, wprowadziliśmy do oferty e-szkolenia. Ponadto nie odłożyliśmy



Fot. BODiE

w czasie naszych planów i w roku 2020 wytworzyliśmy kilka nowych kursów e-learningowych oraz wdrożyliśmy nowy layout platformy e-learningowej. Nasze nowo otwarte studio nagrań zrealizowało blisko 100 realizacji, w tym nagrania i wydarzenia na żywo.

Poniżej infografika prezentująca oferowane przez nas usługi w kanale cyfrowym.

Katalog usług BODiE jest obecnie szeroki i znajdują się w nim rozwiązania, które można dostosować do różnych potrzeb szkoleniowych. Pracujemy na kilku platformach. Tak duża dostępność narzędzi nie jest oczywiście tylko wynikiem pojawienia się pandemii. BODiE od wielu lat rozwija e-learning, posiadamy własną platformę e-learningową, a od 2013 roku realizujemy webinaria. Choć trzeba przyznać, że sytuacja związana z koronawirusem przyczyniła się zarówno do przyspieszenia rozwoju tych narzędzi, do wykorzystywania ich w niewyobrażalnej dotychczas skali oraz do przyrostu liczby zdalnych form rozwojowych. I co najważniejsze, banki aktywnie z tych form korzystają, wspierają nasze działania i zdobywają kompetencje cyfrowe.

Dlaczego warto współpracować z BODiE?

W świecie zunifikowanych usług wyróżnikiem jest jakość, relacja z klientem i wsluchiwanie się w jego potrzeby.

Budujemy nasze doświadczenie szkoląc głównie pracowników banków spółdzielczych. Realizując szereg usług rozwojowych tj. szkolenia, e-learning, doradztwo i prowadząc wydawnictwo



Cyfrowe BODiE

BODiE oferuje szereg szkoleń i kursów internetowych. Poniżej przedstawiamy poszczególne rodzaje szkoleń z uwzględnieniem różnic:

	DOSTĘP	CZAS	TEMATYKA	IDEA ZAJĘĆ	PO UKOŃCZENIU
SESJA ON-LINE / WEBINAR	czas rzeczywisty 	30 do 120 min. 	aktualne wydarzenia lub konkretne zagadnienie 	krótka forma, uczestnik ma możliwość zadawania pytań na czacie 	potwierdzenie udziału drogą elektroniczną
E-SZKOLENIE	czas rzeczywisty 	2 x 90 min. lub więcej 	konkretny temat szkolenia podzielony na sesje 	szkolenie w formie audiokonferencji, uczestnik ma możliwość zadawania pytań na czacie 	e-zaświadczenie o ukończeniu e-szkolenia
KURS E-LEARNINGOWY	nieograniczony dostęp przez 2 miesiące 	od 1 do 4 h 	konkretny temat lub obszar wiedzy 	zdalne nauczanie, kurs interaktywny 	e-zaświadczenie o ukończeniu kursu, do samodzielnego pobrania/wydruku
SYMULATOR SPRZEDAŻY	nieograniczony dostęp przez 2 miesiące 	od 2 do 8 h 	trening umiejętności sprzedażowych 	symulator to interaktywne szkolenie z elementami gier komputerowych 	raport zawierający mocne i słabe cechy sprzedażowe uczestnika oraz e-zaświadczenie

BODiE dysponuje również **PROFESJONALNYM STUDIEM NAGRAŃ** (wyposażone m.in. w green screen). Realizujemy na zamówienie transmisje on-line, webinaria, podcasty, wideowizytówki, filmy reklamowe, itp.



mamy możliwość dostosowania oferty do indywidualnych potrzeb banku. Działalność edukacyjna BODiE spełnia wymogi Standardu Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej Polskiej Izby Firm Szkoleniowych SUS 2.0. To akredytowany standard jakości zarządzania i realizacji usług rozwojowych. Jest on audytowany przez firmę Dekra – audytora o międzynarodowej renomie. Ponadto SUS jest standardem uprawniającym do rejestracji usług w Bazie Usług Rozwojowych, dzięki czemu nasi klienci mogą korzystać z dofinansowania na szkolenia, czy szerzej usługi rozwojowej. Dbamy o rozwój zespołu współpracujących ze spółką trenerów, konsultantów oraz doskonalenie ich kompetencji trenerskich. Wspierając klientów nie zapominamy o własnym rozwoju. Koncentrujemy się na relacjach z bankami, chcemy zdobywać uznanie banków Zrzeszenia SGB i wie- dzieć, że odpowiadamy na ich potrzeby. Aktywnie rozwijamy programy i narzędzia oraz technologie wspierające kształcenie i ułatwiające przyswajanie wiedzy.

A zatem, jeśli o technologiach mowa – jakie jest pani zdanie – czy dzięki technologii edukacja staje się bardziej atrakcyjna?

Lista korzyści płynących ze stosowania nowych technologii w edukacji jest długa. Technologia nie tylko ułatwia dostęp do informacji, pomaga skutecznie łączyć i przetwarzać dane, ale przede wszystkim sprawia, że nauka staje się procesem ciągłym, nieograniczonym wyłącznie do godzin danego szkolenia. Ponadto rozwój nowych technologii jest kluczowy dla rozwoju kompetencji cyfrowych. Nasza oferta skierowana jest do banków,

a banki to instytucje szczególnie podatne na cyfrową transformację. I jak wynika z raportu z badania Sektorowej Rady ds. Kompetencji Sektora Finansowego pt. Przyszłość pracy w sektorze finansowym rośnie zapotrzebowanie na kompetencje cyfrowe. Poza tym kolejna dekada postawi przed nami nowe wyzwania

w związku ze starzejącym się społeczeństwem. Zmieni się podejście do kariery zawodowej, życia rodzinnego i edukacji. Coraz częściej ludzie będą pracować jeszcze długo po 65. roku życia, aby zapewnić sobie wystarczające środki na emeryturę. Ponadto z uwagi na automatyzację pojawią się nowe zawody i tu nieograniczony dostęp do kształcenia, w tym także ustawicznego, dzięki technologii, będzie nieoceniony. Ten obszar rozwija się bardzo szybko, BODiE nie pozostaje w tyle, ale sporo jeszcze przed nami. Mamy ambicję budować Cyfrowe

BODiE, by docelowo udostępnić klientom rozwiązania w kanale samoobsługowym.

Na zakończenie, widząc pani szeroki uśmiech – czy miewa pani czasami momenty zwątpienia?

Oczywiście, że tak. Staram się jednak zachowywać równowagę, nie ztracać ciekawości świata, bo wiem, że moje dobre samopoczucie jest niezbędne, by móc wspierać innych. Zapraszam do współpracy, bo uczymy się od siebie nawzajem, a każda rozmowa, każde spotkanie to inspiracja. Bycie razem, również w spółdzielczej grupie, daje nam siłę. ●

Wysłuchał i opracował: Jerzy Sygidus





E-LEARNING

SYMULATOR SPRZEDAŻY



Zdalne wsparcie kompetencji sprzedażowych.

Systematyzuje wiedzę, pozwala ćwiczyć umiejętności na rzeczywistych sytuacjach odwzorowanych w wirtualnym świecie

Zamówienia:

eszkolenia@bodie.pl | M. +48 784 412 107



BODiE
Grupa SGB

ZACHOWANIA ZAKUPOWE POLAKÓW NAWYKI Z CZASU PANDEMII ZOSTANĄ Z NAMI NA DŁUŻEJ

JANUSZ ORŁOWSKI

Na zachowania zakupowe Polaków największy wpływ mają obecnie dwa czynniki: sytuacja finansowa gospodarstw domowych oraz technologia, wynika z badania przeprowadzonego przez firmę PwC, zatytułowanego „Nowy obraz polskiego konsumenta – postawy i zachowania Polaków w obliczu pandemii korona wirusa”.

Badanie pokazało, że $\frac{1}{3}$ naszych rodaków odnotowała spadek dochodów, a obniżenie wynagrodzenia dotknęło więcej kobiet niż mężczyzn. Polacy obawiają się wizji nadchodzącego kryzysu oraz dalszego wzrostu cen, co przekłada się na zwiększenie poziomu oszczędności. Co czwarty badany deklaruje, że oszczędza więcej niż przed pandemią. Jednocześnie z coraz większą swobodą korzystamy z nowych technologii, chociaż nie oznacza to, że wypiera ona wszędzie nasze stare przyzwyczajenia. Widać to najlepiej w preferencjach dotyczących robienia zakupów spożywczych.

Spadku dochodów w pandemii szczególnie doświadczyły kobiety w grupie 25–44 lat, co prawdopodobnie związane jest z większym obciążeniem tej grupy obowiązkami wynikającymi ze zdalnego nauczania dzieci. Jednocześnie odnotowano wzrost wydatków gospodarstw domowych w tym okresie, przede wszystkim na jedzenie, ogrzewanie domu oraz energię elektryczną. Przeszło 40% naszych rodaków spodziewa się wzrostu wydatków w najbliższych miesiącach.

Z badania wynika, że ponad połowa Polaków (58%) oszczędza

tyle samo lub więcej niż przed pandemią COVID-19, w tym blisko $\frac{1}{4}$ oszczędza więcej, a $\frac{1}{5}$ nie może sobie pozwolić na oszczędzanie. Natomiast 5% już musiało zacząć korzystać z oszczędności zgromadzonych wcześniej. Jedynie 7% badanych deklaruje wykupienie dodatkowego ubezpieczenia i są to osoby w grupie wiekowej 25–34 lata. Niestety aż 11% z nas było zmuszonych zrezygnować z ubezpieczeń, które nie były obowiązkowe.

Pandemia nie wpłynęła na nawyki zakupowe prawie $\frac{1}{5}$ Polaków. Główną zmianą jest robienie większych zakupów w lokal-

nych sklepach oraz zwiększenie częstotliwości zakupów w tych miejscach. Widoczny jest także trend „samowystarczalności”, czyli samodzielne przygotowywanie produktów spożywczych. Przede wszystkim w miastach powyżej 500 tys. $\frac{1}{5}$ badanych mieszkańców deklaruje, że zaczęła korzystać (w ogóle albo częściowo) ze sklepów internetowych. Znaczenie kanału cyfrowego umożliwiającego zakupy w trakcie pandemii było zależ-

Znaczenie kanału cyfrowego umożliwiającego zakupy w trakcie pandemii było zależne od kategorii produktowej. Ale wzrost znaczenia kanałów online nie był widoczny dla żadnej kategorii wśród respondentów w wieku powyżej 44 lat.

ne od kategorii produktowej. Ale wzrost znaczenia kanałów online nie był widoczny dla żadnej kategorii wśród respondentów w wieku powyżej 44 lat.

Zakupy w Internecie

Polacy najczęściej dokonują przy pomocy komputera, nieco rzadziej korzystają ze swoich smartfonów i tabletów. Z tych ostatnich najczęściej korzystają mieszkańcy wsi oraz grupa wiekowa ponad 55 lat. W dobie pandemii sklepy internetowe



mają istotną przewagę nad handlem tradycyjnym, jeśli chodzi o poczucie komfortu w trakcie robienia zakupów. Natomiast w handlu tradycyjnym Polacy doceniają przede wszystkim sklepy zlokalizowane blisko ich miejsca zamieszkania, co też wynika z ograniczeń mobilności.

W ocenie ekspertów PwC polscy konsumenci z jednej strony odczuli spadek dochodów, z drugiej jednak spodziewają się, że ich wydatki w najbliższych miesiącach będą rosnąć. Z całą pewnością wpłynie to na siłę nabywczą naszego społeczeństwa. Dodając do tego fakt, że handel internetowy w dobie pandemii jest doceniany przede wszystkim ze względu na komfort i poczucie bezpieczeństwa, jakie zapewnia, a dodatkowo umożliwia łatwe wyszukiwanie produktów oraz ich porównywanie, można się spodziewać wzrostu znaczenia tego kanału sprzedaży dla producentów, dystrybutorów oraz sprzedawców. Warto też dodać, że blisko 90% badanych Polaków twierdzi, że po jednym albo dwóch złych doświadczeniach z marką rezygnuje z jej produktów i usług. Tak ostre kryteria prezentują przede wszystkim osoby starsze w wieku 65+.

Młodszy daje markom nieco większy kredyt zaufania. To oznacza, że dbałość o doświadczenia klientów ma znaczenie zwłaszcza, że w dobie większego zainteresowania naszych rodaków kanałami cyfrowego dostępu do towarów i usług, łatwość podejmowania decyzji o rezygnacji z określonej marki zdecydowanie rośnie.

Z badania wynika, że na początku pandemii mieliśmy do czynienia z prawdziwą rewolucją na rynku pracy. Połowa Polaków pracowała zdalnie. Aktualnie z tej formy korzysta 1/4 z nas. Praca zdalna przede wszystkim zapewnia poczucie bezpieczeństwa, a pracodawcy są doceniani za umożliwienie tej formy zatrudnienia. Jednak główną wadą jest brak bezpośrednich kontaktów z innymi pracownikami. Polacy pracujący zdalnie podkreślają, że dzięki temu ponoszą mniejsze koszty związane głównie z transportem, ale jednocześnie widzą wyższe koszty wynikające ze zużycia energii elektrycznej i Internetu oraz konieczności wyposażenia „domowego biura”. Zdaniem ekspertów PwC, lockdown powinien być dla pracodawców okazją do zmiany dotychczasowego, tradycyjnego podejścia do modelu pracy. Już teraz powinni oni rozpocząć wdrażanie na stałe elastycznych modeli pracy z uwzględnieniem nowych preferencji ich pracowników, które niebawem mogą się utrwalić.

Pandemia przyczyniła się do nieznacznego wzrostu zainteresowania mediami. Walkę o uwagę i czas Polaków wygrały przede wszystkim komunikatory internetowe, social media, telewizja i tradycyjne książki. Żadne medium jednak nie przekonało do siebie znaczącej liczby nowych użytkowników. Polacy deklarują, że po pandemii nadal będą korzystać przede wszystkim z tych mediów, z których zaczęli więcej ko-

rzystać w czasie pandemii. Jednak pozostałe rodzaje mediów również po pandemii nie powinny obserwować odejść nowo pozyskanych użytkowników, wśród których przeważają osoby młode do 35 roku życia.

Pandemia w istotny sposób

wpłynęła na zachowania Polaków, jeśli chodzi o przemieszczanie się. Na popularności zyskało korzystanie z własnego samochodu oraz roweru. Spadki popularności zanotowały usługi transportu zbiorowego, co wynikało m.in. z wprowadzonych ograniczeń związanych z liczbą pasażerów, zachowaniem określonej odległości między nimi itp. Te środki transportu, które zyskały na popularności są jednocześnie postrzegane, jako najbezpieczniejsze. Pandemia uświadomiła nam, że w najbliższym czasie własne środki transportu będą w dalszym ciągu dominowały na rynku nie tylko w Polsce, ale na całym świecie.

Polacy doceniają technologię oraz to, jak ułatwia ona życie w czasie pandemii. Częściej korzystają z komunikatorów internetowych oraz mediów społecznościowych. Doceniają też technologię, która umożliwia zdalną pracę i naukę, a także dokonywanie codziennych zakupów. Także możliwość załatwiania spraw administracyjnych przez Internet została doceniona. Warto też zauważyć, jakie zmiany po stronie przedsiębiorstw, dostawców szeroko rozumianych usług (sklepów, banków, urzędów, szkół) były wymagane, aby umożliwić tak szerokie wykorzystanie technologii. Aby zapewnić sprawne funkcjonowanie tych rozwiązań przedsiębiorstwa często musiały zainwestować w nowe oprogramowanie, ale też przygotować się od strony infrastruktury, żeby zadbać o właściwą wydajność systemów. Tak szerokie zastosowanie technologii może okazać się przełomowe, a to oznacza, że zarówno nawyki związane z wykorzystaniem rozwiązań cyfrowych, jak i same rozwiązania pozostaną z nami na długo.

Warto też wspomnieć o badaniu przeprowadzonym przez Polski Instytut Ekonomiczny, dotyczącym zachowania firm handlowych i ich planach na przyszłość w dobie pandemii. Wynika z niego, że wiele firm, mimo obaw o swoją przyszłość, wynikających z niestabilnych warunków społecznych i gospodarczych, inwestuje i umacnia swoją pozycję na rynku. Po doświadczeniach z 2020 roku blisko 60% firm handlowych deklaruje kontynuację w 2021 roku dotychczasowej działalności. Zaledwie 1% badanych zadeklarowało zakończenie działalności.

To pokazuje, że przedsiębiorstwa są zdeterminowane do podjęcia działań wyprowadzających firmy z trudnej sytuacji ekonomicznej, mimo poważnych obaw o kształtowanie się przyszłych warunków działania. ●

Warto dodać, że blisko 90% badanych Polaków twierdzi, że po jednym albo dwóch złych doświadczeniach z marką rezygnuje z jej produktów i usług. Tak ostre kryteria prezentują przede wszystkim osoby starsze w wieku 65+. Młodszy daje markom nieco większy kredyt zaufania.

Polacy pracujący zdalnie podkreślają, że dzięki temu ponoszą mniejsze koszty związane głównie z transportem, ale jednocześnie widzą wyższe koszty wynikające ze zużycia energii elektrycznej i Internetu oraz konieczności wyposażenia „domowego biura”.





CONCORDIA

UBEZPIECZENIA

GRUPA GENERALI

JESTEŚMY CONCORDIĄ BĘDZIEMY GENERALI

W drugiej połowie 2021 roku Concordia się zmieni.
Rolnicy będą mogli korzystać z oferty Generali Agro,
a wszyscy klienci zyskają dostęp do palety ubezpieczeń
Generali.



Concordia łączy się z Generali.



REPUTACJA 2020

CORAZ WIĘKSZA POLARYZACJA OPINII O BANKACH

JANUSZ ORŁOWSKI

W kształtowaniu pożądanych relacji klientów z bankami oraz ich opinii na temat sektora ważne jest to, że indywidualne opinie respondentów w dużej mierze wynikają z bezpośredniego doświadczenia. Dużo mniejszą rolę w tym procesie odgrywają zasłyszane, obiegowe opinie na temat banków, wynika z opracowania zatytułowanego „Reputacja sektora bankowego 2020 – kluczowe wyniki i wnioski z badania” przygotowanego przez Marcina Idzika i Jacka Gieorgicę.

Indywidualni klienci banków to w zdecydowanej większości osoby nieprofesjonalne, rzadko kiedy dysponujące wiedzą niezbędną dla prawidłowej oceny, czy system faktycznie opiera się na solidnych fundamentach i czy w ostateczności ich pieniądze są w tym systemie bezpieczne.

Zdecydowana większość (83%) polskiego społeczeństwa ocenia, że pieniądze klientów zdeponowane w bankach są bezpieczne, a 80% jest zdania, że banki mają stabilną sytuację finansową. W przekonaniu 89% konsumentów nie podejmują oni żadnego, a co najwyżej znikome ryzyko, korzystając z usług bankowych, w tym lokując swoje oszczędności w tych instytucjach.

Jednak konsumenci rzadko zadają sobie trud, aby osobiście szukać odpowiedzi na pytanie o źródło bezpieczeństwa, stabilności i przewidywalności systemu bankowego. Zaledwie 7% naszych rodaków deklaruje dużą lub bardzo dużą wiedzę o bankach i usługach finansowych, a aż 67% nie widzi potrzeby podnoszenia swojej wiedzy na ten temat. Zamiast tego, w swoich ocenach w dużej mierze opierają się na własnych indywidualnych doświadczeniach, opiniach innych osób i ogólnych przekonaniach na temat złej lub dobrej reputacji banków. Im lepsza ocena, tym – teoretycznie – bardziej stabilny system i konsekwentnie, im niższa ocena całokształtu doświadczeń, poglądów i osądów względem banków, tym gorszy efekt może występować w wymiarze społecznej percepcji stabilności banków.

Badanie społecznego postrzegania banków i analiza zmian zachodzących w ich ocenie nabiera szczególnej wagi w niespokojnych czasach. Sektor bankowy jest bardzo wrażliwy na wahania nastrojów społecznych, a w szczególności na zjawisko zwane samospełniającą się

przepowiednią. Z drugiej strony, jego stabilne działanie jest niezbędne do przewyższania trudności w sferze gospodarczej w czasach, w których normalne funkcjonowanie gospodarki zostało w jakiś sposób zakłócone. Pewne jest jednak – piszą autorzy opracowania – że wysoki poziom zaufania do systemu bankowego, jego stabilności i przewidywalności, mogą być trudnym do przecenienia czynnikiem, mającym pozytywny wpływ na przebieg spowolnienia gospodarczego, oczekiwanego w czasie pandemii.

Indywidualni klienci banków to w zdecydowanej większości osoby nieprofesjonalne, rzadko kiedy dysponujące wiedzą niezbędną dla prawidłowej oceny, czy system faktycznie opiera się na solidnych fundamentach i czy w ostateczności ich pieniądze są w tym systemie bezpieczne.

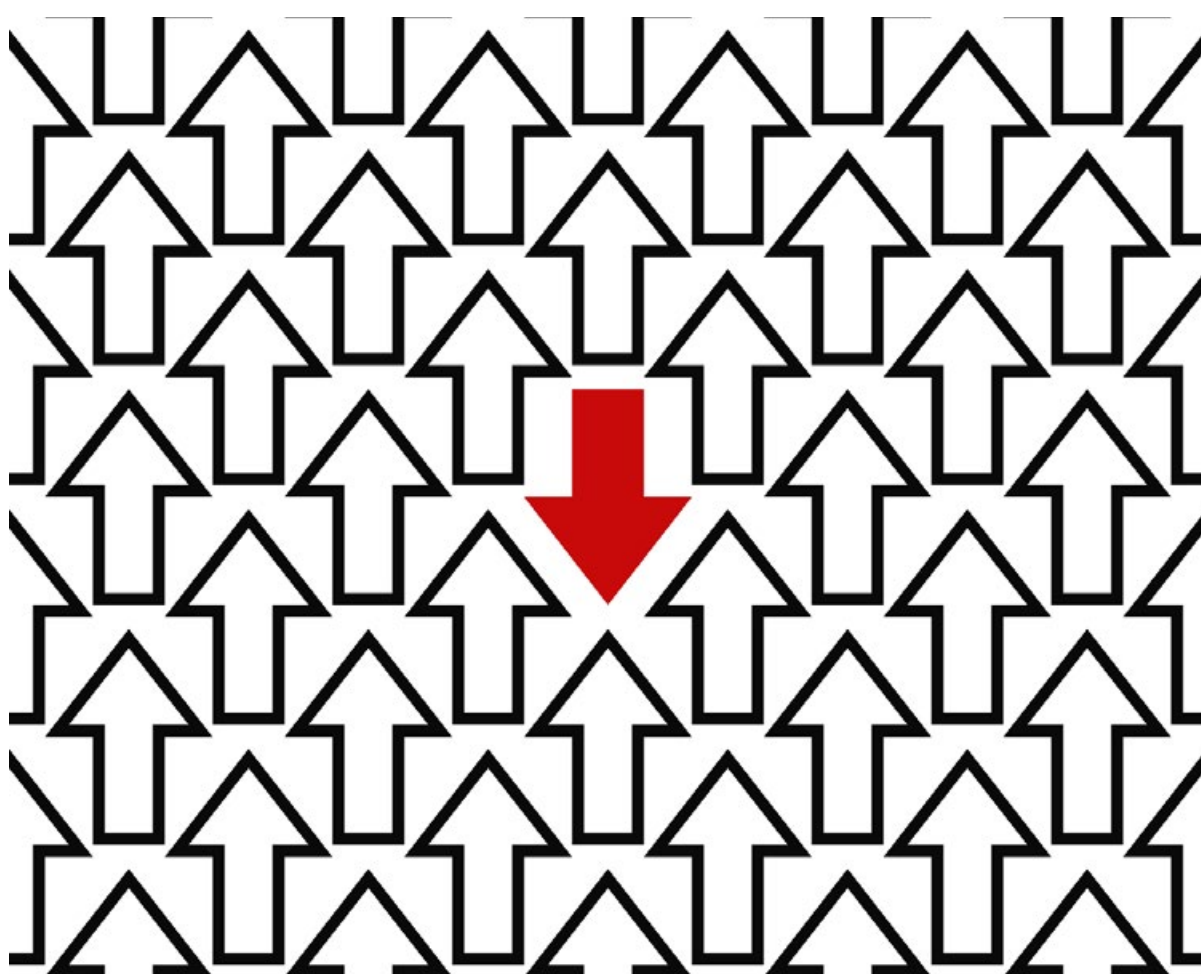
Ocena reputacji banków w społeczeństwie pozostaje zwykle zróżnicowana. Banki mają zarówno dobrą jak i złą reputację. Te przeciwstawne oceny współwystępują ze sobą, nie znosząc się nawzajem. Dla nieco ponad połowy Polaków (51%) reputacja banków jest co najmniej dobra, bardzo dobra lub doskonała, ale w 18% przypadków jest ona oceniana mniej lub bardziej negatywnie – jako zła, bardzo zła lub skrajnie zła. W skali całego społeczeń-

stwa wskazania w zakresie reputacji pozytywnej i negatywnej banków dotyczą odpowiednio grup liczących około 16,5 mln oraz 5,8 mln osób.

Ostatnie badanie reputacji pokazało

dalszą polaryzację opinii. Przybyło osób oceniających sektor bankowy w sposób skrajny, zarówno w wymiarze negatywnym, jak i pozytywnym. Skrajne oceny dotyczą zarówno pozytywnych, jak i negatywnych opinii, takich jak: zaufania, sympatii, jakości usług, wyników finansowych, czy też ogólnej oceny. Mimo pozytywnych trendów w minionych latach, w ostatnim badaniu odnotowano wzrost opinii negatywnych. W 2020 roku zaobserwowano zatrzymanie dotychczasowych tendencji redukcji negatywnych opinii, a w przypadku zaufania (licząc rok do roku) odnotowano nieznaczny spadek ocen pozytywnych. Społeczne zaufanie do banków w trendzie długookresowym

ma stabilny charakter i jego systematyczny wzrost notowany jest od dekady. Zaufanie do banków deklaruje 68% respondentów – zarówno klientów, jak i osób, które nie korzystają z ich usług. Nieufność wobec banków deklaruje 23% ankietowanych, a 9% nie ma wyrobionego zdania w tej sprawie. Najnowszy pomiar pokazał kilkupunktowe spadki w zakresie zaufania w stosunku do większości badanych instytucji rynku finansowego.



W przypadku banków odsetek osób deklarujących zaufanie jest niższy o 4 pkt. proc. w stosunku do wyniku z 2019 roku. Mimo tego, podobnie jak wcześniej, banki działające w Polsce pozostały liderem zaufania wśród instytucji rynku finansowego. Jako przyczyny osłabienia zaufania do banków respondenci wskazywali spontanicznie przede wszystkim kwestię upadłości jednego z banków i braku bezpieczeństwa – taki pogląd dominował wśród 25% respondentów deklarujących spadek zaufania. Na przeciwnym biegunie osoby, u których wzrosło zaufanie do banków, wskazywały przede wszystkim na poczucie bezpieczeństwa, dobrą współpracę i stabilizację na rynku. Podsumowując, siedmiu na dziesięciu Polaków deklaruje zaufanie do banków, a ośmiu na dziesięciu klientów banków deklaruje zaufanie do swojego banku, przy czym 89% osób objętych badaniem, to klienci sektora bankowego.

Jak pokazują wyniki badania, spadek zaufania niekoniecznie dotyczy samych banków, ale może oznaczać uogólniony spadek zaufania do większości instytucji rynku finansowego. Skala zmian nie jest wysoka i w żadnym przypadku nie można tutaj mówić o zmianach skokowych, ponieważ mieszczą się one prawdopodobnie w granicach błędu statystycznego. Nie jest wykluczone, że na ten niewielki spadek zaufania miały wpływ pierwsze doniesienia o wybuchu pandemii COVID-19 w Europie i poczucie zaniepokojenia wśród respondentów.

Zdaniem autorów opracowania, osoby, które odczuły spadek zaufania do banków najczęściej, jako przyczynę wskazywały na upadłość banku i brak bezpieczeństwa. Jest bardzo prawdopodobne, że wpływ na taki rozkład odpowiedzi miały stosunkowo świeże wydarzenia z początku 2020 roku i restrukturyzacja banku PBS w Sanoku, co z kolei przeniosło się na uogólnione zaufanie do banków. Wzrost opłat i prowizji był przyczyną spadku zaufania dla co piątej osoby, podobnie jak nieuczciwe praktyki (18%). Z kolei osoby, u których wzrosło zaufanie do banków, wskazywały przede wszystkim poczucie bezpieczeństwa (31%), dobrą współpracę i stabilizację na rynku. Co znamienne, kwestia poczucia bezpieczeństwa wskazywana była zarówno jako główna przyczyna wzrostu, jak i spadku zaufania w minionym roku.

Banki postrzegane są najczęściej poprzez pryzmat codziennych doświadczeń klientów. Społeczna ocena miejsc, gdzie klienci spotykają się z usługami bankowymi, jest pozytywna. Przy czym wśród tzw. użytkowników oceny są istotnie wyższe w porównaniu do opinii ogółu społeczeństwa. Szczególnie duże dysproporcje pomiędzy ocenami w tych dwóch grupach dotyczą bankowości mobilnej, stron internetowych banków, płatności bezgotówkowych, a także infolinii banków. Interesującą grupę stanowią osoby (około 15% społeczeństwa) które, mimo że nie korzystają z tych kanałów dostępu do usług i produktów bankowych, formułują opinię negatywną na ten temat.

Reputacja stanowi wypadkową różnych opinii

na które składają się elementy racjonalne, jak i emocjonalne. Wrażliwość reputacji na zmianę wynika z faktu, że wielość

czynników poddawanych osądowi jest niemal nieograniczona, a ich ocena przez różnych interesariuszy może być diametralnie odmienna i w dodatku podatna na informacje kształtowane przez media, plotki, czy też emocje.

Do kluczowych negatywnych incydentów mających wpływ na opinię o bankach należał w minionym roku nieoczekiwany wzrost cen usług bankowych, który w ocenie 14% konsumentów był dla nich negatywnym zaskoczeniem, 11% badanych miało poczucie, że banki wykorzystywały ich niewiedzę, 9% miało problemy związane z korzystaniem z usług bankowych, a 8% oceniło, że zostało wprowadzone w błąd przez bank.

Jednocześnie w 2020 roku 74% klientów banków miało pozytywne osobiste doświadczenia z bankami, 57% miało przeświadczenie, że bank dba o sprawy i interesy klienta, 78% było zadowolonych z usług świadczonych przez bank, a 45% badanych stwierdziło, że pracownik banku doradził im coś, co było dla nich korzystne.

Społeczeństwo polskie charakteryzuje się niskim poziomem kompetencji ekonomicznych oraz wiedzy o bankach i ich usługach. Niskie lub bardzo niskie kompetencje posiada 43% na-

szych rodaków, raczej wysokie lub wysokie – 7% Niskie kompetencje ekonomiczne wiążą się z niską oceną reputacji banków. Wśród osób o bardzo niskiej lub raczej małej wiedzy ekonomicznej reputacja banków oceniana jest niejednoznacznie, najczęściej jako ani dobra, ani zła.

Społeczeństwo ze sporym dystansem dokonuje oceny informacji obecnych w przestrzeni publicznej na temat banków. Kluczowym filtrem wpływającym na społeczny odbiór informacji o bankach jest indywidualna opinia ich klientów. W efekcie niezależnie od charakteru zasłyszanych informacji o bankach ich ocena jest zależna od uogólnionego postrzegania banków.

nionego postrzegania banków.

Badanie pokazało, że reputacja banków jest dobra, jednak oceny jednostkowe wykazują wysokie zróżnicowanie. W społeczeństwie następuje coraz silniejsza polaryzacja opinii o bankach. Banki wśród instytucji publicznych pozostają liderem społecznego zaufania, jednak ostatnie badanie powinno stanowić pewien sygnał ostrzegawczy. Codzienne doświadczenia w korzystaniu z usług bankowych są znacznie lepsze niż ocena ogólna banków.

Wydaje się, że obecna sytuacja nie sprzyja budowaniu większego zaufania do banków, przede wszystkim z powodu ich skomplikowanej sytuacji ekonomicznej wynikającej zarówno z pandemii, jak i mechanizmów rynkowych, na które nie mają one wpływu. Dotyczy to zwłaszcza bardzo niskich stóp procentowych oraz regulacji i wymagań nadzoru finansowego. Czynniki te przekładają się na atrakcyjność oferty bankowej kierowanej do klientów, która jest jednym z najważniejszych elementów oceny tych instytucji. Jest jednak nadzieja, że reputacja, będąca wypadkową różnych opinii, znacznie wzrośnie, kiedy zagrożenie pandemią i wynikające z niej ograniczenia miną, a banki spółdzielcze staną się jednym z najważniejszych partnerów małych i większych przedsiębiorstw, które przystąpią do odbudowy swoich biznesów, korzystając z bankowego wsparcia finansowego. ●



PRZEKRĘT NA ZDALNY PULPIT



mr. insp. Andrzej Borowiak

Rzecznik prasowy

Komendanta Wojewódzkiego Policji w Poznaniu

Kiedy dzwoni do ciebie rzekomy konsultant z banku i proponuje świetny zysk z obrotu kryptowalutą, powinny zapalić się wszystkie kontrolki ostrzegawcze. Gdy podczas rozmowy namawia do zainstalowania aplikacji – zdalny pulpit to jest niemal pewne, że będą kłopoty.

Epidemia koronawirusa wpłynęła praktycznie na życie każdego człowieka. Większość pracodawców, korporacji i mniejszych firm wymaga od swoich pracowników pracy zdalnej. Ta forma komunikacji ze światem zewnętrznym stała się niemal powszechna. Szersze wykorzystanie internetu do tych celów stworzyło mnóstwo okazji do nadużyć.

Oszuści z łatwością mogą się wcielić w rolę pracownika banku. Oczywiście biorą oni na celownik najchętniej osoby, które z cyfryzacją naszego codziennego życia nie są aż tak bardzo zaznajomione. Jeśli cyberprzestępcy trafią dodatkowo na kogoś, u kogo wzbudzą żądzę łatwego zysku, droga do wyłudzenia pieniędzy jest prosta.

Programy typu TeamViewer albo AnyDesk służą do zdalnego sterowania systemem operacyjnym komputera. Są one powszechnie wykorzystywane w zastosowaniach firmowych. Pozwalają na przykład prowadzić szkolenia online albo usuwać jakieś kłopoty techniczne na komputerach pracowników. Żeby nie było wątpliwości, to chcę zaznaczyć, że oprogramowanie do zdalnej obsługi komputera jest legalne. Można je znaleźć u wielu renomowanych dostawców takich usług. Jest ono oczywiście bezpłatne. Takie zainstalowane oprogramowanie pozwala mi na przykład połączyć się z biura, poprzez sieć internetową, z moim komputerem stojącym w domu. Po nawiązaniu połączenia mogę zdalnie przeglądać zawartość pamięci albo wykonywać operacje tak, jakbym był w domu przy klawiaturze. Właśnie ten mechanizm coraz częściej wykorzystują oszuści.

Bank nigdy nie zaproponuje instalacji dodatkowego oprogramowania

Pierwsze kontakty z potencjalną ofiarą odbywają się przez e-mail albo komunikator internetowy. Wkrótce potem następuje zazwyczaj kontakt telefoniczny. Rozmówca przedstawia się i mówi z jakiego jest banku. Rozmowa jest kierowana na temat kryptowalut. Bankier informuje, że z jakiegoś powodu na koncie klienta została przeprowadzona niewielka transakcja zakupu popularnej kryptowaluty. Jej obecna wartość jest oczywiście astronomiczna. Tłumaczy, jak sprzedać te wirtualne pieniądze i uzyskać gigantyczny zysk. I tutaj najczęściej pojawiają się problemy techniczne. Jak spod ziemi wyrasta bankowy konsultant. Namawia klienta do zainstalowania programu AnyDesk albo innego, podobnie działającego. Obiecu-

je oczywiście pomoc przejścia przez całą procedurę instalacyjną.

Podczas wykonywania kolejnych kroków oszuści przechwytują wszystkie dane niezbędne do obsługi konta bankowego. Absolutnie żadną przeszkodą nie są ani jednorazowe kody, ani konieczność potwierdzania transakcji w aplikacji mobilnej. Oszuści kontrolując komputer klienta bardzo szybko czyszczą konto ze wszelkich oszczędności. Nie cofną się także przed zaciągnięciem ekspresowych kredytów, żeby zwiększyć wielkość łupu. Ofiarą takich oszustów padł jeden z mieszkańców Wielkopolski, który stracił prawie milion złotych.

Ochrona przed cyber – oszustami

- Pamiętaj, że tylko Ty jesteś posiadaczem loginu i hasła do konta. Pod żadnym pozorem nikomu tego nie ujawniaj.
- Nie instaluj na komputerze oraz urządzeniach mobilnych żadnego oprogramowania jeśli nie wiesz do czego służy, i jak działa.
- Nie korzystaj z linków przesyłanych poprzez komunikatory, jeśli nie znasz nadawcy.
- Zapamiętaj, że żaden pracownik banku nie będzie Ci proponował zainstalowania jakiegokolwiek oprogramowania typu AnyDesk.
- Jeśli osoba podająca się w rozmowie telefonicznej za pracownika banku będzie domagała się Twoich danych oraz danych do konta w celach weryfikacyjnych, natychmiast się rozłącz. Zadzwoń do biura obsługi klienta w swoim banku i na policję.

Przestępstwo doskonałe?

Wykrycie oszustów wykorzystujących opisane metody nie jest proste, ale możliwe. Specjaliści z policyjnych jednostek specjalnych zajmujących się wykrywanie tego typu przestępstw poświęcają wiele czasu na uzyskanie danych teleinformatycznych.

Nadkom. Krystian Piekarski Naczelnik Wydziału dw. z Cyberprzestępczością Komendy Wojewódzkiej Policji w Poznaniu mówi: *Analiza tych ogromnych ilości danych wymaga doświadczenia oraz niejednokrotnie współpracy międzynarodowej. Końcowe wnioski i raporty prowadzą do ujawnienia śladów pozostawionych w sieci przez oszustów. Oni oczywiście starają się jak najbardziej te ślady za sobą pozostawić. Skuteczne zatrzymanie sprawców i odebranie zrabowanych pieniędzy to odrębny temat. Można sobie wyobrazić jednak, że kiedy tylko zdążą wypłacić wyłudzone pieniądze w formie gotówki, to jej znalezienie może okazać się niełatwe.*

W roku 2019 tego typu przestępstw praktycznie nie odnotowano. Pierwsze udane oszustwa tą metodą zostały zgłoszone w ubiegłym roku. Aktualnie w całej Polsce prowadzonych jest około dwustu postępowań przygotowawczych. Policyjni eksperci prognozują jednak, że liczba pokrzywdzonych może wzrosnąć. Grupy przestępcze, które odkryły metodę oszustwa na zdalny pulpit ciągle ją doskonalą i rozwijają. ●

Przekazane dane obejmują liczbę oszustw z wykorzystaniem internetu (przedmiotem przestępstwa były pieniądze) w Wielkopolsce, na przestrzeni 5 lat.

Rok	2016	2017	2018	2019	2020
Liczba oszustw	1394	1905	1632	1853	2005



KSZTAŁTOWANIE SIĘ CEN NIERUCHOMOŚCI W POLSCE W 2020 ROKU

ANNA KARAŚ,
STARSZY ANALITYK RYNKU NIERUCHOMOŚCI CENATORIUM

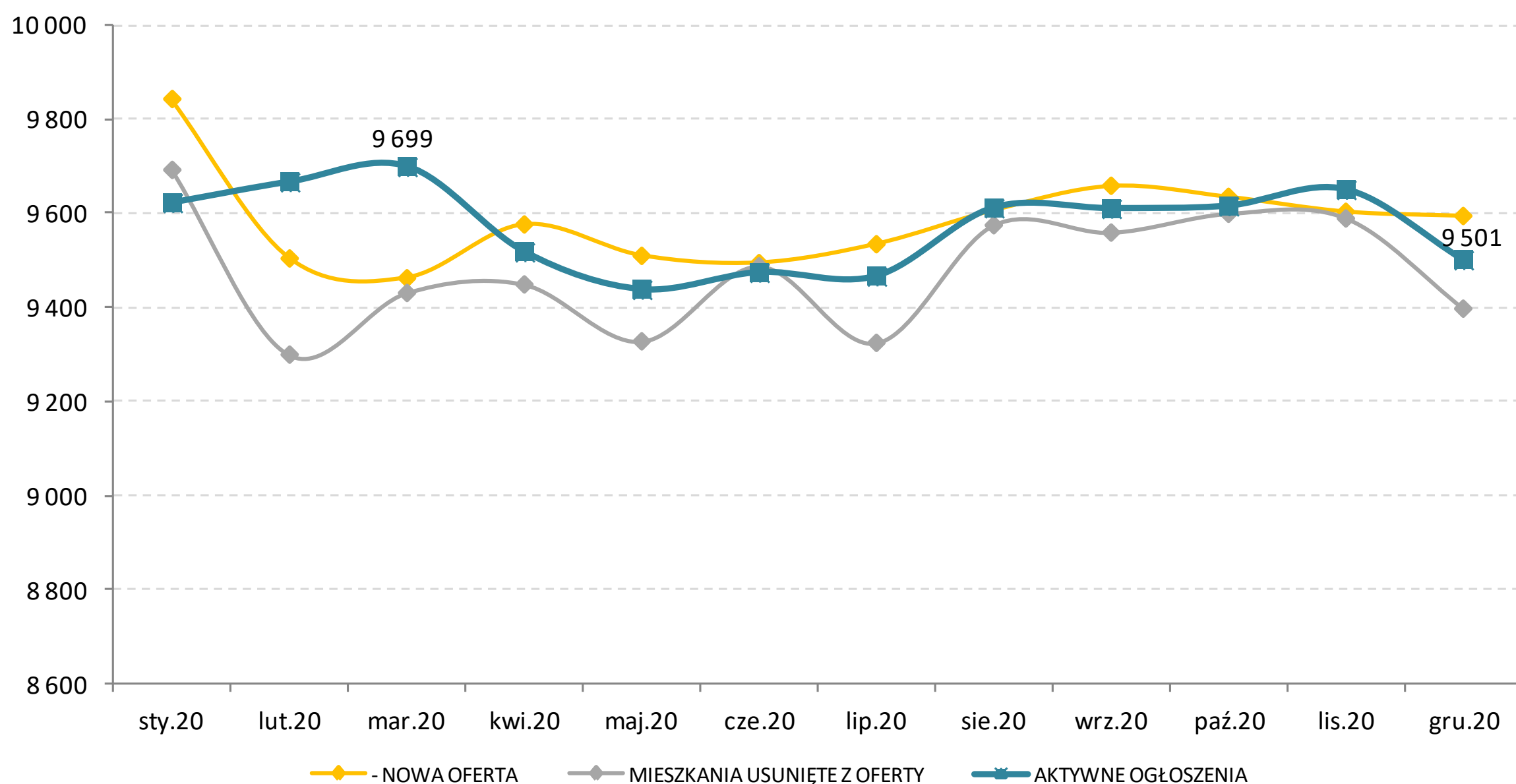
2019 rok był drugim najlepszym rokiem w historii polskiego rynku mieszkaniowego pod względem liczby sprzedaży nowych mieszkań. Wysokiemu popytowi towarzyszył dynamiczny wzrost cen mieszkań. Na niektórych rynkach ceny nieruchomości rosły nawet w dwucyfrowym tempie rocznie. W Warszawie została przekroczona symboliczna granica 10 tys. zł/m². W wielu miastach mieszkania sprzedawały się szybciej, niż zostawały wprowadzane do oferty. Podaż na rynku zaczęła się kurczyć. 2020 rok otworzyła seria pytań o to, czy to już bańka na rynku mieszkaniowym? Co musiałoby się stać, aby ostudzić rozgrzany rynek? Nic nie wskazywało jednak na pesymistyczny scenariusz, eksperci optymistycznie patrzyli na nadchodzący wówczas rok.

W I kwartale 2020 roku średnie ceny mieszkań we wszystkich głównych miastach w Polsce¹ nadal rosły, kontynuując trend zapoczątkowany w poprzedzających latach. W pierwszych trzech miesiącach 2020 średnia cena mkw. mieszkania w 7 głównych miastach w Polsce urosła o 2,4% i na koniec marca ustabilizowała się na poziomie 9 699 zł/m². To najwyższy poziom odnotowany w historii polskiego rynku nieruchomości.

koreluje ze sprzedażą na rynku nieruchomości spadł w kwietniu 2020 roku do najniższego poziomu od czasu kryzysu gospodarczego z 2012 roku, czyli do – 36,4 pkt. Pandemia ostudziła rynek. W II kwartale 2020 roku mieliśmy do czynienia z drastycznym spadkiem wolumenu sprzedanych mieszkań. Rosnące wcześniej ceny mieszkań wyhamowały, jednak nie wszędzie uderzenie COVID-19 w rynek nieruchomości było równie silne.

Zmiana średniej ceny ofertowej w agregacji dla 7 miast w II kwartale 2020 roku wyniosła – 2,3%. Analizując lokalne rynki z osobna, zauważa się, że spadek średniej ceny odnotowano w Gdyni. W tym mieście średnia cena ofertowa obniżyła się o 3,0% k/k. Głównym powodem była nowa, tańsza pula mieszkań wprowadzonych do oferty. We Wrocławiu, Krakowie, Warszawie i Gdańsku ceny ustabilizowały się, a w Poznaniu i Łodzi nadal rosły, choć w wolniejszym tempie niż wcześniej. Wiosną liczba transakcji spadła, a czas ekspozycji oferty znacznie się wydłużył. W II kwartale wzrósł on do 18–19 dni, z 10–11 notowanych przed pandemią. Mniejszy popyt skłaniał sprzedających do ponownego wystawiania niesprzedanych mieszkań po niższych cenach. Bardziej widoczne było to jednak na rynku wtórnym. Deweloperzy, którzy zakontraktowali

Średnie ceny ofertowe w 7 największych miastach w Polsce



Obok Warszawy, do miast o średniej cenie mieszkań powyżej 10 tys. zł/m². dołączył Gdańsk, w którym, wg danych Cenatorium, ceny w I kwartale 2020 roku urosły o 9,6%. Dynamiczny wzrost cen notowano także w Łodzi oraz Krakowie, gdzie ceny wzrosły odpowiedni o 7,7 oraz 7,6% w porównaniu do końca grudnia 2019 roku.

W marcu 2020 roku pandemia COVID-19 zaskoczyła wszystkich. Chaos oraz niepokój spowodowany pojawieniem się nowego wirusa sparaliżował gospodarkę. Większość kupujących wstrzymała się z zakupami, wielu wycofało się nawet z niedawno nabytych mieszkań. Wskaźnik ufności konsumenckiej, który bezpośrednio

projektów mieszkaniowych przed pandemią, byli mniej skłonni do obniżek.

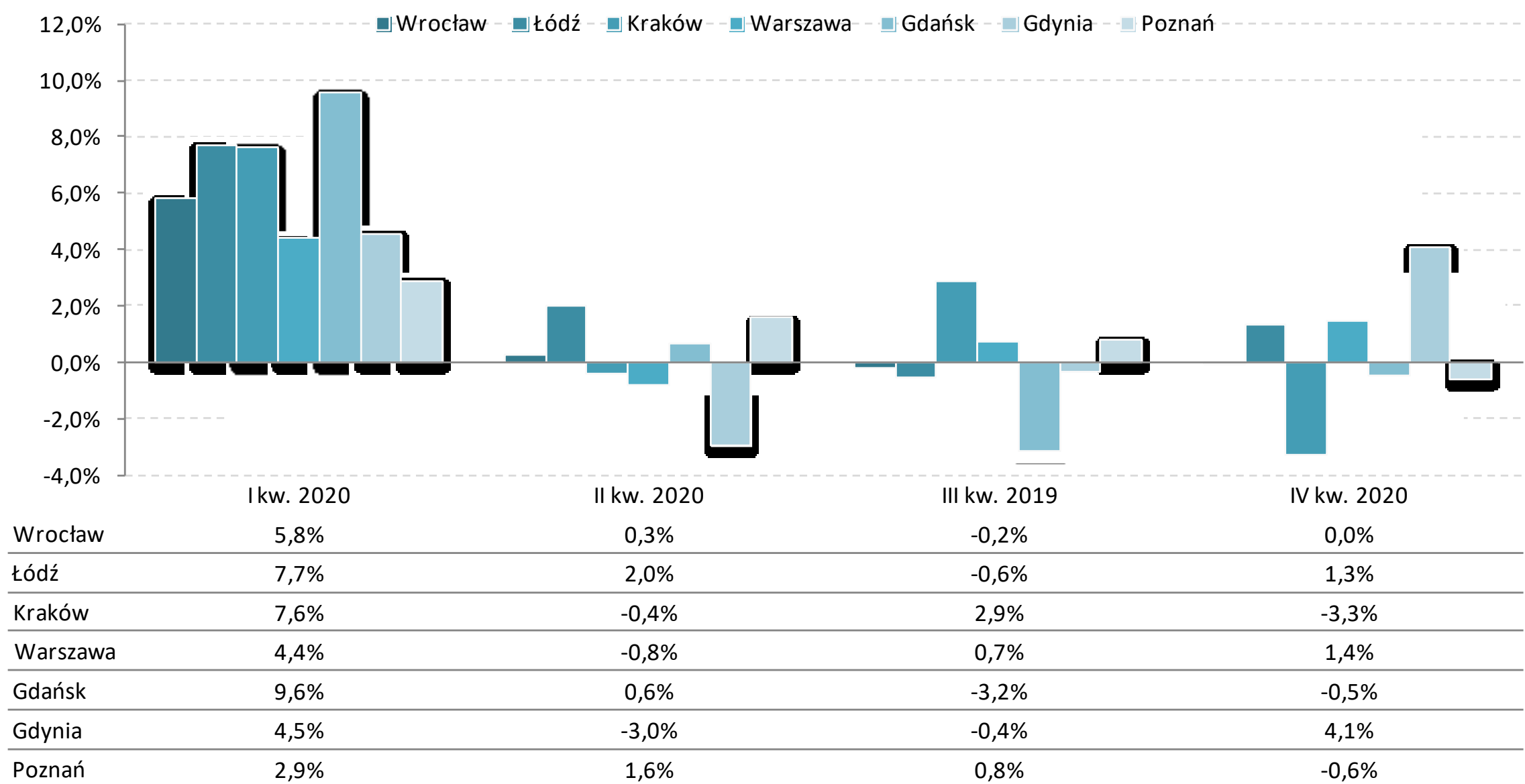
W II kwartale 2020 r. spadek sprzedaży mieszkań

na rynku pierwotnym wyniósł 64% względem I kwartału. Wpływ na to miała nie tylko obawa kupujących o przyszłość, czy nadzieja na spadki cen, ale również polityka kredytowa banków, które wraz z nadejściem pandemii wyraźnie zaostrzyły kryteria przyznawania kredytów hipotecznych. Podniesiono kwotę minimalnego wkładu własnego (w niektórych bankach nawet do 40%), zaprzestano wliczać dochody pochodzące z umów cywilnoprawnych oraz działalności gospodarczej i branż zagrożonych skutkami epidemii. Niektóre banki na pewien czas

¹ Analizie poddano 7 największych miast w Polsce tj. Warszawa, Łódź, Gdańsk, Gdynia, Kraków, Wrocław, Poznań. Analizowano oferty mieszkań na rynku wtórnym i pierwotnym łącznie.



Zmiana średniej ceny ofertowej k/k w 7 głównych miastach w Polsce w 2020 roku



całkowicie wstrzymały się z przyznawaniem kredytów. Drastycznie wzrósł odsetek decyzji negatywnych. Rynek mieszkaniowy stał się przyjazny jedynie dla osób ze stabilnym zatrudnieniem, ponadprzeciętnymi zarobkami oraz dla klientów gotówkowych. To właśnie Ci ostatni ogrywali w kolejnych miesiącach roku główną rolę na rynku mieszkaniowym.

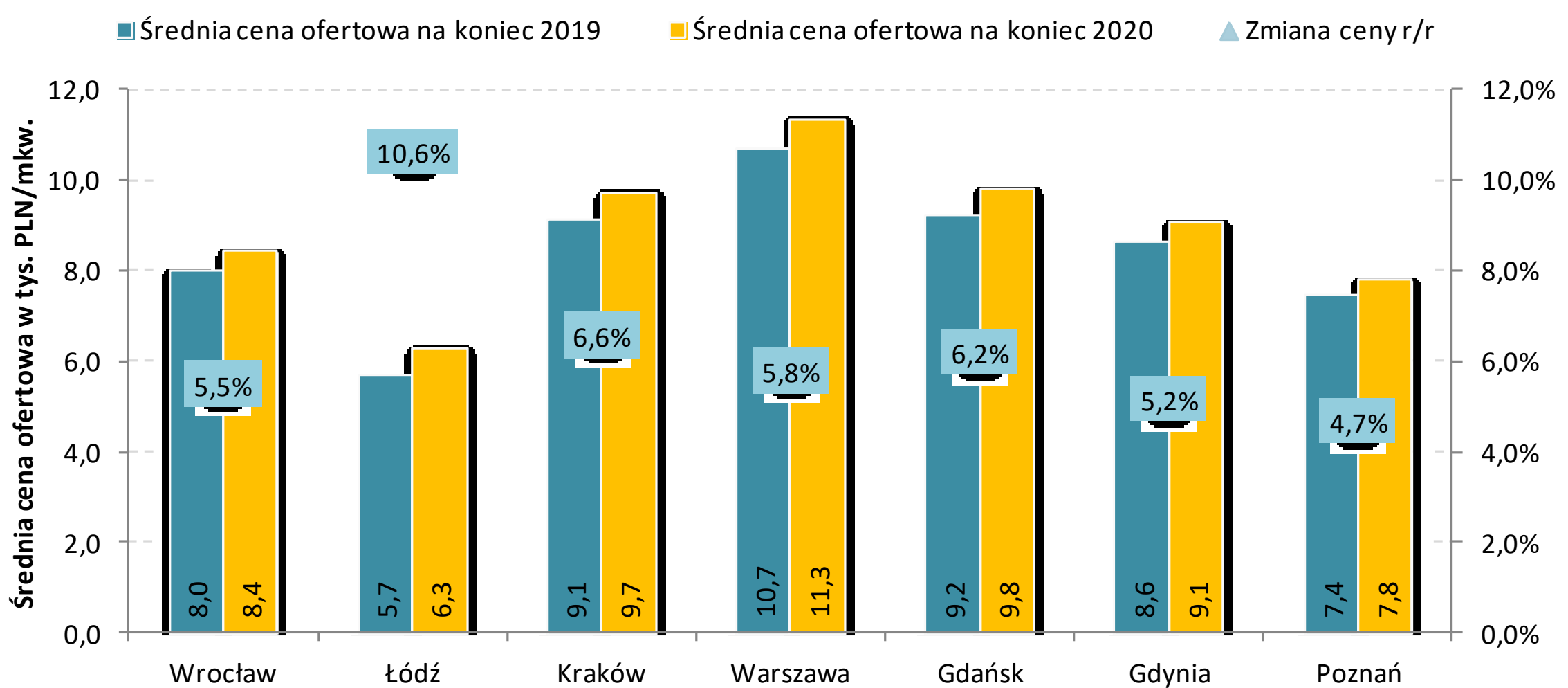
Sytuacja na rynku mieszkaniowym w 2020 roku w pewien sposób koreluje z liczbą zachorowań na COVID-19. II kwartał i związany z nim lockdown ograniczył liczbę spotkań, a więc zakupów na rynku mieszkaniowym. Wraz z nadejściem III kwartału i poluzowaniem obostrzeń, Polacy spragnieni normalności wrócili do zakupów mieszkaniowych. Jednak nie wszyscy i nie z takim impetem jak przed początkiem pandemii. Co prawda już w maju rosła liczba zapytań o nowe mieszkania, jednak wzrost sprzedaży odnotowano dopiero latem. Liczba odnotowanych transakcji nadal plasowała się jednak na niższym poziomie niż w ostatnich 2-3 latach. Na rynku zmieniła się struktura kupujących. Największy spadek sprzedaży odnotowano w grupie osób młodych, kupujących pierwsze mieszkanie, czyli tych w największym stopniu uzależnionych od sytuacji na rynku pracy i kredytu hipotecznego. Mniej aktywni byli również inwestorzy indywidualni, flipperzy, kupujący mieszkania do remontu z myślą o późniejszej sprzedaży. Pandemia pokazała również kruchość rynku najmu, dlatego osoby planujące zakup mieszkania na raty, z myślą o spłaceniu ich czynszem najmu również ograniczyły swoją aktywność. Na rynku odnotowano z kolei zwiększony udział inwestorów instytucjonalnych oraz indywidualnych, którzy rynek nieruchomości traktują, jako bezpieczną przystań dla zgromadzonego kapitału.

W III kwartale 2020 banki poluzowały kryteria przyznawania kredytów hipotecznych. Wzrosła liczba sprzedanych mieszkań,

jednak nadal nie dorównywała poziomom z ostatnich kwartałów. W Warszawie na rynku pierwotnym sprzedano 4,5 tys. mieszkań, co stanowi poziom porównywalny z kwartalnymi wynikami z 2015 roku. Nastroje na rynku uległy jednak poprawie. Rząd zapewniał, że jesienią nie będzie kolejnego lockdownu, pandemia wyciszyła się. Optymizm na rynku przełożył się na rekordowe liczby rozpoczętych inwestycji. We wrześniu deweloperzy rozpoczęli budowę 17 tys. mieszkań, co jest najwyższym miesięcznym wynikiem w historii.

W agregacji dla 7 głównych miast, średnia cena ofertowa mieszkań w III kwartale wzrosła o 1,4% względem II kwartału. Wzrost cen widać było na rynku w Krakowie (2,9% k/k). W Warszawie, Poznaniu, Gdyni, Łodzi oraz Wrocławiu zmiana nie przekroczyła 1%, w związku z czym należy mówić o stabilizacji. Spadek cen odnotowano jedynie w Gdańsku (3,2% k/k), czyli w mieście, w którym przed pandemią sprzedaż mieszkań wysoce nakręcana była przez zakupy inwestycyjne.

W IV kwartale 2020 roku, wraz z nadejściem gwałtownej drugiej fali zachorowań na COVID-19, wskaźnik ufności konsumenckiej ponownie spadł, jednak tym razem nie znalazło to odbicia w gwałtownym spadku liczby zawieranych transakcji. Na rynku nadal widać było wysoki popyt ze strony inwestorów. Sprzedaż w IV kwartale była zbliżona do poziomów z III kwartału 2020 roku, a ceny mieszkań na większości rynków pozostawały stabilne. W agregacji dla 7 głównych miast widać jednak, że grudzień przyniósł obniżkę do poziomu 9501 zł/m². Pomimo pandemii SARS-CoV-2 ceny mieszkań na koniec 2020 roku w skali roku wzrosły we wszystkich głównych miastach w Polsce. Największą dynamikę zmian odnotowano w Łodzi (10,6%). W pozostałych miastach ceny w ostatnich 12 miesiącach wzrosły o około 6%. ●





Zielone
sąsiedztwo



SGB

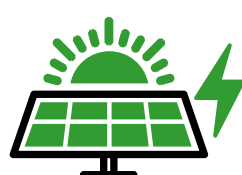
Banki Spółdzielcze

Postaw na ekologię!

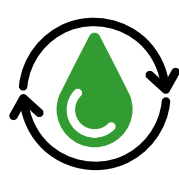
Zapytaj o środki na inwestycje, które odmienią
Twoją firmę w **Zielone Sąsiedztwo!**



Wymiana pieców
na paliwa stałe



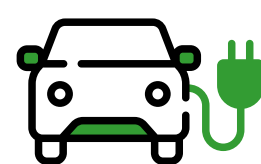
Instalacje
fotowoltaiczne



Instalacje
wodne



Termoizolacja
budynków



Elektromobilność

www.zielonesasiedztwo.sgb.pl

Bezpłatna infolinia:

800 888 888



WPLÝW COVID-19 NA NAJEM NIERUCHOMOŚCI

MONIKA CZEKANOWICZ, RADCA PRAWNY,
WOJCIECH PIETRZYKOWSKI, RADCA PRAWNY,
KANCELARIA RADCÓW PRAWNYCH, A. PIEŚCIK,
W. PIETRZYKOWSKI, W. WOLNIEWICZ SPÓŁKA KOMANDYTOWA

Najem nieruchomości, nie będący głównym przedmiotem działalności banków, stanowi często stabilny dodatkowy zysk instytucji. Stanowi, choć aktualnie można by postawić przy tym stwierdzeniu znak zapytania. COVID-19, a raczej ograniczenia i zakazy wprowadzone przez ustawodawcę w zakresie prowadzenia poszczególnych działalności gospodarczych, wpłynął i na ten segment rynku. Ustawa o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz związanych z nimi sytuacji kryzysowych uregulowała, i to w dość kontrowersyjny sposób, kwestię obniżenia czynszu najmu czy wyłączenia odpowiedzialności najemcy wyłącznie w dużych obiektach handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m². Ustawodawca nie pochylił się natomiast nad stosunkiem zobowiązaniowym stron o mniejszej powierzchni świadczenia sprzedaży czy usług, co skutkuje wieloma niejasnościami i konfliktami między wynajmującym, a najemcą. W takim przypadku zastosowanie znajdą ogólne przepisy Kodeksu cywilnego, w szczególności niemożność świadczenia, za którą nie odpowiada żadna ze stron oraz klauzula *rebus sic stantibus*, choć wielu najemców powołuje się również na wady rzeczy najętej.

W pierwszej kolejności wskażmy

dlaczego ta ostatnia koncepcja nie jest uznawana przez doktrynę za słuszną. Prawdą jest, że wynajmujący ponosi odpowiedzialność za wady przedmiotu najmu z tytułu rękojmi, tak

jak ma to miejsce w przypadku sprzedaży, a odpowiedzialność ta ma charakter obiektywny, całkowicie oderwany od winy wynajmującego, oparty na zasadzie ryzyka, co oznacza, że nawet dołożenie należytej staranności nie zwalnia wynajmującego z odpowiedzialności, chyba że tak stanowi umowa. Tak więc, jeżeli rzecz najęta ma wady, które ograniczają jej przydatność do umówionego użytku, najemca może żądać odpowiedniego obniżenia czynszu za czas trwania wad, zaś jeżeli w chwili wydania najemcy rzecz miała wady, które uniemożliwiają przewidziane w umowie używanie rzeczy, albo jeżeli wady takie powstały później, a wynajmujący mimo otrzymanego zawiadomienia nie usunął ich w czasie odpowiednim, albo jeżeli wady usunąć się nie dadzą, najemca może wypowiedzieć najem bez zachowania terminów wypowiedzenia. Ustalenie czy w danym przypadku zachodzi podstawa do obniżenia czynszu, za jaki okres i w jakiej wysokości zależy od tego, w jaki sposób został ustalony w umowie sposób korzystania z przedmiotu najmu, jak też czy doszło do całkowitego czy też częściowego pozbawienia najemcy możliwości korzystania z lokalu zgodnie z celem określonym w umowie. Niewątpliwie poprzez wprowadzenie ograniczeń w funkcjonowaniu wielu branż dochodzi do ograniczenia możliwości prowadzenia działalności określonej w umowie najmu, wydaje się jednak, że w niewielu przypadkach dochodzi do całkowitego pozbawienia najemcy działania w lokalu. Tymczasem wskazuje się, iż w perspektywie umów zawieranych na dłuższy okres czasu, nie sposób uznać za trwałe uniemożliwienie używania rzeczy zgodnie z umową ograniczenie kilkutygodniowe czy kilkumiesięczne. Pozosta-



wałoby zatem co najwyżej roszczenie obniżenia czynszu, przy czym przy ustalaniu kwoty o jaką obniżenie powinno nastąpić, powinno brać się pod uwagę okoliczność, że w jakimś zakresie najemca nadal może korzystać z lokalu. Co istotne, obniżenie czynszu nie przysługuje najemcy z mocy prawa, jeśli nie dojdzie on do porozumienia z wynajmującym, aby obniżyć czynsz do wysokości przez siebie wskazanej musi wystąpić do sądu, który orzeknie o skali obniżki. Wskazane wyżej poglądy są tak naprawdę najbardziej restrykcyjne, jeśli chodzi o ewentualne możliwości, które przysługiwałyby najemcy w tej sytuacji. Orzecznictwo wielokrotnie wskazywało bowiem, iż za wadę przedmiotu najmu może zostać uznane jedynie coś, co tkwi w tym przedmiocie, znajduje w nim swoją przyczynę, która ostatecznie wpływa na walory użytkowe, ograniczając jego przydatność do umówionego użytku. Za tak rozumiane wady wynajmujący ponosi odpowiedzialność z tytułu rękojmi, która rzeczywiście nie jest uzależniona od winy wynajmującego. Zdecydowanie należy natomiast wykluczyć rozszerzanie pojęcia wady na wszelkie okoliczności zewnętrzne, które jedynie oddziałują na przedmiot najmu. Za takie zewnętrzne okoliczności należy uznać czynniki, którym nie można się skutecznie przeciwstawić poprzez dokonanie odpowiednich modyfikacji przedmiotu najmu. Taka wykładnia pojęcia wady prowadziłaby wprost do nieuzasadnionego rozszerzenia odpowiedzialności wynajmującego na okoliczności, wynikające z działania osób trzecich, na które nie ma on jakiegokolwiek wpływu i którym nie może się skutecznie przeciwstawić.

Koncepcją bardziej aprobowaną

jest tzw. klauzula *rebus sic stantibus*, zgodnie z którą sąd może po rozważeniu interesów stron, zgodnie z zasadami współzycia społecznego, oznaczyć sposób wykonania zobowiązania, wysokość świadczenia lub nawet orzec o rozwiązaniu umowy – jeżeli z powodu nadzwyczajnej zmiany stosunków spełnienie świadczenia byłoby połączone z nadmiernymi trudnościami albo groziłoby jednej ze stron rażącą stratą. Wystąpienie epidemii nie jest uznawane w doktrynie za zmianę stosunków, jednakże już wprowadzenie ograniczeń, mogłoby być rozważane w tej kategorii, znaczący spadek przychodów mógłby zostać uznany za trudność nadmierną bądź skutkującą rażącą

stratą w odniesieniu do obowiązku zapłaty czynszu. Niemniej okoliczności te rozstrzyga ostatecznie sąd, najemca musi skierować powództwo przeciwko wynajmującemu celem ewentualnego ustalenia przez sąd nowych warunków obowiązywania umowy bądź jej rozwiązania, brak jest możliwości samodzielnego i jednostronnego obniżenia czynszu przez najemcę. Sąd dokonuje oceny przesłanek na dzień wydania orzeczenia, co oznacza, że jeśli w tym czasie spełnienie świadczenia nie będzie już nadmiernie utrudnione bądź nie będzie grozić najemcy rażącą stratą, znikną podstawy do zwolnienia go z całości lub części obowiązków.

Ewentualnością, na którą może powołać się najemca jest również niezawiniona przez żadną ze stron niemożliwość świadczenia. Zgodnie z tą koncepcją najemca może odstąpić od umowy, jeśli wykonanie częściowe nie miałoby dla niego znaczenia ze względu na właściwości zobowiązania albo ze względu na zamierzony przez tę stronę cel umowy, wiadomy stronie, której świadczenie stało się częściowo niemożliwe. Najemca z uwagi na brak możliwości wykonywania działalności, której cel określono w umowie najmu w pełnym zakresie, ma prawo odstąpienia od umowy, mimo, że wynajmujący nie jest winien ograniczeniom wprowadzanym przez ustawodawcę. Rozwiązanie to nie wymaga po stronie najemcy posilkowania się drogą sądową, przeciwnie to wynajmujący, który chciałby, aby strony dalej wiązała umowa, musiałby zwrócić się do sądu. Ciężar dowodu wykazania, iż zamierzony cel umowy jest możliwy do zrealizowania leżałby po stronie wynajmującego, co mogłoby stanowić sporą trudność.

Istniejąca sytuacja znacząco wpływa na zobowiązania z tytułu najmu zarówno wynajmującego, jak i najemcy, którzy posiadają prawne możliwości rozwiązania sporów.

Mimo zrozumiałego celu wynajmującego

jakim jest osiągnięcie zysku z tytułu najmu lokalu, należałoby jednak rozważyć czy porozumienie w sprawie tymczasowej zmiany warunków finansowych nie będzie korzystniejsze niż niepewne i długotrwałe sprawy sądowe, zwłaszcza, jeśli dotychczasowa współpraca z najemcą była satysfakcjonująca. Na obecnym etapie pandemii wydaje się, że sytuacja w najbliższym czasie będzie się coraz bardziej stabilizować i wracać do tzw. normy. ●





POLITYKA WYNAGRODZEŃ W BANKU SPÓŁDZIELCZYM

W ŚWIECIE BIEŻĄCYCH ZMIAN PRAWNYCH

WOJCIECH KAPICA,
WOJCIECH STAWNICKI
SMM LEGAL MACIAK MATA CZYŃSKI ADWOKACI SP.K. Z SIEDZIBĄ W WARSZAWIE

Wstęp

W ostatnim czasie opublikowanych zostało wiele istotnych, z perspektywy wewnętrznego ładu banku spółdzielczego, projektów aktów prawnych. Akty te tworzone są zarówno na poziomie krajowym, jak i europejskim. Przykładowo wskazać można na opublikowany pakiet CRD V/CRR II i – w ślad za nim idącą – implementację poprzez nowelizację Prawa bankowego¹ do polskiego prawa w ramach Projektu².

Widoczna jest także wzmożona aktywność regulatora bankowego w tym zakresie - zarówno na poziomie europejskim, jak i krajowym. Najjaskrawszym tego przykładem jest opublikowana w październiku 2020 r. przez KNF Rekomendacja Z³.

Istotnym zagadnieniem modyfikowanym w ramach powyższych regulacji jest polityka wynagrodzeń. W niniejszym artykule autorzy postarają się przybliżyć charakter owych zmian i ich wpływ na funkcjonujące w ramach banku spółdzielczego wewnętrzne regulacje w tym zakresie.

Czym jest polityka wynagrodzeń?

Mianem polityki wynagrodzeń należy określić akt wewnętrzny funkcjonujący w ramach banku spółdzielczego, określający zasady wynagradzania pracowników – w szczególności tych, zajmujących kluczowe stanowiska w ramach struktury wewnętrznej. Do posiadania regulacji w zakresie polityki wynagrodzeń w banku względem osób, których działalność zawodowa ma istotny wpływ na profil ryzyka banku, obliuguje Prawo bankowe. Zgodnie z Prawem bankowym polityka wynagrodzeń obejmuje zarówno wynagrodzenia, jak i uznaniowe świadczenia emerytalne (przyznawane, jako część wynagrodzenia zmiennego). W przypadku, gdy bank działa w ramach grupy – polityka wynagrodzeń powinna obejmować także podmioty zależne. Politykę wynagrodzeń powinien opracować i wdrożyć zarząd, zatwierdza ją natomiast rada nadzorcza.

Regulacje w zakresie polityki wynagrodzeń znajdują się także na poziomie wykonawczym w ramach Rozporządzenia⁴. Zgodnie z Rozporządzeniem zadaniem polityki wynagrodzeń w ramach systemu wewnętrznego banku jest wspieranie re-

¹ tj. Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo bankowe

² Przez który należy rozumieć Projekt ustawy o zmianie ustawy – Prawo bankowe i niektórych innych ustaw, druk sejmowy nr 859

³ Rekomendacja Z była omawiana w ramach artykułu „Ład wewnętrzny w banku spółdzielczym – jakie zmiany wprowadza Rekomendacja Z?”, Bank Spółdzielczy 4/2020

⁴ tj. Rozporządzenie Ministra Rozwoju i Finansów z dnia 6 marca 2017 r. w sprawie systemu zarządzania ryzykiem i systemu kontroli wewnętrznej, polityki wynagrodzeń oraz sposobu szacowania kapitału wewnętrznego w bankach



alizacji strategii zarządzania bankiem i ryzykiem, w tym ograniczanie nadmiernego podejmowania ryzyka przez pracowników banku. Polityka wynagrodzeń określać powinna stałe, jak i zmienne składniki wynagrodzenia.

Istotny obowiązek w zakresie polityki wynagrodzeń wprowadza także Rozporządzenie CRR⁵, które nakłada na banki obowiązek ujawniania informacji w tym zakresie, takich jak powiązanie pomiędzy wynagrodzeniem i wynikami, czy stosunek stałego składnika wynagrodzenia względem jego składników zmiennych.

Zmiany prawne w zakresie polityki wynagrodzeń

W powyższym punkcie omówione zostaną zmiany, wprowadzane względem polityki wynagrodzeń w zakresie Projektu. W dalszej części przedstawione zostaną komunikaty w powyższej tematyce opublikowane przez EBA⁶ oraz KNF.

a. Implementacja pakietu CRD V/CRR II w prawie polskim

W zakresie polityki wynagrodzeń Projekt doprecyzowuje, kim jest osoba, której działalność zawodowa ma istotny wpływ na profil ryzyka banku, wskazując, że jest nią m.in. członek rady nadzorczej czy przedstawiciel kadry kierowniczej wyższego szczebla. Powyższa zmiana jest o tyle istotna, że na mocy Rozporządzenia to bank spółdzielczy powinien prowadzić wewnętrzny wykaz osób, których działalność zawodowa ma istotny wpływ na profil ryzyka banku⁷.

Dodatkowo Projekt wskazuje, że bank, niebędący dużą instytucją⁸, którego średnia aktywów za czteroletni okres poprzedzający bieżący rok obrotowy nie przekracza 5 miliardów euro, stosuje politykę wynagrodzeń w ograniczonym zakresie w odniesieniu do zmiennych składników wynagrodzenia oraz uznaniowych świadczeń emerytalnych.

Bank ten może ograniczyć także stosowanie polityki wynagrodzeń względem osoby, której wartość zmiennej części wynagrodzenia w ujęciu rocznym nie przekracza zarówno 500 tysięcy euro, jak i jednej trzeciej jej łącznego rocznego wynagrodzenia. Co więcej – bank uzyska prawo odstąpienia od stosowania względem tego typu osób polityki wynagrodzeń w przypadku, gdy przemawiają za tym stosowane w banku praktyki, a charakter obowiązków tych osób uzasadnia niestosowanie powyższych regulacji.

Zgodnie z Prawem bankowym polityka wynagrodzeń obejmuje zarówno wynagrodzenia, jak i uznaniowe świadczenia emerytalne (przyznawane, jako część wynagrodzenia zmiennego). W przypadku, gdy bank działa w ramach grupy – polityka wynagrodzeń powinna obejmować także podmioty zależne. Politykę wynagrodzeń powinien opracować i wdrożyć zarząd, zatwierdza ją natomiast rada nadzorcza.

b. Stanowiska regulatorów

W zakresie polityki wynagrodzeń w banku istotny wpływ wywierają także Wytyczne EBA⁹. W październiku 2020 r. opublikowany został projekt nowelizacji, w ramach którego dużo uwagi EBA poświęca polityce równości płci. EBA wskazuje, aby bank, stosując politykę wynagrodzeń względem pracowników, zachowywał neutralność wobec cech niezwiązanych z pracą (takich, jak właśnie płeć) oraz nie stosował dyskryminacji pod względem płacowym. Szczególnie neutralne pod tym względem powinny być regulacje w zakresie awansów, benefitów czy szkoleń pracowniczych.

Wytyczne EBA rekomendują wprowadzenie komitetu wynagrodzeń, odpowiedzialnego za realizację polityki wynagrodzeń. Aspekt ten podnosi także Rekomendacja Z. Na grun-

cie polskiego prawa tożsamy obowiązek wprowadza Prawo bankowe, precyzując, że w skład powinny wchodzić osoby zajmujące funkcje nadzorcze w banku.

Wpływ na kształt polityki wynagrodzeń w banku spółdzielczym wywiera także Rekomendacja Z. Spośród najistotniejszych zmian w zakresie wynagrodzeń wskazać należy na obowiązek umieszczania przez bank, w wewnętrznej regulacji dotyczącej wynagradzania, maksymalny stosunek średniego całkowitego wynagrodzenia brutto członka zarządu w okresie rocznym do średniego całkowitego wynagrodzenia brutto pozostałych pracowników banku. Stosunek ten powinien być przy tym ustalony

na poziomie umożliwiającym skuteczne wykonywanie zadań przez pracowników, mając na względzie także ostrożne i stabilne zarządzanie bankiem.

Podsumowanie

Powyższe regulacje implikują po stronie banku spółdzielczego obowiązek przeprowadzenia audytu, nakierowanego na zbadanie pod kątem zgodności zawartych w ramach aktów wewnętrznych regulacji. Z praktycznego punktu widzenia wydaje się, że optymalnym momentem przeprowadzenia audytu będą prace w ramach wdrożenia Rekomendacji Z, którą to banki muszą przyjąć do 31 grudnia 2021 r. W zakresie Projektu data wejścia w życie, zważywszy na toczące się prace legislacyjne, nie jest jeszcze znana. Znowelizowane Wytyczne EBA w finalnej wersji mają zostać opublikowane w pierwszej połowie 2021 r. Względem bankowości spółdzielczej szczególnie istotne jest uwzględnianie, w ramach wdrażania powyższych regulacji, zasady proporcjonalności. Zasadę tę względem polityki wynagrodzeń wprowadza Dyrektywa CRD IV precyzując, że należy przez nią rozumieć dostosowanie do profilu ryzyka i zdefiniowanego apetytu na ryzyko oraz strategii banku, z uwzględnieniem rozmiaru i struktury wewnętrznej banku. Zasadę proporcjonalności zawierają także regulacje krajowe – przykładowo Rekomendacja Z wprost odnosi ją właśnie do banków spółdzielczych. ●

⁵ tj. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady UE nr 575/2013 z dnia 26 czerwca 2013 r. w sprawie wymogów ostrożnościowych dla instytucji kredytowych i firm inwestycyjnych, zmieniające rozporządzenie nr 648/2012

⁶ tj. Europejski Urząd Nadzoru Bankowego

⁷ Rozporządzenie odwołuje się przy tym do rozporządzenia delegowanego UE, które to umiejscawia w ramach powyższej grupy wskazane stanowiska

⁸ tj. instytucją, spełniającą jeden z warunków: i) jest globalną instytucją o znaczeniu systemowym lub inną instytucją o znaczeniu systemowym ii) jest jedną z trzech największych instytucji pod względem aktywów lub całkowita wartość aktywów (indywidualnie bądź, w niektórych przypadkach, skonsolidowanie) wynosi, co najmniej 30 mld euro

⁹ tj. Wytyczne EBA dotyczące polityki wynagrodzeń dla pracowników, w tym dla kluczowych pracowników banku



BEZPIECZEŃSTWO ELEKTRONICZNEGO OBIEGU DOKUMENTÓW KLIENTÓW

DANIEL TABERSKI, RADCA PRAWNY,
MATEUSZ ŻYCZKOWSKI, APLIKANT RADCOWSKI,
KANCELARIA PRAWNA PISZCZ I WSPÓLNICY SP.K.

Automatyzacja procesów jest coraz bardziej powszechna. Widzimy to na każdym kroku, począwszy od odbierania i nadawania paczek, a skończywszy na otwieraniu rachunków bankowych czy udzielania kredytów online. Każde z takich procesów wykorzystuje systemy cyfrowe, które przetwarzają dane, w tym dane osobowe objęte tajemnicą zawodową czy bankową. Z uwagi na obowiązek zapewnienia poufności tych informacji, znaczną rolę odgrywa odpowiedni dobór oprogramowania, które zapewni obsługę i bezpieczeństwo kontaktu z klientem.

Czy zdarzyło się państwu kiedyś wysłać wiadomość e-mail do niewłaściwego odbiorcy? W pośpiechu wybrać z książki adresowej „Joanna Nowak” zamiast „Joanna Nowacka”? Takie sytuacje są nieuniknionym skutkiem pośpiechu i nowoczesnych technologii, które usłudze podpowiadają nam, jaki adres wpisujemy w polu „Do:”. Opisana powyżej sytuacja, to tylko jeden spośród szeregu przykładów zdarzeń, do których może dojść przy przesyłaniu dokumentów drogą elektroniczną. Znamy jest nam przykład osoby, która jakiś czas temu wzięła

kredyt w banku. Wielkie było jej zdziwienie, gdy w miejscu zamieszkania odwiedziła ją inna osoba, starająca się o kredyt również w tym samym banku. Osobie tej wydana została promesa udzielenia kredytu, zawierająca komplet danych osobowych tej drugiej osoby. Odbiorca decyzji nie zauważył błędu, a cała sprawa wyszła na jaw dopiero u notariusza, który – zdaje się – jako pierwszy przeczytał ten dokument.

Innym przykładem, który jasno pokazuje stanowisko regulatora w zakresie bezpieczeństwa obiegu dokumentacji klienta jest postępowanie, które zakończone zostało pod koniec zeszłego roku. W ramach tego postępowania, prezes Urzędu Ochrony Danych Osobowych (dalej: PUODO), uznał, że przesłanie przez towarzystwo ubezpieczeniowe polisy na błędnie wskazany przez klienta adres mailowy stanowi naruszenie poufności danych. Takie zdarzenie, zdaniem regulatora, powinno skutkować zawiadomieniem PUODO oraz osób, których dotyczy naruszenie. Brak lub opóźnienie w przestaniu takiego zgłoszenia, stanowi naruszenie przepisów o ochronie danych osobowych. W tym konkretnym przypadku PUODO nałożył karę w wysokości 85 588 zł.

Celem niniejszego artykułu jest zarysowanie metod, których wdrożenie może pozwolić uniknąć takich sytuacji, jak opisana powyżej. W tym celu wskażemy działania, których realizacja pozwoli na minimalizację ryzyka naruszenia przepisów dotyczących ochrony danych osobowych.

Zasady Privacy by design i Privacy by default

Dokonując wyboru oprogramowania wykorzystywanego do zarządzania czy przesyłania danych, oprócz elementów funkcjonalnych, czyli tego, czego oczekujemy od programu,

niewątpliwie powinno się uwzględnić art. 25 RODO¹ i wskazane tam zasady: „Privacy by design” oraz „Privacy by default”. Zgodnie z zasadą „Privacy by design”, powinno się uwzględnić zasadę ochrony prywatności tam, gdzie może dojść do przetwarzania danych osobowych.

Od momentu, kiedy system zostanie uruchomiony, ochrona prywatności powinna stanowić nie tyle część składową, co podporę całego projektu. Oznacza to, że już na etapie projektowania systemu należy zweryfikować czy przy jego tworzeniu,

dostawca uwzględnił kwestię ochrony danych osobowych. Innymi słowy, sprawdzamy czy ten system przetwarza dane osobowe, a jeżeli tak, to czy robi to w sposób bezpieczny i zgodnie z przedstawioną dokumentacją. Potrzebna jest tu analiza zarówno od strony prawnej, jak i informatycznej.

Odnosząc się do pierwszego z przykładów wskazanych we wstępie, można sobie wyobrazić, że zaszyte elementy systemu generujące dokumenty elektroniczne wymuszają weryfikację z danymi klienta, czy to w sposób automatyczny czy też przez drugą osobę.

Uzupełnieniem powyższej zasady, jest reguła „Privacy by default” określona w art. 25 ust. 2 RODO, zgodnie z którą dbając o dane osobowe klientów, należy wdrożyć wewnątrz organizacji środki techniczne i organizacyjne, które pozwolą na przetwarzanie wyłącznie takich danych osobowych, które będą niezbędne do osiągnięcia konkretnego celu przetwarzania.

¹ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych, Dz.U.UE.L.2016.119.1)

Czy zdarzyło się państwu kiedyś
wysłać wiadomość e-mail
do niewłaściwego odbiorcy?
W pośpiechu wybrać z książki
adresowej „Joanna Nowak”
zamiast „Joanna Nowacka”?
Takie sytuacje są nieuniknionym
skutkiem pośpiechu
i nowoczesnych technologii, które
usłudze podpowiadają nam, jaki
adres wpisujemy w polu „Do:”.



nia (tzn. tego, co ma być efektem tego procesu – np. sprzedaż produktu, funkcjonowanie procesu reklamacyjnego). Odnosi się to zarówno do ilości zbieranych danych, jak również do zakresu i okresu ich przetwarzania. Zatem planując wdrożenie oprogramowania należy dokonać oceny, jaki jest zakładany zakres danych, które będą przetwarzane w danej sytuacji, a jakie dane są niezbędne.

Procedury wewnętrzne

Wdrażając system zgodnie z powyżej wskazanymi zasadami, nie można zapominać o procedurach wewnętrznych, normujących sposób postępowania pracowników. Dlaczego jest to tak istotne? Zarówno z naszych doświadczeń, jak i z publikowanych decyzji PUODO wynika, że najczęstszą przyczyną wycieku informacji jest błąd ludzki. Człowiek jest istotą omylną i nie należy o tym zapominać przy projektowaniu procedur postępowania, szczególnie w zakresie ochrony informacji objętych tajemnicą przedsiębiorstwa, zawodową czy też bankową. Pamiętać należy, iż naruszenie tych tajemnic może wiązać się z możliwością nałożenia kary administracyjnej, odpowiedzialnością odszkodowawczą, a w pewnych przypadkach również karną. Ujawnienie dokumentacji bankowej jest o tyle newralgiczne, że nawet jednostkowe przypadki mogą spełniać kryteria zgłoszenia naruszenia do PUODO. Dlatego niezwykle istotne jest, by w razie wystąpienia tego typu zdarzenia, powinien się o nim pojawić wpis w rejestrze naruszeń ochrony danych osobowych. Każda nieprawidłowość powinna inicjować również proces weryfikacji określonego dla tego przetwarzania ryzyka oraz adekwatności stosowanych zabezpieczeń. Możliwość udokumentowania tych działań ma wpływ

na wysokość ewentualnej kary za naruszenie ochrony danych osobowych. Zgodnie bowiem z art. 83 RODO, czynnikami wpływającymi na wysokość kary za naruszenie ochrony danych osobowych są m.in.: stopień odpowiedzialności administratora z uwzględnieniem wdrożonych środków technicznych i organizacyjnych oraz działania podjęte w celu minimalizowania szkody poniesionej przez osoby, których dane dotyczą.

Niezwykle skuteczną i prostą (ale jednocześnie budzącą duży opór z uwagi na pracochłonność) metodą minimalizacji ryzyka jest przesyłanie mailem dokumentów w formie zaszyfrowanego archiwum, a następnie przekazanie adresatowi hasła innym kanałem komunikacji. O ile bowiem każdemu może zdarzyć się wysłanie wiadomości e-mail na niewłaściwy adres, to sytuacja mylnego wysłania zarówno wiadomości e-mail jak i SMS do tego samego niewłaściwego adresata jest wysoce nieprawdopodobna. Omyłkowa komunikacja w sytuacji zaszyfrowania przesyłanego pliku nie powoduje

naruszenia ochrony danych osobowych, jak i tajemnicy bankowej. Postanowienia co do sposobu zabezpieczania plików przy wysyłce powinny być zawarte w politykach i procedurach regulujących przesyłanie i udostępnianie informacji. Przy ocenie zasadności ich wprowadzenia niezwykle przydatny będzie prawidłowo prowadzony rejestr czynności przetwarzania danych osobowych oraz wyniki szacowania skutków dla ochrony danych osobowych (DPIA – jeżeli taka analiza była prowadzona).

W tym miejscu należy zwrócić uwagę na drugi ze wskazanych we wstępie przykładów, gdzie nałożonej kary można było uniknąć przesyłając polisę w zaszyfrowanym archiwum. Odpowiednie procedury weryfikacji materiałów wydawanych klientowi mogły również uchronić bank opisany w pierwszym przykładzie przed ujawnieniem danych osobowych jego klientów. Takie działania powinny być sformali-

zowane w formie procedur, które aby były skuteczne wymagają jednak prawidłowego określenia procesów przetwarzania danych osobowych oraz analizy ryzyka z nimi związanego. Nie jest to oczywiście proste zadanie i często wymaga pomocy wyspecjalizowanych w tym podmiotów, w tym kancelarii prawnych. Truizmem będzie wspomnieć, że nawet najdoskonalsze procedury na nic się zdadzą, jeżeli kierownictwo danego podmiotu nie podejmie działań w celu ich stosowania (w tym przeprowadzając odpowiednie szkolenia i egzekwując przestrzeganie nowych zasad działania).

Posumowanie

Rosnąca rola komunikacji elektronicznej w niemal każdym sektorze gospodarki jest faktem. Obecny stan pandemii tylko przyspieszył postępujący proces cyfryzacji prawie wszystkich

aspektów działalności banków. Pamiętać należy, że nawet wybór najlepszego oprogramowania i wdrożenie najdoskonalszych procedur nie zabezpieczą interesów banku w sytuacji zaniechania prowadzenia szkoleń i audytów weryfikujących poprawność ich stosowania. Bez podjęcia odpowiednich działań zapobiegawczych wycieki danych przy korzystaniu z łączności cyfrowej są nieuniknione. Oczywiście, wprowadzenie środków chroniących bezpieczeństwo komunikacji elektronicznej wiąże się dla organizacji z dodatkowymi kosztami. Poniesienie ich – w zestawieniu z realnie grożącymi karami za naruszenie ochrony danych osobowych, czy tajemnicy bankowej – jawi się jednak, jako rozsądna decyzja biznesowa. Pamiętać przy tym należy, iż koszt takiego wycieku nie zamyka się w sumie kar i odszkodowań bezpośrednio z nim związanych. Każdy wyciek informacji wiąże się również ze stratami wizerunkowymi, które często skutkują utratą obecnych jak i potencjalnych klientów. ●

Zarówno z naszych doświadczeń, jak i z publikowanych decyzji PUODO wynika, że najczęstszą przyczyną wycieku informacji jest błąd ludzki. Człowiek jest istotą omylną i nie należy o tym zapominać przy projektowaniu procedur postępowania, szczególnie w zakresie ochrony informacji objętych tajemnicą przedsiębiorstwa, zawodową czy też bankową. Pamiętać należy, iż naruszenie tych tajemnic może wiązać się z możliwością nałożenia kary administracyjnej, odpowiedzialnością odszkodowawczą, a w pewnych przypadkach również karną.



Acti Finanse Plus

Indywidualne ubezpieczenie na życie



Informacja o charakterze reklamowym i marketingowym

Na szczęście jest ubezpieczenie

Planujesz lub posiadasz już pożyczkę lub kredyt?

Acti Finanse Plus to:

- zabezpieczenie najbliższych w postaci środków na spłatę zobowiązania w sytuacji śmierci Ubezpieczonego/Pożyczkobiorcy
- możliwość rozszerzenia ww. zakresu ochrony:
 - całkowita niezdolność do samodzielnej egzystencji w wyniku nieszczęśliwego wypadku (NW)
 - pobyt w szpitalu w wyniku NW
 - śmierć małżonka/partnera w wyniku NW
 - poważne zachorowania
- brak ograniczenia maksymalnego wieku zawarcia umowy ubezpieczenia
- brak wyłączeń związanych z COVID – 19

**Najlepsze
zabezpieczenie
do pożyczki
lub kredytu**

SALTUS
UBEZPIECZENIA

saltus.pl