

BANK SPÓŁDZIELCZY

ŚWIAT BANKOWOŚCI SPÓŁDZIELCZEJ
NR 4/606 PAŹDZIERNIK-GRUDZIEŃ 2022
ISSN 2719-4515

Razem,
to znaczy w grupie
rozmowa z
Przemysławem
Pilarskim
s. 5



KAMPANIA
WIZERUNKOWA SGB
Szanse i wyzwania **s. 8**

KONSOLIDACJE

w bankowości spółdzielczej 2022 **s. 18**

Z NADZIEJĄ W NOWY ROK

Przeszedł rok, minął rok – byle jaki...” chciałoby się zanucić za Sławą Przybylską, która dawno temu śpiewała tę refleksyjną piosenkę Bułata Okudźawy w tłumaczeniu Agnieszki Osieckiej.

To był rok trudny, nieprzewidywalny, z wydarzeniami, które większość z nas zna tylko z opowiadań i książek. Mam na myśli wojnę za naszą wschodnią granicą. Inflacja bije rekordy, jest najwyższa od ponad dwóch dekad. Urodzeni po 1989 roku w ogóle nie pamiętają czasów, gdy wszystko drożało niemal z dnia na dzień.

Z natury jestem optymistą i głęboko wierzę, że kolejny rok będzie lepszy i napelni nas wszystkich nadzieją, której wszyscy oczekujemy. Takie jest też najnowsze wydanie naszego magazynu: niesie ze sobą pozytywne przesłanie.

Polecam rozmowę z Przemysławem Pilarskim, przewodniczącym Rady Zrzeszenia SGB:

Wyzwaniem dla Rady będzie dalsze budowanie świadomości potrzeby działania i myślenia zrzeszeniowego. To oczywiste, iż każdy z prezesów banków spółdzielczych odpowiada za bilans i biznes banku, którym zarządza, ale musimy zauważać wartość, jaką jest działanie w grupie i umiejętnie to wykorzystać. Tu postrzegam ogromną rolę Rady Zrzeszenia – mówi przewodniczący. Brzmi interesująco? A to tylko niewielki fragment wywiadu.

W mijającym roku rozpoczęliśmy pierwszą odsłonę kampanii wizerunkowej: „Taka różnica”. Podkreślamy w niej, czym różnią się banki spółdzielcze SGB od innych banków. Historie, które prezentujemy inspirowane są życiem. Spoty w humorystyczny i pogodny sposób opowiadają o tym, co oznacza idea spółdzielczości, współdziałania i dbania o siebie nawzajem.

Przygotowywaliśmy tę kampanię razem z bankami spółdzielczymi. Projekt będzie prowadzony do 2024 roku. W nadchodzącym 2023 pokażemy kolejne odsłony kampanii z hasłem przewodnim: „Dobrze dbać o siebie nawzajem”. Polecam tekst „Kampania wizerunkowa: szanse i wyzwania” napisany przez Urszulę Bukowską, Ewelinę Ignaczak i Hannę Kniotek. Wzajemność, lokalność, wsparcie, to główne wartości, na których opiera się zasadniczy przekaz naszej kampanii.

Ale wróćmy na moment do mijającego 2022. Był to kolejny rok mijający pod znakiem integracji banków spółdzielczych. Polecam artykuł Karoliny Jankowiak i Stanisława Kolasińskiego pod tytułem „Najważniejsze są: wzajemność, partnerstwo i spółdzielczy dialog”.

Uzupełnieniem tekstu jest wywiad z Justyną Ossowską, członkiem Zarządu ds. Handlowych w Banku Spółdzielczym w Skórczu, która dzieli się z Czytelnikami opinią na temat fuzji dwóch banków. Proces łączenia oznacza w efekcie wiele korzyści, ale



warto przeprowadzać go w najbardziej odpowiednim momencie:

Uważam, że decyzję o połączeniu należy podjąć w momencie, kiedy jeszcze nie stoimy pod ścianą. Nie należy w żadnym wypadku czekać do chwili, aż z naszym bankiem zacznie się dzieć coś złego. Lepiej, gdy sytuacja banku jest jeszcze w miarę dobra i stabilna, ale już zaczyna być widać, że perspektywy na rozwój w najbliższym

czasie mogą nie wyglądać różowo – mówi Justyna

Ossowska. We wrześniu 2021 r. zakończył się proces łączeniowy Banku Spółdzielczego w Skórczu z Bankiem Spółdzielczym w Lubichowie.

„Być kobietą, być kobietą...”, któż nie zna tej znakomitej, acz przewrotnej piosenki Alicji Majewskiej? Kobiety także mają sporo do powiedzenia w bankowości spółdzielczej. Na potwierdzenie tego odsyłam do artykułu Hanny Kniotek pt. „O wzajemności w spółdzielczości na Być kobietą on tour”.

Wart polecenia jest także artykuł Roberta Azembskiego pt. „Świętując na różne sposoby jubileusze banków”. Różne banki obchodzą swe jubileusze na rozmaite sposoby.

To nasze dziedzictwo. Nasza chluba i zarazem zobowiązanie do działania zgodnego z duchem naszych poprzedników. Dlatego stale rozszerzamy nasz zakres usług nieustannie podnosząc kwalifikacje zespołu, dlatego – również dzięki zaangażowaniu w Spółdzielczą Grupę Bankową – oferujemy naszym klientom produkty i rozwiązania na poziomie nie ustępującym w żadnej mierze nawet największym bankom komercyjnym. Tym, co nas od nich odróżnia, to nasza historia i autentyczne zakorzenienie w miejsce i społeczność, w których żyjemy i pracujemy – powiedziała nam Beata Wierzbicka-Skroś, prezes Banku Spółdzielczego w Inowrocławiu.

Kto z szanownych Czytelników przypomina sobie, skąd wzięło się pojęcie „prać brudne pieniądze”? Otóż, amerykańscy gangsterzy w czasach prohibicji otwierali pralnie. Tak naprawdę nic się w nich nie działo. Wykazywali oni jednak spore obroty finansowe. W ten sposób wprowadzali do legalnego obrotu pieniądze uzyskane ze sprzedaży alkoholu. Stąd pojawiło się pojęcie prania brudnych pieniędzy. Więcej informacji na temat tego niecnego procederu, który i w naszych czasach ma się całkiem dobrze, podaje Andrzej Borowiak, rzecznik prasowy Komendanta Wojewódzkiego Policji w Poznaniu, w artykule pt. „Pranie brudnych pieniędzy”.

Kończy się rok 2022. W nowym 2023 roku życzę Państwu realizacji planów, dobrego samopoczucia, spokoju i przede wszystkim zdrowia. Życzę niskiej inflacji, spadku cen ogrzewania, tańszego prądu i żywności. Dbajmy o siebie nawzajem!

Roman Szewczyk
redaktor naczelny

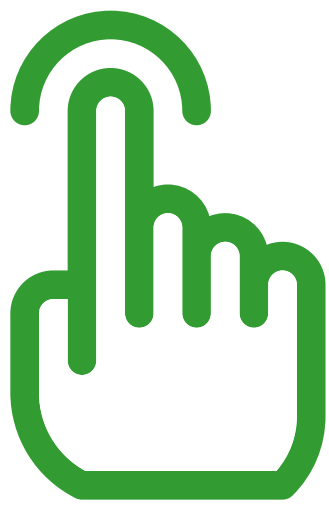
BANK SPÓŁDZIELCZY

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**
Korekta: **Jerzy Sygidus**
Reklama: M.: **505 459 471**
Projekt: dubielstudio.pl, rm2.eu Skład: **drukma**
Stale współpracują: **Robert Azembski, Andrzej Borowiak, Janusz Orłowski, Robert Woźniak**
Współpraca podcast: **Michał Kocurek, Katarzyna Miler**

Zdjęcie na okładce: **Igor Wojtkowiak**
Obróbka: dubielstudio.pl
Zdjęcia we wnętrzu pochodzą z **Pixabay.com** lub **Unsplash.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



s. 5



s. 14

ROZMOWA NUMERU

RAZEM, TO ZNACZY W GRUPIE
ROZMOWA Z PRZEMYSŁAWEM PILARSKIM,
PRZEWODNICZĄCYM RADY ZRZESZENIA SGB

s. 5

TEMAT NUMERU

**KAMPANIA WIZERUNKOWA
- SZANSE I WYZWANIA**

s. 8



**DOBRE BADANIA, TO DOBRE
(UŻYTECZNE) WNIOSKI**

s. 10

**DOBRZE DBAĆ O SIEBIE
NAWZAJEM I DZIELIĆ SIĘ
DOBRA WIEDZĄ**

s. 12



**MIGAWKI Z PLANU FILMOWEGO.
JAK (PRAWIE) ZOSTAŁEM
AKTOREM**

s. 14

WAŻNE DLA SEKTORA

**KONSOLIDACJE W SEKTORZE
BANKOWOŚCI SPÓŁDZIELCZEJ.
NAJWAŻNIEJSZA JEST WZAJEM-
NOŚĆ, PARTNERSTWO
I SPÓŁDZIELCZY DIALOG**

s. 18

**DECYZJĘ O FUZJI TRZEBA PODJĄĆ
WE WŁAŚCIWYM CZASIE.**
ROZMOWA Z JUSTYNĄ OSSOWSKĄ,
CZŁONKIEM ZARZĄDU DS. HANDLOWYCH
W BANKU SPÓŁDZIELCZYM W SKÓRCZU

s. 20

UMIEJĘTNOŚĆ ZWALNIANIA

s. 21

**CZY ŚWIADOMIE WSPIERAMY
ROZWÓJ PRACOWNIKÓW?**

s. 24

**O WZAJEMNOŚCI
W SPÓŁDZIELCZOŚCI NA
BYĆ KOBIETĄ ON TOUR**

s. 25

**WZAJEMNOŚĆ - KRWIOBIEG WIĘZI
MIĘDZYLUDZKICH**

s. 27



**JĘZYK JEST DLA WSZYSTKICH.
KILKA SŁÓW O INKLUZYWNOŚCI**

s. 28



WZAJEMNOŚĆ

**SUKCES DZIĘKI BANKOM
SPÓŁDZIELCZYM**

s. 30

WAŻNE DLA SEKTORA

**DOBRZE ZADBAĆ O SIEBIE
NAWZAJEM... SPOTKANIA
REGIONALNE SGB W RAMACH
PARTNERSTWA W BIZNESIE**

s. 32

**FINANSE OSOBISTE: 1 – 10 – 50
W CO ZAINWESTOWAĆ FINANSOWĄ
NADWYŻKĘ?**

s. 34

**LOKATA NA NOWE ŚRODKI, PROSTE
NARZĘDZIE DO DBANIA O KLIENTA
I BAZĘ DEPOZYTOWĄ**

s. 36

**ŚWIĘTUJĄC NA RÓŻNE SPOSOBY
JUBILEUSZE BANKÓW**

s. 38

**BANK SPÓŁDZIELCZY
W SANDOMIERZU STAWIA
NA EKOLOGIĘ**

s. 43

INFLACYJNA SUPERNOWA

s. 45

**ZMIANY KLIMATYCZNE Z ROKU NA
ROK STAJĄ SIĘ CORAZ BARDZIEJ
WIDOCZNE. PRZEWODNIK DLA
PRZEDSIĘBIORCÓW DBAJĄCYCH
O (DOBRY) KLIMAT**

s. 47

**KONFERENCJA IT@BANKÓW.
ROLA BANKÓW SIĘ NIE ZMIENI**

s. 50

KODEKS ETYKI BANKOWEJ

s. 52

TYM ŻYJE BANKOWOŚĆ

PRANIE BRUDNYCH PIENIĘDZY

s. 53

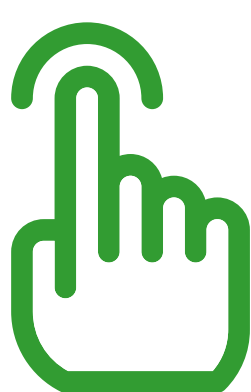
PRAWO

**CSRD – NADCHODZĄCA REWOLUCJA
W ZAKRESIE RAPORTOWANIA
NIEFINANSOWEGO**

s. 55

**ESG, SPÓŁDZIELNIE ENERGETYCZNE,
PALIWO WODOROWE. TAK WYGLĄDA
W PRAKTYCE ZIELONA REWOLUCJA
W POLSCE**

s. 57



**KLIKNIJ ŻEBY
PRZEJŚĆ DO
ARTYKUŁU**

RAZEM, TO ZNACZY W GRUPIE

ROZMOWA Z PRZEMYSŁAWEM PILARSKIM,
PRZEWODNICZĄCYM RADY ZRZESZENIA SGB



Czy pańskim zdaniem Rada Zrzeszenia powinna mieć więcej kompetencji, czy też być wyłącznie ciałem opiniotwórczym i doradczym?

W naszych spółdzielczych strukturach funkcjonują trzy rady w trzech odrębnych przestrzeniach. Odminną rolę pełni Rada Nadzorcza IPS – SGB, odmienną Rada Nadzorcza SGB-Banku i inna jest też funkcja Rady Zrzeszenia. Podczas ostatniego Zgromadzenia Prezesów sygnalizowałem, iż nadchodząca kadencja powinna przebiegać pod znakiem współpracy tych organów. Wszak członkowie tych organów to reprezentanci tego samego zbioru banków. Zatem pełnienie roli opiniodawczo-doradczej, przy właściwej współpracy z pozostałymi or-

ganami, powinno być efektywne dla grupy SGB. Dzisiaj ciężar pracy naszego organu przenosi się bardziej z opiniowania regulacji na twórcze dyskusje podparte głosami reprezentowanych przez nas banków. Ważna jest zatem komunikacja. I rada winna skutecznie pełnić rolę transformatora informacyjnego w obie strony. Jej członkowie powinni wypracowywać najlepsze rozwiązania dla grupy banków, a w dalszej kolejności być ambasadorami zrzeszeniowych rozwiązań w grupie.

Jaka w takim razie może być skuteczność organu opiniodawczo-doradczego?

W najnowszej historii odnotowaliśmy szereg inicjatyw, które moim zdaniem, pokazały możliwe skuteczne działanie Rady



Zrzeszenia. W ramach poprzednich kadencji – wszystkie działania, które bank zrzeszający podejmował czy to w zakresie sanacji własnej czy to działaniach na rzecz transformacji organizacyjno – technologicznej zrzeszenia było robione w ścisłej współpracy i uzgodnieniach na linii wszystkich organów zrzeszenia w tym Rady Zrzeszenia. Dokapitalizowania, kampanie marketingowe, nowe rozwiązania technologiczne czy produktowe – i wiele innych – są podejmowane po wcześniejszej akceptacji przedstawicieli uczestników zrzeszenia SGB. Również działania komunikacyjne w ramach naszej grupy. I tak konkretnie: w lutym 2020 roku z inicjatywy Rady zorganizowano objazdowe spotkanie Zarządu SGB oraz grupy dyrektorów, podczas którego prezentowano ówczesne rozwiązania technologiczne oferowane bankom i dalsze strategiczne pomysły. Uprzednio na zgromadzeniach prezesów omawiano głównie pre-

zentacje z pobożnymi życzeniami. W lutym 2020 roku mówiono o faktach i konkretach. Adresatami tych spotkań byli nie tylko prezesi zarządów, ale też kluczowi pracownicy banków spółdzielczych, odpowiedzialni za rozwój biznesu i wdrażanie technologii bankowych. Kolejne inicjatywy to namówienie banków spółdzielczych do umocowania SGB Banku do rozmów z dostawcami systemów. To był jak sądzę dobry krok w stronę wdrożenia rozwiązań zrzeszeniowych przez banki spółdzielcze eksploatujące różne systemy informatyczne.

Inne skuteczne inicjatywy to regularne spotkania z zarządem IPS-SGB. Oprócz przepływu informacji wypracowywano dzięki temu zmianę podejścia do oceny banków, np. liberalizacja w zakresie wymogu C/I, zmiana zasad ustalania luki płynności – kalkulacji osadu depozytów, wypracowane stanowisko w sprawie MREL i dźwigni finansowej. To niektóre przykłady zrealizowane. Jestem przekonany, że w najbliższym czasie tych skutecznych inicjatyw będzie więcej.

Został pan ponownie przewodniczącym Rady Zrzeszenia. Co będzie głównym priorytetem w działaniach Rady u progu nowej kadencji?

Jesień 2022 roku to moment, w którym rozpoczęła kadencję nowa Rada Zrzeszenia SGB. W sprawozdaniu Rady Zrzeszenia na Zgromadzeniu Prezesów zaakcentowano kilka ważnych krótko – i średnio terminowych tematów, nad którymi należy się pochylić. Jest to między innymi praca nad skutecznym i bezpiecznym budowaniem wspólnego portfela kredytowego, co w obecnych warunkach makroekonomicznych będzie szczególnie trudne. Kolejnym wyzwaniem jest zaopatrywanie banków spółdzielczych w nowe rozwiązania technologiczne. I to zarówno te, które pozwalają na rozwój działalności biz-

nesowej ale również rozwiązania wspomagające prace back office'owe w bankach – zadanie coraz trudniejsze, bo cały czas musimy pamiętać, że oczekujemy w bankach rozwiązań coraz bardziej zaawansowanych, a środowisko informatyczne, funkcjonująca ilość systemów w zrzeszeniu i ich różnorodność – to potężne obciążenie dla zasobów SGB-Banku. Wyzwaniem dla Rady będzie też dalsze budowanie świadomości

potrzeby działania i myślenia zrzeszeniowego. To oczywiste, iż każdy z prezesów banków spółdzielczych odpowiada za bilans i biznes banku, którym zarządza, ale musimy zauważać wartość, jaką jest działanie w grupie i umiejętnie to wykorzystywać. Tu postrzegam ogromną rolę Rady Zrzeszenia.

Za nami półtora roku wdrażania strategii SGB „Otwieramy przyszłość”. Jak pan ocenia jej realizację?

Budowanie i kreowanie strategii to była praca zespołowa. Zaangażowane zostały siły spośród banków zrzeszonych (nie tylko członków organów), pracownicy SGB-Banku, ale też konsultanci zewnętrzni. Założenia i wytyczne strategii są na tyle dobre, na ile są przydatne grupie. A że są przydatne świadczy fakt poziomu ich wdrożenia przez banki. Widzę dużą konsekwencję we wdrożeniu strategii, udostępnianie gotowych kolejnych jej komponentów, przygotowywanych przez SGB Bank w ścisłej współpracy i zaangażowaniu banków. Ocenę realizacji na bieżącą datę (strategia została przygotowana do roku 2024) pozostawię Radzie Zrzeszenia w najbliższym czasie. Tam drzemie mądrość zbiorowa – mądrość polegająca na wielości i różnorodności zdań. Wszakże przewodniczenie to tylko koordynacja prac i reprezentacja. Dlatego poproszę Radę o kompleksową ocenę realizacji strategii.

Żyjemy w czasach galopującej inflacji. Co wysoka inflacja oznacza dla sektora banków spółdzielczych?

Inflacja w bankowości to wzrost przychodów, ale też nieprzewidywalność w biznesie, także w zakresie jakości portfela kredytowego. To okres, w którym należy pomyśleć, aby właściwie zaadresować wypracowane pożytki w postaci wyniku. Pamiętać jednak należy, że inflacja się cofnie i przychody odsetkowe spadną. Natomiast wiele kosztów, które inflacja napędziła, zostanie z nami na dłużej. Planując nasze rachunki wyników musimy o tym pamiętać i odpowiedzialnie zarządzać kosztami.

Kiedy rozmawialiśmy prawie 5 lat temu, powiedział pan: Jedynie występując razem – możemy zrealizować wyznaczone cele, dzieląc się – zosta-

Dzisiaj ciężar pracy naszego organu przenosi się bardziej z opiniowania regulacji na twórcze dyskusje podparte głosami reprezentowanych przez nas banków. Ważna jest zatem komunikacja. I rada winna skutecznie pełnić rolę transformatora informacyjnego w obie strony.

Wyzwaniem dla Rady będzie też dalsze budowanie świadomości potrzeby działania i myślenia zrzeszeniowego. To oczywiste, iż każdy z prezesów banków spółdzielczych odpowiada za bilans i biznes banku, którym zarządza, ale musimy zauważać wartość, jaką jest działanie w grupie i umiejętnie to wykorzystywać. Tu postrzegam ogromną rolę Rady Zrzeszenia.





niemy zmiecenii przez otoczenie. Jak pana zdaniem, powinny przebiegać procesy konsolidacji sektora?

Razem, to znaczy w grupie. To wspólna strategia, choć biznes każdy prowadzi na własny rachunek. To współodpowiedzialność za potknięcia – gdzie naczyniem nas łączącym jest IPS – SGB. To wspólny marketing, solidarny i adekwatny podział kosztów rozwoju pod nadzorem organów – rad, które spośród siebie wybieramy. Daleko idąca konsolidacja organizacyjna, o której mówiłem wcześniej, daje moim zdaniem, możliwość zachowania odrębności i autonomii poszczególnym bankom spółdzielczym. Zrzeszenie ułatwia z kolei podejmowanie wspólnych rozwiązań i wdrażanie narzędzi, na które pojedynczy bank rzadko kiedy ma wystarczające środki. Z oczywistych przyczyn technologicznych banki eksploatujące system zrzeszeniowy otrzymają wiele rozwiązań szybciej i w pełniejszym zakresie. Zwłaszcza dla

małych banków wspólne rozwiązania zrzeszeniowe stanowią dużą wartość dodaną.

Przy okazji: z zadowoleniem obserwuję, iż niektóre banki – tak zwane małe banki spółdzielcze – wyjątkowo dobrze radzą sobie na rynku. Zrzeszenie powinno dawać możliwość funkcjonowania wszystkim dobrze zorganizowanym bankom. I tak chyba jest. Oczywiście, autonomiczne decyzje banków o łączeniach to pozytywny kierunek. Niemniej jednak lepiej, jeśli są one podejmowane w celu polepszenia biznesu niż tylko w celach ratunkowych. Ale, jak już wspominałem, Zrzeszenie daje przestrzeń do funkcjonowania różnym bankom, niezależnie od ich wielkości.

Przed nami rok 2023 czego życzyłby pan pracownikom i klientom banków spółdzielczych?

Ostatni okres – pandemia oraz wojna w Ukrainie – pokazują jak zmienna może być rzeczywistość. To uczy pokory. Mając to na względzie, życzę zarządom i pracownikom banków spółdzielczych bezpiecznego rozwoju, dobrych decyzji biznesowych i większego poczucia stabilizacji. Pracownikom i klientom przede wszystkim zdrowia, bo ono jest

wartością najważniejszą. Jeśli je mamy, łatwiej nam radzić sobie w życiu, kreować dobre rozwiązania korzystne dla wszystkich.

W przededniu Bożego Narodzenia, niezależnie od przekonań i światopoglądów, uczestniczymy biernie bądź czynnie w różnych dobroczynnych akcjach. Bardzo mocno lokalnie takie akcje organizują banki spółdzielcze. Jest to zgodne z bliską wielu z nas filozofią chrześcijańską. Myślę, że realizu-

Ocenę realizacji na bieżącą datę (strategia została przygotowana do roku 2024) pozostawię Radzie Zrzeszenia w najbliższym czasie. Tam drzemie mądrość zbiorowa – mądrość polegająca na wielości i różnorodności zdań. Wszakże przewodniczenie to tylko koordynacja prac i reprezentacja.

jąc naszą misję biznesową w rzetelnym, uczciwym obrocie lokalnych finansów, bankowość spółdzielcza realizuje się w czynieniu dobra. Wiele dobrego czynią też nasze banki wspierając naród ukraiński, którego liczne rzesze goszczą w Polsce. Naród, którego przedstawiciele stali się teraz tarczą świata w walce z niekwestionowanym złem. Takiego poczucia wartości naszej pracy i naszej społecznej misji życzę nam wszystkim. ●

Mosina, 16 grudnia 2022 r.
Rozmawiał: Roman Szewczyk



KAMPANIA WIZERUNKOWA – SZANSE I WYZWANIA



**Urszula
Bukowska**
SGB-Bank SA



**Ewelina
Ignaczak**
SGB-Bank SA



**Hanna
Kniołek**
SGB-Bank SA

Za nami pierwszy etap nowej kampanii wizerunkowej. Zaplanowaliśmy ją do końca 2024 roku, więc to duży – ale pierwszy krok. Dzięki zaangażowaniu nas wszystkich możemy pochwalić się bardzo dobrymi wynikami tej pierwszej odsłony.

Spoty z naszej nowej kampanii

zostały bardzo dobrze przyjęte – średnio filmy 30-sekundowe na YouTube zostały obejrzone w 99,5%, co znaczy, że oglądane są właściwie do końca. Od początku września br. prowadzimy badania (które będziemy kontynuować w kolejnych miesiącach), aby przekonać się, czy nasze działania są skuteczne. Pierwsze wyniki, z okresu emisji tylko jednego spotu, są bardzo zadowalające. Spontaniczna znajomość marki wzrosła o 14 pp (punktów procentowych), a o 24 pp więcej osób, które widziały spot, deklaruje, że rozważy skorzystanie z naszych usług. Sprawdzamy też siłę marki, na którą składa się ocena lubienia marki, spełniania potrzeb, wyróżnialności, innowacyjności i społeczności. W każdej z tych kategorii odnotowaliśmy wzrost między 19 a 37 punktów procentowych.

Oczywiście, to świetne informacje, ale to dopiero początek tej opowieści. Droga do tego, aby klienci nas zauważyli, poznali

wartości, którymi się kierujemy i pokochali banki spółdzielcze SGB jest długa. Mamy bardzo dobry start, ale do mety jeszcze trochę.

Dlatego tak ważne jest, abyśmy cały czas i konsekwentnie o tym mówili oraz dostarczali dowodów, że faktycznie tak działamy. Ostateczne powodzenie kształtowania wizerunku zależy w dużej mierze od banków spółdzielczych SGB. To właśnie z pracownikami lokalnego banku klienci mają bezpośredni kon-

takt i to jego działania i komunikacja mogą potwierdzić to, czego dowiedzieli się i jeszcze się dowiedzą z kampanii ogólnopolskiej. Przed nami pracowite dwa lata, ale jak widać, prawdopodobnie bardzo owocne.

Kampanie wizerunkowe docierają

do odbiorców w czasie dłuższym niż kampanie produktowe, ale przynoszą długotrwałe efekty. Ważne jest, aby każda komunikacja, która w tym czasie jest kierowana do klientów – bez wzglę-

Ważne jest, aby każda komunikacja, która w tym czasie jest kierowana do klientów – bez względu czego dotyczy – była spójna z przekazem wizerunkowym. Wszyscy jako konsumenci jesteśmy coraz bardziej świadomi, dzięki czemu autentyczne marki wygrywają, a te nieautentyczne są dosyć szybko demaskowane.

du czego dotyczy – była spójna z przekazem wizerunkowym. Wszyscy jako konsumenci jesteśmy coraz bardziej świadomi, dzięki czemu autentyczne marki wygrywają, a te nieautentyczne są dosyć szybko demaskowane. Klienci ostrożnie podchodzą do deklarowanych przez firmy wartości i potrzebują wielu





potwierdzeń, przy każdym styku z marką. To dobrze, bo gdy nabiorą już pewności, że to jak marka o sobie opowiada jest zgodne z tym, jak faktycznie działa i jest to tożsame z wartościami klienta, to buduje się bardzo trwała więź. A lojalni klienci to prawdziwy skarb. Jeśli jednak okaże się, że są to puste deklaracje i doświadczenia w kontakcie z firmą tego nie potwierdzają, to raczej nie dają drugiej szansy.

My mamy ten ogromny komfort, że mówimy o wartościach, które nas budują, są podstawą naszego funkcjonowania i biznesu. Musimy to tylko dobrze opowiedzieć, żeby dla naszych klientów – obecnych i przyszłych – stało się to tak jasne, jak dla nas. To wymaga od nas dużej uważności i zaangażowania, bo czasem najtrudniej jest tłumaczyć rzeczy z pozoru oczywiste. Dlatego bardzo zachęcamy, by wszystkie działania, jakie banki spółdzielcze SGB planują w najbliższych miesiącach i latach przefiltrować przez naszą zasadę wzajemności oraz dbania o siebie nawzajem.

Tak jak wspomnieliśmy wcześniej

ponieważ nasze wartości są podstawą naszej pracy, nie wymaga to zmiany samych działań, produktów czy usług, ale bardzo często wymaga zmiany opowiadania o nich. Pokazujcie klientom jak angażujecie się w lokalne życie, wspieracie lokalny biznes, zaproście przedsiębiorców, by opowiedzieli o partner-

stwie z bankiem spółdzielczym SGB i pochwalili się swoimi sukcesami, które odnieśli też dzięki współpracy z Wami. Pokazujcie wspierane drużyny sportowe, ochotniczą straż pożarną, koła gospodyń, fundacje i stowarzyszenia. Relacjonujcie sadzenie drzew, organizowane biegi, wspierane festiwale i wszystkie inne inicjatywy. Pamiętajcie, że opowiadacie nie tylko o banku spółdzielczym, ale o całej lokalnej społeczności, która wzrasta i rozwija się szybciej, dzięki Waszej obecności (a Wy dzięki temu, że oni korzystają z Waszych usług). Dobrze, jeśli promując produkty bankowe, organizując konkursy itp. także będziecie pamiętać o naszym hasle z kampanii wizerunkowej i wartościach, o których mówimy. Będziemy na to zwracać uwagę i pokażemy jak to zrobić na naszych cyklicznych spotkaniach marketingowych, na które serdecznie zapraszamy.

Lokalność, wzajemność, życzliwość i wsparcie

to wartości, które znów stały się bardzo ważne. Niełatwe czasy w jakich żyjemy pokazały wszystkim, że dobrze móc liczyć na ludzi wokół. Uwrażliwiły nas na naszą najbliższą okolicę i sąsiadów. To dla nas duża szansa, bo niewiele jest marek, które tak mocno wpisują się w te potrzeby. Od nas zależy jak bardzo z tej szansy skorzystamy. Wszystko w naszych rękach, zatem zadbajmy o siebie nawzajem. ●

Pamiętajcie, że opowiadacie nie tylko o banku spółdzielczym, ale o całej lokalnej społeczności, która wzrasta i rozwija się szybciej, dzięki Waszej obecności (a Wy dzięki temu, że oni korzystają z Waszych usług).

SGB Banki Spółdzielcze

Dobrze dbać o siebie nawzajem





DOBRE BADANIA, TO DOBRE (UŻYTECZNE) WNIOSKI



Ewa Galica
CEO & SONS

Wpiszcie w Google hasło badania marketingowe, a waszym oczom ukaże się obraz, który większość z nas – a na pewno prawopółkulowców – delikatnie mówiąc zniechęci. Wykresy, słupki, cyferki, tabelki, strzałki... zmiękczam te słowa odruchowo, żebyście chcieli czytać dalej. Tak, badania to również dane, duuużo danych, ale w gąszczu tych cyfr i procentów można zobaczyć bardzo ciekawe historie i odkryć coś, czego nikt wcześniej nie zauważył. Coś, na czym oprzemy naszą markę, kampanię albo nowy produkt czy usługę.

Najważniejsze aby zrozumieć, że badania mają funkcję usługową względem marek i marketingu. Nie robimy ich dla samych siebie, ale po to, aby czegoś się dowiedzieć lub coś zmierzyć, czyli w efekcie zdobyć potrzebną nam wiedzę. Cel jest pierwszą rzeczą, którą powinniśmy zdefiniować i o którą powinien zapytać nas badacz. Wówczas dobierzemy odpowiednią metodologię, a ta w konsekwencji zadecyduje o wielkości badanej próby, formie samego badania i kanału poprzez który będzie ono przeprowadzone.

Ale zacznijmy od początku

Najgrubszy podział badań marketingowych to ten na badania jakościowe i ilościowe.

Badania jakościowe odpowiadają na pytanie dlaczego? jak? w związku z czym nie potrzeba przeprowadzać ich na dużych próbach – zazwyczaj po kilku wywiadach wzorce zachowań zaczynają się powtarzać. Badania ilościowe odpowiadają na pytanie ile? i stąd ich próba powinna odzwierciedlać – czyli być reprezentatywna – dla populacji, która nas interesuje. Tu pojawiają się duże próby: $n=100$, 500, 1000. Niesie to konieczność uproszczenia i skrócenia kwestionariusza, tak aby każdy respondent odpowiadał na pytania z listy, i wystandaryzowaną, z góry ułożoną listę odpowiedzi. Wiąże się to z czasem trwania badania i z liczbą osób w próbie badawczej – nikt z nas nie będzie udzielał wartościowych odpowiedzi przy 100. pytaniu.

Zupełnie inaczej sprawa się ma w przypadku badań jakościowych, w których próby są niewielkie (kilka do kilkunastu osób, w zależności od złożoności grupy docelowej). Z każdą osobą przeprowadzamy pogłębiony wywiad lub obserwujemy ją w naturalnym otoczeniu – w domu, pracy, na zakupach – przez kilka godzin, czasem dzień lub nawet dwa.

Sami widzicie, że wielkość próby jest wtórna, zależy jaki mamy cel badawczy. Jeżeli chcemy wygenerować nowe, ciekawe obserwacje na temat zakupów ubrań przez młode, niezależne finansowo kobiety, to więcej dowiemy się obserwując je w sklepie niż zadając im pytanie w ankiecie. Naszym odkryciem w jednej z takich obserwacji uczestniczących, nazywanych badaniem etnograficznym jest fakt, że kobieta wchodzi do sklepu z motywacją zmiany, po czym udaje się w stronę wieszaków z kolekcjami dokładnie takimi, jak te, które ma na

sobie... Żadna z nich by tego sama nie powiedziała, to trzeba zobaczyć.

Tak, badania to również dane, duuużo danych, ale w gąszczu tych cyfr i procentów można zobaczyć bardzo ciekawe historie i odkryć coś, czego nikt wcześniej nie zauważył. Coś, na czym oprzemy naszą markę, kampanię albo nowy produkt czy usługę.

Poza badaniem etnograficznym

badania jakościowe obejmują pogłębione wywiady indywidualne oraz pogłębione wywiady grupowe, czyli słynne focusy. Badania jakościowe często przeprowadza się przed badaniami ilościowymi, jako formę rozpoznania rynku. Stawia się po nich hipotezy, które następnie można zwer-

ryfikować w badaniu ilościowym. Inny scenariusz, to eksploracja danej kategorii czy grupy ludzi, stworzenie na tej podstawie produktu, usługi bądź komunikacji dla nich i zweryfikowanie jej w badaniu ilościowym.

Badania ilościowe, z którymi na pewno macie często do czynienia to ankiety. Taki kwestionariusz badawczy, czyli po prostu rozbudowana ankieta, to podstawowe narzędzie w badaniach ilościowych, które badacz tworzy w oparciu o wiedzę, którą zdobył podczas eksploracyjnych badań jakościowych. Kwestionariusz można czytać przez telefon, udostępnić przez internet lub pokazać osobiście na ekranie laptopa. Coraz większą popularnością cieszą się badania przez internet, które są





Drużyna z agencji &SONS

Na szczęście badania face to face nie zanikną, bo nie wszystko da się poczuć i dotknąć przez połączenie on-line. W taki sposób nigdy nie odkrylibyśmy skarbonek na 5-cio złotych, które są częstą formą oszczędzania w polskich domach. Nikt o nich nie mówi, gdy pytamy w ankiecie o finanse, dopiero przyłapani w domach wyjaśniają, że świnki skarbonki mają ważny udział w finansowaniu chociażby wakacji.

zarówno tańsze, jak i szybsze w realizacji.

Na szczęście badania face to face nie zanikną, bo nie wszystko da się poczuć i dotknąć przez połączenie on-line. W taki sposób nigdy nie odkrylibyśmy skarbonek na 5-cio złotych, które są częstą formą oszczędzania w polskich domach. Nikt o nich nie mówi, gdy pytamy w ankiecie o finanse, dopiero przyłapani w domach wyjaśniają, że świnki skarbonki mają ważny udział w finansowaniu chociażby wakacji.

Badania pełnią ważną rolę w marketingu, choć same w sobie nie są najważniejsze, ważny jest cel, dla którego je robimy.

Badania są fajne, są jak wyruszenie w poszukiwaniu skarbu. A skarb – wierzcie na słowo doświadczonej i wiecznie głodnej nowych znalezisk strażęce – jest zawsze do odkrycia. ●

Ewa Galica, wraz z Magdą Matyszkiewicz prowadzą firmę &Sons i były naszymi partnerkami przy tworzeniu strategii komunikacji marki SGB. Wraz z nimi przeprowadziłyśmy wszystkie badania, przeanalizowałyśmy wyniki i przepracowałyśmy wnioski podczas wielu warsztatów. Pamiętajcie, że szczegółowe wyniki badań przeprowadzonych na potrzeby strategii marki oraz wnioski z nich płynące, znajdziecie w obszernej prezentacji, która jest dostępna w zakładce MARKA, w naszym intranecie. Korzystajcie z tych materiałów, a jeśli chcielibyście coś omówić, doprecyzować, podzielić się własną perspektywą, to skontaktujcie się z Ewelina Ignaczak lub pozostałymi pracownikami Biura Marketingu i Komunikacji SGB-Banku.



DOBRZE DBAĆ O SIEBIE NAWZAJEM I DZIELIĆ SIĘ DOBRA WIEDZĄ



Joanna Gębka
SGB-Bank SA



Tegoroczne Forum Marketingu i Komunikacji to dwa intensywne dni, 141. wspaniałych uczestników – wśród nich nawet 2 pieski, 13 niezwykle ciekawych prelekcji od 18. świetnych prelegentów, 4 prezentacje spotów na dużym ekranie, a przede wszystkim niezliczona ilość inspirujących rozmów i dyskusji. Choć wydarzenie dawno za nami, w nas nadal tętnią dobre emocje, bo właśnie takie zostawiają po sobie dobre wydarzenia.

O czym rozmawialiśmy? Tematem przewodnim spotkania był wizerunek marki i kampania, którą rozpoczęliśmy w październiku br. Na forum przedstawiliśmy naszych partnerów. Ludzi z pasją i doświadczeniem, którzy dzielą nasze wartości. Chcą razem z nami opowiadać o nich innym, tak, aby odbiorcy tych historii też mieli szansę pokochać banki spółdzielcze SGB. Agendę stworzyliśmy w oparciu o strategię komunikacji marki SGB. Przez dwa dni chłoniliśmy teoretyczną i praktyczną wiedzę. Zadbaliśmy też o to, aby między prelekcjami był czas na dyskusję, wymianę doświadczeń i podzielenie się dobrymi praktykami... przy dobrej kawie w pięknym wnętrzu sali Starego Browaru w Poznaniu. Wisienką na torcie były 4 prezentacje spotów naszej nowej kampanii wizerunkowej – 3 z nich miały swoją premierę.

Pierwszego dnia...

Magda Matyszkiewicz i Ewa Galica z &Sons opowiedziały nam o tym, jak stworzyć dobrą strategię marki, jakie badania warto

zrobić, a czego unikać. Przede wszystkim przedstawiły wyniki badań, które realizowaliśmy, aby przygotować naszą strategię komunikacji marki. To była wyjątkowa prelekcja. Sentymentalnie wróciliśmy do początków – pierwszych rozmów, wywiadów i warsztatów. Jeszcze raz uświadomiliśmy sobie jak długą drogę przeszliśmy zanim ogłosiliśmy światu, że w SGB wiemy, że dobrze dbać o siebie nawzajem i jak dobrze to zbadaliśmy. Bo bez dobrych badań i analiz nie można przygotować dobrej strategii.

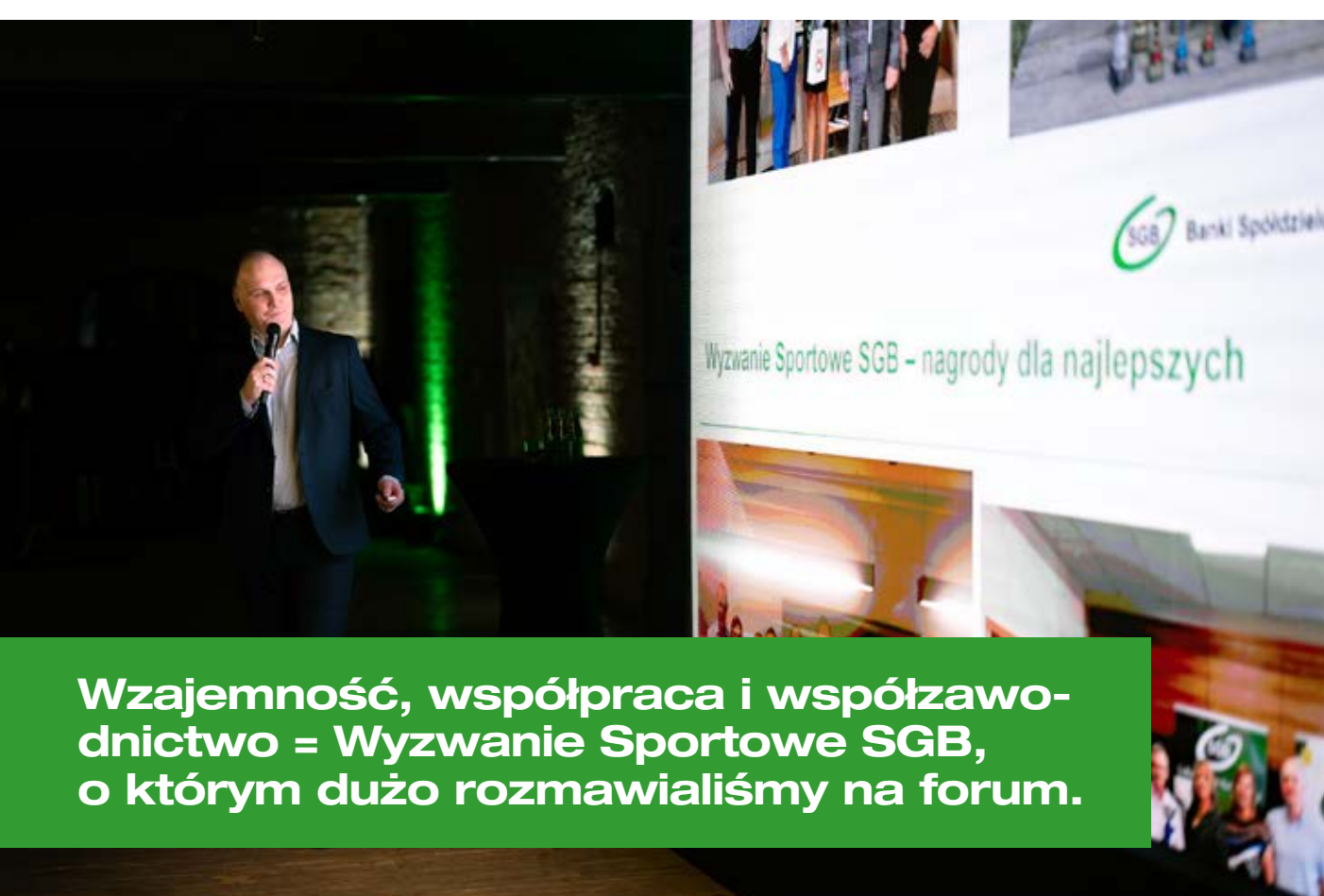
Marek Szydłowski z GPD Agency i reżyser Łukasz Korczak przybliżyli nam kulisy powstania spotów. To właśnie dzięki wzajemnemu zrozumieniu z naszymi partnerami wspólnie stworzyliśmy 4 świetne historie, co więcej wszystkie inspirowane prawdziwymi wydarzeniami. Marek i Łukasz doskonale pokazali, że przy tak dużych projektach, angażujących wiele osób, nawet drobne rzeczy, mają ogromne znaczenie. I o wszystkie trzeba zadbać, jeśli tworzy się zadbany materiał. Z kolei Kamil Furmaniak – też z GPD Agency, szczegółowo przedstawił i opowiedział nam, jak powstał i wygląda nasz media plan, tak, aby każdy wiedział gdzie i kiedy oczekiwać spotów.

Nasza kampania wizerunkowa to oczywiście nie tylko radio i telewizja. To też szereg działań w Internecie, dlatego ostatnie słowo w agendzie pierwszego dnia należało do Kuby Bendlewskiego i Huberta Grygielewicza z agencji MTA. Kuba i Hubert mówili o tym, jak dobrze docierać do klientów w Internecie. Nie zabrakło konkretów, przykładów i inspiracji.





Na forum przedstawiliśmy naszych partnerów. Ludzi z pasją i doświadczeniem, którzy dzielą nasze wartości.



Wzajemność, współpraca i współzawodnictwo = Wyzwanie Sportowe SGB, o którym dużo rozmawialiśmy na forum.



Jak niezwykle zaaranżować zwykłą grę? Najlepiej wiedzą Maciej Smrokowski i Bartosz Soja z Pracowni Gier Szkoleniowych. Wszyscy braliśmy w niej udział i świetnie się bawiliśmy!



Gościliśmy 141 wspaniałych uczestników, wśród nich nawet 2 pieski :)

Drugiego dnia...

o osoby uczestniczące w forum zadbał Maciej Smrokowski i Bartosz Soja z Pracownicy Gier Szkoleniowych i my, pracownicy Biura Marketingu i Komunikacji. Prelekcja Macieja i Bartosza to był prawdziwy zastrzyk dobrej energii – zarówno dla naszych głów, jak i całego ciała. Aktywna integracja. Jednocześnie była to bardzo kreatywna zapowiedź naszych przyszłych działań dla najmłodszych.

Jeśli o ruchu mowa, to na sportowo podsumowaliśmy też Wyzwanie Sportowe SGB i RakReaton. Wspomnieliśmy, jak po partnersku dbamy o naszych klientów biznesowych. Na

koniec pochylił się też nad zadbanym, czyli prostym i zrozumiałym dla wszystkich językiem – takim, który Sie rozumie!

Podczas obu dni...

dużo rozmawialiśmy o tym, jak wypracowane kierunki strategiczne przełożyć na konkretne obrazy, hasła i działania. Po prostu, jak to przełożyć na naszą codzienną pracę. To były dwa dobre dni: wiedzy, inspiracji i wymiany doświadczeń. Uświadomiliśmy sobie, że wszyscy odpowiadamy za powodzenie naszej kampanii i zmianę wizerunku marki. A to może udać się tylko, jeśli będziemy działać wspólnie, spójnie i konsekwentnie. Nasze forum – jak nasze spoty – było prawdziwe, czego pięknym świadectwem były zarówno łyzy śmiechu, jak i wzruszenia, które pojawiły się na twarzach uczestniczek i uczestników. Wszyscy jeszcze mocniej uwierzyliśmy w nasze nowe hasło – dobrze dbać o siebie nawzajem, a odpowiedzi jakie spłynęły do nas w ankietach po forum, doskonale to potwierdziły. I to jest dla nas najważniejsze.

Po pandemicznej rzeczywistości jeszcze bardziej doceniamy możliwość bezpośrednich spotkań i jeszcze mocniej chłonimy dobrą energię, którą wzajemnie emanujemy. Właśnie taka towarzyszyła nam na forum. Będziemy ją pielęgnować na cyklicznych spotkaniach online, a fizycznie spotkamy się w przyszłym roku. Pozostaje nam powiedzieć – do zobaczenia! ●



MIGAWKI Z PLANU FILMOWEGO

JAK (PRAWIE) ZOSTAŁEM AKTOREM



Roman Szewczyk

SGB-Bank SA

Wrześniowy brzask. Godzina 5.45. Ekipa techniczna rozstawia sprzęt, buduje scenografię. Blisko trzydzieści osób na planie i każdy ma swoje zadanie. Godzinę później niemal wszystko dopięte jest na ostatni guzik. Gotowa jest już scenografia, imitująca sportowe rozgrywki. Będę statystą podczas kręcenia jednego ze spotów w ramach kampanii „Taka różnica”.

FOT: ROMAN SZEWCZYK



Przygotować się. Uwaga. Puchar w górę!

Dziś będę odgrywał rolę kibica oraz klienta, który zamawia chłodny napój. Będę stał przy kolorowym wózku i popijał lemoniadę. To moje zadanie. Mój syn Konrad wcieli się w rolę młodego człowieka, który rozmawia ze swoim kolegą.

Dlaczego zdecydowałem się zagrać w spocie reklamowym?

Dlaczego mój syn także?

Wiążą nas dobre relacje, więc zgodził się bez problemu. A ja natomiast utożsamiam się z moim bankiem. Zresztą nie tylko ja. Sporo osób z naszego banku zgodziło się użyczyć swojego wizerunku i wystąpić w reklamie całkowicie za darmo.

Praca na planie trwa od rana, ale ja pojawiaam się z synem dopiero po południu. Od razu wpadamy w ręce stylistki.

Statyści? – pyta. – Jesteście odpowiednio ubrani, nic do-

dać, *nic ująć* – uśmiecha się i kieruje nas do dziewczyny, która zajmuje się makeupem.

Nakłada drobny retusz na nasze lekko spocone twarze i jesteśmy gotowi, by zagrać w spocie. Kręcimy na boisku sportowym. Fabuła jest prosta i inspirowana życiem. Turniej piłki nożnej dla dzieci, sponsorowany przez lokalny bank spółdziel-

czy SGB. W jednej z głównych ról – prezes banku, który nie tylko kibicuje, ale również pomaga rozstawić wielki – balon.

Wszyscy jesteście kibicami

Żar leje się z nieba, słońce oślepia nam oczy. Siedzimy na trybunach i wcielamy się w rolę rodziców, znajomych, przyjaciół, którzy kibicują młodzieżowej drużynie piłkarskiej. Lecz zanim zaczniemy kręcić...

Pana w czerwonej koszulce proszę o przejście do drugiego rzędu – instruuje Karolina Zima, asystentka reżysera. – Pani w kręconych włosach niech usiądzie obok wysokiego pana po lewej. I na mój znak wszyscy krzyczmy: GOOOL! Pokażcie, jak niesamowicie się cieszycie.





Mamy TO! Wreszcie po wielu próbach udało się.

FOT: ROMAN SZEWCZYK



Przy kręceniu spotu, bezpośrednio z kamerą pracuje kilka osób.

Pana w czerwonej koszulce proszę o przejście do drugiego rzędu – instruuje Karolina Zima, asystentka reżysera. – Pani w kręconych włosach niech usiądzie obok wysokiego pana po lewej. I na mój znak wszyscy krzyczymy: GOOOL! Pokażcie, jak niesamowicie się cieszyacie.

Zgodnie z instrukcją, zdieramy gardła... raz... drugi... trzeci. Mnie nie widać, jestem zasłonięty przez wielki transparent. Jednak mimo to, drę się w niebogłosy. Obok mnie Tomek Synakiewicz i Kinga Joachimiak też krzyczą, ile sił w płucach. Nieco dalej, w geście radości widzę kolegę z biura, Jędrzeja Szymanowskiego.

Następuje przerwa. Czekamy na dalsze instrukcje od Łukasza Korczaka, reżysera. I próbujemy raz jeszcze. Każde zaakceptowane przez reżysera ujęcie jest omawiane z klientem, czyli z Ewelina Ignaczak, szefową Biura Marketingu i Komunikacji SGB-Banku. Ewelinę wspierają Ula Bukowska i Hania Kniotek. Razem analizują każdy detal, omawiają, porównują, spierają się, wybierają najlepsze kadry.

Kto jest kim na planie?

Mamy kilkadziesiąt minut przerwy. Firma cateringowa właśnie przywiozła lunch. Są kurczaki, pierogi, zupa, dodatki. Dla każdego coś smacznego. Jest chwila, żeby porozmawiać z innymi statystami.

Ja robię to już prawie zawodowo – mówi Krzysztof. – Grałem nawet w kilku filmach telewizyjnych. Marzę, by zostać aktorem

i coraz częściej jestem zatrudniany. Nie tylko statystuję, ale mam także kwestie mówione.

Praca statysty lub aktora to w sumie ciągle oczekiwanie. Zwykle trzeba pojawiać się na planie wczesnym rankiem i być na nim do zakończenia zdjęć, które z reguły trwają 12 godzin. Nigdy nie wiadomo, kiedy statysta będzie potrzebny. Stawki nie są zbyt wysokie i raczej trudno się z tego utrzymać. Poznani statysci mówią, że zgodzili się zagrać, ponieważ znają banki spółdzielcze.

W reklamie używek, nigdy bym nie zagrała – uśmiecha się Joanna, która gra rolę mamy jednego z piłkarzy.

W trakcie naszej pogawędki przyglądam się pracy poszczególnych ekip. W pionie operatorskim (kamery) pracuje kilka osób, muszą doskonale się rozumieć. Operator kamery czuwa nad całą kompozycją ujęcia. Ważną rolę odgrywa focus puller, czyli ostrzyciel. Jest to osoba, która czuwa, żeby ostrość ujęcia była skierowana dokładnie tam, gdzie oczekuje tego reżyser, np. na twarz aktora albo ważny przedmiot. Gdy kręcone jest ujęcie „z ręki”, kamerę niesie szwenkier. Wspierają ich osoby do wymiany obiektywów, baterii i kabli.

Jednak sama kamera to nie wszystko. Musi być jeszcze odpowiednie światło i dźwięk. Za każdy z tych elementów odpowiadają oświetleniowcy i dźwiękowcy.

Żeby praca na planie szła sprawnie i zgodnie z planem, nie- ►

Praca statysty lub aktora to w sumie ciągle oczekiwanie. Zwykle trzeba pojawiać się na planie wczesnym rankiem i być na nim do zakończenia zdjęć, które z reguły trwają 12 godzin. Nigdy nie wiadomo, kiedy statysta będzie potrzebny. Stawki nie są zbyt wysokie i raczej trudno się z tego utrzymać. Poznani statysci mówią, że zgodzili się zagrać, ponieważ znają banki spółdzielcze.





Statysta na planie często czeka na swoją kolej. Dla Konrada, studenta, obecność na planie, to zdobycie nowego doświadczenia.

zbędna jest praca osoby nazywanej z angielskiego stagehand. Po polsku można go nazwać złotą rączką, albo człowiekiem od zadań specjalnych.

Stagehandy, to osoby, które są w stanie na planie rozwiązać każdy, nawet najbardziej niespodziewany problem – tłumaczy mi Alicja Łacna, client service (opiekunka klienta) w Agencji GPD. – Jeśli, dla przykładu, zabraknie jakiegoś elementu na planie, to złota rączka wydobędzie go choćby spod ziemi.

Alicja jest głównym łącznikiem między klientem, czyli w tym przypadku pracownikami marketingu SGB-Banku, a pracownikami agencji. Musi umieć rozwiązywać konflikty, studzić emocje, szukać kompromisów między wizją reżysera i producenta, a oczekiwaniami klienta.

W tej pracy trzeba mieć bardzo rozwinięte umiejętności miękkie, organizacyjne, a także poznać trudną sztukę kompromisów – tłumaczy. – Musimy znaleźć najlepsze rozwiązania, żeby spełnić oczekiwania klienta. I oczywiście musimy również pilnować budżetu...

Mamy to!

Przerwa dobiega końca. Tym razem robimy szpaler. Dzieciaki mają pozornie proste zadanie. Muszą przebiec wzdłuż niego i wzniesić puchar w geście triumfu. Pierwsza próba, druga i trzecia. Wszyscy raz jeszcze się mobilizujemy, ale wciąż coś

nie wychodzi. Reżyser nie jest zadowolony z ujęcia. Jego zdaniem, nie widać emocji, naturalności, zabawy. Niektórzy piłkarze mają już dość. Po prostu są zmęczeni.

Chłopcy wyobraźcie sobie, że wznosicie puchar świata – mobilizuje przez megafon Karolina.

Pełna mobilizacja i... to już chyba dwudziesty dubel. Reżyser wpatruje się w ekran. I wreszcie słysząc sakramentalne: „Mamy to!” Jest OK.

Dochodzi godzina 18.00. Koniec zdjęć na dziś. Mamy materiał do pierwszego spotu. Call sheet – czyli tzw. rozpiska dnia zdjęciowego poszła zgodnie z planem. Przed nami jeszcze dwa dni kręcenia. Nasze spotkanie z ekipą filmową na planie to była niesamowita przygoda. Nie tylko dla mnie, dla mojego syna Konrada również. Kasia Miller z naszego biura wystąpi w zupełnie innym spocie. Będzie sadzić las.

Efekt pracy kilkudziesięcioosobowego zespołu można zobaczyć m.in. na stronie <https://takaroznica.sgb.pl/> ●

Bohaterowie drugiego planu.



FOT: ROMAN SZEWCZYK



Efekt pracy całego zespołu. Klatka ze spotu reklamowego pod tytułem „Festyn”.





Banki Spółdzielcze

**Dobrze dbać
o siebie nawzajem**

KONSOLIDACJE W SEKTORZE BANKOWOŚCI SPÓŁDZIELCZEJ

NAJWAŻNIEJSZE SĄ WZAJEMNOŚĆ, PARTNERSTWO I SPÓŁDZIELCZY DIALOG



Karolina Jankowiak
SGB-Bank SA



Stanisław Kolasiński
IPS-SGB

Konsolidacje w sektorze bankowości spółdzielczej to jeden z mechanizmów adaptacyjnych budowania coraz silniejszych kapitałowo i organizacyjnie instytucji finansowych. Instytucji bardziej świadomych konieczności zwiększania skali działalności biznesowej, a dzięki temu zwiększania potencjału do rozwoju i generowania zysków. Instytucji potrafiących sprostać presji konkurencyjnej i dostosować się do ciągle zmieniających się potrzeb klientów, a dzięki temu stających się coraz bardziej odpornymi na zawirowania gospodarcze. Banki spółdzielcze, które wybierając ścieżkę łączeń, chcą budować nowoczesne, silne banki, śmiało konkurujące na rynku usług finansowych, zdolne do obsługi klientów w coraz bardziej wymagających warunkach rynkowych.

Banki spółdzielcze podejmujące działania łączeniowe

ze względu na ich złożoność mogą korzystać ze wsparcia Spółdzielczego Systemu Ochrony SGB i SGB-Banku SA. Od początku 2021 r. sfinalizowano 11 procesów łączeniowych, w których wzięły udział 24 banki spółdzielcze. Obecnie trwają 4 procesy łączeniowe, z których 2 mają się zakończyć w bieżącym roku. Procesy te były rezultatem autonomicznych decyzji podejmowanych przez członków tych banków i ich organy statutowe.

Wsparcie łączących się banków przez System Ochrony SGB i SGB-Bank SA realizowane jest z wykorzystaniem wypracowanych praktycznych mechanizmów. Wykorzystując wypracowaną metodykę łączenia, Spółdzielczy System Ochrony SGB wspólnie z SGB-Bankiem SA, świadczą wsparcie procesów łączeniowych obejmujące w szczególności: przygotowanie propozycji organizacji i przebiegu procesu łączenia, przygotowanie programu łączenia oraz wsparcie prawne.

W realizowanych łączeniach, Spółdzielczy System Ochrony SGB zapewnia operacyjne doradztwo w zakresie prowadzenia procesów łączeniowych w postaci warsztatów łączeniowych, obejmujących m.in. ocenę potencjału rozwoju banku po połączeniu, określenie efektów synergii oraz opracowanie projekcji finansowej, uwzględniającej wypracowane założenia i szczegółowe warunki porozumienia. Natomiast SGB-Bank SA zapewnia wsparcie w zakresie przygotowania i przeprowadzenia integracji operacyjnej łączących się banków, w tym w zakresie przygotowania i przeprowadzenia migracji danych.

Każdy proces łączeniowy, mimo pewnych cech wspólnych

związanych m.in. ze stroną formalno-prawną, migracją do jednego systemu informatycznego, jest specyficzny. W szczególności dotyczy to przesłanek, które skłaniają banki do poszukiwania partnera łączeniowego. Zwykle proces łączeniowy

rozpoczyna się już na etapie wyboru partnera do łączenia. Należy podkreślić, że proces wyboru partnera łączeniowego przez łączące się banki jest niezwykle istotny. Na tym etapie analizowane i rozważane są potencjalne przyszłe korzyści wynikające z połączenia dla klientów, pracowników i środowiska lokalnego banku przyłączanego oraz dla banku przyłączającego po połączeniu.

Dobrym przykładem istotnej przesłanki łączenia jest sytuacja, w której jeden bank cechuje się depozytowym modelem biznesowym, charakteryzującym się przewagą klientów, lokujących swoje środki finansowe w banku. Takie banki poszukują partnera, który działa na terenie cechującym się profilem klientów o większym zapotrzebowaniu na finansowanie. Innym przykładem przesłanki łączeniowej jest potrzeba dostarczenia klientom nowocześniejszych produktów i usług, które już wdrożył i posiada w swojej ofercie potencjalny partner łączeniowy, a poprzez łączenie stają się one dostępne dla klientów przyłączanego banku. Jeszcze inną przesłanką jest potrzeba wzmocnienia kapitałowego do dalszego wzrostu w szybszy sposób, niż jedynie poprzez zatrzymanie wypracowanego wyniku finansowego i w konsekwencji uzyskanie możliwości wyższego finansowania klientów. Często przesłanką skłaniającą do łączenia są coraz większe wymogi regulacyjne i rosnąca konkurencja, wymuszająca na bankach ciągły rozwój technologii i systemów zabezpieczających, automatyzację procesów oraz konieczność zatrudnienia wysoko wykwalifikowanej i dobrze wynagradzanej kadry. W takich przypadkach łączenie powoduje, iż tym wyzwaniom łatwiej jest sprostać, działając wspólnie jako jeden większy podmiot. Oczywiście, tych przesłanek jest więcej, ale to m.in. wskazuje, że każdy proces łączeniowy, pomimo pewnych cech wspólnych, ma swoją specyfikę.

Obserwując i analizując wyniki finansowe osiągnięte przez banki

które połączyły się w tym i ubiegłym roku, można stwierdzić, że były to właściwe decyzje. Jak wynika z monitorowania procesów łączeniowych, widoczne są już teraz efekty wynikające z synergii łączeniowej. Można oczekiwać, że w kolejnych okresach efekty synergii będą jeszcze bardziej wyraźne.

Przeprowadzone procesy łączeniowe stały się przykładem dla kolejnych banków spółdzielczych, które postanowiły o wyborze właśnie takiej drogi budowania silnych i nowoczesnych instytucji. Przykłady takich łączeń, oparte na partnerstwie, wzajemnym zrozumieniu, autonomicznie podejmowanych decyzjach łączeniowych powodują, że w konsekwencji zyskują klienci tych banków.

Na zakończenie należy podkreślić, że bardzo ważna w każdym z procesów łączenia jest wzajemność, partnerstwo i spółdzielczy dialog – tu wszyscy są zwycięzcami. ●



Łączymy sity

Bank Spółdzielczy w Białobrzegach

Bank Spółdzielczy w Głowaczowie

**Powiatowy Bank Spółdzielczy
w Gostyniu**

Bank Spółdzielczy w Górze

**Bank Spółdzielczy Ziemi Łowickiej
w Łowiczu**

Bank Spółdzielczy w Wiskitkach

Bank Spółdzielczy w Teresinie

Bank Spółdzielczy w Raciążu

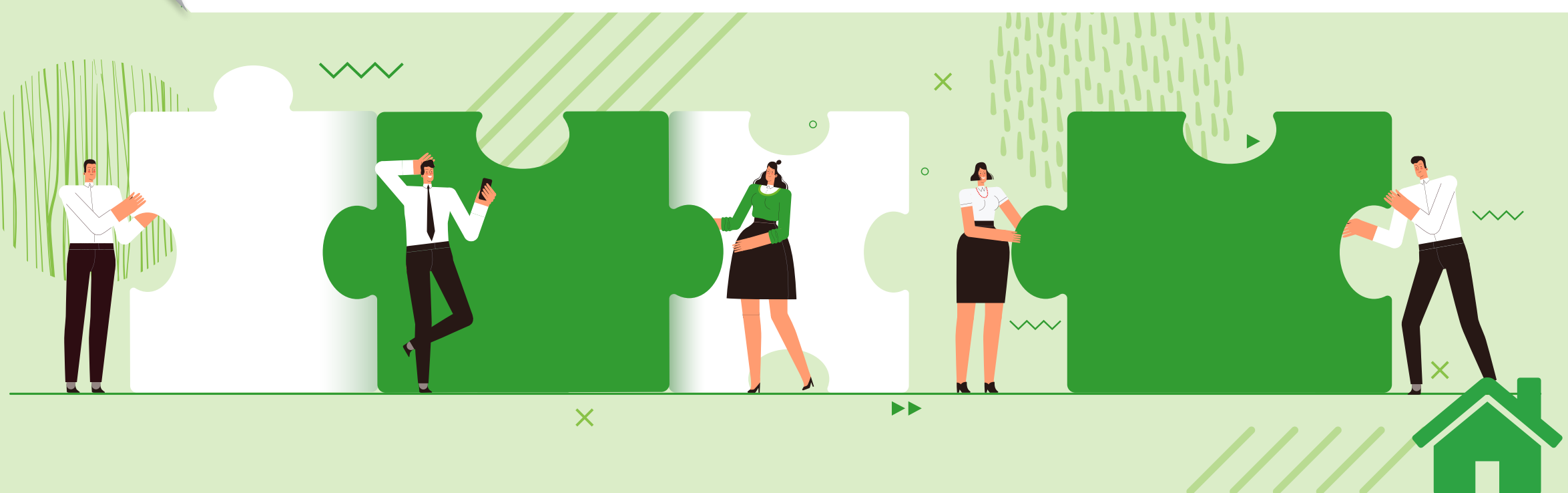
Bank Spółdzielczy w Bieżuniu

Bank Spółdzielczy w Słupcy

Bank Spółdzielczy w Zagórowie

Zjednoczony Bank Spółdzielczy

Bank Spółdzielczy w Łebie



DECYZJĘ O FUZJI TRZEBA PODJĄĆ WE WŁAŚCIWYM CZASIE

ROZMOWA Z JUSTYNĄ OSSOWSKĄ,
CZŁONKIEM ZARZĄDU DS. HANDLOWYCH W BANKU SPÓŁDZIELCZYM W SKÓRCZU

We wrześniu 2021 roku zakończył się proces łączeniowy Banku Spółdzielczego w Skórczu z Bankiem Spółdzielczym w Lubichowie. Dziś można już pewne elementy tego procesu podsumować. Jak pani ocenia tę fuzję? Jakie są jej efekty finansowe i organizacyjne?

Mogę powiedzieć, że cały proces łączeniowy przebiegał zgodnie z planem, sprawnie i płynnie. Był dobrze zorganizowany. Było to przecież ogromne przedsięwzięcie, które obejmowało sprawy prawno-administracyjne, kadrowe, jak i wdrożenie nowego systemu operacyjnego. Chcę podkreślić, że połączenie banków nie nałożyło na klientów żadnych dodatkowych obowiązków, gdyż nie uległy zmianie opłaty za prowadzenie rachunków bankowych, produkty również w 100 procentach zostały przeniesione wraz z kartami, pinami, bankowością i loginami. Jeżeli chodzi o kwestie pracownicze, to wszyscy pracownicy mają zagwarantowaną pracę. Zyskali możliwość poszerzenia wiedzy, doksztalcenia się, możliwość awansu. W całym procesie łączeniowym mieliśmy wsparcie z każdej strony, od SGB-Banku S.A. i IPS. Można powiedzieć, że byliśmy w stu procentach zaopiekowani. Przeszliśmy z systemu obsługi banku Novum na def 3000. Jeżeli chodzi o obszar fuzji, to na pewno było to zwiększenie terytorium działania banku. Tu dodałabym jeszcze, że jako bank z tej samej grupy SGB nie robiliśmy nigdy konkurencji innym bankom spółdzielczym działającym po sąsiedzku. To jednak było przeszkodą w dalszym rozwoju naszego banku. To się też przyczyniło do podjęcia decyzji o połączeniu, zacieśnieniu współpracy i kontaktów, aby móc budować silny, mocny bank. Dzięki połączeniu mogliśmy się za to skupić na klientach i stworzyć im znacznie szerszą ofertę. Sami nie byliśmy im w stanie zapewnić produktów konkurujących z bankami komercyjnymi.

Czy klienci obu banków są zadowoleni? Często w lokalnych społecznościach ludzie chcą mieć „swój” bank, tak jak lokalny szpital czy sąd. Jak było w tym przypadku?

Wiadomo, że banki spółdzielcze działają bardzo lokalnie. Mamy swoich członków, swoich udziałowców, mamy spotkania w grupach członkowskich. I tam, na tych spotkaniach, z wyprzedzeniem rozmawialiśmy o tym, że widzimy potrzebę połączenia naszych banków, żeby być bardziej atrakcyjnymi na rynku, móc zapewnić klientom ciekawsze oferty czy promocje.



Uzyskaliśmy od naszych członków aprobatę i zgodę na nasze połączenie. Powiedzieliśmy sobie otwarcie: należy poszukać dobrego partnera, z którym stworzymy silny, stabilny bank. Najlepiej, żeby ten partner do połączenia był z tego samego terenu, niejako po sąsiedzku. W moim odczuciu, klienci jakby w ogóle nie zauważyli tego połączenia. Nadal uważają nasz bank po połączeniu za „swój” bank lokalny. Bo przecież nadal ich obsługują ci sami doradcy, tyle, że mają dla nich bogatszą ofertę usług finansowych. Wszystkie decyzje kredytowe nadal są podejmowane w oddziale, nie muszą z niczym

jeździć do centrali. A dodatkowo mogą korzystać z ościennych placówek. Chcę podkreślić raz jeszcze, że klienci nadal uważają iż to jest ich lokalny bank. Jakby w ogóle nie zauważyli naszego połączenia. Jednostkę udziałową w rok po połączeniu zwiększyliśmy z 500 na 600 złotych, ale nasi udziałowcy to bez problemów zaakceptowali. Jesteśmy im za to wdzięczni i zarazem dumni z ich postawy.

Czy uważa pani, że procesy łączeniowe powinny być kontynuowane? Co można radzić innym bankom, które planują podobne przekształcenia?

Oczywiście, że tak. Zwłaszcza w zakresie zarządzania bankami w niepewnych czasach czyli doświadczeni skutkami pandemii, wojny za wschodnią granicą, drastycznymi zmianami na rynku, wysoką inflacją, ciągle spadającymi nowymi obowiązkami na sektor finansowy. Spełnianie tych wszystkich wymogów regulacyjnych i prawnych powoduje, że pojedynczy bank staje się słaby i zaczyna nie radzić sobie z rosnącymi kosztami, a gdzie tu mówić o rozwoju, przyszłościowych perspektywach, aby być na rynku silnym i konkurencyjnym. Dlatego uważam, że decyzję o połączeniu należy podjąć w momencie, kiedy jeszcze nie stoimy pod ścianą. Nie należy w żadnym wypadku czekać do chwili, aż z naszym bankiem zacznie się dziać coś złego. Lepiej gdy sytuacja banku jest jeszcze w miarę dobra i stabilna, ale już zaczyna być widać, że perspektywy na rozwój w najbliższym czasie mogą nie wyglądać różowo. Wtedy właśnie łatwiej jest nam znaleźć dobrego partnera biznesowego. Dzięki tej fuzji stworzyliśmy silny, stabilny i mocny bank, który może zaoferować lokalnym mieszkańcom i firmom bardziej bezpieczne wsparcie finansowe. ●

Rozmawiał: Roman Szewczyk



UMIEJĘTNOŚĆ ZWALNIANIA



Bartłomiej Mikołajczyk

Bank Spółdzielczy Ziemi Kaliskiej

PONIŻSZY ARTYKUŁ JEST ZAPISEM WYSTĄPIENIA AUTORA NA KONFERENCJI HR SGB, POZNAŃ, HOTEL MERCURY, 22.10.2022R.

Wstęp

Procesy łączeniowe banków spółdzielczych zyskały na dynamice w dobie niskich stóp procentowych i pandemii. Jako reprezentant Banku Spółdzielczego Ziemi Kaliskiej, który w 2021 r. połączył się z PA-CO Bankiem przedstawię plan łączeniowy z perspektywy HR.

Gra słów

Ostatnio, dzięki miłościwie nam panującym, nabywamy umiejętność zwalniania. W terenie zabudowanym innym niż miejski, mieliśmy ciężką stopę i teraz skupiamy się na jej odchudzeniu. Okazuje się, że umiejętność zwalniania, jest równie potrzebna co przydatna i konieczna. W swoim przyborniku powinien ją mieć każdy, w szczególności: wysokiej klasy menadżer. Czy to jest trudna umiejętność?

Spróbuj podnieść temat zwalniania w dowolnym towarzystwie. Jest tabu, budzi skrajne emocje, stresuje, kojarzy się nieprzyjemnie... W zasadzie można by rzec, że zgłębiając go wjeżdżamy w obszar zakazu. Bo kto z nas, z menadżerów, nie posiada inteligencji emocjonalnej? Problematykę zwolnień, najłatwiej jest odsunąć w niebyt.

Statystyka

W czasie jaki przeznaczasz na czytanie tego artykułu, średnio jedna osoba z sektora finansowo-ubezpieczeniowego w Polsce (Wg. danych GUS za 2020) straci pracę, tylko z przyczyn nie dotyczących pracowników. Wygląda więc na to, że, umiejętność zwalniania jest potrzebna bo znajduje zastosowanie w działalności gospodarczej.

Chciałbym, żeby czytelnik tego artykułu był bogatszy o nasze doświadczenia jakie w obszarze zwolnień zdobyliśmy w niedawnej przeszłości. W programie połączenia zakładaliśmy uszczuplenie składu załogi o 30 osób, co stanowiło blisko 50% kadry banku przejmowanego. To było bardzo trudne.

Stereotyp

Cechy szefa, bezwzględного a wręcz psychopatycznego mo-

żemy zobaczyć w filmie Jana Jakuba Kolskiego z 2016 pt: „Las, 4 rano”. Główny bohater: Forst – mężczyzna sukcesu, w sile wieku jaskrawo i niecenzuralnie tłumaczy zasady pracy. Polecam ten fragment!

Możemy wyobrazić sobie, że taki archetyp szefa pracuje w szklanym drapaczu. Z ludźmi, którzy z jakiegoś powodu nie pasują do jego wizji, kończy współpracę bezpardonowym kopniakiem w tyłek. Przygotowując artykuł bez trudu znalazłem wiele pejoratywnych określeń dla osób, które zajmują się zwolnieniami z pracy. Subtelny przykład: komentarz do wywiadu z coachem biznesu, w którym odpowiadał, że szybkość jest największym sprzymierzeńcem zwalnianego, zawierał taką treść, parafrazując:

„Przychodzi pracownik do szefa:

P: Szefie, mam dwie wiadomości, dobra i złą, którą szef chce usłyszeć jako pierwszą?

Sz: Tę dobrą

P: Właśnie uporaliśmy się z awarią systemu do raportowania...

Sz: A ta zła?

P: Przez kilka ostatnich dni w raportach znajdowały się dane w odwróconym układzie. To co powinno wyświetlać się na zielono, program prezentował na czerwono i odwrotnie...

Sz: O cholera... a ja wczoraj zwolniłem 30% załogi...

Czy szef, który zwalnia, kojarzy nam się z takimi postawami jakie prezentuje Forst?

Jest nieprzyjemnym raptusem.

Odczarowanie

W odczarowaniu powyższego stereotypu pomoże droga jaką w procedurze zwolnień grupowych przeszedł Bank Spółdzielczy Ziemi Kaliskiej.

Wiele lat temu, Prezes rzucił takie zdanie: „może jeszcze kiedyś będziemy się łączyć?” Na pytanie: po co? Odpowiedział: „Coraz częściej słysząc, że jest nas, banków spółdzielczych, za dużo.” Kilkadziesiąt miesięcy temu wpadł do surowego sekretariatu i powiedział bym ustawił w nim jakiś kwiat, bo umówił



się na spotkanie z pewną Panią Prezes. Kwiat na stałe zagościł w sekretariacie pierwszy raz od 10-lat. Później było już tylko coraz mocniej pod górę. W opinii Prezesa tylko trzy osoby z otoczenia Banku były przekonane, że połączenie jest dla Nas szansą na rozwój. Większość osób z organów Banku widziało więcej zagrożeń niż potencjalnych korzyści... To było trudne. W końcu, wyciągaliśmy rękę do średniego banku będącego na programie naprawczym.

Założenia

Przygotowując plan połączenia przepracowaliśmy wiele aspektów, w tym ten dot. zdolności do generowania dodatnich wyników. Okazało się, że możemy zaoszczędzić sporo na dublowaniu się zadań w dotychczas dwóch centralach. Zależało nam na dobrej atmosferze, a wizja zwolnień wprost prowadziła wyobraźnię w kontekst strajków i negatywnych opinii w lokalnym środowisku. Naszym priorytetem stała się mitygacja tak zidentyfikowanego ryzyka reputacyjnego. Dlatego koniecznym okazało się przygotowanie pewnego gruntu pod zwolnienia grupowe. Rozpoznanie przepisów prawa w tym przede wszystkim ustawy o zwolnieniach grupowych i jej interpretacji, utworzenie rezerw zabezpieczających wypłatę świadczeń obowiązkowych oraz rozeznanie kwestii społecznych, były fundamentalnymi elementami solidnego przygotowania. To było trudne.

Domino ruszyło

Organy stanowiące banków, pod koniec kwietnia 2021, podjęły trudne decyzje i ... doszło do zaślubin. Zewnętrzna komunikacja była jednoznaczna: „Łączymy siły już dziś, dla lepszego jutra.” Domino ruszyło. Jeszcze w maju cały Zarząd spotkał się ze wszystkimi pracownikami przyłączonego Banku. To właśnie wtedy Prezes zakomunikował, że z uwagi na zmiany organizacyjne i niepewność jutra, Bank zamierza dokonać zwolnień grupowych. Kluczowym argumentem tymczasowo utrzymującym stan zatrudnienia była konieczność przeprowadzenia, w grudniu, migracji core-systemu. W czerwcu doszło do pierwszych wiążących rozmów z przedstawicielami pracowników. W lipcu zgłosiliśmy zamiar zwolnień Urzędowi Pracy. Pod koniec sierpnia zaczęliśmy wręczać wypowiedzenia w ramach zwolnień grupowych. W tym czasie kilka osób odeszło od nas na mocy porozumienia stron, z inicjatywy pracowników. Finalnie nasza kadra uszczupliła się o 22 osoby, w tym kilkanaście zwolnionych grupowo. To było trudne.

Matka z dzieckiem

Podczas jednego ze spotkań przedstawiciele pracowników poprosili o wykaz osób przeznaczonych do zwolnienia. Bank udostępnił kompletną listę. Właśnie wtedy doszło do niespodziewanej sytuacji. Przedstawiciele pracowników przedstawili dwa życzenia. Drugie, materialne, dot. wypłaty odpraw w wysokości 3 miesięcznego wynagrodzenia bez względu na staż pracy. Tym sposobem pracownicy wzmocnili zabezpieczenie finansowe kilku osób przeznaczonych do zwolnienia, bo Zarząd przystał na takie rozwiązanie. Pierwsze, bardziej ludzkie, dot. dyspozycji pozostawienia przy pracy samotnej matki trójki małych dzieci, której mąż zmarł przed trzecim rozwiązaniem. Efekt: ta kobieta do dziś jest naszym pracownikiem.

Podczas jednego ze spotkań przedstawiciele pracowników poprosili o wykaz osób przeznaczonych do zwolnienia. Bank udostępnił kompletną listę. Właśnie wtedy doszło do niespodziewanej sytuacji. Przedstawiciele pracowników przedstawili dwa życzenia. Drugie, materialne, dot. wypłaty odpraw w wysokości 3 miesięcznego wynagrodzenia bez względu na staż pracy. Tym sposobem pracownicy wzmocnili zabezpieczenie finansowe kilku osób przeznaczonych do zwolnienia, bo Zarząd przystał na takie rozwiązanie. Pierwsze, bardziej ludzkie, dot. dyspozycji pozostawienia przy pracy samotnej matki trójki małych dzieci, której mąż zmarł przed trzecim rozwiązaniem. Efekt: ta kobieta do dziś jest naszym pracownikiem.

Ten ostatni przykład jednoznacznie wskazuje, iż w procesie zwolnień grupowych podjęliśmy trudne decyzje, w sposób społecznie odpowiedzialny, nie obojętny, po prostu ludzki. W tym trudnym czasie w podświadomości towarzyszyła nam zasada, nie wypisana złotymi zgłoskami na ścianie wartości, brzmiąca: „ W każdych okolicznościach szanuj swojego pracownika”.

W każdych okolicznościach szanuj swojego pracownika... Z tego względu uważamy, że zwolnień grupowych dokonaliśmy w sposób dobry, tzn. z poszanowaniem naszych pracowników i najlepiej rozumianego interesu firmy. Dowód? Dziś swoje żale i frustracje najprościej wylać anonimowo w internecie. Media społecznościowe, portale pracy, fora... Na jednym z nich, negatywnych komentarzy na temat Banku Przejętego było kilkanaście... Wszystkie pochodziły z okresu przed łączeniowego. Negatywnych opinii na temat pracy w BS Ziemi Kaliskiej... do dziś brak. Mało tego! W ciągu roku przeprowadziliśmy jeden nabór zewnętrzny... Zgłosił się do nas pracownik zwolniony w ramach „grupówki”!

Otoczenie makroekonomiczne

Dotychczas w artykule skupiałem się na kwestiach wewnętrznych, dot. firmy. Czas poszerzyć wątek o otoczenie rynkowe, makroekonomiczne. W czasie wysokich stóp procentowych, wydaje się, że zapotrzebowanie na konieczne procesy łączeniowe zmalało. Na tle ostatnich lat wyniki sektora są: rewelacyjne. Zwolnień grupowych dokonywaliśmy w momencie niskich stóp procentowych i niskiego bezrobocia. W okolicznościach panowania rynku pracownika. Sytuacja dynamicznie się zmienia. Żyjemy w świecie VUCA. Jakie zagrożenia widzieliśmy 1,5 roku temu a jakie są dziś? Kto z nas położy całą swoją reputację i powie, że stopy procentowe nie spadną przez kolejną dekadę do poziomu



z czasu pandemii i sprzed kilku lat? Zastanówmy się jakie mamy bufor, np.: w wyniku bieżącym... Jak możemy efektywnie, długoterminowo spożytkować te środki? Być może to właśnie dziś jest najlepszy moment by przyrzeć się naszej efektywności pracy i podjąć decyzje o jej podwyższeniu? Łączyliśmy się m.in. z tego powodu, że wskaźnik C/I naszego partnera w procesie łączeniowym znacząco przekraczał 100%... Koszty pracownicze, w dobie niskich stóp procentowych, stanowiły bardzo istotną część kosztów funkcjonowania Banku... Co się stanie gdy niebawem pogorszy się jakość portfela kredytowego i stopy procentowe spadną? Czy wszyscy nasi pracownicy są zaangażowani w swoje zadania i zależy im na rozwoju biznesu? Rozwój możemy mierzyć również efektywnością pracy.

Przyjrzyjmy się jeszcze jak w sektorze galopują koszty wynagrodzeń. Nasz fundusz wynagrodzeń na połowę 2021r. wyniósł ok, 5,5 mln zł. Zwolniliśmy kilkanaście procent załogi a na półrocze 2022 r. wyniósł ponownie: 5,5 mln zł a podwyżki przyznaliśmy od II połowy roku. Tak niezmienna kwota wynika m.in. z faktu, że wypłacaliśmy przysługujące u nas nagrody jubileuszowe, w tym pracownikom, którzy mieli odejść w ramach zwolnień grupowych, pomimo faktu, że Bank Przejmowany takich świadczeń nie wypłacał. Zaplanowaliśmy te wydatki.

Przetrwanie

Jesteśmy firmami nawet z kilkusetletnią tradycją. Wydaje się, że w porównaniu do podmiotów z innych branż posiadamy umiejętność przetrwania na rynku. Na pewno?

Parafrazując popularnego internetowego mema na którym dostrzeżemy ślimaka siedzącego na skorupie poruszającego się żółwia, z podpisem: „Zwolnij! Bo nas pozabijasz.” Odpowiedz sobie proszę na pytania: 1. Jaki moment w czasie jest właściwy (dla firmy, ludzi) by ten ślimak (pracownik) zaczął przemieszczać się o własnych siłach? 2. Czy korzystanie z umiejętności zwalniania, paradoksalnie, może przyspieszyć nasz biznes?

Podsumowanie

Cały proces zwolnień grupowych był dla Banku Spółdzielczego Ziemi Kaliskiej bardzo trudny. Zdania: to było trudne, użyłem w tekście wielokrotnie. Nieprzypadkowo.

Mamy podstawy by stwierdzić, że Bank i nasi pracownicy przeszli proces suchą stopą. Gdybajac co można było zrobić lepiej, pojawia się wiele wątków. Jest jednak takie powiedzenie, że lepsze jest wrogiem dobrego. Naszym zdaniem, proces zwolnień przeprowadziliśmy dobrze. Dobrze, to nie znaczy wzorowo, ale znaczy po ludzku. To było dla nas trudne, ale nie żałujemy.

Japońska mądrość: „Kiedy zasadzić drzewo? Najlepszy moment był 10 lat temu. Zasadź drzewo już dziś” ●

FOT. ROMAN SZEWCZYK

SGB Bank Spółdzielczy Ziemi Kaliskiej

BANK SPÓŁDZIELCZY ZIEMI KALISKIEJ - CENTRALA

Sprawdź co potrafi nowa aplikacja SGB Mobile!

Pobierz aplikację z:

Google Play App Store

Lokalny.
Większy i silniejszy



CZY ŚWIADOMIE WSPIERAMY ROZWÓJ PRACOWNIKÓW?



Grażyna Koziołek
SGB-Bank SA

W pierwszym magazynie w tym roku pisałam o informacji zwrotnej – jak jest ważna i jak istotnie wpływa na biznes. Dzielenie się i przyjmowanie informacji zwrotnej (feedback) to często bardzo dobry sposób na rozwój i podniesienie skuteczności zespołu czy firmy. Kluczowe jest, aby była ona przekazywana w czasie rzeczywistym. Dodatkowo, umiejętność przyjmowania i udzielania informacji w sposób budujący jest jedną z najważniejszych cech lidera. Rozwój pracowników wynika często ze strategii – idealnie, jeśli określimy oczekiwane kompetencje członków zespołu tak, aby odpowiednio dopasować działania rozwojowe.

Rozwój pracowników ma wpływ na sukces firmy. Badania dowodzą, że przedsiębiorstwa, w których pracownicy zachęceni są do wykorzystywania swojego potencjału, osiągają lepsze wyniki finansowe. Często wymienia się, że pracownicy w firmie lepiej współpracują, tworzą innowacyjne produkty czy usługi. Często czują się wtedy bardziej odpowiedzialni za sukces zespołu.

Warto wprowadzać zarządzanie wiedzą – część z nas słysząc „baza wiedzy”, widzi folder czy miejsce, w którym są dokumenty. Jednak chodzi o przygotowanie przestrzeni do wymiany doświadczeń, dzielenia się wiedzą ekspercką, gdzie technologia to tylko rola infrastruktury. W SGB-



Uczestnicy konferencji dobrze się bawili.

Droga do sukcesu: motywacja i wiedza

Mówi się potocznie o rozwoju umiejętności „twardych” (związane są ściśle z zadaniami), jak i umiejętności „miękkich”, takich jak np. kompetencje w zakresie komunikacji, współpracy czy kompetencje menedżerskich. Punktem wyjścia jest właściwe zdefiniowanie tego, co rozumiemy jako rozwój pracowników.

Warto, aby bezpośredni przełożony

- systematycznie rozmawiał z pracownikiem – takie spotkania 1:1, gdzie rozmowa jest zarówno o biznesie jak i o tym, w którym kierunku ten chce się rozwijać i jak może go w tym wesprzeć,
- dopasowywanie kompetencji, zainteresowań zawodowych do możliwości rozwoju,
- przekazywanie informacji zwrotnych na temat efektywności, współpracy czy pracy zespołowej,
- wsparcie przy opracowywaniu planu rozwoju osobistego,
- bieżące rozmowy przy kawie :)

-Banku wprowadzamy dzięki inicjatywie naszych kolegów i koleżanek z różnych zespołów pilotażowo rozwiązanie „wiedźnik”, której celem jest wzajemnie dzielenie się wiedzą.

Dzisiaj siłą wielu firm jest z jednej strony chęć uczenia się i wyciągania wniosków z realizowanych zadań czy projektów, a w tym bardzo pomocna jest informacja zwrotna. Z drugiej strony, wymiana doświadczeń. W ramach 5 spotkań HRowych w zrzeczeniu rozmawialiśmy o tematach HRowych, kadrowych, szkoleniowo-rozwojowych i leaderskich. Dodatkowo we wrześniu spotkaliśmy się bezpośrednio na konferencji HRowej. Raz jeszcze dziękujemy wszystkim za pomoc w organizacji, a nade wszystko wszystkim prelegentom oraz uczestnikom za aktywny udział. Było bardzo inspirująco i merytorycznie. Dodatkowo to doskonała okazja, aby poznać się bezpośrednio. Do zobaczenia w przyszłym roku. Wszystkiego dobrego świątecznie. ●

Zapraszamy do kontaktu. Podpowiadajcie jakie tematy Państwa interesują celem „uszycia” naszych spotkań na miarę oczekiwań.

Anna Jaszczak, anna.jaszczak@sgb.pl tel. 503978 721,

Grażyna Koziołek – grazyna.koziolek@sgb.pl tel. 506 821 762



O WZAJEMNOŚCI W SPÓŁDZIELCZOŚCI NA **BYĆ KOBIETĄ ON TOUR**

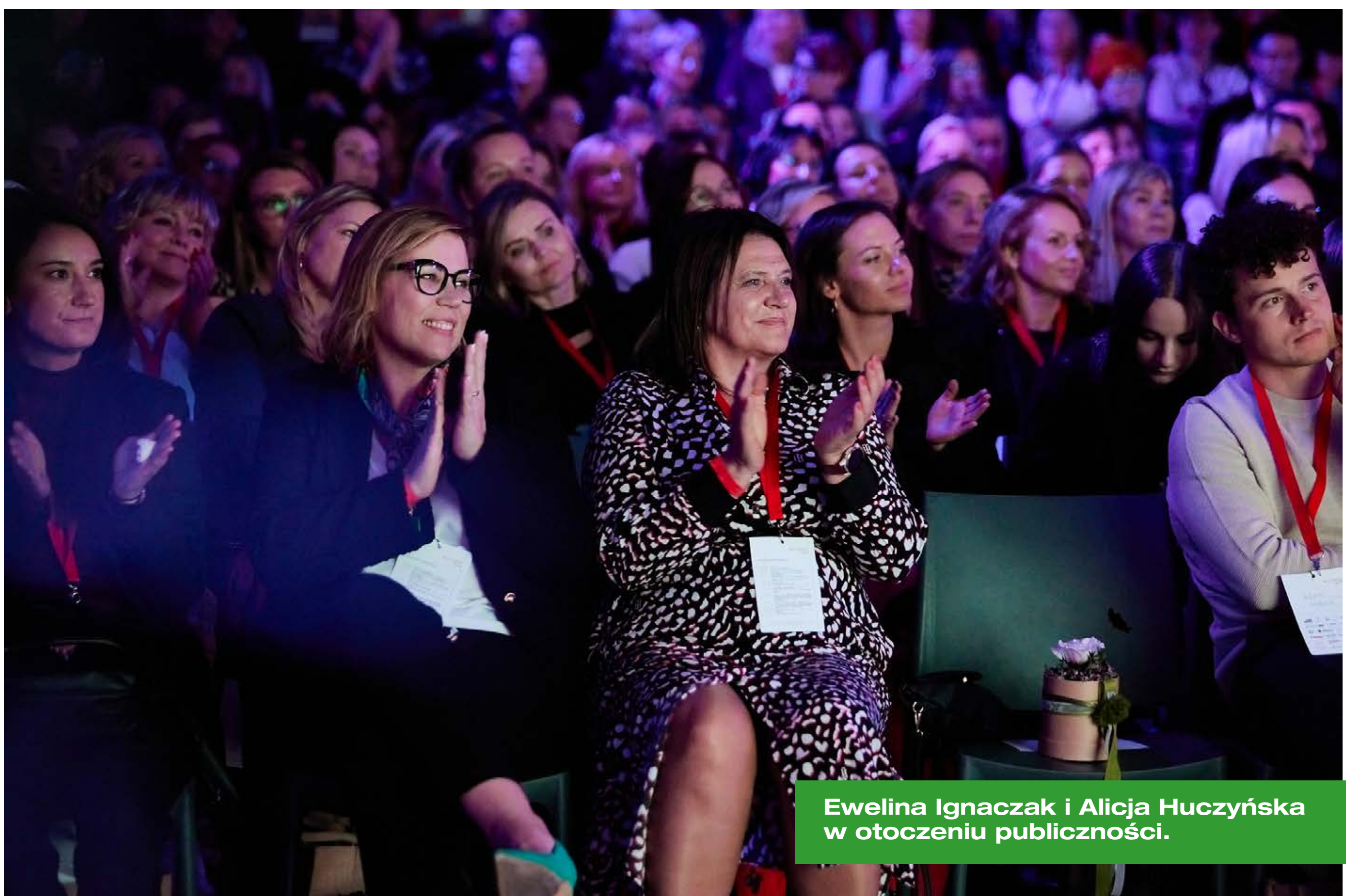


Hanna Kniotek
SGB-Bank SA

W sobotni poranek 1 października 2022 r., premierę miał nasz pierwszy spot z nowej kampanii wizerunkowej, a na dziedzińcu Starego Browaru w Poznaniu można było spotkać setki kobiet z czerwonymi identyfikatorami. Wśród nich kilkadziesiąt spod znaku SGB. Takie ożywienie w tym miejscu oznacza tylko jedno – tego dnia odbywa się kolejna edycja konferencji Być kobietą on tour, która na poznańskiej mapie wydarzeń ma już ugruntowaną pozycję. To właśnie w Starym Browarze, dobrych kilka lat temu, wszystko się zaczęło. Marta Klepka, wówczas dyrektorka hotelu w Browarze, zapragnęła zaprosić w te gościnne mury kobiety, aby porozmawiać o tym, co w ich życiu jest ważne.

Sukces i ogromne zainteresowanie pierwszą edycją trochę ją zaskoczyły, ale też uświadomiły jak potrzebny to projekt. Dlatego z niesłabnącym zapałem organizuje go każdego roku, już nie tylko w Poznaniu, ale także w innych miastach, aby jak najwięcej osób mogło doświadczyć tej niezwyklej atmosfery. Marta Klepka tworzy podczas Być kobietą on tour przestrzeń do dzielenia się swoimi historiami, zaprasza inspirujących gości i przedstawia niezwykle życiowe losy. Nie tylko kobiet. Dbą o to, aby uczestniczki (oraz coraz chętniej pojawiający się uczestnicy) uwierzyły w swoje możliwości, odważyły się realizować cele i sięgać po marzenia.

W każdej edycji konferencji poruszane są ważne tematy – rozmawiamy o biznesie, relacjach, komunikacji, radzeniu



**Ewelina Ignaczak i Alicja Huczyńska
w otoczeniu publiczności.**



sobie z życiowymi zakrętami oraz o naszym zdrowiu i niezbędnej profilaktyce. W październikowej odsłonie mieliśmy okazję posłuchać o życiowych i zawodowych wyzwaniach pary tancerzy, przyjrzeć się z bliska aktualnym wyzwaniom w biznesie i jak sobie z nimi radzą menadżerki. Także poznać pewną bardzo zgraną biznesową parę, prywatnie matkę i syna, i wspólnie spróbować odkryć, co wpływa na sukces w ich relacji. Dowiedzieliśmy się na jakie zdrowotne aspekty zwrócić uwagę w rozmowie z ginekologiem oraz jak zadbać o kolana, by służyły nam jak najdłużej. Na koniec wysłuchaliśmy bardzo ciekawej rozmowy Doroty Wellman z Aleksandrem Kwaśniewskim.

Ale dla nas to była bardzo wyjątkowa edycja

bo w ten dzień, pełen dobrych emocji, wzruszeń, śmiechów i poczucia wspólnoty, na scenę wkroczyła także spółdzielczość i marka banki spółdzielcze SGB! Nasze wspaniałe przedstawicielki – prezeska Alicja Huczyńska z Banku Spółdzielczego w Koronowie oraz Ewelina Ignaczak, dyrektorka Biura Marketingu i Komunikacji SGB-Banku, brawurowo opowiedziały o wartościach, które przyświecają nam w spółdzielczej codzienności. Prowadząca nie ukrywała ogromnego wrażenia, jakie zrobiła na niej energia, a przede wszystkim autentyczność samych prelegentek, ale też idei banków spółdzielczych SGB. Wszyscy obecni na sali mieli okazję zobaczyć dwa premierowe spoty reklamowe i usłyszeć o co chodzi w zasadzie wzajem-

ności i dlaczego jest to fundament spółdzielczości. Okazało się, że instytucja finansowa, jaką niewątpliwie są banki spółdzielcze, może nie tylko sprawnie funkcjonować i robić biznes, ale też częścią wypracowanych zysków dzielić się z innymi. Tu z kolei ogromną rolę odgrywa lokalność, która te idee spina

i uwiarygadnia. Dla wielu osób było to sporym zaskoczeniem i pierwszy raz mieli okazję przyjrzeć się bankom spółdzielczym SGB i zobaczyć, że mogą mieć z nimi wspólne wartości. A to już bardzo dobra droga do polubienia i rozważenia marki w przyszłości.

Dla marki, która buduje swoją obecność w świadomości klientów, tak jak banki spółdzielcze SGB, bardzo ważne jest, żeby dawać jak najwięcej okazji do spotkań z marką, posłuchania o wartościach i ich realizacji z możliwie pierwszej ręki. Chcielibyśmy, aby nasza obecność na tak wartościowym wydarzeniu była inspiracją do pojawiania się w Waszych lokalnych społecznościach z podobnymi wystąpieniami. Naprawdę – nic tak

bardzo nie zwielokrotni oddziaływania kampanii wizerunkowej, jak bezpośrednie, pozytywne spotkania klientów i potencjalnych klientów z Wami, czyli z marką, i przekonania się jak bardzo zyskują na obecności banku spółdzielczego w swojej okolicy. Mamy nadzieję, że animacja o bankach spółdzielczych SGB, dostępna w intranecie, wesprze Was w tym i zachęci do spotykania się z jak najszerzą publicznością. Energia i wartości banków spółdzielczych są tym, czego wielu ludzi obecnie szuka, pomożmy im nas znaleźć. ●

Nasze wspaniałe przedstawicielki – prezeska Alicja Huczyńska oraz Ewelina Ignaczak – brawurowo opowiedziały o wartościach, które przyświecają nam w spółdzielczej codzienności. Prowadząca nie ukrywała ogromnego wrażenia, jakie zrobiła na niej energia, a przede wszystkim autentyczność samych prelegentek, ale też idei banków spółdzielczych SGB.



„Dobrze dbać o siebie nawzajem” – to hasło przewodnie kampanii wizerunkowej SGB.



WZAJEMNOŚĆ

– KRWIOBIEG WIEZI MIĘDZYLUDZKICH



Piotr Michoń

Profesor Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu,
autor bloga i podcastu *Ekonomia Szczęścia*
www.ekonomiaszczescia.pl

Do początku XX wieku Indianie północnoamerykańscy praktykowali potłacz – pełen symboliki system wymiany prezentów. Z naszej perspektywy wszystko stało na głowie: to zapraszający na ucztę rozdawał zaproszonym, gromadzone mięsami, prezenty. W ten sposób goście niejako zadłużali się wobec gospodarza. Ich zobowiązanie, „nieodwzajemnienie” trwa do chwili, gdy obdarowani sami zapraszali obdarowującego na potłacz. Wszystko służyło budowaniu relacji i społecznej pozycji darczyńcy. Rosła ilość rozdawanego i gromadzonego bogactwa. Indianie od Oregonu po południową Alaskę, rozumeli znaczenie, jakie dla ludzi ma wzajemność.

Wśród naukowców, którzy dostrzegli rolę wzajemności w relacjach społecznych nie od razu znaleźli się ekonomiści. W ich ujęciu świat bywa nieskomplikowany. Jego fundamentem jest zasada: cokolwiek robię powinno mi się to opłacać. Dążę do największej korzyści, minimalizuję straty. Oddając coś komuś dostaję coś w zamian; *quid pro quo*¹. Nie zrezygnuję z tego, co mam, ot tak, po prostu. Chcesz mojego czasu? Mojego zaangażowania? Daj mi coś w zamian.

Współpraca karmi się wzajemnością

W ekonomii widzimy ją głównie w transakcjach handlowych. To jednak niepełny obraz. Pozwólcie, że przedstawię to na przykładach. Zacznę od anegdotycznego. Wchodząc do restauracji klient zatrzymuje się przy osobie przydzielającej miejsca: „Jestem sknerą. Proszę, żeby obsługiwała mnie najgorsza z waszych kelnerek. Wychodząc nie chcę czuć się winny, że nie zostawiłem napiwku.” W ekonomii tego typu wyrzuty sumienia są całkowicie nieuzasadnione. Przychodzę do restauracji, gdzie płacę za to by ktoś przygotował mi posiłek, przyniósł mi go do stołu, i posprzątał gdy skończę. Płacę i otrzymuję. Uczciwa wymiana. A jednak bohaterowi tej krótkiej opowieści doskwiera świadomość, że nie odwdzięcza się drugiej osobie. Doświadczając życzliwej obsługi niejako zaciągamy dług i powstaje konieczność odwzajemnienia.

To tylko żart – powiecie – wymyślona opowieść. W prawdziwym życiu tak nie jest.

To zastanówmy się nad drugim przykładem. Wyobraźcie sobie: po trzech tygodniach poszukiwań udało wam się znaleźć niezwykle prezent świąteczny dla drugiej osoby. Jak się poczujecie, gdy sami pod choinką znajdziecie sprezentowane przez nią skarpetki albo kupiony naprędce wyciskacz do czosnku? Handel to relacja, ale relacja to nie handel. Amerykański eko-

nomista Joel Waldfogel napisał nawet książkę o tym, że obdarowywanie się prezentami to tak naprawdę społeczna strata. Gdybyśmy dawali innym pieniądze, to prawdopodobieństwo nietrafionych podarunków spadłoby do zera. Dlaczego więc tego nie robimy? Bo w dawaniu zawarte jest znacznie więcej niż cena prezentu. Od drugiej osoby nie oczekujemy „oddania” tego samego i tyle samo (No chyba, że jesteśmy z tych, którzy oferując dziecku 20 złotych liczą, że gdy tylko smarkul zacznie zarabiać, odda całą sumę i to z odsetkami.).

Opisany przykład możemy też odwrócić

Jakie uczucia będą wam towarzyszyć, gdy w dniu waszego wspólnego święta, otrzymacie od drugiej osoby specjalnie dla was wybrany podarunek a sami nie będzie mieli dla niej nic. Jeżeli w tym momencie towarzyszy wam myśl: „Super! Jestem do przodu” to obawiam się, że brak empatii w połączeniu z cynizmem sprawia, że czytanie tego tekstu jest dla was stratą czasu. Gdyby jednak okazało się, że poczuliście się źle, byłby to dowód na istnienie społecznie ugruntowanej normy wzajemności.

Choć nie wszystko musi być odwzajemnione (np. krew do honorowego dawcy) czujemy uzasadnione powody do tego, by oczekiwać, że gdy sami będziemy potrzebować pomocy otrzymamy ją. Niezwykła natura wzajemności ujawnia się, gdy dzięki doświadczeniu dobra, jesteśmy gotowi pomagać innym, nie tylko tym, od których je otrzymaliśmy. Będąc studentem przejechałem tysiące kilome-

trów autostopem, dziś nie pozostaję obojętny na osoby stojące przy drodze. Psychologowie ewolucyjni piszą wprost: jesteśmy zaprogramowani do wzajemności. Stanowi ona spoiwo społeczeństw. Wiąże ludzi ze sobą, pomaga trzymać się razem, a zawarta w niej reguła ekwiwalentności sprawia, że jedni nie stają się bogaci kosztem innych. Ze wzajemności wypływają zaufanie i solidarność. Oczekiwanie, że inni odplacą się dobrym za dobro jest bardzo silne, a pogwałcenie normy wzajemności może nas drogo kosztować. Jak to pisał Alosza Awdiejew: „Jeśli chcesz by o tobie pamiętali, pożycz pieniądze i nie oddawaj”.

Będąc od siebie zależnymi dbamy o siebie wzajemnie. Czy to nie na tej zasadzie zbudowana była spółdzielczość? Bank spółdzielczy pozostaje podmiotem w relacji zależności. Korzysta i musi odwzajemniać, zaciąga zobowiązanie i musi je spłacać. Dbanie o bezpieczeństwo finansowe społeczności lokalnej czy prowadzenie działań w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu to nie jest coś, co jest efektem dobrowolnie podejmowanej decyzji. To konieczność. ●

1. Nie mylić z *qui pro quo* znaczącym nieporozumieniem, pomyłką.



JĘZYK JEST DLA WSZYSTKICH

KILKA SŁÓW O INKLUZYWNOŚCI



Katarzyna Miler
SGB-Bank SA

Inkluzywność to temat obok którego nie da się przejść obojętnie. Nie pamiętam, by w ostatnim czasie trwały tak ciekawe (by nie powiedzieć nawet „zaciekle”) dyskusje na temat form językowych, żeńskich końcówek męskich zawodów, czy sposobów na pisanie ogłoszeń o pracę. Publiczna debata o inkluzywności, która toczy się nie tylko w Internecie, jest swego rodzaju odzwierciedleniem zmian, jakie zachodzą w społeczeństwie. To obraz tego, jak zmienia się nie tylko postrzeganie języka, ale przede wszystkim naszych potrzeb, które te zmiany właśnie wywołują. Ale co to wszystko ma wspólnego z bankowością i Się rozumie? Jak się okazuje – całkiem sporo. I z pewnością warto się temu przyjrzeć.

Język jest niezwykle ciekawym i dynamicznie zmieniającym się środkiem komunikacji. Jako narzędzie jest wprawdzie niedoskonały, ale daje nam wiele możliwości. Zdarza się, że potrafi je również ograniczyć lub odebrać. Dzięki niemu „jesteśmy w kontakcie”, możemy wykonywać swoją pracę, poznajemy ludzi na całym świecie i przekazujemy ważne informacje. Ale skoro język traktujemy jako narzędzie i środek do osiągnięcia celu, z pewnością warto wiedzieć jak móc go jeszcze lepiej wykorzystać. Dlatego przyglądamy się zmianom w języku polskim, co już samo w sobie jest bardzo ciekawe. Jedną z nich jest właśnie inkluzywność.

Język inkluzywny

Czym zatem jest wspomniana inkluzywność? To nic innego jak język włączający. Jego celem jest włączanie do języka tych, którzy są (lub mogą być) wykluczeni. Wiąże się między innymi z formami gramatycznymi, sposobami komunikacji, ale również z empatią i grzecznością językową.

Uważam, że to właśnie dzięki niemu możemy zyskać inne spojrzenie na formy oraz adresatów pism i komunikatów bankowych oraz tego, jaką komunikację i relację chcemy stworzyć z naszymi klientkami i klientami. W pierwszej kolejności warto jednak zadać sobie dwa pytania: do kogo my właściwie piszemy i do kogo chcemy pisać? Wszystko po to, żebyśmy mogli świadomie podjąć decyzję, jakiego języka będziemy używać w budowaniu realizacji biznesowych. Bo język – prosty język w szczególności – to świadomy wybór. Dzięki niemu bez zbędnych zawłości dołączymy do osób, które są i będą naszymi klientami i klientkami.

Cztery filary

Na początek przyjrzyjmy się więc najważniejszym cechom języka, który uwzględnia różnych odbiorców.

Po pierwsze – język inkluzywny nie wyklucza, a włącza. Trzeba przy okazji dodać, że włącza, lecz nie na siłę. Sprawia, że każda osoba czuje się ważna i zauważona. Przykładem są właśnie feminatywy, czyli żeńskie formy gramatyczne nazw zawodów lub funkcji. Włączając do komunikacji kobiety (których obecność bardzo mocno ograniczał język stosowany przez władze komunistyczne), śmiało możemy stosować zwroty, takie jak dyrektorka, prezeska czy specjalistka, na równi z dobrze znanymi: nauczycielka, pielęgniarka czy asystentka.

Po drugie – język inkluzywny daje możliwości i wyrównuje szanse. To punkt, który mocno wiąże się z poprzednim. Zgadzam się ze stwierdzeniem Mateusza Adamczyka (przy okazji serdecznie polecam tego językoznawcę), że język inkluzywny daje możliwość pełniejszego uczestnictwa w życiu społecznym. Wyrównywanie szans, to choćby język przyjazny kobietom i mniejszościom (np. religijnym, LGBTQ+ czy osobom z niepełnosprawnościami).

Po trzecie – język inkluzywny podkreśla różnorodność. Płyne z tego wiele korzyści. Wszak różnimy się od siebie i to jest piękne. Warto pokazać to w sposobie naszej komunikacji. Nie bez powodu coraz więcej firm zwraca uwagę nie tylko na to jak, ale również do kogo piszemy. Dlatego właśnie w ogłoszeniach o pracę pojawia się coraz więcej żeńskich nazw stanowisk. Potwierdza to badanie „Język ofert pracy”, które w 2021 roku portal pracuj.pl przeprowadził we współpracy z Fundacją Sukcesu Pisanego Szminką. Wzięło w nim udział blisko 18 tysięcy respondentek. Wyniki mówią jasno – 8 na 10 kobiet chce, by feminatywy były uwzględniane przez pracodawców. Ich zdaniem, stanowiska takie jak np.: prawniczka, psycholożka, ekspertka czy programistka powinny być używane na równi z męskimi odpowiednikami tych zawodów.

Po czwarte – język inkluzywny jest wolny od szkodliwych stereotypów. Wiemy, że trudno ich uniknąć, ale im jest ich mniej, tym lepiej. Warto poszerzać swoją wiedzę na temat tego, czego dziś nie wypada, jakie mamy przyzwyczajenia językowe i dlaczego warto je zmieniać. Język neutralny



lub taki, który nie podkreśla bierności lub braków osoby (np. inwalida, ułomny, kaleki), to jedno z narzędzi do walki ze stereotypami.

Do kogo piszemy

Gdybym zapytała o to, co znajduje się na liście ważnych elementów w przekazywaniu wiadomości bankowych, jest spora szansa, że mogłabym usłyszeć: poprawność merytoryczna oraz zwroty grzecznościowe. Mam wrażenie, że cel, jakim jest przekazanie ważnej wiadomości lub pisma, widzimy czasem jak światło w tunelu. Pędzimy w jego kierunku korytarzem językowych dylematów i... zdarza się, że po drodze zapominamy (często nieświadomie) o potrzebach naszych odbiorców i odbiorczyń.

Punktem wyjścia naszych rozważań w Się rozumie stały się badania dotyczące umiejętności i możliwości komunikacyjnych potencjalnych odbiorców i odbiorczyń. Tak, właśnie. Chodzi między innymi o osoby, które zostały dotknięte analfabetyzmem wtórnym i mają trudności ze zrozumieniem prostych tekstów pisanych. Nie rozumieją sensu i związków logicznych w tekstach i mają bardzo mały zasób podstawowych pojęć. Ci, którzy zostali dotknięci analfabetyzmem funkcjonalnym, mogą mieć kłopot ze zrozumieniem umowy, ulotki, instrukcji obsługi, odczytaniem wykresów i diagramów, nie potrafią wypełnić najprostszych druków urzędowych i formularzy, a nawet obliczyć reszty w sklepie. Mimo posiadanego wykształcenia, nie potrafią wykorzystać wiedzy do tego, by sprawnie funkcjonować w codziennym życiu. To odpowiedź na pytania, dlaczego ktoś „nie rozumie” treści pisma, nie potrafi uzupełnić formularza bankowego, nie pojmuje załącznika do umowy lub nie wie, o czym była treść bankowego mejla.

Prosty język i język inkluzywny są tutaj doskonałym narzędziem do tego, byśmy tworząc komunikaty, umowy, pisma czy nawet krótkie wiadomości na strony internetowe, unikali skomplikowanych sformułowań, których przyswojenie może nastręczać

trudności. Jeśli za punkt wyjścia weźmiemy zrozumienie i różnorodność potrzeb naszych klientek i klientów – jesteśmy na wygranej pozycji.

Do kogo chcemy pisać?

Z odpowiedzią na to pytanie nie miałam większych trudności. Jestem przekonana, że chcemy pisać do każdego człowieka. Pomyślmy zatem, kto jest głównym bohaterem pism bankowych.

Czy statystyczna Anna Kowalska jest specjalistą?

Czy w naszych ogłoszeniach o pracę faktycznie chcemy szukać tylko analityków kredytowych, czy asystentek zarządu? Jak możemy zachęcać najmłodsze pokolenia do korzystania z usług banków spółdzielczych?

Te i inne pytania nasuwają się, kiedy myślę o włączaniu innych do języka bankowego. Świat bowiem stawia przed nami wiele wyzwań – nie tylko technologicznych, ale również komunikacyjnych, co doskonale pokazała nam pandemia koronawirusa.

I tak jak z jednej strony wiele kwestii w języku wynika z naszych przyzwyczajeń, z drugiej natomiast widzimy, jak chętnie wprowadzamy do niego nowe zwroty i słowa. Pantha rei. Język się również zmienia, bo zmienia się społeczeństwo. Dla kogoś, kto nigdy wcześniej nie słyszał o doktorce, czy naukowczyni, to może „nie brzmieć ładnie”. I to jest w porządku. Choć warto pamiętać, że feminatywy to nie jest wynalazek języka polskiego ostatniej dekady. Przed wojną swobodnie się

I tak jak z jednej strony wiele kwestii w języku wynika z naszych przyzwyczajeń, z drugiej natomiast widzimy, jak chętnie wprowadzamy do niego nowe zwroty i słowa. Pantha rei. Język się również zmienia, bo zmienia się społeczeństwo.

nimi posługiwaliśmy.

Prosty i inkluzywny język może być doskonałym sposobem, by pokazać świat bankowości spółdzielczej – otwartej, lokalnej i zaangażowanej. Spółdzielczości, która jest blisko swoich klientek i klientów. Dobrze dbać o siebie nawzajem. Włączajmy więc wszystkich obecnych i przyszłych klientów i klientki banków spółdzielczych SGB. W budowaniu relacji z nimi warto brać pod uwagę różne potrzeby. Bankowy język lepiej dostosowywać do potrzeb, a nie potrzeby do języka. W Się rozumie będziemy bacznie się temu przyglądać. ●



SUKCES

DZIĘKI BANKOM SPÓŁDZIELCZYM

JACEK ROS



Kredyt z ESBANKu pozwolił na powstanie farmy fotowoltaicznej, która działa w Gołuchowie. To duża oszczędność kosztów zwłaszcza teraz, gdy energia jest bardzo droga.

Dwa przedsiębiorstwa, dwa banki spółdzielcze z Nakła i Radomska, SGB-Bank, Europejski Bank Inwestycyjny i Bank Gospodarstwa Krajowego. Co je łączy? Kredyt ze środków unijnych w ramach gwarancji BIZNESMAX dla dwóch dużych inwestycji.

ESBANK z Radomska współpracuje z firmą Interjarek od prawie 20 lat. Z kolei Bank Spółdzielczy w Nakle jest od ponad ćwierć wieku lokalnym partnerem inwestycyjnym firmy 4M INVEST Medard Jakś. Interjarek to jeden z wiodących importerów i producentów przypraw w Polsce. Firma z Nakła to sieć sklepów ze sprzętem medycznym.

Te dwa przedsiębiorstwa – dzięki merytorycznemu i organizacyjnemu wsparciu ze strony banków spółdzielczych – pozyskały kredyty inwestycyjne z gwarancją BIZNESMAX, pochodzącą z Europejskiego Banku Inwestycyjnego. EBI to organ Unii Europejskiej, który udziela kredytów na preferencyjnych warunkach na projekty wspierające cele UE. W Polsce dystrybutorem wsparcia EBI jest Bank Gospodarstwa Krajowego, z którym współpracuje Spółdzielcza Grupa Bankowa, a za pośrednictwem SGB-Banku SA – między innymi ESBANK Bank Spółdzielczy i Bank Spółdzielczy w Nakle nad Notecią.

ESBANK błysnie w Europie

Udzielony przez bank z Radomska kredyt w wysokości 1 000 000,00 zł z bezpłatnymi gwarancjami spłaty BIZNESMAX oraz dopłatą do oprocentowania pozwolił na powstanie farmy fotowoltaicznej o mocy 449,19 kWp, która działa w Gołuchowie, zapewniając producentowi przypraw prąd ze słońca i dając firmie dodatkowe zarobki ze sprzedaży energii.

Współpracuję z ESBANKIEM od blisko 20 lat, przeszliśmy wspólnie przez niejedną inwestycję – mówi Jarosław Nowak, prezes i założyciel firmy Interjarek. – Tak było też w przypadku farmy fotowoltaicznej. Pomysł zainwestowania w to proekologiczne rozwiązanie zaczęliśmy realizować na początku 2020 roku. Dzięki farmie jesteśmy w 80 procentach samowystarczalni,



ni, jeśli chodzi o zużycie prądu. W związku z nowymi pomysłami oraz rozpoczętymi inwestycjami w magazynowanie i produkcję energii elektrycznej, w ciągu 2 lat nasza samowystarczalność zwiększy się do 95 procent. Możemy też odsprzedawać nadwyżkę zakładowi energetycznemu, a przy tym osiągamy dodatkowy, pozytywny efekt ekologiczny. Ta inwestycja to był strzał w 10! Tym bardziej, że dzięki podpowiedzianemu przez pracownika ESBANKU instrumentowi w postaci gwarancji BIZNESMAX, otrzymaliśmy nie tylko zabezpieczenie dużego kredytu, ale też zwrot części odsetek w formie dotacji.

Interjarek i jego farma fotowoltaiczna z Gołuchowa oraz radomszczański ESBANK mogą świętować nie tylko z powodu bardzo udanej współpracy. Dodatkowym efektem pozyskania gwarancji z BGK jest zaproszenie ze strony Europejskiego Banku Inwestycyjnego do udziału w przygotowaniu promocyjnego video case study. Specjalny film, który nakręcono w Gołuchowie będzie jednym z trzech przykładów, jak środki unijne w ramach gwarancji BIZNESMAX pomagają w rozwoju lokalnego biznesu.





W Nakle powstało centrum stomatologiczne połączone z branżowym sklepem. Budynek spełnia wszystkie normy obiektu ekologicznego. Jest przykładem partnerskiej współpracy Banku Spółdzielczego w Nakle i lokalnej firmy.



Cieszę się, że kredyt z zabezpieczeniem i – jak się okazało po rozliczeniu zadania – także dotacją dla przedsiębiorcy z unijnych środków nie tylko pozwolił zrealizować tę proekologiczną inwestycję naszemu wieloletniemu klientowi.

Instrumenty takie jak gwarancje BIZNESMAX podnoszą również konkurencyjność naszego banku i ułatwiają proces kredytowy tam, gdzie klienci nie dysponują wystarczającym majątkiem na zabezpieczenie naszych należności. W ten sposób wspieramy wzrost lokalnej gospodarki i realizujemy misję społecznej odpowiedzialności biznesu, a ponadto wzmacniamy relacje z klientami oraz siłę całej Spółdzielczej Grupy Bankowej – mówi Paweł Braszczyński, wiceprezes Zarządu ESBANKU Banku Spółdzielczego

Filmowe efekty gołuchowskiego case study będzie można zobaczyć w kanałach internetowych EBI i ESBANKU na przełomie 2022 i 2023 roku.

BS Nakło na dobrej fali

Drugi z przykładów zastosowania gwarancji BIZNESMAX to efekt wzorcowej współpracy Banku Spółdzielczego w Nakle

nad Notecią i lokalnej firmy z sektora małych i średnich przedsiębiorstw. 4M Invest Medard Jakś to sieć sklepów oferujących sprzęt medyczny. Firma podjęła się sporej inwestycji, która polegała na budowie centrum stomatologicznego połączonego z branżowym sklepem. Ten niskoenergetyczny budynek zawiera między innymi komorę hiperbaryczną, instalację fotowoltaiczną i pompę ciepła, idealnie wpisując się w cele biznesowe i społeczne stawiane w programach Europejskiego Banku Inwestycyjnego.

Inwestycja została częściowo sfinansowana z kredytu udzielonego przez Bank Spółdzielczy w Nakle nad Notecią oraz SGB-Bank SA. Kwota pożyczki osiągnęła wartość ok. 345 000 EUR, z czego 80 procent zostało objęte gwarancją Biznesmax.

W Banku Spółdzielczym w Nakle nad Notecią korzystamy z wiedzy jaką zdobywaliśmy przez lata naszej działalności. Znajomość klienta umożliwia nam dostosowanie oferty oraz rozwiązań, które pomagają naszym klientom stabilnie budować przewagę konkurencyjną. Wspólnie z SGB-Bankiem implementujemy do oferty krajowe i unijne programy wsparcia rozwoju przedsiębiorców jak np. refundację odsetek w ramach gwarancji Biznesmax z BGK. Inwestycja realizowana przez Firmę 4M Medard Jakś mogła zostać objęta gwarancją Biznesmax dzięki zastosowaniu innowacyjnych i proekologicznych rozwiązań – powiedział Wojciech Gawlak, wiceprezes Zarządu Banku Spółdzielczego w Nakle nad Notecią.

Jako właściciel firmy 4M Invest – dodaje Medard Jakś – jestem bardzo zadowolony ze współpracy z Bankiem Spółdzielczym w Nakle. Przez ponad 25 lat współpracy bank wielokrotnie był partnerem w przedsięwzięciach inwestycyjnych. Dzięki zrealizowanej inwestycji poza oszczędnością kosztów energii i korzyściami dla środowiska dzięki zastosowanym technologiom proekologicznym, głównym efektem jest znaczny wzrost atrakcyjności usług świadczonych w nowym obiekcie.

Z efektów współpracy już mogą skorzystać klienci. ●



DOBRCZE DBAĆ O SIEBIE NAWZAJEM...

SPOTKANIA REGIONALNE SGB W RAMACH PARTNERSTWA W BIZNESIE



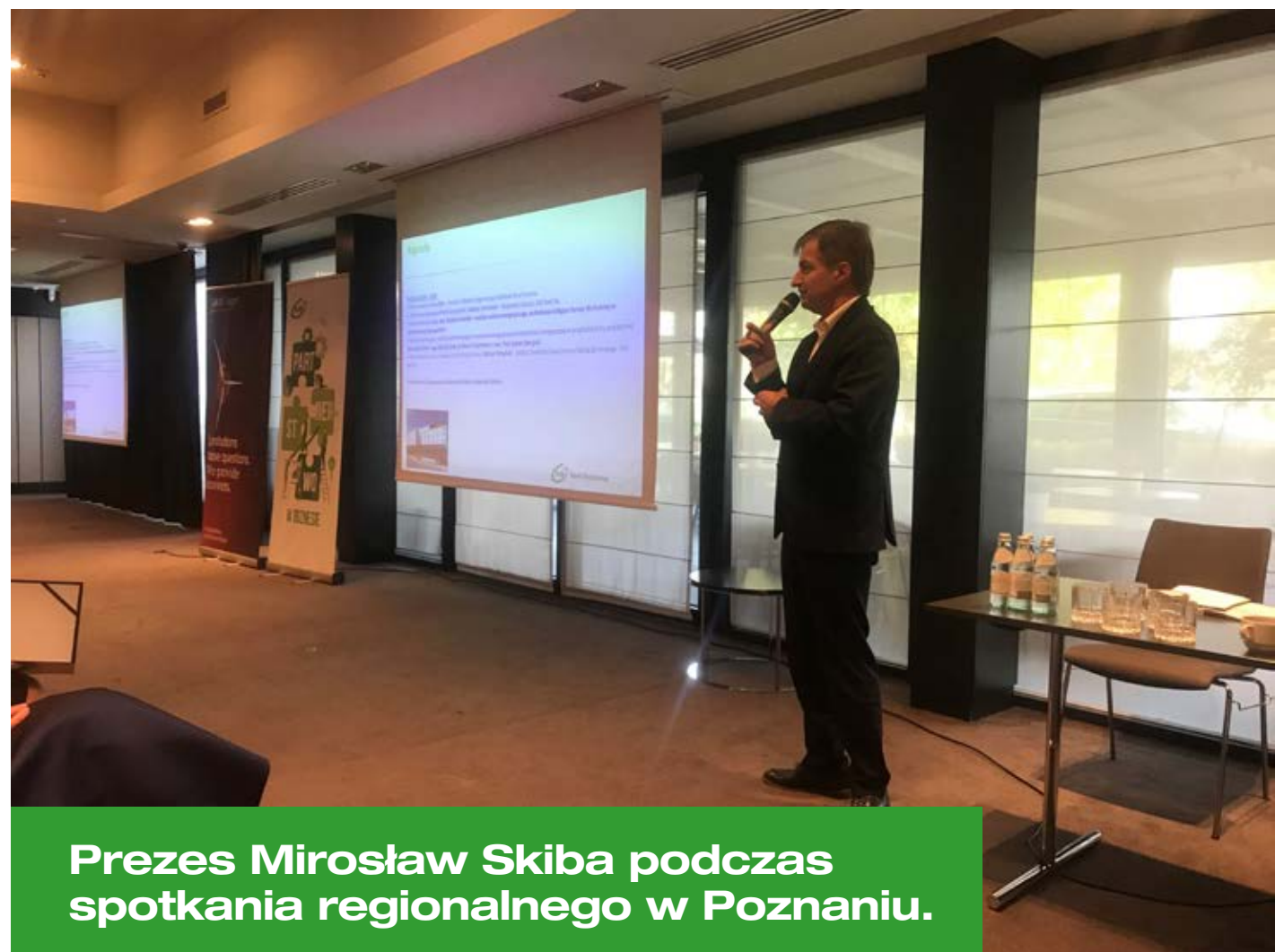
Piotr Orlik
SGB-Bank SA

- Sieradz
- Ciechanów
- Gdynia
- Ostrów Wielkopolski
- Poznań
- Bydgoszcz

To oddziały regionalne SGB-Banku SA odpowiedzialne za współpracę z bankami spółdzielczymi SGB w rejonie. Każdy z oddziałów współpracuje na co dzień z ok. 30 bankami spółdzielczymi SGB.

Dobrze dbać o siebie nawzajem – to hasło przewodnie najnowszej kampanii wizerunkowej Grupy SGB. W tym duchu przebiegł też cykl 6. spotkań regionalnych, w którym banki spółdzielcze SGB wraz z oddziałami regionalnymi SGB-Banku SA miały okazję do wspólnej rozmowy, wymiany doświadczeń biznesowych i kontaktów. Rozmawialiśmy o potencjałach biznesowych każdego z regionów, współpracy zrzeszeniowej i inicjatywach strategicznych wynikających ze strategii Otwieramy Przyszłość. Ważnym elementem agendy było wyjaśnienie roli oddziałów regionalnych we współpracy z bankami spółdzielczymi, poznanie całych zespołów ludzi pracujących w poszczególnych oddziałach. Podkreślaliśmy jaką dużą siłę na rynku lokalnym mogą stanowić konsorcja pomiędzy bankami spółdzielczymi i bankiem zrzeszającym – to m.in. finansowanie złożonych tematów kredytowych dla firm. Spore zainteresowanie wzbudziły też zagadnienia poświęcone managerom zrzeszeniowym i Nowemu Modelowi Sprzedaży, który z bardzo dobrym efektem już funkcjonuje w SGB.

Osobiście uważam, że Nowy Model Sprzedaży wprowadzony przez SGB-Bank SA jest świetnym rozwiązaniem dla nas jako Banków lokalnych. Czasami metody, które są skuteczne są bardzo proste – tylko musimy mieć tego świadomość i zwracać na to uwagę. Warto mobilizować pracowników do aktywnego kontaktu z klientami. Musimy zdać sobie sprawę, że czasy tzw. „agresywnego czekania” na klienta w Oddziale minęły i zmienić nieco podejście do obsługi naszych interesantów. – mówi Jolanta Nowakowska, prezes Zarządu Banku Spółdzielczego w Lubrańcu.



Prezes Mirosław Skiba podczas spotkania regionalnego w Poznaniu.

Wielokrotnie można było usłyszeć, że klienci banków spółdzielczych muszą mieć do banku zaufanie, które sprawia, że na co dzień nie myślą o tym, czy ich finanse są bezpieczne, ale także czy wygodnie załatwią wszystkie swoje sprawy. Nowa technologia to oczywistość i powinna działać w każdym banku – to nie jest powód do dumy, ale po prostu pewnik. Chcą czuć, że to banki, które są tak blisko, w ich własnym otoczeniu, dbają nie tylko o nich jako o klientów, ale też o otoczenie, oddają lokalnej społeczności to, co zyskują dzięki ich obecności. W spotkaniach licznie wzięli udział przedstawiciele banków spółdzielczych z danych regionów. Dla wielu z nich była to pierwsza, po pandemicznym okresie obostrzeń, możliwość bezpośredniego kontaktu, często poznania się.

Myślę, że takie spotkania są bardzo potrzebne. Dzięki nim możemy porozmawiać, wymienić doświadczenia – najczęściej te biznesowe. Dobrze jest porozmawiać jak do danego tematu podchodzą inne Banki Spółdzielcze. Atmosfera sprzyja więc znajdowaniu nowych rozwiązań. – mówi Danuta Różanek, dyrektor Departamentu Klienta Biznesowego SGB-Banku SA.

Spotkania miały też silny akcent biznesowy. Banki spółdzielcze miały możliwość zaproszenia swoich obecnych i potencjalnych klientów na prezentacje dotyczące zielonej transformacji w biz-



nesie. Dzięki współpracy z kancelarią prawną SMM Legal bankowcy i ich klienci mogli zapoznać się z rozwiązaniami dla firm, przedsiębiorców, którzy dzięki inwestycjom proekologicznym, mogą znacznie zaoszczędzić na kosztach energii elektrycznej, a dzięki temu zyskać stabilność biznesową.

Cykl został zorganizowany przez Departament Klienta Biznesowego ze wsparciem Biura Marketingu i Komunikacji. Jeszcze w trakcie poszczególnych spotkań ustalono, że będą one miały charakter cykliczny – w odpowiedzi na duże potrzeby ze strony banków spółdzielczych.

Uważam, że powinniśmy wymieniać się doświadczeniami jak najczęściej jest to możliwe, nawet jeśli dotyczą one trudnych spraw, w których nie zawsze się zgadzamy. Takie spotkania są również dobre dlatego, że stanowią początek wzajemnej współpracy. Dzięki znalezieniu wspólnych tematów możemy potem takie kontakty podtrzymywać i w naszej bankowej codzienności konsultować między sobą konkretne rozwiązania – mówi Wojciech Gawlak, wiceprezes Zarządu Banku Spółdzielczego w Nakle.

Na co dzień powinniśmy wykorzystywać efekt synergii Grupy SGB. Zawsze w głowie powinniśmy mieć to, że jesteśmy grupą, w której jest 180 banków – wspólnie stanowimy wielką siłę na rynku finansowym. Bardzo dobrze może to też działać na naszych klientów – ponieważ jesteśmy lokalni, znamy ich potrzeby, mamy polski kapitał. Ale z drugiej strony mają też pewność, że dzięki działaniu w grupie mogą czuć się całkowicie bezpieczni, stosowane przez nas rozwiązania technologiczne są na wysokim poziomie. – mówi Andrzej Chmielecki, wiceprezes Zarządu SGB Banku.



Spotkanie regionalne w Ostrowie Wlkp.

- Przedsiębiorcę interesuje, by jego firma mogła rozwijać się w sposób stabilny i optymalny kosztowo – mówi adwokat Przemysław Maciak, Partner Zarządzający SMM Legal Maciak Mataczyński Czech sp. k. - Synergia eksperckiej wiedzy naszych prawników i usług finansowych proponowanych przez SGB Bank, to najlepszy model przy obsłudze takich projektów jak transformacja energetyczna – dodaje.

DO ZOBACZENIA W 2023 ROKU!



W CO ZAINWESTOWAĆ FINANSOWĄ NADWYŻKĘ?



Przemysław Józwiak

Prezes Zarządu Banku Spółdzielczego
w Koninie

1 TYSIĄC złotych



Lektura tekstów opublikowanych dotychczas w ramach cyklu Finanse Osobiste, skądinąd bardzo ciekawych, wskazuje, iż w pierwszej kolejności powinienem zaznaczyć, że mojej wypowiedzi nie należy traktować jako doradztwa – co niniejszym czynię. Co więcej, obecne uwarunkowania nacechowane są w mojej opinii tak dużą niepewnością, iż trudno oszacować efekty jakichkolwiek przedsięwzięć o charakterze inwestycyjnym. Tyle na początek.

A zatem – w co chciałbym zainwestować tysiąc złotych? Postawiłbym tutaj, co nie jest może zbyt oryginalne, na jakiś weekendowy wyjazd z rodziną o charakterze typowo prywatnym. Są dwa aspekty, na które chciałbym w tym miejscu zwrócić uwagę. Pierwszy to taki, że bardzo często w weekendy pracuję – po prostu zabieram pracę do domu. Za cel eskapady wybrałbym prawdopodobnie Pragę czeską. Z całą pewnością jest to bardzo ciekawe i warte odwiedzenia miasto. Co ważne – i w tym miejscu chciałbym nawiązać do drugiego aspektu – ten wyjazd, jak wskazałem mający służyć oderwaniu od tzw. spraw służbowych i wszystkiego tego, co z nimi związane, potraktowałbym jako inwestycję we własną kondycję psychiczną.



10 TYSIĘCY złotych

Mając wolne 10 tysięcy złotych, wpłaciłbym tę sumę na rachunki oszczędnościowe dla moich dwóch córek: Heleny i Apolonii. Oboje z żoną generalnie staramy się zabezpieczyć nasze córki i umożliwić im w przyszłości, o ile nic się nie zmieni, tzw. bezpieczny start w dorosłość. I te pieniądze miałyby właśnie temu służyć. Uważam, że rolą rodziców w szczególności jest dbałość o edukację swoich dzieci, w myśl zasady: daj wędkę, a nie rybę. Te 10 tysięcy złotych wpłaciłbym prawdopodobnie na rachunki oszczędnościowe, ale prowadzone w obcej walucie – bardziej stabilnej i odpornej na różnego rodzaju szoki o charakterze realnym i finansowym, aniżeli nasz złoty.



50 TYSIĘCY złotych

T o już większa kwota, którą zainwestowałbym w nieruchomości. Tutaj też chciałbym sprecyzować kilka kwestii. Po pierwsze, myślę o nieruchomości gruntowej, bowiem nieruchomości tego rodzaju się nie amortyzują, a doświadczenie wskazuje, iż na przestrzeni lat zyskują na wartości. W przypadku nieruchomości gruntowych odchodzą również czynsze i inne koszty związane z ich utrzymaniem. Poza tym mieszkania, które dzisiaj są nowymi po 15 – 20 latach zapewne będą wymagały jakichś nakładów finansowych. Co istotne, starałbym się zainwestować w nieruchomość rzadką. Na przykład nad jeziorem. Tego rodzaju nieruchomości przybywać nie będzie – można powiedzieć, że podaż jest ograniczona. Oczywiście owe 50 tysięcy złotych może się okazać kwotą zbyt małą. Gdyby się tak okazało, to potraktowałbym tę sumę jako wkład własny, a resztę sfinansowałbym kredytem, którego oprocentowanie może się dzisiaj wiązać z rekordowo niską marżą i w całości – mimo iż wysokie – jest znacząco niższe od poziomu inflacji.

„



Wystuchał: Roman Szewczyk





LOKATA NA NOWE ŚRODKI,

PROSTE NARZĘDZIE DO DBANIA O KLIENTA I BAZĘ DEPOZYTOWĄ.



**Joanna
Kownacka**
SGB-Bank SA



**Łukasz
Mazurek**
SGB-Bank SA



**Marta
Nowacka**
SGB-Bank SA

Od września banki spółdzielcze pracujące na systemie zrzeszeniowym mają możliwość oferowania nowego rozwiązania, jakim jest lokata na nowe środki dla klientów indywidualnych. Proces otwarcia lokaty dostępny jest z poziomu bankowości internetowej SGB24. Jest to kolejny, w pełni cyfrowy produkt, który wspomaga wzrost konkurencyjności banków spółdzielczych SGB i odpowiada na potrzeby klientów w zakresie lokowania nadwyżek finansowych.

Dołączanie kolejnych produktów i usług do oferty banków spółdzielczych, szczególnie w obszarze w pełni zdalnej obsługi klienta to konieczność związana z kontynuacją rozwoju technologicznego oraz z zapewnieniem klientom szerokiego dostępu do oferty. Przyczynia się przede wszystkim do pozyskania klienta, ale jest również pierwszym krokiem do jego utrzymania w czasach wzmagającej się konkurencji i walki o depozyty.

„Rozwój usług zrzeszeniowych i dostarczanie rozwiązań dla banków spółdzielczych jest dla nas priorytetem. Za każdym razem staramy się sprostać oczekiwaniom i odpowiedzieć na potrzeby oraz sygnały zgłaszane przez banki w zakresie oferowanych przez nie produktów. W przypadku lokaty na nowe środki, nie była ona wcześniej planowana do wdrożenia na 2022 rok, to sytuacja na rynku spowodowała modyfikacje na liście naszych priorytetów w zakresie dostarczania rozwiązań. To pokazuje przede wszystkim naszą elastyczność w proce-

sie dostarczania bankom potrzebnych narzędzi. Produkt został udostępniony w ciągu 3 miesięcy od momentu powstania inicjatywy.” – podkreśla Błażej Mika, wiceprezes Zarządu SGB-Banku SA.

Prostota zdalnego procesu

Najważniejszymi cechami procesu otwarcia lokaty na nowe środki są przede wszystkim jego prostota i intuicyjność. To łatwa ścieżka, którą pokonuje klient decydujący się na założenie lokaty. Lokatę na nowe środki, klient może założyć samodzielnie w kilku prostych krokach, wyłącznie za pośrednictwem bankowości internetowej SGB24, na kwotę nie większą niż została wyliczona i zaprezentowana w serwisie jako kwota nowych środków. Dotychczas obsługiwane w bankach lokaty wiązały się z koniecznością „ręcznego” wyliczania przez doradców sald bazowych oraz sald nowych środków na moment ich otwarcia. Lokata na nowe środki w SGB24 jest natomiast w pełni zautomatyzowana, pozwala zaoszczędzić czas dorad-



cy i zniwelować ryzyko popełnienia błędu przy wyliczeniach. Oferta jest wyświetlana po zalogowaniu do SGB24 wyłącznie klientom, którzy spełniają kryteria. Wówczas dostępna będzie dla nich oferta z wyliczoną kwotą nowych środków, na które może zostać założona lokata. To klient podejmuje ostateczną decyzję o wysokości kwoty do ulokowania na lokacie, lecz nie większą niż kwota wyliczonych nowych środków. Nowatorskim rozwiązaniem jest prezentowanie klientowi regulaminu promocji i niezbędnych regulacji w trakcie procesu. Klient zyskuje również możliwość dostępu do zaakceptowanego regulaminu bezpośrednio ze szczegółów otwartej lokaty.

Mechanizm jest na tyle elastyczny, aby każdy bank mógł wprowadzić indywidualną i dopasowaną ofertę, z której będą mogli skorzystać również nowi klienci. Dodatkowe korzyści wynikające z udostępniania lokaty na nowe środki w ofercie banku spółdzielczego:

- **akwizycja nowych środków i nowych klientów,**
- **utrzymanie bazy depozytowej,**
- **możliwość przygotowania indywidualnej promocji,**
- **wzrost sprzedaży produktów,**
- **dalsze uproduktawianie klientów,**
- **narzędzie do prowadzenia działań marketingowych,**
- **szybki proces, który nie angażuje doradcy.**

Dodatkowym rozwiązaniem w ramach mechanizmu lokaty na nowe środki jest limitowanie liczby zakładanych lokat w celu ograniczenia kosztów odsetkowych oraz zarządzanie listą, w ramach której bank definiuje, którą lokatę klient ma zobaczyć jako pierwszą z listy wyboru.

„Bank Spółdzielczy w Skórczu był inicjatorem „Lokaty na nowe środki” dla zintegrowanego rozwiązania zrzeszeniowego. Bo wiem produkt ten funkcjonuje na rynku usług finansowych od dłuższego czasu i cieszy się dużym zainteresowaniem. Bank może wówczas zaoferować wysokie promocyjne oprocentowanie dla nowych środków w ramach docenienia współpracy z obecnymi klientami, jak również w celu pozyskania i nawiązania współpracy z nowymi klientami.

Obsługa lokaty na nowe środki jest prosta, szybka i intuicyjna. Obecnie klient może założyć tylko jedną lokatę, ale mamy nadzieję, że w przyszłości będzie również możliwość założenia kilku lokat w ramach trwającej promocji i ustalonych warunków

progowych.

Wielokrotnie banki spółdzielcze udowadniają, że posiadają w swojej ofercie prawie wszystkie produkty i usługi, które są dostępne w bankach komercyjnych, często atrakcyjniejsze, a przede wszystkim bezpieczne. Zdeponowane środki pieniężne podlegają gwarancji BFG, a banki należą do Spółdzielczego Systemu Ochrony.

Banki spółdzielcze nie zapominają nigdy o swoich dotychczasowych klientach i oferują im również promocyjne warunki”. – komentuje Justyna Ossowska, członek zarządu ds. handlowych Banku Spółdzielczego w Skórczu.

Garść danych, czyli jak to działa

Lokata na nowe środki jest dostępna dla banków spółdzielczych korzystających z systemu Def3000/CB. Na liście pierwszej edycji promocji znajduje się obecnie 16 banków, które oferują ten produkt klientom, a 3 z nich prowadzą już drugą edycję promocji.

Atutem zrzeszeniowego rozwiązania jest szybkość jego produkcyjnego udostępnienia dla klientów wybranego banku. Produkt jest gotowy, przygotowane są odpowiednie regulacje, a bank decyduje jedynie o parametrach oferty m.in.:

- **okresie oferowania promocji,**
- **dniu wyznaczenia sald bazowych,**
- **oprocentowaniu promocyjnym,**
- **terminie depozytowym,**
- **kwocie min/max lokaty na nowe środki.**

Kolejny produkt w służbie konkurencyjności

Podczas wdrażania kolejnych produktów należy pamiętać przede wszystkim o tym, że to klient jest najważniejszym celem każdego przedsiębiorstwa. Możliwość zaproponowania klientom kolejnego, w pełni zdalnego produktu to zdecydowany atut banku. Dzięki lokacie na nowe środki, banki spółdzielcze Zrzeszenia SGB mają okazję do dołączenia do swojego wachlarza usług kolejnego, poszukiwanego na rynku elementu, a przez to do konkurencji z bankami komercyjnymi w ramach różnorodnej oferty. Dodatkowo, umiejętne zaplanowanie działań komunikacyjnych pozwoli na wykorzystanie w pełni potencjału lokaty na nowe środki. Co ważne, w ramach mechanizmu lokaty w SGB24 powstał również dodatkowy element marketingowy, który ma za zadanie ułatwić bankom zachęcanie klientów do skorzystania z niej. W bankowości internetowej istnieje możliwość wystawienia banneru, który zareklamuje ofertę lokaty i przekieruje potencjalnie zainteresowanego użytkownika bezpośrednio do jej założenia. Wszystko po to, aby proces był nie tylko prosty dla banku, ale przede wszystkim komfortowy dla klienta.

„Tym samym banki zyskują produkt nie tylko służący akwizycji środków i klientów, ale produkt, który racjonalnie wykorzystany, może spełnić dodatkowe zadania relacyjne z klientami. Gdy sięgniemy pamięcią do końcówki 2008 roku, kiedy to banki oferowały wówczas również wysokie oprocentowanie depozytów, kwestią najważniejszą stała się umiejętność wykorzystania obecnego rozwiązania do pozyskiwania nowych klientów i środków oraz utrzymanie na odpowiednim poziomie kosztów odsetkowych i wskaźników płynnościowych”. – zaznacza Łukasz Mazurek, kierownik w Biurze Bankowości Mobilnej i Internetowej SGB-Bank SA.

W nawiązaniu do poprzedniego numeru magazynu, zaraz po kredycie gotówkowym online w aplikacji, lokata na nowe środki jest kolejnym, zrealizowanym punktem na mapie rozwoju oferty produktów sprzedawanych w ramach kanałów zdalnych. W 2023 roku planowane są do wdrożenia kolejne rozwiązania, które jeszcze bardziej uatrakcyjnią ofertę i dostępność usług dla klientów z poziomu kanałów zdalnych. ●



SGB Banki Spółdzielcze

**Lokata
na nowe środki**

Sprawdź, załóż i zyskaj



ŚWIĘTUJĄC NA RÓŻNE SPOSOBY JUBILEUSZE BANKÓW



Robert Azembski

Masz już za sobą jubileusz banku lub się do niego dopiero przygotowujesz? Uroczyste i huczne obchody urodzin banku, to oczywiście doskonały pomysł. Bywa jednak, że banki nie mają ku temu sposobności. Jubileusz śmiało można rozciągnąć na wiele innych działań, które podkreślają zarazem wartość, jak i wagę historii banku oraz tradycji i ich związek z nowoczesnością.

Czy świętujemy 20 – lecie, 50 – lecie, czy 160 – lecie, to organizowana z tej wyjątkowej okazji impreza musi być przygotowana „bez pudła”. Przede wszystkim należy przewidzieć, ile osób może zostać zaproszonych i w oparciu o to ułożyć plan jubileuszowego wieczoru.

Mniejszy bank może zaprosić gości na przykład do znanej, lokalnej restauracji, zajazdu itp. Wybrany obiekt należy maksymalnie dopasować do z góry określonego charakteru imprezy. Czasem dobrym pomysłem na miejsce uroczystości bywa hotel, dworek, czy nawet większy pensjonat. Ważne, aby goście mogli skorzystać nie tylko z przestronnej sali balowej, ale także by obiekt posiadał odpowiednie zaplecze gastronomiczne i być może także noclegowe. Jeśli jubileusz przypada w ciepłych miesiącach, ładny ogród pozwoli im pospacerować po zakończeniu oficjalnej fety. W każdym razie zapraszając 200, 400 czy nawet 1000 osób koniecznie należy pomyśleć nie tylko o wynajęciu sali odpowiedniej wielkości, ale zapewnienia jej należytego zaplecza technicznego i cateringowego i co w dzisiejszych czasach ma coraz większe znaczenie – wystarczającej liczby miejsc parkingowych.

Dostrzec i docenić ludzi

Jeśli na jubileuszową galę mają być zaproszeni miejscowi notabie czy kluczowi klienci banku, jego współpracownicy, przedstawiciele banków „zaprzyjaźnionych” czy ościennych oraz media, tym bardziej trzeba ją zaplanować ze sporym wy-

przedzeniem. Goście muszą otrzymać maksymalnie wcześniej zaproszenia, tak, by mieli czas zaplanować swój udział i go potwierdzić. W części oficjalnej nie może zabraknąć oczywiście uroczystych wystąpień najważniejszych osób w banku. Warto dostrzec i wyróżnić w jakiś sposób ludzi zasłużonych dla banku, czy całe zespoły i departamenty. Po części oficjalnej urozmaici wieczór występ na żywo znanego artysty – gwiazdy. Goście będą tym bardziej zadowoleni, jeśli część artystyczna zostanie zaplanowana jako specjalna niespodzianka. Warto też pomyśleć o takich atrakcjach jak gry i zabawy przeplatane np. muzyką graną na żywo do tańca. Galę jubileuszową powinien poprowadzić profesjonalny konferansjer, który – mówiąc bardziej współczesnym językiem – „ogarnie” prowadzenie całej imprezy po zakończeniu części oficjalnej.

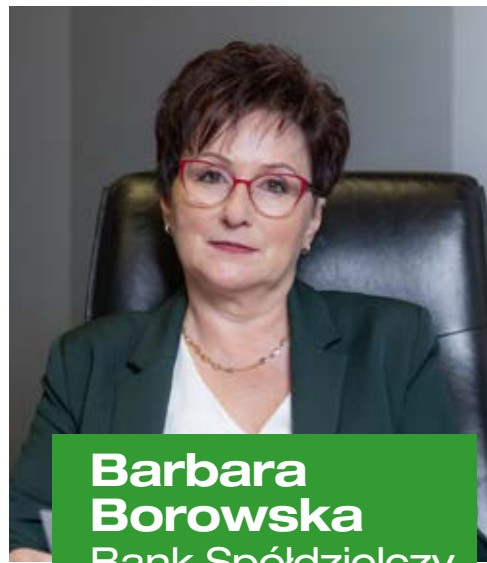
Ostatnio obchodzony jubileusz 20-lecia Banku BPS oraz Zrzeszenia BPS zgromadził aż kilkaset osób. Warto przyjrzeć się, jak oni to wykonali, a zrobili to dobrze: były bowiem uroczyste przemówienia kluczowych osób dla banku, było wręczanie statuetek i licznych odznaczeń dla zasłużonych bankowców – nie tylko obecnych pracowników, ale także osób zasłużonych historycznie. Na obie części, zarówno oficjalną, jak i tę bardziej rozrywkową, nie zapomniano zaprosić poprzednich kierownictw banku i banków spółdzielczych, osób które w jakiś sposób pracowały na jego dorobek, a także najważniejszych z punktu widzenia banku, mediów. Obchody „ozdobił” film krótkometrażowy.

Świętowanie w Grupie SGB

Również banki zrzeszenia SGB obchodziły swoje „okrągłe” urodziny, które przypadły w tym, lub rok – dwa lata temu. Jubileusz 150 lat istnienia Banku Spółdzielczego w Gnieźnie przypadł jeszcze na drugi rok trwania pandemii. Musiał więc okroić swoje plany fetowania w postaci gali. Dołożono starań, by uczcić okrągłą rocznicę powstania na inne sposoby, rozpisując



różne działania, na przykład podkreślając jubileusz przy okazji działań sponsoringowych, a także na Zebraniu Przedstawicieli. *Mówiliśmy nie tylko o dobrych wynikach banku, ale nawiązaliśmy też do historii oraz tradycji bycia bankiem lokalnym i zawsze przyjaznym naszym klientom* – mówi Barbara Borowska, prezes banku. Udało się również przygotować tablicę pamiątkową przy wejściu do centrali banku, mieszczącej się w zabytkowej kamienicy w Gnieźnie.



Barbara Borowska
Bank Spółdzielczy
w Gnieźnie

Warto wiedzieć o tym i pamiętać, że historię piszą ludzie, pracownicy, którzy często z zaangażowaniem dla niego pracowali, a także udziałowcy banku, a nawet jego klienci, którzy mu zaufali. Im wszystkim zadedykowaliśmy tę pamiątkową tablicę, odsłoniętą z okazji jubileuszu banku – dodaje Barbara Borowska.

Działania banku związane z jubileuszem nie skończyły się tylko na wmurowaniu tablicy. Był on mocno obecny w mediach społecznościowych. Podkreślano nie tylko siłę tkwiącą w lokalności, ale także w tradycji oraz w wartościach, które są szczególnie istotne i bliskie bankom spółdzielczym. – *Bazując na tradycji i zaufaniu jakim się nas darzy, jednocześnie podkreślaliśmy, że jesteśmy instytucją, która jest nowoczesna, wdraża innowacyjne technologie i potrafi działać z myślą o przyszłości* – podsumowuje Barbara Borowska.

Historią zakorzenieni we współczesności

Świętowany jubileusz 155-lecia działalności Banku Spółdzielczego w Inowrocławiu stał się główną osią jego komunikacji w tym roku z klientami, partnerami i całą społecznością tego jednego z największych kujawskich banków spółdzielczych. Jubileusz to bowiem nie tylko okazja do świętowania. To okazja także do przypomnienia, czym jest bankowość spółdzielcza i co odróżnia ją od większości komercyjnych instytucji finansowych.

Jubileusz śmiało można rozciągnąć na wiele innych działań, które podkreślają zarazem wartość, jak i wagę historii banku oraz tradycji i ich związek z nowoczesnością.

Inowrocławskie szkoły, ulice, place i skwery noszą nazwy wybitnych postaci miasta i regionu, upamiętniając osoby, których życie stanowić może wzór do naśladowania dla współczesnych i przyszłych mieszkańców. Niemal każda z nich była osobiście i bezpośrednio związana z inowrocławskim bankiem.

To nasze dziedzictwo. Nasza chluba i zarazem zobowiązanie do działania zgodnego z duchem naszych poprzedników. Dlatego stale rozszerzamy nasz zakres usług nieustannie podnosząc kwalifikacje zespołu, dlatego – również dzięki zaangażowaniu w Spółdzielczą Grupę Bankową – oferujemy naszym klientom produkty i rozwiązania na poziomie nie ustępującym w żadnej mierze nawet największym bankom komercyjnym. Tym, co nas od nich odróżnia, to nasza historia i autentyczne zakorzenienie w miejscu i społeczności, w których żyjemy i pracujemy – powiedziała nam Beata Wierzbicka-Skroś, prezes Banku Spółdzielczego w Inowrocławiu.



Beata Wierzbicka-Skroś
Bank Spółdzielczy
w Inowrocławiu

W związku z jubileuszem bank przygotował dedykowaną linię komunikacyjną, z okolicznościowym logotypem i szatą graficzną oraz szereg produktów dla dotychczasowych i nowych klientów – kredytów, lokat i innych instrumentów finansowych. Zorganizował również jubileuszowe spotkanie w inowrocławskim

teatrze, na które zaproszono społeczność banku – udziałowców, klientów, kontrahentów i współpracowników.

„Tradycja to zaufanie, a dzięki historii jest nowoczesne „dziś”

Bank Spółdzielczy w Golubiu-Dobrzyniu wyróżnia tradycja, lokalność, poczucie

misji, elastyczność, bliskość, zdeterminowana załoga oraz polski kapitał. Jest jedną z najstarszych, finansowych instytucji spółdzielczych istniejących na ziemiach polskich. Pod różnymi nazwami, zawsze jako organizacja o spółdzielczym charakterze i rodowodzie, bank służył swoim członkom i klientom.



Wiele banków z okazji swoich jubileuszy wprowadza do oferty dedykowane produkty. Jednym z nich jest na przykład Bank Spółdzielczy w Golubiu-Dobrzyniu.





Ten las posadzono z okazji 130-lecia Banku Spółdzielczego w Koronowie.

W tym roku, 17 maja, bank obchodził 160. rocznicę założenia. *Przeżywany tak dostojny jubileusz jest dla nas zarówno zaszczytem, jak i ogromnym wyzwaniem, by spółdzielnia, która przetrwała wichry wojen, zaborów i przemian ustrojowych*

mogła istotnie wpisywać się w krajobraz naszego regionu, uczestnicząc aktywnie w życiu mieszkańców i funkcjonowaniu podmiotów gospodarczych i instytucji; by mogła nieprzerwanie służyć ludziom, rozwijać się oraz być miejscem pracy i pasji dla załogi – mówi Paweł Szynekiewicz, prezes zarządu Banku Spółdzielczego w Golubiu-Dobrzyniu.



Paweł Szynekiewicz
Bank Spółdzielczy
w Golubiu-Dobrzyniu

W związku z tym, że rok 2022 był czasem trudnym, zarówno z punktu widzenia czynników popandemicznych w sferze gospodarczej, jak i z powodu szokowych zmian makroekonomicznych w następstwie konfliktu zbrojnego toczącego się u naszych wschodnich granic, bank zdecydował, że obchody jubileuszu nie będą huczne, tylko świętowane w najbliższym gronie, a możliwe do wypracowania zyski zostaną przeznaczone na rozwój bazy kapitałowej i docenienie zespołu ludzi, dzięki którym funkcjonuje, stabilnie się rozwija i zdobywa nowe szeregi klientów.

Naszą misją jest dostarczanie nowoczesnych i bezpiecznych usług finansowych, dostosowanych do potrzeb rynku oraz wspieranie inicjatyw mających na celu rozwój środowisk lokalnych. A wizja to nowoczesny i solidny partner finansowy wspierający społeczności lokalne w realizacji ich celów, marzeń i ambicji. – mówi prezes Paweł Szynekiewicz. – *Wszystko to osiągamy i chcemy osiągać dalej dzięki wytrwałości, ciężkiej pracy i zrzeczeniowości, również zapisanej na stałe w naszej strategii. Uczestnictwo w grupie SGB jest dla nas gwarantem dostępu do nowoczesności* – dodaje prezes.

Korzystając z potencjału technologicznego Zrzeszenia, bank oferuje klientom najnowsze możliwości cyfrowego bankowania, udostępniając nowoczesne metody płatności i rozliczeń oraz potwierdzanie cyfrowej tożsamości w aplikacji.

„Tradycja to zaufanie, a dzięki historii jest nowoczesne „dziś” – tak określa miejsce banku, to zarówno historyczne, jak i obecne,

prezes Paweł Szynekiewicz.

Jubileusz 160 – lecia banku był obecny w Internecie i w social mediach, na lokalnych wydarzeniach oraz w formie pomocy dla młodych ludzi, których pasją jest sport. Także w postaci wsparcia dla szkół, jednostek samorządowych i organizacji non-profit. Rozpoznawalność świętowania zapewniał bankowi dedykowany produkt „Kredyt jubileuszowy”, o stałym i niskim oprocentowaniu, które w obecnym czasie stało się synonimem bezpieczeństwa i zaufania.

„Jubileuszowe” kredyty i depozyty

Uroczysta gala Banku Spółdzielczego w Pleszewie odbyła się 24 września br., jednak przygotowania do niej rozpoczęto już na początku tego roku. Pośród blisko 300 osób znaleźli się przedstawiciele partii politycznych, powiatu, gmin, lokalnych przedsiębiorstw, a także prezesi ościennych banków, klienci, delegaci, pracownicy i emeryci banku oraz m.in. organizacji i firm takich jak KRS, ZRBS, KZBS, IPS SGB, SGB Bank, BO-DiE, BS net, Generali, SoftNet, E-QSM. Jubileusz 160 – lecia banku miał podniosły charakter. Występowali znani, lokalni artyści. *Głównym mianownikiem łączącym historię i tradycję naszego banku jest znajomość rynku, lokalnej społeczności oraz bezpośredni, a zarazem indywidualny kontakt z klientem. Z kolei oferując nowoczesne rozwiązania technologiczne i produktowe, tworzymy współczesne oblicze naszego banku* – mówi Mariola Walendowska, prezes Banku Spółdzielczego w Pleszewie.



Mariola Walendowska
Bank Spółdzielczy
w Pleszewie

Z okazji 160 rocznicy powstania bank zaoferował klientom produkty „jubileuszowe” – zarówno kredytowe, jak i depozytowe. Przygotował też z tej okazji produkty marketingowe, takie jak np. banery oraz gadżety. „Jubileuszowe” produkty promował na swojej stronie internetowej, na Facebook’u, w lokalnej prasie oraz podczas obecności na wydarzeniach lokalnych takich jak Targi Agromarsz w Marszewie, czy na Międzynarodowych Dniach Ogrodnika w Gołuchowie.





Jubileuszowy film o wartościach i celach

W tym roku obchodzimy jubileusz 75 – lecia działalności na lokalnym rynku finansowym. Mamy świadomość, że historię



Marta Pytel
Bank Spółdzielczy
we Wschowie

naszego banku tworzyły i tworzą kolejne pokolenia zarówno udziałowców, pracowników, jak i przede wszystkim klientów – mówi Marta Pytel, kierownik Wydziału Marketingu Banku Spółdzielczego we Wschowie. W tym wyjątkowym roku bank stara się akcentować jubileusz na różnych płaszczyznach tak, aby promować jego wizerunek, tradycje oraz aktualną ofertę

skierowaną zarówno do obecnych jak i do przyszłych klientów. Bank przygotował w tym celu film wizerunkowy, pokazując, jakie wartości nim kierują i jakie cele stawia sobie na przyszłość. Zaprojektowano także specjalny logotyp komunikujący rok jubileuszowy, który jest w tym roku zamieszczany na wszystkich materiałach promocyjnych i reklamowych dedykowanych klientom. Bank nie zapomniał także o promocji swojego jubileuszu na stronie internetowej oraz w mediach społecznościowych, które uznaje za ważne i dające możliwość szerszego dotarcia do potencjalnych klientów.

Najważniejszym wyzwaniem dla nas było zaoferowanie specjalnych promocji produktowych dla klientów, bo to właśnie dzięki ich zaufaniu działamy z sukcesem od 75 lat. W ten sposób podkreślamy, że nasi klienci z okazji jubileuszu otrzymują swojego rodzaju „wartość dodaną” – powiedziała nam Marta Pytel. Historia, relacje, bezpieczeństwo i rozwój, mają dla Banku Spółdzielczego we Wschowie kluczowe znaczenie, stano-

wiąc fundament prowadzonej działalności. To właśnie w oparciu o historię i szacunek do zbudowanych tradycji możemy tworzyć dziś bank nowoczesny, taki, którego oczekują klienci – dodała Marta Pytel.

Jubileuszowy las przyszłości

Rok 2022 jest także rokiem jubileuszowym dla Banku Spółdzielczego w Koronowie. Z okazji jubileuszu spotykali się jego pracownicy i to oni, jeszcze na wiosnę tego roku, razem ze swoimi rodzinami, zainaugurowali obchody 130-lecia. Wyszło z tego wspaniałe, bankowe święto przyrody. Pracownicy banku stanęli na wysokości zadania, pokazując swoją wrażliwość ekologiczną i we współpracy z Nadleśnictwem Różanna postanowili zasadzić drzewka, w ten oto pożyteczny sposób świętując okrągłe urodziny banku. Akcja cieszyła się dużym zainteresowaniem, a bankowa drużyna została wzmocniona także przez uchodźców z Ukrainy. Tak się „rozpędzono”, że zamiast planowanych 130 drzewek posadzono ich ponad 600! Alicja

Huczyńska, prezes banku, przy okazji jubileuszu zwróciła szczególną uwagę na rolę założycieli i inicjatorów powołania Banku Spółdzielczego w Koronowie oraz na przesłanki, jakimi się kierowali. Co istotne i co podkreśla jego szefowa, idee służenia społecznościom lokalnym oraz wzmacnianie miejscowej

Jubileusz to bowiem nie tylko okazja do świętowania. To okazja także do przypomnienia, czym jest bankowość spółdzielcza i co odróżnia ją od większości komercyjnych instytucji finansowych.

gospodarki były ważne zarówno 130 lat temu, jak istotne są i dzisiaj – i to pomimo upływu lat i wielu zmian w gospodarce. Bank Spółdzielczy w Koronowie przeszedł duże przemiany w ciągu ostatniej dekady, wchodząc w nurt nowoczesności. Godnym szacunku i uznania jest fakt, że banki, świętując swoje jubileusze, nie poprzestają na wspomnianiu nawet najwspanialszej przeszłości. Przy tej okazji potrafią prezentować swoje walory, śmiało wychodząc ku przyszłości. ●



OKRĄGŁE JUBILEUSZE

Banków Spółdzielczych SGB w roku 2022



60 lat

Bank Spółdzielczy w Kaliszu Pomorskim
Bank Spółdzielczy w Ruścu

75 lat

Bank Spółdzielczy w Chojnie
Bank Spółdzielczy w Halinowie
Żuławski Bank Spółdzielczy w Nowym Dworze Gdańskim
Bank Spółdzielczy w Rzepinie

95 lat

Bank Spółdzielczy w Iłowie
Bank Spółdzielczy w Kowalu

100 lat

Południowo-Mazowiecki Bank Spółdzielczy w Jedlińsku

105 lat

Nadwarciański Bank Spółdzielczy w Działoszynie
Bank Spółdzielczy w Lipsku

110 lat

Bank Spółdzielczy w Bytowie
Rejonowy Bank Spółdzielczy w Malanowie

115 lat

Bank Spółdzielczy w Gniewie
Rejonowy Bank Spółdzielczy w Lututowie
Gospodarczy Bank Spółdzielczy w Mosinie
Bank Spółdzielczy w Pucku
Bank Spółdzielczy w Świeciu
Bank Spółdzielczy w Więcborku

120 lat

Bank Spółdzielczy w Gąbinie
Bank Spółdzielczy w Kościerzynie
Bank Spółdzielczy w Słupcy
Spółdzielczy Bank Ludowy w Złotowie

125 lat

Bank Spółdzielczy w Starogardzie Gdańskim

145 lat

Bank Spółdzielczy w Czersku
Lubuski Bank Spółdzielczy w Międzyrzeczu

150 lat

Bank Spółdzielczy w Krotoszynie

155 lat

Bank Spółdzielczy w Inowrocławiu
Bank Spółdzielczy w Kcyni
Bank Spółdzielczy w Kostrzynie Wlkp.
Bank Spółdzielczy „Pałuki” w Żninie

160 lat

Bank Spółdzielczy w Golubiu-Dobrzyniu
Bank Spółdzielczy w Pleszewie





BANK SPÓŁDZIELCZY W SANDOMIERZU STAWIA NA EKOLOGIĘ



Roman Szewczyk
SGB-Bank SA

Sandomierz to miasto o wspaniałej historii, z wyjątkowymi zabytkami, a poza tym może się poszczycić pięknymi widokami, m.in. na szeroko rozlaną Wisłę. Nieopodal malowniczego centrum, przy ul. Słowackiego

37b, mieści się siedziba Banku Spółdzielczego w Sandomierzu, należącego do Grupy SGB. Warto podkreślić, że to jedyny bank, przynależny do Zrzeszenia SGB, który prowadzi działalność biznesową w województwie świętokrzyskim.

Budynek banku o unikatowej bryle już z daleka przyciąga wzrok i uwagę. Frontowa ściana jest cała ze szkła, a nad nią widnieje wielki napis: BANK – i nieco mniejszy – Spółdzielczy w Sandomie-

Bank oferuje kredyty EKO na zakup ekologicznego sprzętu AGD z literą C, D lub E, inwestycje w fotowoltaikę, oczyszczalnie ścieków, nowoczesne źródła energii i termomodernizację, a także oferuje wsparcie dla dużych projektów z obszaru ekologii i energooszczędności.

rz. Oczywiście, jest też logo SGB. Tuż obok widnieje tablica reklamowa z hasłem „Inwestuj u siebie”. Bank oferuje kredyt inwestycyjny z obniżoną marżą i prowizją zero procent. W sali obsługi klienta można zapoznać się z całą gamą produk-

tów oferowanych przez bank. A trzeba przyznać, że oferta jest bogata: kredyty, lokaty, ubezpieczenia... Cała gama kart płatniczych, bankowość internetowa i oczywiście aplikacja SGB Mobile.

Centrala banku – jak już wspomnieliśmy powyżej – usadowiona jest u zbiegu ulic Słowackiego i Armii Krajowej. Stąd do rynku to tylko kilka minut spacerkiem. Niedaleko znajduje się centrum handlowe, wokół jest sporo budynków mieszkalnych, firm i sklepów.



Z drugiej strony siedziby banku

znajduje się parking dla klientów, ale nie taki zwyczajny z miejscami do parkowania, ten posiada wiatę, o której kilka słów za chwilę.

Wiele banków z grupy SGB jest ekologicznych. Wszystkie aktywnie uczestniczą w projekcie „Zielone sąsiedztwo”. Wykorzystują najnowsze rozwiązania technologiczne. A wszystko po to, aby dbać o środowisko naturalne. Do tej „zielonej grupy” należy również Bank Spółdzielczy w Sandomierzu – jest ekologiczny na kilku płaszczyznach. Można by spytać, czym sandomierski bank konkuruje na lokalnym rynku usług finansowych? Przede wszystkim elastycznym podejściem do wymagań klientów. Bogatą ofertą i wyjątkowym poziomem obsługi. Klientów traktuje po partnersku. I jest znany z przywiązywania ogromnej wagi do ekologii czyli ochrony środowiska.

Bank oferuje, dla przykładu, kredyty EKO na zakup ekologicznego sprzętu AGD z literą C, D lub E, inwestycje w fotowoltaikę, oczyszczalnie ścieków, nowoczesne źródła energii i termomodernizację, a także oferuje wsparcie dla dużych projektów z obszaru ekologii i energooszczędności.

Centrala banku i dwa jego oddziały korzystają z własnych źródeł energii elektrycznej. Panele fotowoltaiczne umiejscowione są na budynkach i na dachu wiaty, pod którą swe samochody mogą parkować klienci.

Dbłość o środowisko w najbliższym otoczeniu, a tym samym

Dbłość o środowisko w najbliższym otoczeniu, a tym samym także dbłość o planetę, to nasz naturalny obowiązek. A w obecnej sytuacji dochodzi jeszcze kryterium ekonomiczne. Zrobiliśmy analizę kosztów, które wiążą się z wykorzystaniem energii i uznaliśmy, że inwestycja w panele fotowoltaiczne będzie dla nas najbardziej efektywnym rozwiązaniem. Zmniejszyliśmy koszty i świecimy dziś, na lokalnym rynku, własnym przykładem. – tłumaczy Adam Kościółek, prezes Zarządu Banku Spółdzielczego w Sandomierzu.



także dbłość o planetę, to nasz naturalny obowiązek – tłumaczy Adam Kościółek, prezes Zarządu Banku Spółdzielczego w Sandomierzu. – A w obecnej sytuacji dochodzi jeszcze kryterium ekonomiczne.

Zrobiliśmy analizę kosztów, które wiążą się z wykorzystaniem energii i uznaliśmy, że inwestycja w panele fotowoltaiczne będzie dla nas najbardziej efektywnym rozwiązaniem. Zmniejszyliśmy koszty i świecimy dziś, na lokalnym rynku, własnym przykładem.

Bank poszedł jeszcze o krok dalej

Jego dwa służbowe auta także są ekologiczne – hybrydowe i elektryczne. Z ekologicznych materiałów wykonana jest również linia gadżetów promocyjnych banku. Ale z perspektywy klienta najważniejsza jest oferta, która wspiera rozwiązania proekologiczne.

To nasz wyróżnik – mówi Eliza Radłowska, wiceprezes Zarządu BS w Sandomierzu. – Mamy bardzo dobre warunki kredytowania inwestycji ekologicznych dla gospodarstw domowych i przedsiębiorstw. Jesteśmy elastyczni w biznesowym podejściu do klienta, ale przede wszystkim wrażliwi na każdy pomysł z ekologią w tle. To już nie jest tylko trend, to stała norma. Trzeba przyznać, że lokalny rynek bardzo to docenia. ●

Wiele banków spółdzielczych realizuje szereg inwestycji fotowoltaicznych m.in. Banki Spółdzielcze w Białobrzegach i Koninie, Rejonowy Bank Spółdzielczy w Lututowie, Braniewsko – Pasłęcki Bank Spółdzielczy w Pasłęku, Banki Spółdzielcze w Janowie Lubelskim, Izbiicy, Tarnogrodzie, Busku Zdroju czy w Łopusznie.

Klienci mają do dyspozycji duży parking. Część samochodów ukryta jest pod wiatą, której dach naszpikowany jest panelami fotowoltaicznymi.



INFLACYJNA SUPERNOWA


Michał Jurek

Dyrektor Departamentu
Monitorowania Ryzyka
i Restrukturyzacji IPS-SGB

Świat oszalał i nikt nie wie nic – te słowa popularnej kiedyś piosenki idealnie opisują dzisiejszą rzeczywistość gospodarczą. Teoretycy i praktycy ekonomii rozkładają ręce, niezdolni do uzgodnienia już nie tylko tego, jak będą się kształtować zjawiska makroekonomiczne w perspektywie nadchodzących miesięcy, ale i tygodni, a nawet dni. Wszystko przez to, że rynkowe notowania i wskaźniki podlegają obecnie tak znacznym zmianom, że ich przyszły poziom staje się właściwie niemożliwy do przewidzenia.

Z drugiej strony, taki stan rzeczy otwiera pole do ciekawych dyskusji i ścierania się poglądów na temat przebiegu zjawisk gospodarczych. Weźmy na przykład dyskusję nad przyczynami i przebiegiem gwałtownego wzrostu cen w polskiej gospodarce. Z listopadowej edycji projekcji inflacji i PKB, opracowanej przez Narodowy Bank Polski, wynika, że podwyżki podstawowych stóp procentowych, jakie już przeprowadziła Rada Polityki Pieniężnej, będą z dużą siłą oddziaływały w przyszłym roku na gospodarkę. Spowoduje to, że szczyt inflacji mierzonej wskaźnikiem CPI przypadnie na pierwsze miesiące 2023 r., a począwszy od marca przyszłego roku dynamika cen towarów i usług konsumpcyjnych zacznie silnie spadać. Na koniec 2023 r. wskaźnik CPI ma być już jednocyfrowy.

Czy tak się stanie

przekonamy się w przyszłym roku. Można jednak już teraz wskazać na czynniki ryzyka dla tak określonej projekcji. Pierwszym z nich jest sytuacja na rynku żywnościowym. Z danych GUS wynika, że na inflację w dużym stopniu oddziałują ceny żywności: we wrześniu 2022 r. nastąpił ich wzrost o 20,0% r/r, co podniosło wskaźnik CPI o 4,78 p.p. Silniejsze oddziaływanie wywarły tylko rosnące ceny w zakresie utrzymania mieszkania – i z tą kategorią wiąże się drugi czynnik ryzyka, o którym więcej za chwilę. Pozostańmy jednak przy dynamicznie zmieniającej się sytuacji na rynku żywności. Inwazja Rosji na Ukrainę roz-

Inwazja Rosji na Ukrainę rozchwieła światowy rynek zbóż. Wprawdzie dobre prognozy zbiorów są czynnikiem ograniczającym wzrost cen, ale jest to zapewne korekta, a nie trwałe odwrócenie tendencji w stronę spadkową. Niewiadomą pozostaje bowiem możliwość kontynuacji eksportu ukraińskich zbóż drogą morską przez Morze Czarne. Rosja może nie być skłonna do respektowania i przedłużenia umowy obowiązującej w tym zakresie do listopada 2022 r.

chwiała światowy rynek zbóż. Wprawdzie dobre prognozy zbiorów są czynnikiem ograniczającym wzrost cen, ale jest to zapewne korekta, a nie trwałe odwrócenie tendencji w stronę spadkową. Niewiadomą pozostaje bowiem możliwość kontynuacji eksportu ukraińskich zbóż drogą morską przez Morze Czarne. Rosja może nie być skłonna do respektowania i przedłużenia umowy obowiązującej w tym zakresie do listopada 2022 r. To zahamowałoby eksport zbóż z czarnomorskich portów. Przedłużający się konflikt Rosji i Ukrainy uniemożliwi więc spadek cen do poziomów obserwowanych przed wybuchem wojny między tymi państwami. Notowania na paryskiej giełdzie MATIF kontraktów terminowych na pszenicę, kukurydzę i rzepak sygnalizują wyraźniejszy spadek cen dopiero na przełomie lat 2023–2024 co oznacza, że do tego czasu zboża na rynkach światowych tańsze raczej nie będą.

W Polsce dodatkowo

sytuację na rynku zbóż komplikują rosnące koszty produkcji, w tym zwłaszcza nawozów i środków ochrony roślin. Nawozy mineralne są najszybciej drożącą grupą środków do produkcji rolniczej na krajowym rynku – dynamika przeciętnych cen nawozów, we wrześniu 2022 r., w zależności od typu na-

wozu, wynosiła w skali roku aż 130%–195%. W okresie 12 miesięcy ceny uległy więc podwojeniu, a w niektórych przypadkach nawet potrojeniu. Przyczyną jest wzrost poziomu i zmienności ceny gazu ziemnego oraz niższa krajowa podaż nawozów w efekcie zmniejszenia krajowej produkcji, ale także i importu, który zmniejszył się w pierwszym półroczu 2022 r. o ponad 25% r/r.

Impulsów deflacyjnych nie dostarcza także i rynek mięsa. Mimo obserwowanego odtworzenia stad w Chinach na świecie trwa wzrost cen wieprzowiny wskutek niedoboru podaży, za co odpowiada przede wszystkim ograniczenie ubojów w UE. Ceny skupu żywca nie pokrywają jednak rosnących nakładów na żywienie i utrzymanie zwierząt,



a w Polsce dodatkowo skłonność do zwiększania pogłowia osłabiają koszty związane z rozprzestrzenianiem się epidemii afrykańskiego pomoru świń. Bez zwiększenia liczebności stad spadek cen wieprzowiny nie nastąpi, a to nie będzie możliwe bez zwiększenia pogłowia loch prośnych. Tymczasem w pierwszej połowie 2022 r. pogłowie tych loch zmniejszyło się aż o 17,6% r/r i była to najszybciej malejąca kategoria pogłowia świń. To zaś zapowiada dalszą redukcję krajowej podaży mięsa wieprzowego i podtrzymanie wysokiej dynamiki jego cen. Niepewność odnośnie do przyszłej rentowności produkcji hamuje rozwój i odbudowę pogłowia krów, i to mimo ukształtowania się rekordowo wysokich cen wołowiny na świecie. Dane dotyczące pogłowia wskazują na ograniczony potencjał do wzrostu produkcji, zwłaszcza w Unii Europejskiej, która znajduje się w stagnacji wskutek wysokich kosztów pasz. Unijne stada bydła są obecnie najmniejsze od ponad 20 lat, a za spadek odpowiada redukcja pogłowia w dwóch największych krajach produkujących mięso wołowe: we Francji i w Niemczech. W tej sytuacji nie dziwi, że notowania kontraktów na żywiec wołowy na giełdzie w Chicago wskazują na dalszy wzrost cen tego mięsa w kolejnych miesiącach.

Dodatkowo, na polskim rynku

rosnące ceny wołowiny i wieprzowiny skłaniają klientów do poszukiwania tańszego zamiennika w postaci mięsa drobiowego, a to powoduje – a jakżeby inaczej – wzrost cen drobiu. Według stanu na koniec września 2022 r. w skali roku w Polsce cena tuszek kurcząt wzrosła o ponad 30%, a indyków – niepełna o 80%. Tendencja ta nie osłabnie i to mimo bezprecedensowego wzrostu produkcji drobiu: już w maju 2022 r. w Polsce odnotowano 128 milionów sztuk jednodniowych brojlerów, najwięcej w historii. Proinflacyjnie oddziaływać będą jednak wysokie ceny pasz i rosnące koszty energii: część polskich producentów może ograniczyć produkcję zimą, jako że zagrożone są dostawy paliw grzewczych, co może ograniczyć dostępność drobiu i jaj. Biorąc pod uwagę przedstawione tendencje, trudno oczekiwać szybkiego wyhamowania dynamiki cen produktów rolnych w Polsce. Ceny skupu tych produktów jeszcze we wrześniu 2022 r. wzrosły o 2,2% m/m i aż o 58,8% r/r. Oba odczyty były wyższe, niż miesiąc temu. Rosną również ceny w przemyśle, co jest efektem wyższych cen paliw i energii. Dynamika cen produkcji sprzedanej przemysłu we wrześniu 2022 r. wyniosła już 24,6% r/r i 0,2% m/m. W skali miesiąca największą dynamikę cen odnotowano w sekcji górnictwo i wydobywanie (o 4,6% m/m), co wiąże się z szybkim wzrostem cen węgla. Natomiast w całym przetwórstwie przemysłowym ceny wzrosły o 0,4% m/m, a największy wzrost nastąpił w produkcji chemikaliów i wyrobów chemicznych (o 1,8% m/m), która to kategoria mieści w sobie również wspomniane już nawozy. Ale drastyczny wzrost cen na rynku gazu ziemnego – jego cena w listopadowych kontraktach terminowych na duńskiej giełdzie była

wyższa o ok. 75% r/r, a notowania kontraktów na kolejne 12 miesięcy wskazują na stabilizację tego bardzo wysokiego poziomu cen – oddziałuje nie tylko na wyższe koszty produkcji mocznika i amoniaku, ale pośrednio – poprzez wyższe koszty wodoru, energii elektrycznej i produkcji pary wodnej – także na koszty wytwarzania innych wyrobów chemicznych, a w konsekwencji także i na koszty produkcji w całym przetwórstwie przemysłowym.

Co gorsza, na koszty te

a w konsekwencji także i na dalszy wzrost cen wyrobów gotowych, może wpływać także sytuacja na rynku ropy naftowej. Wprawdzie spodziewane osłabienie koniunktury gospodarczej na świecie wywoła spadek popytu na ropę, jednak nie można przeoczyć zjawisk, które mogą powstrzymać spadek cen na tym rynku. Po pierwsze, członkowie grupy zrzeszającej i sto-

warzyszającej kraje wydobywające i eksportujące ropę naftową (OPEC+) zdecydowali o ograniczeniu wydobycia o 2 mln baryłek ropy dziennie od 1 listopada 2022 r., ograniczając podaż. Po drugie, coraz silniejsze są spekulacje, że chińskie władze odstąpią od polityki „zero covid” i rozluźnią restrykcyjne ograniczenia sanitarne, co zapewni impuls rozwojowy dla chińskiej gospodarki i doprowadzi do wzrostu popytu na ropę.

Przyszły rok przyniesie wyraźnie – i trwale – wyższe ceny żywności, paliw i energii. W takich warunkach, aby spełniły się prognozy z projekcji inflacyjnej NBP, impuls dezinflacyjny musiałby pochodzić ze strony czynników wewnętrznych, krajowych, tych właśnie, na które przede wszystkim oddziałuje polityka pieniężna. By tak się stało, konieczne jest znaczące obniżenie

Impulsów dezinflacyjnych nie dostarcza także i rynek mięsa. Mimo obserwowanego odtwarzania stad w Chinach na świecie trwa wzrost cen wieprzowiny wskutek niedoboru podaży, za co odpowiada przede wszystkim ograniczenie ubojów w UE. Ceny skupu żywca nie pokrywają jednak rosnących nakładów na żywienie i utrzymanie zwierząt, a w Polsce dodatkowo skłonność do zwiększania pogłowia osłabiają koszty związane z rozprzestrzenianiem się epidemii afrykańskiego pomoru świń.

nie zagregowanego popytu, warunkiem sine qua non którego byłoby wygaszenie rządowych tarcz antyinflacyjnych i programów osłonowych. Do tego musiałoby nastąpić silne obniżenie popytu zewnętrznego na polski eksport ze strony głównych odbiorców, czyli przede wszystkim krajów UE. Taka kombinacja zdarzeń zewnętrznych i wewnętrznych nie jest rzecz jasna niemożliwa, ale musiałaby się wiązać z bardzo gwałtownym pogorszeniem koniunktury i znacznym obniżeniem tempa wzrostu gospodarczego. Wydaje się jednak, że bardziej prawdopodobnym scenariuszem jest ukształtowanie się łagodniejszej spadkowej trajektorii dynamiki PKB, jednak w warunkach utrzymywania się inflacji mierzonej wskaźnikiem CPI na podwyższonym poziomie. I choć efekt bazy statystycznej doprowadzi do obniżenia odczytów tego wskaźnika w przyszłym roku, to można się spodziewać, że obecna inflacyjna supernowa doprowadzi raczej do wykształcenia nowych, odcotwiczonych i uporczywych oczekiwań inflacyjnych, niż do szybkiego i trwałego uśmiercenia wzrostu cen.

Zostawiając szanownych czytelników z tą myślą pozwolę sobie zacytować za Stanisławem Lemem, że w przedstawionych powyżej prognozach jestem zarazem i konserwatystą, i wizjonerem. Pewne rzeczy przewiduję, ale ich sobie nie życzę. ●



ZMIANY KLIMATYCZNE Z ROKU NA ROK
STAJĄ SIĘ CORAZ BARDZIEJ WIDOCZNE

PRZEWODNIK DLA PRZEDSIĘBIORCÓW DBAJĄCYCH O (DOBRY) KLIMAT

Doświadczenie ostatnich kilku lat wskazuje, że zmiany klimatyczne z roku na rok stają się coraz bardziej widoczne, a ich dotkliwe skutki związane z anomaliami pogodowymi zaczynają odczuwać wszyscy – w tym także przedsiębiorcy. Zielony rozwój biznesu coraz częściej jest postrzegany nie jako konieczność, ale jako szansa. Jednak, aby móc tę szansę wykorzystać, trzeba wiedzieć jak się do tego zabrać.

Mając na uwadze znaczenie zielonej i cyfrowej transformacji Fundacja KIR na rzecz Rozwoju Cyfryzacji Cyberium przygotowała praktyczny „Przewodnik dla przedsiębiorców dbających o (dobry) klimat. Jak cyfryzować firmę z myślą o środowisku?” dedykowany małym i średnim przedsiębiorcom, którzy stanowią siłę napędową polskiej gospodarki.

Wprowadzenie ekologicznych rozwiązań w biznesie dobrze jest zacząć od drobnych zmian, które będziemy stosować na co dzień. Wierzę, że nasze opracowanie będzie pomocnym przewodnikiem, a korzyści z wdrożenia zaproponowanych rozwiązań przełożą się nie tylko na sukces naszych organizacji, ale także na dobrostan nas samych i całej planety – mówi Dorothea Dublanka, prezes Fundacji.

Digitalizacja

Pierwszym krokiem na drodze do budowy firmy na miarę XXI wieku jest jej kompleksowa digitalizacja. W tym zakresie doświadczenie pandemii zmieniło już wiele na lepsze, choć ekspresowe tempo digitalizacji procesów powodowało mniejszy nacisk firm na kwestie związane z cyberbezpieczeństwem. Niestety, według najnowszego raportu Komisji Europejskiej, która publikuje indeks gospodarki cyfrowej i społeczeństwa cyfrowego (DESI), Polska pod względem cyfryzacji zajmuje odległe 24. miejsce. Na uwagę zasługuje fakt, że technologie cyfrowe nadal zyskują na popularności wśród polskich przedsiębiorstw – 19% korzysta już z rozwiązań w chmurze, a 32% angażuje się w elektroniczną wymianę informacji (średnia w UE wynosi 38%). Wciąż jednak istnieje ogromna przestrzeń do poprawy – zgodnie z przyjętym celem unijnym do 2030 roku wykorzystanie technologii chmury obliczeniowej, big data i sztucznej inteligencji (AI) wśród przedsiębiorstw ma wynosić 75%. Obecnie wskaźnik ten dla polskiego rynku waha się od 3% do 19%.

Edukacja

Kluczem do efektywnego wdrażania cyfrowych i zielonych rozwiązań w firmie jest nie tylko odpowiedni plan działania, ale także budowanie szerokiego zrozumienia dla wprowadzanych zmian. Nacisk na edukację klientów i pracowników wzmacnia w szczególności korzyści z wprowadzanych zmian i pozwala szybciej odczuć ich realny wpływ. Jednym ze sposobów mo-

nitorowania postępów w zakresie budowy odpowiedzialnego biznesu są standardy ESG (z ang. Environmental, Social and Corporate Governance), które dotyczą obszarów związanych z ochroną środowiska naturalnego, odpowiedzialnością społeczną i ładem korporacyjnym. Są to kluczowe kryteria, które coraz częściej wpływają na decyzje biznesowe, inwestycyjne, a nawet zachowanie konsumentów czy wybór ścieżki rozwoju talentów. W efekcie duże firmy, podlegające dużej społecznej presji na realizację wymogów ESG, coraz częściej poszukują na rynku kontrahentów, którzy także realizują te standardy.

Paperless znaczy cyfrowo

Pierwszym krokiem na drodze ku digitalizacji przedsiębiorstwa jest eliminacja papierowej dokumentacji na rzecz cyfryzacji procesów biznesowych. Tu z pomocą przychodzi koncepcja Paperless, której celem jest osiągnięcie momentu, w którym organizacja będzie generować znacznie mniej papieru. Mimo iż brzmi to banalnie, tak prosty zabieg może mieć ogromne przełożenie na firmowe oszczędności – zarówno w odniesieniu do zaoszczędzonych pieniędzy, jak i czasu pracowników.

Podpis elektroniczny – twój klucz do XXI wieku

Mimo, że zainteresowanie firm wprowadzeniem podejścia Paperless jest coraz większe, to przedsiębiorcy nie zawsze wiedzą, od czego zależy ten proces zacząć. Kluczem nie jest bowiem samo przeniesienie dokumentów do ich cyfrowych odpowiedników, ale możliwość budowania bezpiecznych procesów cyfrowych z zachowaniem dowodów prawnych, które umożliwia-



ją dalszą ich obsługę. Dlatego też podstawowym narzędziem każdego cyfrowego procesu w firmie jest kwalifikowany podpis elektroniczny. Podpis kwalifikowany to podpis elektroniczny, który ma taką moc prawną jak podpis własnoręczny. Jest on poświadczony specjalnym certyfikatem kwalifikowanym, który umożliwia weryfikację składającej podpis osoby.

W świecie cyfrowych finansów

Z przeprowadzonych przez fundację Digital Poland badań wynika, że najwyższym stopniem zdigitalizowania w małych i średnich przedsiębiorstwach w Polsce może poszczycić się obszar związany z księgowością i podatkami. Niemalże 7. na 10. zapytanych o to przedsiębiorców deklaruje, iż firmowe finanse są najbardziej cyfrową częścią ich biznesu. Mimo, że po części wynika to z narzuconych obowiązków – np. w zakresie JPK czy ustrukturyzowanych sprawozdań finansowych – to należy zauważyć, że często księgowi i HRowcy poszukują rozwiązań, które ułatwiają ich codzienną pracę. Księgowi, starający się zastąpić powtarzalne czynności, które da się zautomatyzować, są często lokomotywami cyfryzacji w firmach. W rezultacie zmiany te przynoszą przedsiębiorstwom realne oszczędności. W opinii przedsiębiorców to właśnie oszczędność kosztów (44%) oraz większa wydajność i efektywność (43%) są dwiema największymi korzyściami, jakie uzyskuje firma inwestująca w cyfryzację swego biznesu.

Wspólnie z bankiem ku zielonej przyszłości

Bankowa księgowość online to oferowana przez banki nowoczesna usługa, której istota polega na pełnej integracji systemu księgowego z internetowym serwisem transakcyjnym. Produkt ten łączy tradycyjną funkcjonalność firmowego konta bankowego z obsługą księgową. Co za tym idzie – umożliwia załatwianie spraw księgowo-finansowych bezpośrednio na poziomie serwisu bankowego. Korzystanie z księgowości online przynosi oszczędności, które wynikają nie tylko z mniejszych kosztów pracy i wysyłki, ale również z mniejszego ryzyka popełnienia błędów. Bankowa księgowość jest zazwyczaj oferowana w różnych wariantach – ta najprostsza i często bezpłatna pozwala prowadzić księgowość samodzielnie, za pośrednictwem przyjaznego i łatwego w obsłudze programu księgowego online.

Biuro z klimatem

Rosnąca społeczna świadomość w odniesieniu do kwestii klimatycznych sprawia, że coraz częściej zielona infrastruktura dotyka również przestrzeni biurowych, stanowiących wizytówkę każdej firmy. Poza istotną poprawą warunków środowiskowych firmy mogą także osiągnąć wymierne korzyści bizneso-

we. Zastosowanie rozwiązań, które są bardzo eko, poprawi finanse firmy – nie tylko w długiej perspektywie – zapobiegając przy tym dalszemu niszczeniu naszej planety. Ponadto ekologiczna odpowiedzialność to nie tylko oszczędność pieniędzy, ale i renoma dla przedsiębiorstwa. Kandydaci coraz chętniej jako miejsca pracy wybierają firmy społecznie odpowiedzialne, które podejmują działania zwiększające świadomość ekologiczną pracowników i wprowadzają rozwiązania przyjazne środowisku. W postpandemicznym świecie pracy dobre samopoczucie pracowników jest jednym z kluczowych elementów pozwalających budować konkurencyjność firmy, natomiast tworzenie biura z klimatem może poprawić zdrowie psychiczne i fizyczne, w efekcie pozytywnie wpływając na produktywność oraz satysfakcję pracowników.

Podziel się przestrzenią

Ciekawym rozwiązaniem dedykowanym w szczególności freelancerom, mikro – oraz małym przedsiębiorcom jest coraz popularniejszy nad Wisłą wynajem przestrzeni biurowej. Przestrzeń coworkingowa to możliwość wynajęcia biurka do pracy w specjalnie zaaranżowanym do tego biurze ulokowanym najczęściej w dogodnej lokalizacji. Za popularnością tego rozwiązania stoją nie tylko niższe koszty (zamiast wynajmować oddzielne biuro, można wynająć jedynie pojedyncze stanowisko), ale również wygoda, ponieważ oferty te zawierają dodatkowe udogodnienia w postaci obsługi recepcji, dostępu do artykułów biurowych, wyposażenia kuchni czy sprzętania.

Czas na działanie jest teraz!

Zielona transformacja to nie tylko przeciwdziałanie zmianom klimatycznym, ale przede wszystkim oszczędność zasobów twojej firmy – w tym przede wszystkim energii, czasu oraz pieniędzy. Nawet niewielkie zmiany – takie jak zastosowanie elektronicznego podpisu czy poprawienie efektywności energetycznej biura – mogą mieć ogromne przełożenie na środowisko, ale także na finanse twojej firmy. Pamiętaj, że zmiany na rzecz digitalizacji procesów czynią twoją firmę bardziej eko – eliminacja papierowych dokumentów to także redukcja zbędnych czynności związanych z ich obsługą, takich jak fizyczna wysyłka czy archiwizacja. Zastosowanie opisanych w tym poradniku pięciu prostych kroków jest idealnym sposobem na rozpoczęcie procesu zielonej transformacji. Co jednak najważniejsze, są to zmiany, które każdy mały i średni przedsiębiorca może już dziś wcielić w codzienne życie swojej firmy. Chcąc dbać o dobry klimat własnej firmy, należy pamiętać, że najlepszy czas na działanie jest właśnie teraz! ●

Oprac. Jerzy Sygidus



Pełna ochrona i odpowiednia suma ubezpieczenia

Przełom roku, to czas, w którym większość rolników wznawia swoje ubezpieczenie gospodarstwa. Rolnicy mają obowiązek wykupić ubezpieczenie budynków rolniczych i OC Rolnika. To dobry moment, aby zachęcić rolników do przejrzenia ryzyk, z jakimi się wiąże ich działalność, i dobranie odpowiedniego ubezpieczenia.

W Generali Agro, oprócz ubezpieczenia obowiązkowego, znajduje się również szeroka gama ubezpieczeń dobrowolnych, które chronią budynek od innych zdarzeń niż wskazane w ustawie oraz obejmują pozostały majątek w gospodarstwie, czyli między innymi: sprzęt rolniczy, ziemiopłody, zwierzęta, zapasy, budowle, instalacje OZE. Z roku na rok liczba polis zawierających w swoim zakresie również ubezpieczenia dobrowolne się zwiększa. Wynika to zarówno z większej świadomości samych rolników ale także wsparcia pośredników, którzy pomagają te ryzyka zdiagnozować.



Kompleksowe ubezpieczenie całego gospodarstwa

Ubezpieczenie dobrowolne należy rozpatrywać zarówno w kontekście rozszerzenia zakresu obowiązkowego ubezpieczenia samych budynków, jak i ubezpieczenia przedmiotów innych niż budynki. Ustawowy (obowiązkowy) zakres jest bardzo ograniczony i z pewnością nie zabezpiecza w pełni przed skutkami zdarzeń, które często powodują szkody, jak np. przepięcie, zalanie, silny wiatr. Ponadto w budynkach często znajduje się mienie o dużej wartości, jak np. ziemiopłody, materiały i zapasy czy też ruchomości domowe. Warto zatem zwrócić uwagę na to, aby ochroną objęty został cały majątek znajdujący się w gospodarstwie. Ponadto zakres ubezpieczenia powinien zapewniać ochronę od jak największej liczby ryzyk.

Podobnie sytuacja wygląda przy ubezpieczeniu odpowiedzialności cywilnej. OC rolnika nie zabezpiecza np. w przypadku szkód wyrządzonych osobom trzecim w związku z czynnościami życia prywatnego. Należy wtedy pomyśleć o rozszerzeniu ochrony o OC w życiu prywatnym.

Szczególnie, że w Generali Agro takie kompleksowe ubezpieczenie nie tylko daje pełną ochronę, ale również się opłaca. Ubezpieczając się w takim zakresie klient zyskuje dodatkową zniżkę. Ponadto przy ubezpieczeniu budynków i mienia ma do wyboru aż 3 warianty ubezpieczenia od ognia i innych zdarzeń losowych (w tym all risk), a w przypadku zwierząt 2 warianty. Może zatem elastycznie dostosować zakres ochrony do swoich potrzeb. Oprócz zabezpieczenia majątku nie zapominamy o zdrowiu i życiu ubezpieczonego oraz jego rodziny proponując na tej samej polisie również ubezpieczenie następstw nieszczęśliwych wypadków czy też nowość na ten sezon, ubezpieczenie usług medycznych dostępne już w przypadku ubezpieczenia chociaż jednego budynku w wariantcie all risk.

Aktualizacja sum ubezpieczenia, a inflacja

Zawierając umowę ubezpieczenia, a przede wszystkim wznawiając taką umowę należy pamiętać o aktualizacji sum ubezpieczenia – nie tylko budynków, ale również wartości ubezpieczonego mienia. To jest bardzo istotne przy obecnym poziomie inflacji. Obecnie koszt odtworzenia budynku czy koszt zakupu np. nawozów jest znacznie wyższy niż sumy, które klient deklarował jeszcze kilka lat temu, gdy po raz pierwszy zawierał polisę ubezpieczenia gospodarstwa rolnego. Warto zadbać, by w przypadku szkody, taka aktualna suma ubezpieczenia, wystarczyła na pokrycie 100% strat.

KONFERENCJA IT@BANK

ROLA BANKÓW SIĘ NIE ZMIENI

JANUSZ ORŁOWSKI

Warszawie odbyła się konferencja IT@Bank zorganizowana przez Związek Banków Polskich, pokazująca kierunki i trendy rozwoju elektronicznych usług finansowych. Była też miejscem wymiany poglądów dotyczących przyszłości technologicznej bankowości w świecie zdominowanym przez usługi i komunikację elektroniczną.

Otwierając spotkanie

Krzysztof Pietraszkiewicz

prezes ZBP, powiedział m.in. że osłabienie sektora bankowego może utrudnić finansowanie gospodarki w czasie wychodzenia z obecnego kryzysu energetycznego, połączonego z innymi napięciami. Wyraził jednocześnie przekonanie, że wspólnie uda się pokonać kolejne zagrożenia.

W jego ocenie nasz kraj pod względem wdrażania nowoczesnych rozwiązań technologicznych i wydatków przeznaczanych na ten cel, wciąż jeszcze pozostaje w tyle za innymi państwami. Ale takie wydatki trzeba zwiększać niezależnie od trudnych czasów w jakich się znaleźliśmy. Musimy unowocześniać nasze państwo, żeby było efektywne i bardziej sprawne. Zdaniem ekspertów biorących udział w panelach dyskusyjnych jesteśmy już u schyłku ery bankowości cyfrowej. Wszystkie banki mają już aplikację cyfrową dostępną w telefonach. Ale co dalej? Co nas czeka w przyszłości? Czekają nas biznes, w którym klientem nie musi już być człowiek. Głównymi klientami banków staną się maszyny. Właścicielem konta będzie człowiek, ale klientem, który będzie miał dostęp do operacji finansowych już niekoniecznie on. W jakim kierunku przebiegać będzie rozwój technologii bankowej w jeszcze dalszej perspektywie czasowej, to już należy pozostawić futurologom.

Za 10 lat prawdopodobnie pozbędziemy się także naszych kart kredytowych. Gotówka już zaczyna być przejawem przeszłości, bo coraz mniej osób będzie z niej korzystało. Już dzisiaj doskonale widać to na przykładzie społeczeństwa japońskiego. Wyznacznikiem nowoczesności stają się coraz częściej asystenci głosowi. Tak zorganizowany bank daje klientom pełną wolność i sprawia, że przygotowana dla nich oferta jest w pełni adekwatna do ich potrzeb. Poza tym taka oferta może się składać nie tylko z produktów bankowych ale też ubezpieczeniowych lub oferowanych przez inne branże.

Co trzeba zrobić, żeby taki bank zbudować?

Są to technologie stworzone przede wszystkim na oczekiwaniach klientów. Po wyeliminowaniu nierealnych oczekiwań dotyczących takich rozwiązań można je będzie wdrażać. Jedną z propozycji będzie klient, którego zastąpi maszyna. Wszystkie tego typu rozwiązania będą także bezpieczne. Klientem banku będzie więc maszyna, która wchodzi w interakcje z systemami bankowymi i to oznacza kolejny krok, do którego banki powinny być przygotowane.

Warto też pamiętać o ekosystemach tworzonych przez banki z fintechami. Ale. fintechy to dzisiaj nie tylko małe start-upy. To także giganci technologiczni, tacy jak chociażby Google z licencją na prowadzenie działalności bankowej, których budżety znacznie przekraczają możliwości finansowe regionalnych banków. Dla tych olbrzymich korporacji banki będą więc tylko mniejszymi współnikami.

Główne elementy banków przyszłości, to produkty, które są dostępne wszędzie, także za pośrednictwem asystentów głosowych i które są wkomponowane w systemy partnerów dostarczających nie tylko produkty finansowe. To są także duże możliwości banków w realizowaniu płatności zdalnych, a w dalszej

Za 10 lat prawdopodobnie pozbędziemy się także naszych kart kredytowych. Gotówka już zaczyna być przejawem przeszłości, bo coraz mniej osób będzie z niej korzystało. Już dzisiaj doskonale widać to na przykładzie społeczeństwa japońskiego. Wyznacznikiem nowoczesności stają się coraz częściej asystenci głosowi. Tak zorganizowany bank daje klientom pełną wolność i sprawia, że przygotowana dla nich oferta jest w pełni adekwatna do ich potrzeb.



perspektywie realizacji płatności cyfrową walutą narodową uruchamianą już przez niektóre banki centralne.

Uczestnicy dyskusji zwracali też uwagę, że zgromadzone w bankach dane o klientach są wciąż jeszcze wykorzystywane w niedostatecznym stopniu. Ważna jest też ich jakość i źródło pochodzenia. Chodzi bowiem o to, co i jak dużo wiemy o naszych klientach, ich przyzwyczajeniach, preferencjach itp. Potencjałem jest wiedza o klientach i to nie tylko pod względem handlowym ale też dla identyfikacji możliwych zagrożeń. Wszystkie dane, które teraz zbieramy, zwłaszcza behawioralne, pozwalają podpowiedzieć naszym klientom co dla nich może być najlepszym produktem i jak możemy go im zaoferować. A to oznacza, że możemy uczynić korzystanie z nowoczesnej bankowości i współpracę z technologią, bezpieczniejszą. Ustrzec klientów przed pułapkami, które czyhają w sieci.

Bezpieczeństwo jest obecnie rzeczą podstawową

W dzisiejszym cyfrowym świecie banki nie mogą funkcjonować bez zapewnienia sobie i klientom bezpieczeństwa. Chodzi nie tylko o ochronę danych wrażliwych ale też ich właściwe wykorzystanie. Musimy więcej inwestować w bezpieczeństwo. Dyskutanci podkreślali, że najważniejszym w świecie ciągłych zmian, jest zadbanie o ludzi, klientów jak również pracowników banków. Dla młodych ludzi podejmujących pracę w banku porażki nie mogą być dominujące, bo mogą ich zniechęcić. Chodzi o takie podejście, żeby rozumieli, że są częścią większego zespołu, a porażka może ich czegoś nauczyć, a nie od razu wykluczyć z grona pracowników. Ważna jest też empatia liderów, bo bez tego nie da się zrozumieć młodych ludzi. Trzeba też pamiętać, że młodzi chcą widzieć efekt swojej pracy. I bank powinien im takie doświadczenia dostarczać. Wtedy zobaczą, jak ich praca przekłada się na satysfakcję klienta.

Polska nie jest w światowej czołówce pod względem elektronicznej innowacyjności. Dyskutanci zwracali więc uwagę, że mamy jeszcze dużo pracy do wykonania, szczególnie pod względem edukacji. To trzeba zmienić żebyśmy mogli dogonić najlepszych na świecie. Ale dla inżynierów od bankowych systemów informatycznych, coraz większą konkurencję stanowi branża gier komputerowych, która kupuje najlepszych fachowców na naszym rynku.

Uczestnicy konferencji zwracali też uwagę

że spada udział sektora bankowego w produkcie krajowym brutto. Aby to zmienić potrzebna jest daleko idąca digitalizacja banków, bo tylko wtedy korzystanie z oferty bankowej jest proste, wygodne i bezpieczne. Poza tym klienci powinni mieć poczucie indywidualizacji produktów. Nie bez znaczenia jest też budowanie ekosystemów usług, wykraczających poza usługi bankowe.. Musimy więc wciąż szukać atrakcyjnych rozwiązań innowacyjnych.

Trzeba bardzo intensywnie poszukiwać innowacyjności w każdym możliwym miejscu. Bankowcy już teraz starają się to robić na różne sposoby, ponieważ chcą mieć dobre relacje ze swoimi klientami i oferować im takie rozwiązania, które spowodują, że będą oni związani z bankiem nie tylko kredytem długoterminowym, ale także dzięki możliwości szybkiego i łatwego bankowania.

Banki powinny być integratorem różnych usług. Budować tego rodzaju ekosystemy. Nie wystarczy bowiem być blisko klienta ale trzeba też umieć przewidywać jego potrzeby. Chodzi o to, żeby w przyszłości klient sam mógł zaprojektować sobie produkt o określonych parametrach. A to wymaga wdrożenia innowacji.

Co będzie najważniejsze w bankowej przyszłości?

zastanawiali się uczestnicy konferencji. Do zmian potrzebni będą odpowiednio przygotowani ludzie i nowe regulacje. Ważne też będzie lepsze wykorzystywanie zebranych danych, które pozwolą iść za potrzebami klientów, a nawet trochę je wyprzedzać oraz rozwój projektów dotyczących korzystania ze sztucznej inteligencji. Ale sztuczna inteligencja lub inne nowe technologie, to są tylko narzędzia. Ważne są dane i inne informacje zbierane przez banki, bo ich analiza to absolutna przyszłość.

W przyszłości podstawowa rola banków nie powinna się zmienić. Nadal będą to instytucje zaufania publicznego. Gromadzenie danych w chmurze obliczeniowej stanie się powszechne. Banki nauczą się lepiej korzystać z posiadanych informacji. Nie należy się jednak spodziewać jakiejś rewolucji ale z pewnością znacznie większej szybkość przeprowadzania operacji bankowych. ●

Piotr Mazur, dyrektor Departamentu Informatyki w SGB-Banku SA, otrzymał Medal Mikołaja Kopernika. Kapituła nagrody dostrzegła i doceniła wielki wpływ, który Piotr wywiera na przemianę bankowości spółdzielczej w sferze transformacji organizacyjnej i cyfrowej. Od wielu lat z ogromnym zaangażowaniem uczestniczy w planowaniu i realizacji strategii cyfrowych naszego Zrzeszenia.

Medal imienia wybitnego astronoma to dla mnie wyjątkowe wyróżnienie, a ja dedykuję go całemu zespołowi moich wspaniałych współpracowników – powiedział Piotr Mazur po otrzymaniu nagrody im. Mikołaja Kopernika. – Nasze sukcesy to w dużej mierze ich dzieło, ja tylko koordynuję pracę tej drużyny i staram się wyzwać w moich koleżankach i kolegach potencjał kreatywny. A że jest on duży, bardzo duży!, to i wyniki naszej aktywności znajdują dobry odbiór. Ważne, że działamy razem, na rzecz wielkiej społeczności naszych banków i ich klientów.

Uroczystość wręczenia nagrody odbyła się w Warszawie podczas konferencji IT@Bank. To znaczące dla całej branży IT wydarzenie od lat prezentuje trendy i kierunki rozwoju sektora finansowego. Piotrowi i jego zespołowi serdecznie gratulujemy!

oprac. R. Szewczyk



KODEKS ETYKI BANKOWEJ

Uczciwość płaci

W codziennej praktyce banki i ich pracownicy napotykają na problemy związane z naruszaniem zasad etyki w bankowości detalicznej. Znaczenie wizerunku banku dla zaufania klientów i ogólnego klimatu społecznego wokół bankowości sprawia, że lekceważenie kwestii etycznych nabiera coraz większego znaczenia. W dłuższej perspektywie kwestia ta może okazać się ważniejsza dla wyników finansowych, niż doraźne korzyści z nieetycznych transakcji, uważają autorzy opracowania opublikowanego na ten temat przez Bankowy Fundusz Gwarancyjny. W intencji ochrony słabszych podmiotów transakcji rynkowych ale także promowania korzystnego wizerunku strony silniejszej, opracowywane i przyjmowane są dobrowolne standardy, czy też kodeksy dobrych praktyk branżowych, takich jak kodeks etyki bankowej. Zdarza się też, że interesy klienta chronione są aktami normatywnymi, jak chociażby dyrektywą unijną w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich.

Na współczesnych rynkach finansowych

są dostępne produkty i usługi, których wysoki poziom złożoności merytorycznej często przekracza kwalifikacje klientów do oceny ich korzystności, a tym bardziej ryzyka. To jest m.in. powodem rozwoju regulacji chroniących nie tylko interes ale też pozycję rynkową klienta instytucji finansowych. Jednak poleganie przede wszystkim na formalnych regulacjach, a nie na zasadach etycznych, prowadzi często do wzrostu kosztów transakcyjnych pośrednictwa finansowego, a czasami także do pogorszenia się relacji opartych na kapitale społecznym. Według niektórych badaczy rynku promowanie oraz zgodność działania na rynku finansowym z zasadami etyki jest miarą stopnia dojrzałości tego rynku oraz odpowiedzialności instytucji finansowych, które na nim funkcjonują. Propagowanie takich wartości jak transparentność, uczciwość, adekwatność regulacji zewnętrznych i wewnętrznych, ich przestrzeganie, to podstawowe cechy przyjaznych klientom firm. Poza tym wysokie standardy etyczne są fundamentem długookresowego zaufania do rynku.

Badanie przeprowadzone przez autorów opracowania pokazało m.in. że potrzebne jest kształtowanie kultury organizacji, która piętnuje nieetyczne zachowania, pozwala pracownikom bez obawy zgłaszać naruszanie przepisów prawa, procedur wewnętrznych lub niezgodności z zasadami Kodeksu Etyki Bankowej. Wymaga to także wykształcenia odpowiedniego przekonania w pracownikach, że poradzą sobie i dostaną wsparcie w razie pojawienia się trudnych problemów wymagających niekiedy wykazania się odwagą cywilną dla przełamania stereotypów społecznych. Działania takie powinny wspierać odpowiednie komórki lub jednostki organizacyjne banku. Taką funkcję wsparcia mógłby pełnić, uważają autorzy opracowania, rzecznik etyki, który byłby arbitrem dylematów etycznych.

Jednym z najtrudniejszych zagadnień związanych

z promowaniem i wdrażaniem zasad etycznych w banku jest skoordynowanie tzw. planów sprzedażowych i innych rozwią-

zań motywacyjnych silnie oddziałujących na krótkoterminowe preferowanie interesu finansowego banku z przestrzeganiem zasad i standardów etycznych. Bez transparentnego wsparcia władz banku dla etycznej działalności wszystkich pracowników i promowania postaw etycznych tych, którzy ujawniają jej naruszenie, etyka będzie przegrywała z maksymalizacją zysku.

Badanie ankietowe przeprowadzone przez autorów opracowania, pokazało m.in. że nieetycznym zachowaniem było wywieranie presji na pracowników w celu osiągnięcia jak największych wyników sprzedaży, z wyłącznym nastawieniem na zysk banku, bez uwzględniania potrzeb i preferencji klienta. Okazało się też, że nie było szkolenia dla nowo zatrudnionych pracowników z zakresu Kodeksu Etyki Bankowej. Taka praktyka wymaga wprowadzenia obowiązkowych szkoleń z zakresu etyki bankowej przed dopuszczeniem pracowników do wykonywania obowiązków oraz egzekwowania tego obowiązku w oddziałach banku.

Ewidentnym przykładem naruszenia etyki było także przekonywanie klienta do inwestycji intencjonalnie wprowadzając go w błąd, co do potencjalnych korzyści, bez uwzględnienia potrzeb klienta i jego awersji do ryzyka. Zasady etyki przegrały w konfrontacji z nastawieniem sprzedawcy na zysk banku. Naruszono przy tym zasady rzetelnego i zrozumiałego informowania klienta o cechach produktu, jego ewentualnych korzyściach, ale i ryzyku jakie ponosi klient. Informacja sprzedawcy, w tym badanym przypadku, była zdecydowanie tendencyjna, uwzględniająca przede wszystkim interes banku, a nie potrzeby i możliwości finansowe klienta.

Za nieetyczne zachowanie autorzy badania uznali

też świadczenie usług na rzecz osób, z którymi łączą pracowników banku bliskie relacje osobiste oraz brak udzielenia klientowi fachowej pomocy i wyczerpującej informacji na temat oferowanego produktu. W rekomendacjach etycznego zachowania zaleca się wyłączenie pracownika z procesu świadczenia usług na rzecz osób, z którymi łączą go bliskie relacje osobiste lub biznesowe. Kardynalne znaczenie ma także obiektywna informacja o potencjalnych zyskach oraz ryzyku podejmowanej inwestycji finansowej. Nieetyczne jest bowiem i niezgodne z prawem ukierunkowanie klienta na konkretny produkt za pomocą manipulowania informacjami. Oferta zawsze powinna być dopasowana do potrzeb klienta i poziomu jego awersji do ryzyka. W podsumowaniu publikacji autorzy zwracają uwagę, że bagatelizowanie problemów etycznych w działalności instytucji kredytowych niesie za sobą różnorodne negatywne konsekwencje. Dlatego chociaż etyczne rozwiązania nie zawsze niosą ze sobą krótkoterminowo największe korzyści, to pracownicy banków nie powinni bać się kierować w swoich wyborach zasadami etyki w myśl słów Władysława Bartoszewskiego – warto być uczciwym, chociaż nie zawsze się to opłaca. Opłaca się być nieuczciwym, ale nie warto. ●

Opr. jor



PRANIE BRUDNYCH PIENIĘDZY



mł. insp. Andrzej Borowiak

Rzecznik prasowy

Komendanta Wojewódzkiego Policji w Poznaniu

Amerykańscy gangsterzy w czasach prohibicji otwierali pralnie. Tak naprawdę nic się w nich nie działo. Wykazywali oni jednak spore obroty finansowe. W ten sposób wprowadzali do legalnego obrotu pieniądze uzyskane ze sprzedaży alkoholu. Stąd pojawiło się pojęcie prania brudnych pieniędzy.

Pranie pieniędzy jest zjawiskiem globalnym. W związku z tym powstało wiele definicji tej działalności. Najprościej jednak rzecz ujmując, pranie brudnych pieniędzy to zjawisko polegające na wprowadzaniu do legalnego obrotu środków płatniczych pochodzących z nielegalnych źródeł.

W wielu źródłach wskazuje się, że to zjawisko omija szerokim kołem systemy bankowe. Jest to jednak uzależnione od wielkości organizacji i miejsca dokonywania operacji. Wydaje się oczywiste, że naturalnym środowiskiem do prania brudnych pieniędzy dla dużych organizacji są centra finansowe. Sektor ten, mając świadomość tych zagrożeń, wdraża mechanizmy i uregulowania przeciwdziałające. Zaimplementowanie przepisów nakazujących w przypadku podejrzanych transakcji zgłaszanie ich organom nadzoru, a te informują policję. W praktyce przepisy te odnoszą się do banków. To właśnie one monitorują i raportują większość transakcji finansowych.

Prekursorem w zakresie wprowadzenia uregulowań prawnych

są Stany Zjednoczone. Już w latach 70-tych XX w. zostały wprowadzone w tym kraju przepisy dotyczące prania brudnych pieniędzy. W Europie pierwszą dyrektywą podejmującą analizowany problem była Dyrektywa 91/308/EWG. W Polsce pierwsza ustawa ograniczająca możliwość wprowadzania do obrotu pieniędzy pochodzących z przestępstw została uchwalona w roku 2018. Ustawa o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu była aktem nowatorskim w naszym prawodawstwie. Trzeba jednak podkreślić, że penalizacja tego zjawiska nastąpiła dużo wcześniej. W roku 1997 uchwalono nowe prawo bankowe, a w Kodeksie Karnym po-

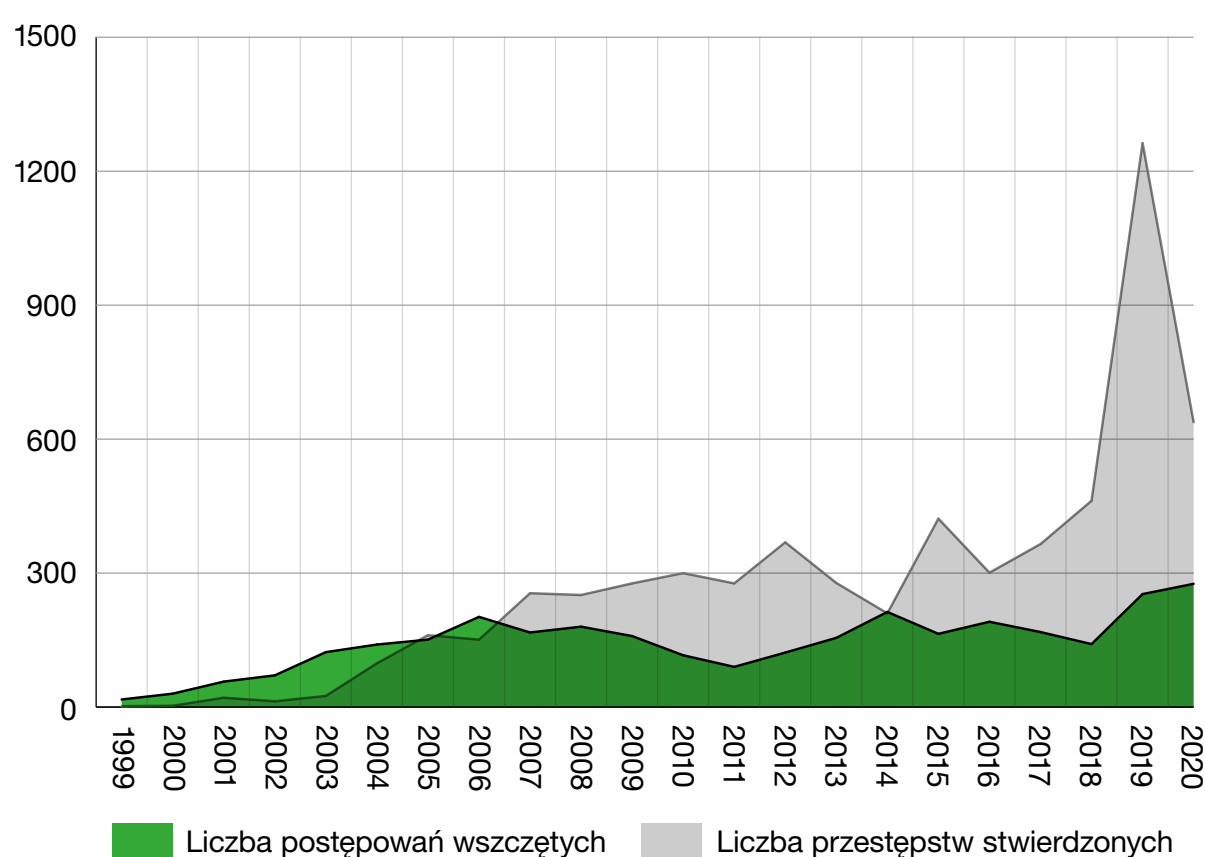


jawił się nowy przepis. W art. 299 zawarte zostały sformułowania opisujące czyny „prania pieniędzy” pod groźbą kary. W naszych lokalnych warunkach jest kilka popularnych metod prania pieniędzy, prześledźmy niektóre z nich. Pierwsza z nich to tak zwany smurfing. Polega ona na wpłacie niewielkich sum pieniędzy przez wielu podstawionych ludzi. Działanie to ma nie wzbudzać podejrzeń, a przede wszystkim kwoty nie mogą przekroczyć ustawowego limitu nakazującego bankowi raportowanie. Kolejna metoda polega na mieszanii. Pieniądze pochodzące z przestępstw są dodawane do sum z legalnie prowadzonego obrotu gospodarczego. Najczęściej jest to biznes, w którym trudno jest stwierdzić faktyczny obrót. Takim biznesem może być przysłowiowa pralnia, ale także podmioty prowadzące działalność np. w branży beauty. Trzeci sposób prania pieniędzy to puste transakcje. Do tego celu powołuje się podmioty gospodarcze – tak zwane wdmuszki. Nie prowadzą one żadnej działalności, ale wykazują duże dochody finansowe. Kolejny sposób to metoda na fikcyjny kredyt. Polega ona na zaciągnięciu kredytu w banku, który jest następnie spłacany z fikcyjnej pożyczki zaciągniętej w innej firmie. Dla zatarcia śladów przelewy dokonywane są z banków w krajach słynących jako raje podatkowe. Międzynarodowy Fundusz Walutowy wymienia takie lokalizacje, jak Wyspy Bahama, Kajmany, Bahrajn, Antyle, Panama i inne. Piąty sposób to transferpricing. Polega on na zawyżaniu lub zaniżaniu wartości na fakturze w handlu międzynarodowym, prowadzonym między powiązаныmi ze sobą firmami. Różnica między realną ceną towaru importowanego, a ceną na fakturze np. zawyżoną stanowi dla eksportera legalny dochód.

Jedną z większych spraw kryminalnych

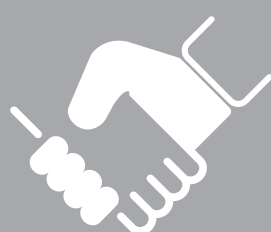
związanych z praniem brudnych pieniędzy zajmowała się Agencja Bezpieczeństwa Wewnętrznego. W czerwcu ubiegłego roku agenci ABW zatrzymali w Warszawie trzy osoby, które „wyprały” ponad 1 miliard złotych! Pieniądze, które przepływały przez sieć powiązanych spółek pochodziły z terytorium Rosji. Wśród zatrzymanych znaleźli się pracownicy banków, którzy umożliwiali otwieranie rachunków bankowych na tak zwane „słupy”. Wykonywali oni także czynności, które umożliwiały pranie pieniędzy. Działali oni na rzecz zorganizowanej grupy przestępczej, która kupowała spółki na terytorium Polski i rejestrowała je na „słupy”. Spółki te nie prowadziły działalności gospodarczej, nie rozliczały się podatkowo. Ich wyłącznym celem było umożliwienie przyjęcia środków pieniężnych, głównie z terytorium Rosji. Pieniądze te następnie przelewano na kolejne rachunki bankowe m.in. spółek działających w Wielkiej Brytanii, w państwach Dalekiego Wschodu i w rajach podatkowych.

Według różnych źródeł do prania brudnych pieniędzy coraz częściej wykorzystywane są kryptowaluty i ich giełdy. Paradoksalnie jednak, powszechna digitalizacja tego obszaru czyni łatwiejszym wykrywanie tych przestępstw. ●





BODiE
Grupa SGB



NOWY ROK, NOWE MOŻLIWOŚCI!

Rozwijaj swoją wiedzę i zdobywaj
nowe umiejętności z BODiE

1.

**Kurs certyfikujący AUDYTOR ISO
(22301, 27001, 31000)**

2.

**Kurs Manager
Ochrony Środowiska**

3.

Akademia Compliance

4.

**Akademia monitoringu
kredytowego**

5.

Kurs Specjalista ds. kadr

6.

Kurs Specjalista ds. płac

Sprawdź ofertę na **www.bodie.pl**
i wybierz najlepszy dla siebie kurs!

CSRD

– NADCHODZĄCA REWOLUCJA W ZAKRESIE RAPORTOWANIA NIEFINANSOWEGO



Adrian Rycerski

SMM Legal Maciak
Mataczyński Czech Sp.K.
z siedzibą w Warszawie



Jan Solarski

SMM Legal Maciak
Mataczyński Czech Sp.K.
z siedzibą w Warszawie

Wprowadzenie

Od początku drugiej dekady XXI wieku możemy zaobserwować zauważalny wzrost świadomości ekologicznej oraz środowiskowej obywateli. Przyczyną tego stanu rzeczy jest stale rosnąca liczba raportów i analiz zapowiadających nadejście zgubnych skutków niepowstrzymanie postępujących zmian klimatycznych.

Tematem zainteresowały się również organy międzynarodowe, czego konsekwencją było zawarcie w ramach Organizacji Narodów Zjednoczonych (ONZ) porozumienia paryskiego z 2016 r. oraz wyznaczenie celów dotyczących środowiska naturalnego w Agendzie 2030. Od tego momentu państwa ONZ zobowiązały się do podjęcia działań przeciwdziałających zanieczyszczeniu środowiska oraz pozytywnie wpływających na tempo zmian klimatu.

Prym w działaniach proklimatycznych bez wątpienia wiodą państwa należące do Unii Europejskiej. Potwierdza to ich wysoka pozycja w międzynarodowych rankingach (np. Sustainable Development Report)¹, jak również liczba projektowanych i uchwalanych aktów prawnych mających na celu zagwarantowanie osiągnięcia celów z zakresu zrównoważonego rozwoju.

Dyrektywa CSRD jako rewolucja w zakresie ujawnień niefinansowych

Przykładem aktu unijnego, którego celem jest zwiększenie świadomości i zachęcenie obywateli do zaangażowania się

w proces zrównoważonego rozwoju, jest dyrektywa 2014/95/UE (dyrektywa *NFRD* – *Non-financial Reporting Directive*). Dyrektywa ta zobowiązała państwa członkowskie Unii Europejskiej do wdrożenia przepisów nakładających na niektóre jednostki obowiązek ujawniania danych niefinansowych. Informacje zawarte w ramach raportów mają w obecnym stanie prawnym dotyczyć kwestii środowiskowych, społecznych, pracowniczych, poszanowania praw człowieka czy przeciwdziałania korupcji i łapownictwu. Dzięki temu oprócz corocznego

sprawozdania finansowego, od 2017 r. mamy możliwość zapoznać się ze sprawozdaniami dotyczącymi informacji niefinansowych spółek.

Z biegiem czasu okazało się, że informacje ujawniane na podstawie implementowanych przepisów dyrektywy *NFRD* są zbyt ogólne i słabo porównywalne, głównie za sprawą braku jednolitych, szczegółowych standardów raportowania. Czy potrzebujemy zatem rewolucji w zakresie ujawnień niefinansowych? Prawodawca unijny znalazł odpowiedź na to pytanie. Uchwalono już bowiem

Od początku drugiej dekady XXI wieku możemy zaobserwować zauważalny wzrost świadomości ekologicznej oraz środowiskowej obywateli. Przyczyną tego stanu rzeczy jest stale rosnąca liczba raportów i analiz zapowiadających nadejście zgubnych skutków niepowstrzymanie postępujących zmian klimatycznych.

dyrektywę 2022/2464² (dyrektywa *CSRD* – *Corporate Sustainability Reporting Directive*) zmieniającą istotnie zakres podmiotowy i przedmiotowy obowiązku ujawniania informacji niefinansowych. Wspomniana dyrektywa zmienia treść dyrektywy 2013/34 (w sprawie rocznych sprawozdań finansowych, skonsolidowanych sprawozdań finansowych i powiązanych sprawozdań niektórych rodzajów jednostek), zmienionej wcześniej przez dyrektywę *NFRD* i transponowanej do ustawy o rachun-

¹ <https://dashboards.sdindex.org/rankings> [dostęp: 21.11.2022 r.].

² Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2464 z dnia 14 grudnia 2022 r. w sprawie zmiany rozporządzenia (UE) nr 537/2014, dyrektywy 2004/109/WE, dyrektywy 2006/43/WE oraz dyrektywy 2013/34/UE w odniesieniu do sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju (Dz. U. UE L 322, 16.12.2022, s. 15–80).



kowości. Jest to zatem kolejny etap ingerencji prawodawcy unijnego w przepisy dyrektywy 2013/34, tym razem zwiększający grono podmiotów obowiązanych do ujawniania informacji niefinansowych oraz standaryzujący zakres i metodę publikacji danych.

Czy wraz z uchwaleniem, a następnie implementowaniem do polskiego porządku prawnego dyrektywy *CSRD* od razu znajdziemy się skrajnie odmiennej rzeczywistości prawnej? Można powiedzieć, że dyrektywa *CSRD* będzie nam serwowana porcjami, a to za sprawą różnych dat rozpoczęcia stosowania się do przewidzianych w niej obowiązków, w zależności od przynależności do jednej z kategorii podmiotów. Zgodnie z treścią dyrektywy *CSRD*, przepisy dotyczące raportowania: (i) w przypadku do dużych jednostek interesu publicznego zatrudniających średniorocznie więcej niż 500 pracowników, będą stosowane w odniesieniu do lat obrotowych rozpoczynających się 1 stycznia 2024 r., (ii) w przypadku pozostałych dużych jednostek będą stosowane w odniesieniu do lat obrotowych rozpoczynających się 1 stycznia 2025 r., a (iii) w przypadku małych i średnich jednostek, których papiery wartościowe notowane są na rynku regulowanym – będą stosowane w odniesieniu do lat obrotowych rozpoczynających się 1 stycznia 2026 r..

Jaką jeszcze nowość wprowadzi dyrektywa *CSRD*? Po wdrożeniu dyrektywy *CSRD* będziemy mieli do czynienia z zasadą podwójnej istotności. Z jednej strony zakłada ona publikowanie informacji o tym, jak działalność przedsiębiorstwa wpływa na kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem. Z drugiej strony natomiast, wymaga udzielenia informacji o tym w jaki sposób kwestia zrównoważonego rozwoju oddziałuje na rozwój, wyniki finansowe i sytuację przedsiębiorstwa. Oprócz informacji dotyczących strategii przedsiębiorstwa w zakresie zrównoważonego rozwoju oraz metod czy planów pozwalających na jej zrealizowanie, przedsiębiorcy będą musieli udostępniać dane o możliwościach oraz zagrożeniach, jakie identyfikują w związku z kwestiami dotyczącymi zrównoważonego rozwoju. Zakres danych, które będą wymagane wskutek implementacji dyrektywy *CSRD* nie jest jeszcze znany, lecz Komisja powinna przedstawić projekty aktów delegowanych określających zbiór informacji wymaganych od przedsiębiorców (tzw. ESRS-y) jeszcze przed początkiem jej stosowania. Należy spodziewać się, że przygotowane przez Komisję standardy nie będą odnosić się wyłącznie do jednostek jako takich, lecz będą „szyte na miarę” dla poszczególnych sektorów.

Dyrektywa *CSRD* wprowadza jednolite standardy raportowania, które zobligują przedsiębiorców do publikacji danych dotyczących zrównoważonego rozwoju wraz ze sprawozdaniem z działalności, a nie jak to ma niekiedy miejsce obecnie w ramach odrębnych raportów. Ważnym elementem jest rów-

nież zaprzestanie stosowania zasady „*Comply or explain*”, która umożliwiała wyjaśnienie przyczyn niestosowania się przez przedsiębiorcę do określonych regulacji.

Jednym z istotnych celów dyrektywy *CSRD* jest zapewnienie, aby informacje publikowane przez przedsiębiorców, miały pokrycie w rzeczywistości (w celu wyeliminowania zjawiska *greenwashingu*). W chwili obecnej audyt raportów niefinansowych opiera się na stwierdzeniu ich sporządzenia, audytorzy nie analizują jednak ich treści. Dyrektywa *CSRD* przewiduje natomiast obowiązek corocznego badania sprawozdań z zakresu zrównoważonego rozwoju przez profesjonalnych audytorów. Aby zagwarantować niezależność audytorów oraz autentyczność przeprowadzonego audytu, Unia Europejska wymaga od państw członkowskich wdrożenia przepisów zapewniających niezależność wynagrodzenia za

przeprowadzenie audytu od jego rezultatów czy innych usług świadczonych na rzecz przedsiębiorstwa, jak również wykluczenie warunkowości w wynagradzaniu audytorów.

Ujawnień ciąg dalszy

W kontekście ujawnień nie można także zapomnieć o rozporządzeniu 2020/852 (Taksonomia), które wraz z wydanymi do niego aktami delegowanymi, nakłada na tożsamą do przewidzianej w dyrektywie *NFRD* grupę przedsiębiorców bardziej szczegółowe obowiązki dotyczące raportowania zrównoważonego rozwoju. Pierwsze z ujawnień taksonomicznych miały miejsce w 2022 r., kiedy to podmioty opublikowały sprawozdania dotyczące informacji niefinansowych za 2021 r. Sprawozdania te mają jednak ograniczony zakres,

gdyż jak wynika z treści art. 10 rozporządzenia delegowanego 2021/2178, rok 2022 dla podmiotów niefinansowych oraz lata 2022-2023 dla podmiotów finansowych, są okresem przejściowym. Oznacza to, że z pełnym zakresem ujawnień taksonomicznych w odniesieniu do wszystkich tych podmiotów będzie się można zapoznać dopiero w 2024 r.

Podsumowanie

Dotychczasowym działaniom Unii Europejskiej w zakresie ujawnień informacji niefinansowych, wyraźnie przyświeca chęć wyeliminowania głównych mankamentów dostrzegalnych w raportach dużych jednostek. Kilka ostatnich okresów sprawozdawczych pokazało, że brak jednolitych metod raportowania oraz nieobecność mierzalnych kryteriów w ujawnieniach jednostek obowiązanych znacząco utrudnia dokonywanie porównań pomiędzy nimi (np. w obrębie danego rynku). Obszerność raportów, przy jednoczesnym braku zewnętrznej weryfikacji ich treści, uniemożliwia w praktyce obiektywną weryfikację prawdziwości opublikowanych danych. Z tym większą satysfakcją obserwujemy inicjatywę Unii Europejskiej skutkującą zaangażowaniem biegłych rewidentów w proces oceny publikowanych danych. ●

Tematem ekologii zainteresowały się również organy międzynarodowe, czego konsekwencją było zawarcie w ramach Organizacji Narodów Zjednoczonych (ONZ) porozumienia paryskiego z 2016 r. oraz wyznaczenie celów dotyczących środowiska naturalnego w Agendzie 2030. Od tego momentu państwa ONZ zobowiązały się do podjęcia działań przeciwdziałających zanieczyszczeniu środowiska oraz pozytywnie wpływających na tempo zmian klimatu.



ESG, SPÓŁDZIELNIE ENERGETYCZNE, PALIWO WODOROWE.

TAK WYGLĄDA W PRAKTYCE ZIELONA REWOLUCJA W POLSCE



Michał Tarka

SMM Legal Maciak
Mataczyński Czech Sp.K.
z siedzibą w Warszawie

Kryzys klimatyczny trwa. Do tego wojna za wschodnią granicą i wywołane nią problemy gospodarcze przyspieszyły i nasiliły kryzys energetyczny. Co w tej sytuacji mogą zrobić przedsiębiorcy chcący zminimalizować w swoim biznesie skutki obu tych zjawisk? Transformacja energetyczna pojawia się tu nie jako opcja, a konieczność.

Temat neutralności klimatycznej jest obecny w polityce światowej i Unii Europejskiej od lat, ale dopiero teraz naprawdę czujemy, że stanowi on sedno wielu dyskusji biznesowych. Zielona transformacja to jeden z najważniejszych europejskich trendów polityczno-gospodarczych. Widzimy to na każdym kroku nawet jako zwykli konsumenci. Tylko jak naprawdę wprowadzić w życie ekologiczne zmiany?

Pakiet regulacyjny z 2021 r. zwany „Fit for 55” powinien przygotować kraje członkowskie UE na wdrożenie Europejskiego Zielonego Ładu. Do 2050 roku mamy za zadanie osiągnąć zerową emisję gazów i uniezależnić się od surowców naturalnych w gospodarce.

Dlaczego zielona transformacja się opłaca?

Jeżeli chcesz prowadzić przedsiębiorstwo dostosowane do oczekiwań współczesności, zainteresuj się takimi zagadnieniami jak OZE (odnawialne źródła energii), wodór, biometan, gospodarka obiegu zamkniętego czy magazynowanie energii.

Zobaczysz w tym wiele korzyści:

- oszczędzisz na kosztach zakupu energii, które w wielu branżach znacząco obciążają budżet; obniżysz tym samym koszty utrzymania całego przedsiębiorstwa,
- wciąż masz szansę na uzyskanie dotacji, kredytów czy pożyczek na zielone innowacje jeszcze zanim zaczniesz ubiegać się o nie twoja konkurencja,
- ustabilizujesz działalność firmy dzięki różnorodności źródeł energii, to szczególnie ważne, jeśli bez prądu po prostu nie możesz funkcjonować (dotyczy np. zakładów przemysłowych, chemicznych czy serwerowni).
- usprawnisz zarządzanie ryzykiem związanym z cenami energii i emisji CO₂,
- uzyskasz przewagę rynkową i pozytywny wizerunek dzięki działalności w duchu odpowiedzialnej konsumpcji.

Ale to nie wszystko! Być może twoje przedsiębiorstwo już dziś wpisuje się także w szereg zobowiązań prawnych związanych z ekologią. Wywiązanie się z nich nie jest twoją wolą, a obowiązkiem.

Nowe prawo sprzyja zielonym zmianom

Zgodnie z przepisami, od 2023 roku duże firmy i spółki notowane na giełdzie o przychodach powyżej 170 mln zł netto rocznie będą musiały składać raporty w obszarze ESG (E – środowisko od angielskiego environmental, S – społeczna odpowiedzialność od angielskiego social responsibility i G – ład korporacyjny od angielskiego corporate governance). Od 2026 roku ten obowiązek będzie dotyczył już wszystkich spółek. Oznacza to, że

zgodnie z prawem firmy mają nie tylko wprowadzać zielone innowacje i być bardziej odpowiedzialne, ale także obiektywnie mierzyć swoje osiągnięcia w tym zakresie.

Kolejnym nowym i ważnym punktem w polskich przepisach związanych z zieloną transformacją są spółdzielnie energetyczne. Organizacje, które powołają taką spółdzielnię do życia, mogą produkować prąd na własny użytek, ale także odsprzedawać go i bezpośrednio na nim zarabiać. Ich obecność wpływa zatem

znacząco na lokalny rynek energetyczny, co już dostrzegły inne państwa Europy, takie jak Niemcy czy Dania.

Ostatnio ogłoszone zmiany w przepisach nie dotyczą jednak tylko tu i teraz, ale także naszej wspólnej przyszłości. Przykładem jest choćby pakiet zmian „Konstytucja dla wodoru”, który w pierwszym kroku określa, jak w praktyce ma powstawać w Polsce rynek dla wodoru jako paliwa, zaś w oczekiwanym drugim kroku: jak będzie wyglądać wsparcie dla wytwarzania niskoemisyjnego wodoru.

Zielona transformacja niesie korzyści, ale rodzi także wiele pytań. Jeśli nie wiesz, jakiego rodzaju zielone innowacje najlepiej sprawdzą się w twojej firmie lub które przepisy dotyczą twojego przedsiębiorstwa, rozważ przeprowadzenie audytu energetycznego. Pozwoli ci on patrzeć w przyszłość zgodnie z prawem. ●

Autor jest partnerem i szefem Departamentu Transformacji Energetycznej Kancelarii SMM Legal Maciak Mataczyński Czech sp. k., która jest liderem w obszarze wsparcia rozwoju małej i dużej fotowoltaiki i gospodarki obiegu zamkniętego, w tym biogazu i biometanu w Polsce, a także publicznego finansowania innowacji.





Zielone
sąsiedztwo



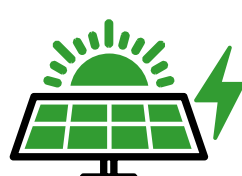
Banki Spółdzielcze

Postaw na ekologię!

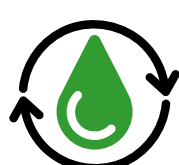
Zapytaj o środki na inwestycje, które odmienią
Twoją firmę w **Zielone Sąsiedztwo!**



Wymiana pieców
na paliwa stałe



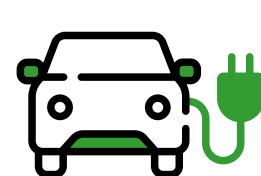
Instalacje
fotowoltaiczne



Instalacje
wodne



Termoizolacja
budynków



Elektromobilność

www.zielonesasiedztwo.sgb.pl

Bezpłatna infolinia:
800 888 888