

BANK SPÓŁDZIELCZY

ŚWIAT BANKOWOŚCI SPÓŁDZIELCZEJ

NR 1/607 STYCZEŃ-MARZEC 2023

ISSN 2719-4515



Bądźmy moderatorami
lokalnych społeczności

**rozmowa z
Pawłem
Kowalczykiem**

s. 5

UBEZPIECZENIA

czy masz plan B? **s. 8**

WIRON

nowy wskaźnik
na rynku **s. 18**



UPRAWIAJMY SPORT I ZABEZPIECZMY SIĘ NA PRZYSZŁOŚĆ!

Marki lubią sport, a sport lubi marki. Można powiedzieć, że każdy wygrywa. Wiele banków spółdzielczych wspiera sportowców, kluby i stowarzyszenia.

Jednym z nich jest Gospodarczy Bank Spółdzielczy z Gorzowa Wielkopolskiego. Bank prowadzi przemyślaną strategię sponsorinową z hasłem „Wspieramy najlepszych”. Bank pomaga m.in. sportowcom indywidualnym – choćby Kornelii Lesiewicz czy Magdalenie Żelazny.

Wspieramy sport młodzieżowy i dziecięcy, bo zdrowie dzieci i wnuków naszych lokalnych klientów leży nam na sercu. Po prostu dbamy o przyszłość naszej społeczności. A jeśli już wspominamy nasze zawodniczki – one osiągają doskonałe wyniki sportowe, są wzorem dla młodych, a jednocześnie mają z nimi świetne relacje w mediach społecznościowych. Na dotarciu do tej grupy bardzo nam zależy – mówi Paweł Kowalczyk, prezes Zarządu GBS w Gorzowie Wlkp.

Setki dzieci i młodzieży uprawiają różne dyscypliny sportu dzięki dofinansowaniu z lokalnego banku. Banki nie tylko wspierają sport, ale również dbają o komfort swoich klientów. Zjednoczony Bank Spółdzielczy z centralą w Rumi zaprasza klientów do swoich placówek razem ze swoimi pupilami... czyli zwierzętami. Pewnego razu przed bankiem pojawiła się nawet kłacz Cortinella. Jak została przyjęta, tego dowiecie się Państwo z tekstu Anny Gruchały pt. „Do banku ze swoim pupilem”.

W bankach można załatwić wiele spraw – łącznie z usługami ubezpieczeniowymi. Często zastanawiam się, dlaczego tak wielu z nas ubezpiecza domy, samochody i inny majątek, a tak często nie ubezpieczamy swojego zdrowia czy życia. A przecież chyba każdy z nas się zgodzi, że zdrowie i życie są wartościami nadrzędnymi.

W ubezpieczeniu na życie nie chodzi tylko o siebie, ale o najbliższych. Polisa na życie pozwala na utrzymanie stabilności finansowej rodziny po śmierci ubezpieczonej osoby. Jest dobrym zabezpieczeniem, gdy bierzemy kredyt na mieszkanie lub dom z „drugą połówką”. W przypadku śmierci lub choroby jednej z osób, gdy druga osoba sama nie będzie w stanie podolać spłacie – wówczas polisa stanowi zabezpieczenie zobowiązań finansowych – rat kredytu – pisze Lidia Denisiuk



w artykule pt. „Czy warto mieć polisę na życie?”.

Polecam też artykuł Joanny Mijkowskiej o historii ubezpieczeń: *Ubezpieczenia majątkowe znane są od starożytnej Grecji i Rzymu (IV w. p.n.e). Elementy ubezpieczenia miały tak zwane pożyczki morskie. Środki przeznaczone na zakup towarów, budowę statków tylko wtedy wracały do wierzyciela, kiedy transport kupionych towarów bezpiecznie dopłynął do portu docelowego –* pisze autorka w tekście pt. „Ale historia. Nie znacie? To posłuchajcie”.

Tytuł nie jest mylący. Obydwa artykuły są dostępne w naszym „Podcaście spółdzielczym”. Gorąco zachęcam do czytania lub posłuchania.

Jakie wyzwania czekają spółdzielczy sektor bankowy w najbliższym czasie? Próbę odpowiedzi na to pytanie znajdziecie Państwo w felietonie Michała Jurka pod tytułem „Siła stabilności spółdzielczej bankowości”.

A czy wiedzą Państwo jakie słowo zostało spółdzielczym słowem minionego roku? PRZYSZŁOŚĆ. To słowo pozytywnie się kojarzy.

Przyszłość to szanse i nadzieje. To zwiastun czegoś nowego – lepszego. Przyszłość to wreszcie spełnienie. Jest kluczowa w kontekście naszej strategii. Nie bez powodu realizujemy ją pod hasłem: „Otwieramy przyszłość” – piszą Joanna Gębka, Katarzyna Miler i Jędrzej Szymanowski.

A skoro o strategii „Otwieramy przyszłość” mowa, już za kilkanaście dni miną dwa lata, gdy została zaprezentowana i przyjęta przez Zgromadzenie Prezesów. Co w tym czasie zrealizowaliśmy? Na co postawiliśmy, co się udało, a co nie – o tym wszystkim w artykule „Półmetek strategii SGB Otwieramy przyszłość” pióra Łukasza Musiańskiego.

Chyba wielu z nas nie może się już doczekać prawdziwej wiosny, słońca i zieleni. Nareszcie słysząc śpiew ptaków, przyroda budzi się do życia. Po lekturze magazynu polecam Państwu spacer. Wówczas można chociaż na chwilę zapomnieć o inflacji czy spowolnieniu gospodarczym. Skupmy się na tym, co nas pozytywnie nakręca i dbajmy o siebie nawzajem. Przyjemnej lektury :)

Roman Szewczyk
redaktor naczelny

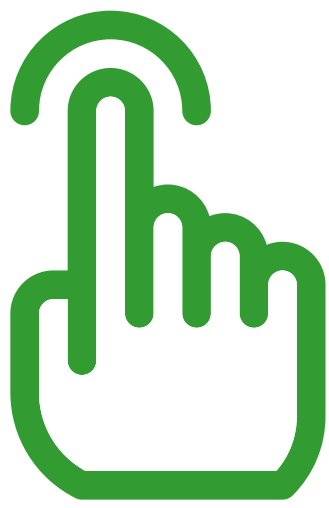
BANK SPÓŁDZIELCZY

Adres Redakcji: Szarych Szeregów 23a, 60-462 Poznań,
M.: **505 459 471**, E.: wydawnictwo@bodie.pl,
www.bodie.pl/szkolenia/bodie-extra/ wydawnictwo/ksiazki
Redaguje zespół: redaktor naczelny – **Roman Szewczyk**
Redaktorzy prowadzący – **Rafał Łopka, Jerzy Sygidus**
Redakcja techniczna – **BODiE**
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: **Roman Szewczyk**
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.

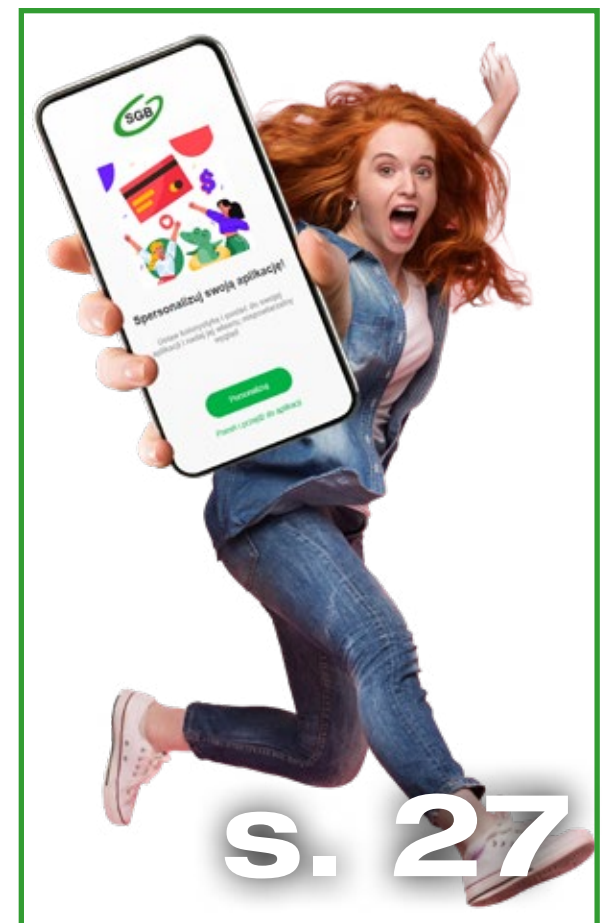
BS
NA RYNKU OD
1964 ROKU



**KLIKNIJ ŻEBY
PRZEJŚĆ DO
ARTYKUŁU**



s. 5



s. 27

ROZMOWA NUMERU

BĄDŹMY MODERATORAMI LOKALNYCH SPOŁECZNOŚCI!

s. 5

ROZMOWA Z PAWŁEM KOWALCZYKIEM,
PREZESEM ZARZĄDU GOSPODARCZEGO
BANKU SPÓŁDZIELCZEGO W GORZOWIE
WIELKOPOLSKIM



TEMAT NUMERU

CZY WARTO MIEĆ POLISĘ NA ŻYCIE?

s. 8

ALE HISTORIA! NIE ZNACIE? TO POSŁUCHAJCIE

s. 9

CZY MASZ PLAN B?

s. 11

WAŻNE DLA SEKTORA

PÓŁMETEK STRATEGII SGB „OTWIERAMY PRZYSZŁOŚĆ”

s. 13

WIRON ZAMIAST WIBOR-U. ARMATA CZY KAPISZON?

s. 18

UMOWY KREDYTOWE Z WIBOR SĄ NIENARUSZALNE

s. 19

SIŁA STABILNOŚCI SPÓŁDZIELCZEJ BANKOWOŚCI

s. 21

USŁUGI CYFROWE CORAZ POPULARNIEJSZE

s. 23

KLIENCI OCZEKUJĄ WIĘKSZEJ DIGITALIZACJI BANKÓW

s. 24

KOMPETENCJE CYFROWE W BANKOWOŚCI – BUDOWA MOSTU DO PRZYSZŁOŚCI

s. 25

STWORZENIE APLIKACJI, KTÓREJ BYCIE UŻYTKOWNIKIEM JEST COOL! O TYM JAK POWSTAJE SGB MOBILE I OFERTA DLA MŁODYCH!

s. 27

ZAPŁACISZ JEDNYM SPOJRZENIEM! BANK SPÓŁDZIELCZY W KOBIERZYCACH WPROWADZA NOWĄ PŁATNOŚĆ BIOMETRYCZNĄ Z TECHNOLOGIĄ PAYEYE

s. 29



CZY BANKI ZDAŻĄ DO TIKTOKA?

s. 30

TYM ŻYJE BANKOWOŚĆ

**JAK PRZYSZŁOŚĆ STAŁA SIĘ
SPÓŁDZIELCZYM SŁOWEM ROKU**

s. 32

**MODEL DISC D3 - CZYLI W CZYM
TKWI TWOJA SIŁA?**

s. 33

**ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ.
POTRZEBNY PAKIET WSPARCIA**

s. 36

**EDUKACJA FINANSOWA WCIĄŻ
POTRZEBNA**

s. 38

**MAMO, TATO, POCZYTAJ MI O...
PŁATNOŚCIACH!**

s. 39

**CZY BANK MOŻE BYĆ MIEJSCEM
PRZYJAZNYM DLA ZWIERZĄT?
DO BANKU ZE SWOIM PUPILEM**

s. 42

**PŁATNA PROTEKCJA
I POWOŁYWANIE SIĘ NA WPŁYWY**

s. 46

**FEEDBACK I OCENA PRACOWNICZA
JAKO SPOSÓB KOMUNIKACJI
Z PRACOWNIKIEM**

s. 48

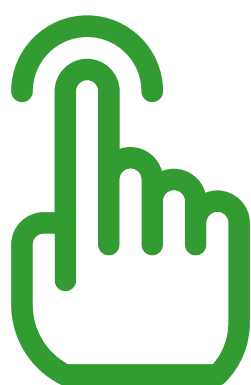
**WYPALENIE ZAWODOWE
WYZWANIEM DLA PRACODAWCY**

s. 49

PRAWO

**REKOMENDACJE I WYTYCZNE
ADMINISTRACJI PUBLICZNEJ
W PRAKTYCE, CZYLI HARD LAW
VS. SOFT LAW**

s. 51



**KLIKNIJ ŻEBY
PRZEJŚĆ DO
ARTYKUŁU**

BĄDŹMY MODERATORAMI LOKALNYCH SPOŁECZNOŚCI!

Wspieramy sport młodzieżowy i dziecięcy, bo zdrowie dzieci i wnuków naszych lokalnych klientów leży nam na sercu. Po prostu dbamy o przyszłość naszej społeczności.



Rozmowa z **Pawłem Kowalczykiem**, prezesem Zarządu Gospodarczego Banku Spółdzielczego w Gorzowie Wielkopolskim

„Wspieramy najlepszych” to hasło, które promuje działalność waszego banku. Wspieracie nie tylko dyscypliny zespołowe, ale również sportowców indywidualnych, choćby Kornelię Lesiewicz czy Magdalenę Żelazny. Skąd decyzja, by właśnie poprzez sport budować swój wizerunek?

Jesteśmy bankiem spółdzielczym. Wspieramy sport młodzieżowy i dziecięcy, bo zdrowie dzieci i wnuków naszych lokalnych klientów leży nam na sercu. Po prostu dbamy o przyszłość naszej społeczności. A jeśli już wspominamy nasze zawodniczki – one osiągają doskonałe wyniki sportowe, są wzorem dla młodych, a jednocześnie mają z nimi świetne relacje w mediach społecznościowych. Na dotarciu do tej grupy bardzo nam zależy. ►





Zdecydowaliśmy się postawić na wspieranie tych gorzowskich sportowców i tych drużyn z naszego miasta, którym trudniej jest pozyskać przychylność dużych sponsorów z sektora prywatnego, czy spółek skarbu państwa.

Poza naszymi zdolnymi lekkoatletkami postaviliśmy również na kontynuację współpracy z koszykarskim klubem AZS AJP Gorzów – w tym przypadku to już 20 sezon, od kiedy GBS jest partnerem gorzowskich koszykarek. Wsparliśmy również klub piłki nożnej KS Warta Gorzów oraz klub kajakarski Admirę Gorzów. Ponadto, jesteśmy organizatorem VIII Gorzowskiej Nadwarciańskiej Dychy – biegu na 10 km, czy wraz z Admirą Gorzów współorganizujemy Wyścigi Smończych Łodzi.

Sporo tego. Jakie główne kryteria przyjęliście przy budowie strategii sponsoringu?

Jest kilka argumentów, które legły u podstaw wyboru tych form sponsoringu. Wiadomo, że sport stanowi wartość uniwersalną, nie ma więc wątpliwości, że warto go wspierać. Gdy jednak spojrzymy na to z perspektywy korzyści dla marki, to powstaje pytanie – czy warto być jednym z kilkudziesięciu mecenasów jakiegoś znanego zespołu? Czy to nam coś da? Co konkretnie? Jaki efekt przyniesie? My zdecydowaliśmy się postawić na wspieranie tych gorzowskich sportowców i tych drużyn z naszego miasta, którym trudniej jest pozyskać przychylność dużych sponsorów z sektora prywatnego, czy spółek skarbu państwa. Bardzo zależało nam też, żeby promować te dyscypliny sportowe, które mogą w łatwy sposób być uprawiane przez naszą lokalną młodzież. Dlatego też, w umowach

sponsorskich zastrzeżliśmy kwoty na rozwój sekcji dziecięcych i młodzieżowych wspieranych klubów.

Czyli nie chcecie być bankiem dbającym o igrzyska, wolicie stawiać na zaangażowanie lokalnej społeczności?

Myślę, że my, jako banki spółdzielcze, musimy zmienić sposób myślenia o sposobach budowania wizerunku. Owszem, uważam, że urosliśmy, okrzepiliśmy kapitałowo, zaczęliśmy osiągać przyzwoite wyniki. Dlatego tak ważne jest, żeby wykorzystywać dodatkowe środki w sposób możliwie najbardziej efektywny. Moim zdaniem, w kontekście marketingu sportowego, nie warto całego budżetu przekazywać na wsparcie jednego dużego klubu, ani w drugą stronę nazbyt się rozdrabniać. Taka strategia sprawia, że mamy realny wpływ na sponsorowane kluby i wydarzenia. Tym samym, możemy powiedzieć, że mamy też zauważalny wpływ na życie lokalnej społeczności, niejako stając się moderatorami tego życia.

Jaka forma sponsoringu ma dla was sens?

Ostatnie lata były bardzo trudne dla naszych dzieci i młodzieży. Najpierw dopadła nas i pozamykała w domach pandemia. To miało negatywny wpływ na psychikę najmłodszych. Od lat pojawia się też drugi narastający problem: niechęć do ruchu fizycznego. Dzieci zbyt często wybierają siedzenie przed komputerem lub smartfonem.

Staramy się więc wspomagać te kluby, które w bardzo szeroki sposób dbają o kulturę fizyczną. W samym AZS mamy ponad pięćset dzieci. W piłkę nożną gra w Warcie ponad czterysta. Łącznie ponad tysiąc naszych dzieci czynnie uprawia sport! I to jest ta wartość dodana, z której jesteśmy dumni.

Czyli ilość przeszła w jakość...

Dokładnie. A jednocześnie otrzymujemy wyraźny przekaz zwrotny: prawie każdy nasz klient zna kogoś, kto chodzi na sportowe zajęcia do klubów, których jesteśmy sponsorem. Mieszkańcy o tym wiedzą. Utrwalamy w lokalnej społeczności świadomość





naszej odrębności, modelu biznesowego, wrażliwości i dbałości o wspólne dobro. Zawsze, podpisując umowę z konkretnym klubem, określamy część kwoty sponsorskiej, która musi być przeznaczona na upowszechnianie sportu wśród dzieci i młodzieży.

Prawie każdy nasz klient zna kogoś, kto chodzi na sportowe zajęcia do klubów, których jesteśmy sponsorem. Mieszkańcy o tym wiedzą. Utrwalamy w lokalnej społeczności świadomość naszej odrębności, modelu biznesowego, wrażliwości i dbałości o wspólne dobro.

Chcicie być bankiem, który nie tylko dba o finanse, ale czynnie uczestniczy w życiu lokalnej społeczności?

Widzimy to szerzej: chcemy kształtować tę społeczność! Mieć wpływ na to, co dzieje się wokół nas. Najlepsze rezultaty daje zmiana postawy ludzi młodych. Pokazujemy im, że sport jest fajny, daje satysfakcję, uczy pokonywać życiowe przeszkody i wzmacnia odporność psychiczną. Taka forma wychowania leży w interesie nas wszystkich. Rodzice również to doceniają, bo ten obszar wychowania często bywa dla nich trudny. Zawsze lepiej jest oddziaływać przez trenera, przez kolegów, koleżanki i najbliższe środowisko. Dostajemy od naszych klientów i mieszkańców miasta liczne dowody poparcia. Ludzie mówią wprost, że są zadowoleni z faktu, że tu jesteśmy i wspieramy lokalny sport. Wspomniałem już, że dzięki inicjatywom GBS sport uprawia ponad tysiąc dzieci. Ten tysiąc to zawodnicy różnych klubów, a te kluby mają w naszym banku swoje rachunki. I właśnie na te rachunki każdy rodzic z grupy ponad tysiąca dzieci co miesiąc wpłaca czesne. I on już wie, że my jesteśmy. Wie, że w Gorzowie istnieje taki bank. Z klubu także idzie jasny przekaz: oto Gospodarczy Bank Spółdzielczy, nasz partner, możemy na niego liczyć, wspiera nas. I to właśnie ten bank sprawia, że rodzic może płacić za uprawianie sportu przez dziecko 50 złotych miesięcznie, a nie 300.

Rzeczywiście, to jest różnica.

Jest. I klienci potrafią to docenić. Mówią o tym. Podają dalej te informacje. Czyli... marketing działa, jest efekt sponsoringu.

Dużo mówimy o relacyjności, tymczasem kanały dostępu do usług mocno się zmieniły.

Teraz klient chce mieć wszystko w telefonie, smartfonie. Czy dostrzegacie większe zainteresowanie aplikacją SGB Mobile?

Aplikacje mobilne mają ogromne znaczenie, ponieważ pozwalają spełniać potrzeby młodych klientów. Oni chcą być nowocześni – i są. Chcą mieć praktyczne rozwiązania – i mają. Myślę, że dla rozwoju kontaktów z klientami ma to kluczowe znaczenie. Sponsorując sport wspieramy dzieci, młodzież, juniorów, oczywiście też i dorosłych, a wszyscy oni korzystają z tych nowoczesnych kanałów sprzedaży i komunikacji.

Jesteście również aktywni w mediach społecznościowych.

Media społecznościowe to bardzo ważny kanał komunikacji z naszymi klientami, szczególnie tymi młodszymi. Staramy się wykorzystywać go przy każdej okazji i wychodzi nam to coraz lepiej. Nie mniej, widzimy w tym zakresie jeszcze spory, niewykorzystany przez nas potencjał i w najbliższej przyszłości będziemy wzmacniać działania zarówno na Facebooku, jak i na Instagramie.

Znajdziemy jakąś pointę dla naszej rozmowy?

Krótką. Myślę, że byłoby znakomicie, gdyby każdy z Banków Spółdzielczych SGB znalazł dla siebie jakąś niszę, obszar, na który chciałby mieć wpływ i chciałby go skutecznie kształtować. Odlóżmy na bok marzenia o onnipotencji – szukajmy dla siebie przestrzeni, którą jesteśmy w stanie zmieniać. Dla dobra publicznego. ●

Gorzów Wielkopolski,
13 marca 2023 r.

Rozmawiał: Roman Szewczyk

Dzięki inicjatywom GBS, sport uprawia ponad tysiąc dzieci. Ten tysiąc to zawodnicy różnych klubów, a te kluby mają w naszym banku swoje rachunki. I właśnie na te rachunki każdy rodzic z grupy ponad tysiąca dzieci co miesiąc wpłaca czesne. I on już wie, że my jesteśmy. Wie, że w Gorzowie istnieje taki bank.



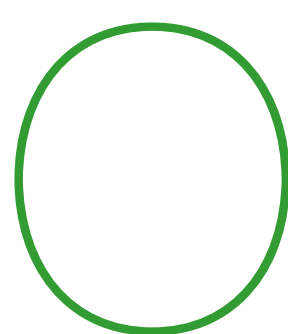


CZY WARTO MIEĆ POLISĘ NA ŻYCIE?



Lidia Denisiuk

SGB-Bank SA



bawiamy się o przyszłość i jednocześnie zdajemy sobie sprawę, że nie mamy wpływu na pewne sytuacje, które nas spotykają. Nie mamy wpływu na wypadki i na to, czy, kiedy, i na co zachorujemy.

Czas pandemii, a także wojna za naszą wschodnią granicą uświadomiły wielu z nas, jak ważne jest poczucie bezpieczeństwa, również tego finansowego.

Czy wobec tego posiadanie ubezpieczenia na życie w dzisiejszych czasach jest koniecznością, czy może to tylko zbędny luksus, z którego można zrezygnować?

Wciąż panuje stereotyp, że „życiówka” jest droga i że to zbędny wydatek.

Martwimy się o przyszłość, a jednocześnie myślimy: „jakoś tam będzie”. W momencie śmierci albo choroby słyszymy komentarze otoczenia „było się ubezpieczyć”.

Rozważając kwestię posiadania polisy na życie warto się zastanowić, czy nasza śmierć oznaczałaby kłopoty finansowe dla rodziny, czy dysponujemy odpowiednią poduszką finansową i wiemy, że po naszej śmierci rodzinie niczego nie zabraknie.

Jeśli nie mamy odpowiednich oszczędności i nasza śmierć oznaczałaby kłopoty finansowe rodziny – warto rozważyć posiadanie odpowiedniej polisy na życie.

Wciąż jednak świadomość dotycząca ubezpieczeń na życie jest niska i niewielu z nas decyduje się na posiadanie polisy. Gdy rozsądnie pomyślimy o przyszłości i spróbujemy znaleźć odpowiedź na pytanie: skąd moja rodzina weźmie pieniądze, jak mnie zabraknie, przychodzi nam do głowy polisa na życie. W ubezpieczeniu na życie nie chodzi tylko o siebie, ale o najbliższych. Polisa na życie pozwala na utrzymanie stabilności finansowej rodziny po śmierci ubezpieczonej osoby.

Jest dobrym zabezpieczeniem, gdy bierzemy kredyt na mieszkanie lub dom z drugą połówką. W przypadku śmierci lub choroby jednej z osób, gdy druga osoba sama nie będzie w stanie podolać spłaty – wówczas polisa stanowi zabezpieczenie zobowiązań finansowych.

Jest nie tylko zabezpieczeniem bliskich w razie naszej śmierci, ale może być także wyjątkowym wsparciem dla nas w razie wypadku i choroby, gdy musimy podjąć leczenie, rehabilitację czy poddać się operacji.

Spróbujmy wyobrazić sobie sytuację, że w wypadku ginie ojciec, który zarabia na utrzymanie całej rodziny. Żona zostaje z trójką dzieci. W przypadku, gdy posiadał on odpowiednią polisę na życie, żona otrzyma całą kwotę, jaka została w niej

wskazana. Posiadanie przez męża polisy pozwoli na zapewnienie rodzinie płynności finansowej przez określony czas.

Jeśli w wypadku zginęłaby też żona, wskazana przez męża jako osoba, której należy wypłacić świadczenie (uposażony podstawowy), to pieniądze mogą otrzymać dzieci (uposażeni zastępczy).

Warto także wiedzieć, że pieniądze z ubezpieczenia nie stanowią masy spadkowej, co pozwala na szybkie otrzymanie środków przez uposażonych niezależnie od postępowania spadkowego. Wybierając polisę ubezpieczenia na życie zwróćmy uwagę na:

- sumę ubezpieczenia – powinna być na tyle wysoka, by zapewnić płynność finansową. Trzeba przemyśleć, ile pieniędzy potrzebują najbliżsi po naszej śmierci np. dzieci, aby móc ukończyć szkołę, na jak długi okres potrzebne jest zabezpieczenie. Istotną kwestią jest więc oszacowanie wydatków i podjęcie decyzji czy wybrana suma ubezpieczenia jest wystarczająca.
- wysokość składki – warto indywidualnie przeliczyć wydatki i zastanowić się, czy jest odpowiednia do naszych możliwości finansowych.
- zakres ubezpieczenia – zobaczyć dokładnie jakie ryzyka, oprócz ryzyka zgonu, znajdują się w zakresie.
- okres trwania umowy ubezpieczenia.
- karencje, czyli okresy zaraz po zawarciu umowy ubezpieczenia, podczas których ubezpieczyciel nie udziela ochrony lub jest ona ograniczona – w poszczególnych umowach dodatkowych mogą być one inne.

Ubezpieczamy majątek – domy i samochody, a zapominamy o tym, co najważniejsze o ubezpieczeniu naszego życia, które gwałtownie się zmienia. Pojawiają się choroby, wypadki, śmierć. Wówczas ubezpieczenia na życie „przychodzą” nam z pomocą – są wyjątkowym wsparciem finansowym dla nas i naszych rodzin.

Często słyszymy: „nie mam polisy na życie, bo mnie nie stać” – ale czy aby na pewno? Może warto zastanowić się, czy potrzebna nam kolejna torebka czy buty w szafie, albo czy codziennie musi przytrafiać się nam „kawa na mieście”. Przykładowo – wydając codziennie 10 zł na ową kawę, w skali tygodnia tracimy 70 zł, w skali miesiąca to już 300 złotych. Warte zastanowienia. Podsumowując nasze wydatki i dochodząc do wniosku ile pieniędzy wydajemy na zupełnie zbędne rzeczy – może

Może warto zastanowić się,
czy potrzebna nam kolejna
torebka czy buty w szafie, albo
czy codziennie musi przytrafiać
się nam „kawa na mieście”.
Przykładowo – wydając
codziennie 10 zł na ową kawę,
w skali tygodnia tracimy 70
zł, w skali miesiąca to już 300
złotych. Warte zastanowienia.

warto z naszego budżetu wyeliminować niepotrzebne wydatki i zadbać o odpowiednią, dostosowaną do naszych indywidualnych potrzeb – polisę na życie. ●





ALE HISTORIA! NIE ZNACIE? **TO POSŁUCHAJCIE**



Joanna Mijakowska
SGB-Bank SA

Wszystko ma swoją historię. Nasza ojczyzna, rodzina, firma, nawet my sami mamy historię. Ubezpieczenia też mają historię. Te w Polsce i te na świecie.

Można powiedzieć, że ubezpieczenia są stare jak świat. Od kiedy człowiek zaczął posiadać przedmioty, od tego momentu chciał je chronić, a ubezpieczenia to nic innego jak ochrona. Ochrona przed skutkami utraty bądź zniszczenia. To w przypadku ubezpieczeń dla przedmiotów (ubezpieczenia majątkowe). A co z ubezpieczeniami dla człowieka? Nazywamy je osobowymi, często bardziej precyzyjnie, ubezpieczeniami na życie.

Historia ubezpieczeń na życie

jest krótsza niż ubezpieczeń majątkowych. Czyżby mienie było ważniejsze od życia? Wydaje się, że dzisiaj również częściej posiadamy polisę na samochód, czy dom niż na życie.

Najstarsza znana obecnie polisa na życie była zakupiona w roku 1583 dla angielskiego kupca handlującego solą. Jej składka wynosiła 8 funtów, a suma ubezpieczenia 100 funtów (obecnie równowartość około 35 tys. funtów); co ciekawe, jak podają źródła, wypłata z tej polisy poprzedzona była rozprawą w sądzie, gdyż gwarant świadczenia (obecnie określany ubezpieczycielem) nie chciał dokonać wypłaty

na rzecz beneficjenta, dziś powiemy – uposażonego. Taka to historia.

Ubezpieczenia majątkowe znane są od IV w. p.n.e. W starożytnej Grecji i Rzymie elementy ubezpieczenia miały tak zwane pożyczki morskie. Środki przeznaczone na zakup towarów, budowę statków tylko wtedy wracały do wierzyciela, kiedy transport kupionych towarów bezpiecznie dopłynął do portu docelowego.

Za czasów Hammurabiego, ponad 2000 lat temu, uczestnicy karawan umawiali się między sobą, że solidarnie będą pokrywali straty każdego z członków karawany. Często dotyczyło to zakupu nowego wielbłąda, jeśli poprzedni padł. Wtedy współtowarzysze podróży składali się na zakup nowego zwierzęcia dla poszkodowanego kupca.

Kolejne znane przykłady wspólnego pokrywania start są da-

towane na wiek XIV. Włoskie księstwa, Genua i Florencja, panowały wtedy na morzach i oceanach oraz w ubezpieczeniach morskich. Armatorzy wspierali się poprzez wzajemne ponoszenie kosztów zakupu nowych statków po ich zatonięciu i wypłacali środki za utracony surowiec czy towar. Wiadomo, że bez zysków. „Pechowiec” wiedział, że odzyska chociaż pieniądze wyłożone na zakup towarów.

Na przełomie XV i XVI wieku

najbardziej popularne stały się ubezpieczenia morskie. Działania ochronne przesunęły się

Za czasów Hammurabiego, ponad 2000 lat temu, uczestnicy karawan umawiali się między sobą, że solidarnie będą pokrywali straty każdego z członków karawany. Często dotyczyło to zakupu nowego wielbłąda, jeśli poprzedni padł. Wtedy współtowarzysze podróży składali się na zakup nowego zwierzęcia dla poszkodowanego kupca.





na obszary Hiszpanii, Francji i Anglii, które zdominowały transport morski, a ubezpieczenia stały się już samodzielną instytucją obrotu gospodarczego i wprowadzono odrębne uregulowania prawne dla ubezpieczeń.

Lloyds to najstarsza działająca do dziś organizacja ubezpieczeniowa. Jej początki są datowane na drugą połowę XVII wieku. Pierwotnie syndykaty były powoływane na przedsięwzięcie, np. jedną podróż, jeden transport czy odrębną inwestycję np. budowę. Następnie w wyniku specjalizacji poszczególne syndykaty zajmowały się danymi dziedzinami gospodarki np. finansami czy transportem, przede wszystkim morskim, bądź ogromnymi inwestycjami budowlanymi.

Pierwsze zarobkowe zakłady ubezpieczeń na życie powstały w Anglii na przełomie XVII i XVIII wieku i działały w formie towarzystw wzajemnych. W takim przypadku, grupa osób zbierała środki finansowe, które były wypłacane „beneficjentom” w chwili śmierci jednego z członków takiego towarzystwa.

A jak to bywało w Polsce?

Dostępne dzisiaj informacje o pierwszych ubezpieczeniach na ziemiach polskich pochodzą z XIX wieku. Wtedy to Fryderyk Wilhelm III Pruski powołał do życia Towarzystwo Ogniove dla Miast w Prusach Południowych. Co ciekawe, towarzystwo miało dwie dyrekcje główne. Jedna dyrekcja miała siedzibę w Poznaniu, a druga w Warszawie. Prusy Południowe (w latach 1793-1807) obejmowały tereny II. i częściowo III. rozbioru Polski. Stolicą prowincji był Poznań, a następnie Warszawa, lecz administrowano nią bezpośrednio z Berlina. W związku z pojawieniem się Towarzystwa na właścicieli domów nałożono obowiązek ubezpieczenia się. Tak powstał obowiązek opłacania ubezpieczenia w miastach, który po roku funkcjonowania rozszerzono również na budynki wiejskie. Wkroczenie Napoleona na nasze ziemie położyło kres działalności obu dyrekcji, a środki z kasy zostały zrabowane przez Francuzów. Towarzystwo stało się niewypłacalne – zbankrutowało. Trochę szkoda, że nie było ubezpieczenia od skutków kradzieży

gotówki. A może zadziałało tu wyłączenie dotyczące działań wojennych?

Francuzi powołali na ziemiach polskich odrębne Towarzystwa Ogniove, które po powstaniu listopadowym, zostały przejęte przez Rosjan, a car Mikołaj nakazał pokrycie strat ogniowych

powstałych po tym zrywie narodowościowym właśnie ze środków owych Towarzystw Ogniowych. Mimo, że ubezpieczenia zostały zapoczątkowane na ziemiach zaboru pruskiego, ich działalność najlepiej rozwinęła się na terenie zaboru rosyjskiego. Choć i w zaborze pruskim istniały różnego typu towarzystwa ubezpieczeń wzajemnych. Galicja nie odstawała od pozostałych części byłej Polski, posiadając własne towarzystwa ubezpieczeń wzajemnych bądź zakłady ogniowe. Jednym z głównych celów wszystkich instytucji zajmujących się ochroną ubezpieczeniową była ochrona i odnawianie zniszczonych przez pożar budynków mieszkalnych i fabryk, a także wiele działań prewencyjnych. Należały do nich między innymi: zakładanie jednostek straży ogniowych, finansowe wspieranie akcji władz w zakresie

budowy zbiorników wody, udzielanie pożyczek na budowę ogniotrwałych zagród czy finansowanie badań meteorologicznych w zakresie opadów gradowych.

Taki stan rzeczy utrzymywał się

do powstania niepodległej Polski. W 1920 roku w Poznaniu powstało Towarzystwo Reasekuracyjne „Warta”, którego siedzibę przeniesiono do Warszawy w roku 1931. Historię tak zapoczątkowanej firmy dziś kontynuuje Towarzystwo Ubezpieczeń i Reasekuracji „Warta”. W roku 1921 w Polsce sejm uchwalił powszechny obowiązek posiadania ubezpieczenia od ognia i powołał do życia protoplastę dzisiejszego PZU, czyli Polską Dyrekcję Ubezpieczeń Wzajemnych.

Po II wojnie światowej oba zakłady (Warta i PZU) podzieliły między siebie polski rynek ubezpieczeniowy. PZU obsługiwał obywateli i rynek krajowy, Warta w dużej mierze handel zagraniczny oraz transport międzynarodowy, w tym morski. ●

W roku 1990 została uchwalona przełomowa ustawa o działalności ubezpieczeniowej. Otwierała ona polski rynek ubezpieczeniowy na nowe podmioty, których powołano kilkanaście w pierwszych latach obowiązywania ustawy. Jak wynika z raportu ISI Emerging Markets Group (EMIS) w roku 2021 polski rynek ubezpieczeniowy był największy w Europie Środkowo-Wschodniej. Polacy zapłacili za swoje polisy ponad 69 mld zł. *(w chwili oddawania materiału, nie opublikowano wyników za rok 2022)*

Do napisania powyższego artykułu zainspirowała mnie publikacja pt. „Ubezpieczenia na życie” zamieszczona na stronie KNF, której autorem jest Paweł Lizak. Podczas pisania artykułu, dodatkowo korzystałam ze strony www.historia.gov.pl oraz stron internetowych różnych ubezpieczycieli.





CZY MASZ PLAN B?

MAREK BUSZKIEWICZ

Zaledwie 44 procent Polaków korzysta z ubezpieczenia na zdrowie i życie, a jednocześnie tylko co trzeci mieszkaniec naszego kraju ma oszczędności pozwalające przetrwać kilka miesięcy w przypadku nieszczęśliwego zdarzenia. Dlaczego tak rzadko korzystamy z ubezpieczeń?

Wyniki najnowszego badania firmy ubezpieczeniowej Wiener wskazują, że co drugi Polak uznaje rodzinę jako wartość w swoim życiu nadrzędną. 37% respondentów przyznaje, iż tą wartością jest zdrowie. Mniej niż co trzecia osoba (27%) ocenia, iż w przypadku choroby ma oszczędności, które pozwalają przetrwać dwa miesiące. Bez żadnej poduszki finansowej żyje 31 procent Polaków.

Co sprawia, że brniemy w oczywisty paradoks – wskazujemy rodzinę i zdrowie, jako wartości najważniejsze w naszym życiu, a jednocześnie robimy tak mało, by zabezpieczyć siebie i najbliższych na okoliczność nieszczęśliwych wydarzeń?

Część osób uznaje, iż ubezpieczenia nie mają większego sensu, bo „to tylko składki i żadnego pożytku”. Innych odstrasza wysokie ceny ubezpieczeń oraz – uwaga – niezrozumiały język umów ubezpieczeniowych. Z łatwością można też znaleźć Polaków, którzy wątpią, by towarzystwa ubezpieczeniowe rzeczywiście wypłaciły im odszkodowanie.

Zawsze w takich przypadkach przychodzi mi na myśl mój dobry znajomy, nieżyjący już ślusarz Bronek. Był w pełni sił witalnych i zdrowia, kiedy podczas jednej z rozmów namówiłem go do ubezpieczenia.

Dziwiło mnie, że kto jak kto, ale on, na stałe pracujący z maszynami, które łatwo mogą zrobić krzywdę człowiekowi, nie ma żadnego ubezpieczenia. Ani on, ani jego rodzina.

Nie jestem agentem ubezpieczeniowym, nie miałem żadnego interesu, by namówić 55-letniego przyjaciela na ubezpieczenie. Ale... wywołałem w nim racjonalną refleksję i po kilku tygodniach Bronek przyznał, że ubezpieczył siebie i swoją rodzinę. Swoje ubezpieczenie, od niezdolności do pracy i następstw nieszczęśliwych wypadków, wycenił na 250 tysięcy złotych. Składka miesięczna wyniosła go około 350 złotych.

Temat zniknął z naszych rozmów na kilka lat, aż wiosną 2021 roku okazało się, iż Bronek zachorował; miał nowotwór. Rok później zmarł. Historia tragiczna, choć przecież nierzadka, ciekawa natomiast była reakcja rodziny Bronka tuż po jego śmierci: – Bardzo ci dziękujemy – usłyszałem od jego żony – że namówiłeś wtedy Bronka na ubezpieczenie. Nie wiem, co byśmy zrobili bez tych pieniędzy. Kasy z warsztatu starczyło nam na cztery

miesiące leczenia, potem była wielka bieda, bo leki kosztowały coraz więcej, a mojej pensji brakowało nawet na życie. Pieniądze z ubezpieczenia były dla nas prawdziwie ostatnim ratunkiem.

Bronek zabezpieczył siebie i swoją rodzinę naprawdę dobrze. Żeby być do końca szczerym – ja ubezpieczyłem się... dopiero po jego śmierci. Bo choć nie mam do czynienia z niebezpiecznymi narzędziami, to nauczka z życiowego przypadku przyjaciela była wystarczającym argumentem.

Mam ubezpieczenie, mam plan awaryjny. Mam go także na wypadek zdarzeń losowych związanych z moim domem i innymi budynkami z naszego siedliska – nauczony doświadczeniem wolę dmuchać na zimne. Ubezpieczenie kilku obiektów (dom, stodoła, garaż, fotowoltaika, pompa ciepła) stojących w bliskim sąsiedztwie lasu i zagrożonych stale powtarzającymi się wichurami i burzami, kosztuje mnie około 1000 złotych

rocznie. To może jest dużo, ale pozwala mi spać spokojnie; w 2022 roku naliczyliśmy w naszej okolicy aż 11 tęgich burz i 3 naprawdę mocne wichury. Dla kogoś, kto przeżył huragan łamiący wielkie drzewa na powierzchni 300 hektarów lasu, takie informacje mają poważne znaczenie. Każda anomalia pogodowa to dziś potencjalne zagrożenie... A wracając do ubezpieczeń – jednostkowy przykład właściciela warsztatu ślusarskiego brzmi przekonująco, choć pewnie nie dla osób, które mają kłopot z zaoszczędzeniem kilkuset złotych miesięcznie, by zagwarantować sobie spokojną przyszłość. Ale to przecież nie musi być kilkaset złotych! Polska Izba Ubezpieczeń podaje ciekawy

przykład zgonu ubezpieczonego na skutek powikłań po operacji odsysania tłuszczu, którego rodzina otrzymała 453 tys. zł przy składce ubezpieczeniowej 88 zł miesięcznie...

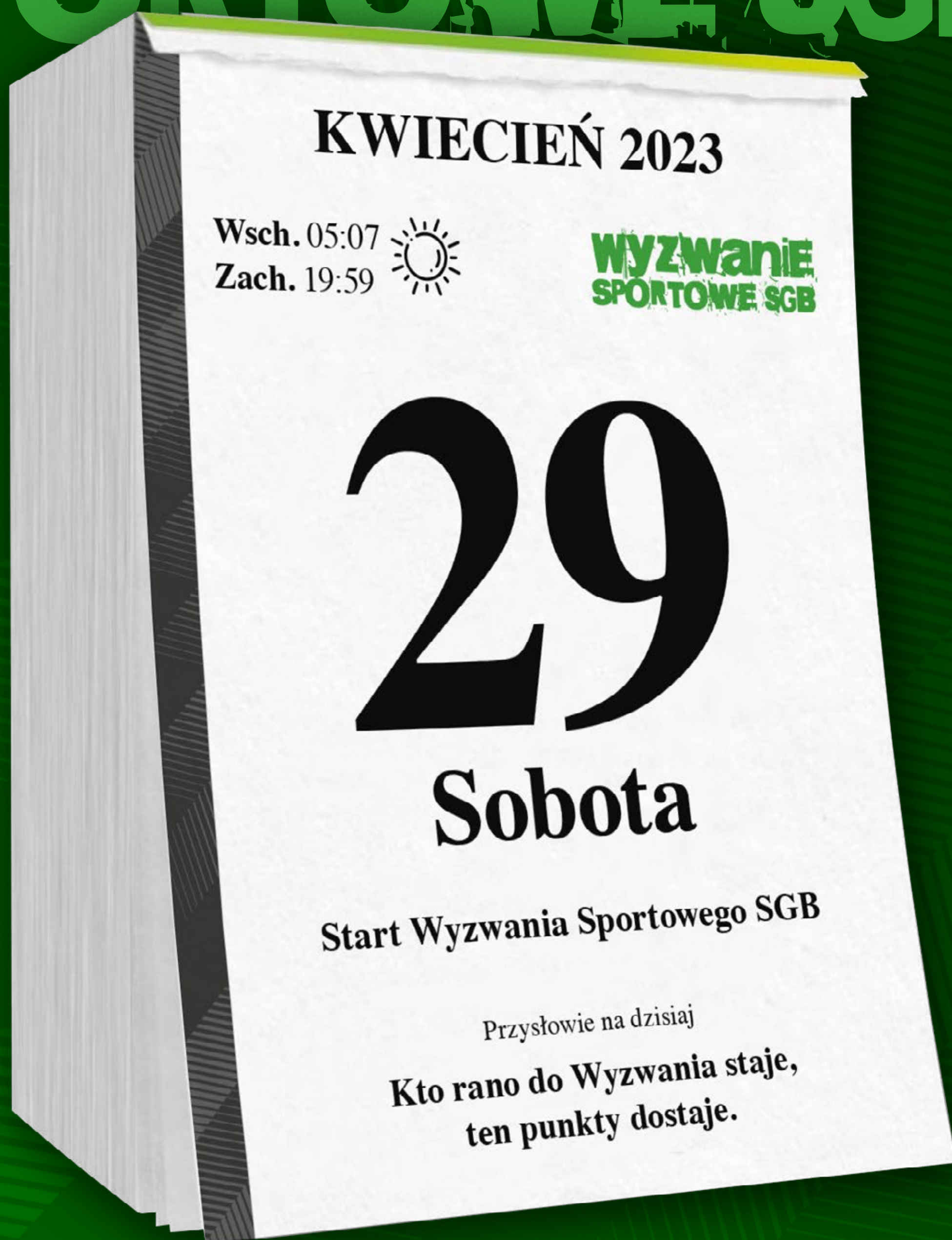
Co ciekawe, Polacy chętniej wykupują ubezpieczenia majątkowe niż polisy na życie. Byłem klasycznym przykładem tej tendencji... Wolimy opłacać składkę na ubezpieczenie domu od pożaru i AC samochodu niż ubezpieczać samych siebie. To sytuacja odwrotna niż w większości państw zachodniej Europy; według danych Polskiej Izby Ubezpieczeń tylko 1 na 10 Polaków wykupuje polisę, która chroni jego i najbliższych w razie poważnego wypadku losowego. Czy dlatego, że uznajemy polisę za towar luksusowy?

Plan B to plan na życie i nieprzewidziane okoliczności. Wszystko może się zdarzyć, każdy losowy wypadek. Ubezpieczenie to koszt, który może ważyć na naszym miesięcznym budżecie, ale jednocześnie polisa świętego spokoju. Zabezpieczenie na wypadek, gdyby... ●

Nie jestem agentem ubezpieczeniowym, nie miałem żadnego interesu, by namówić 55-letniego przyjaciela na ubezpieczenie. Ale... wywołałem w nim racjonalną refleksję i po kilku tygodniach Bronek przyznał, że ubezpieczył siebie i swoją rodzinę. Swoje ubezpieczenie, od niezdolności do pracy i następstw nieszczęśliwych wypadków, wycenił na 250 tysięcy złotych. Składka miesięczna wyniosła go około 350 złotych.



WYZWANIE SPORTOWE SGB



Przed startem pobierz aplikację!



Google Play



App Store

PÓŁMETEK STRATEGII SGB „OTWIERAMY PRZYSZŁOŚĆ”



Łukasz Musiański

SGB-Bank SA

Przymierzając się do napisania tego tekstu myślę, że dobrze byłoby powrócić do pytania, które wielokrotnie przewijało się i przewija w kuluarach i przy okazji korytarzowych rozmów w banku: czym tak naprawdę jest nasza strategia? Czym jest dokument strategii i po co w ogóle jest on potrzebny? Dlaczego jest tak ważny?

W dużym skrócie, nie próbując się zbytnio wymądrzać i sięgać do naukowych źródeł, strategia to jeden z najważniejszych dokumentów w firmie, który wyznacza kierunek działania przedsiębiorstwa w danym okresie czasu, w którym jednocześnie wskazuje się cele, na osiągnięciu których powinny skupić się wysiłki wszystkich pracowników.

Kawalek historii, czyli jak to wygląda w naszym banku?

W SGB-Banku w grudniu 2020 r. przyjęliśmy strategię na lata 2021-2024, która opiera się na czterech filarach:

- **Zrzeszeniowości** – w której koncentrujemy się na działalności zrzeszeniowej, stworzeniu dedykowanej struktury obsługi banków spółdzielczych SGB, wspólnej realizacji strategicznych inicjatyw zrzeszeniowych, promowaniu kultury współpracy, dialogu i odpowiedzialności,
- **Klientocentryczności** – czyli wspieraniu aktywnej współpracy z bankami spółdzielczymi SGB, rozwoju modelu sprzedaży skoncentrowanym na akwizycji i uproduktowaniu klientów oraz wsparciu dla lokalnych społeczności, model sprzedaży skoncentrowany na akwizycji i uproduktowaniu klientów,
- **Digitalizacji** – gdzie chcemy zwiększać obecność klientów Zrzeszenia w kanałach zdalnych, rozwijać wsparcie narzędziowe sprzedaży, automatyzację procesów IT i operacyjnych,
- **Efektywności** – czyli m.in. obniżeniu kosztów IT, optymalizacji

kosztów infrastruktury, cyberbezpieczeństwa oraz bezpieczeństwa systemu bankowego.

Powyższe fundamenty zostały uzupełnione planami rozwojowymi dotyczącymi kluczowych aspektów otoczenia i modelu biznesowego, tj.:

- **kadram** – pracownicy, jako najwyższa wartość, profesjonalizm, empatia, zrozumienie i bliskie relacje,
- **lokalnością** – lokalne więzi, zrozumienie klientów i ich potrzeb, bliskość relacji z klientami.

Nasza strategia zakłada ścisłą współpracę i wsparcie w ramach Zrzeszenia SGB. Jej skuteczna realizacja ma przyczyniać się do wzmocnienia struktur wewnętrznych, jak i pozycji rynkowej całego Zrzeszenia SGB.

Początek 2023 roku możemy określić jako półmetek jej realizacji, przy okazji więc warto pokusić się o podsumowanie podjętych i zrealizowanych działań i tego nad czym pracować będziemy w przyszłości.

Co osiągnęliśmy?

Naszą ocenę warto zacząć od spojrzenia na to, co już osiągnęliśmy i tutaj należy wrócić do szeregu działań, które z powodzeniem wdrożyliśmy w życie i z których aktualnie czerpiemy. Warto wspomnieć choćby o takich rzeczach, jak opracowany nowy model sprzedaży, który z powodzeniem jest wcielany w życie w kolejnych bankach spółdzielczych, dzięki czemu może następować dalsza koncentracja sieci sprzedaży i tym samym jej wzrost. W tym miejscu nie należy zapomnieć o menadżerach zrzeszeniowych, którzy dzięki swojej obecności w regionach służą wsparciem bankom spółdzielczym i zwiększają jakość naszej współpracy. A jak już mówimy o sprzedaży, to grzechem byłoby nie wspomnieć o rozwijającym się leasingu.



REALIZACJA STRATEGII POSTĘPUJE

Maciej Kłosowski
Prezes Zarządu Ludowego Banku Spółdzielczego w Obornikach



Jedno jest pewne: strategia powstawała przy aktywnym współudziale banków spółdzielczych - my również mieliśmy wpływ na to, jakie priorytety ustalono oraz kierunki rozwoju chcieliśmy uzyskać w perspektywie następnych kilku lat. I należy szczerze powiedzieć, że realizacja strategii postępuje. Czy realizacja kolejnych jej punktów jest idealna? Odpowiedź brzmi NIE.... I nigdy nie będzie! Nie będzie odpowiadać wszystkim i nie będzie dostosowana do każdego z nas. Jednak trzeba docenić, że jeśli się ma plan (czytaj Strategię) i się go realizuje, to jednak posuwamy się do przodu. Alternatywą byłoby nie sporządzanie strategii, albo stworzenie jej byle jak, nie zapraszając banków i ekspertów do jej stworzenia... Ale czy prędkość rozwoju byłaby wówczas taka sama? To już każdy z nas musi odpowiedzieć sobie sam. Uważam, że warto było uczestniczyć w procesie tworzenia Strategii i móc mieć wpływ na to, jakie procesy chcemy rozwijać szybciej.

gu, gdzie cały czas aktywnie budowane są kolejne konsorcja. Optymalizacja procesu kredytowego również dała wymierne korzyści w 2022 roku i z początkiem 2023 roku udostępniamy zoptymalizowane narzędzia i dokumentację pomagające jeszcze łatwiej i szybciej udzielać kredytów klientom. Dalszy rozwój Platformy SGB i kolejnych usług oraz procesów oferowanych bankom na tej platformie również znacząco wpły-

wa na jakość i szybkość obsługi klientów przez pracowników banków Zrzeszenia.

Warte odnotowania są również osiągnięcia związane z opracowaną segmentacją klientów na tym polu. Udało się zbudować ofertę dla zidentyfikowanych 5 segmentów klientów detalicznych, gdzie każda oferta jest skrojona na miarę potrzeb klienta. W zakresie segmentacji klientów firmowych prace wchodzą w kluczowy moment. Idąc dalej, skutecznie wdrożona strategia komunikacji marki wyznacza nam jasne kierunki, w których powinniśmy zmierzać, by jeszcze lepiej być postrzeganym przez klienta i rynek oraz nawiązać z nim odpowiednią więź.

Wiele działa się także na polu automatyzacji procesów, gdzie zajęliśmy się skutecznie poprawą obszarów płatności i gdzie kolejne systemy oraz usługi wpływają na poprawę jakości naszej wspólnej pracy, a takie narzędzia jak trwałe nośniki wdrażane są w kolejnych bankach, jeszcze bardziej je cyfryzując. To oczywiście nie koniec; wiele działań w obszarze cyfryzacji procesów jeszcze przed nami.

Wiele pracy poświęciliśmy także na wycenę usług w ramach Zrzeszenia, co pozwoliło nam jeszcze lepiej podchodzić do oferowanych bankom usług i być konkurencyjnym na tym polu.

Po pierwsze: fundament

Skoro już mówimy o usługach, to zaczniemy od absolutnego fundamentu czyli jakości i poprawy stabilności naszej infrastruktury – aktywność w tym obszarze zaowocowała znaczącą poprawą tej sfery działalności naszego banku i pozwala z uniesioną głową patrzeć w przyszłość.

Jak już mówimy o usługach i produktach, pierwsza połowa realizacji naszej strategii to szereg nowych usług i produktów oferowanych bankom spółdzielczym i naszym klientom.

Kontynuowaliśmy prace związane z mobilnym przyspieszeniem i tutaj warto wspomnieć o takich usługach, jak choćby „Konto na selfie” czyli możliwość otwierania konta wprost z aplikacji mobilnej bez wizyty w oddziale banku. To również usługa Autopay, pozwalająca w jednym miejscu zarządzać przejazdami na autostradach. Udostępniliśmy także możliwość pełne-



OTWIERAMY PRZYSZŁOŚĆ

- DOBRO KLIENTA
- DOBRO GRUPY
- CYFROWA MOC
- EFEKTYWNOŚĆ
- PRACOWNICY
- LOKALNOŚĆ



go procesowania wniosku o kredyt gotówkowy online, usługę Blik na telefon, a co równie ważne – wdrożyliśmy pełnoprawną aplikację mobilną dla klientów firmowych, a dla klientów indywidualnych – program lojalnościowy „Bezcenne Chwile” oraz możliwość zakładania lokat na nowe środki. Przy tym wszystkim, mając na uwadze czyhające niebezpieczeństwa świata Internetu, wdrożyliśmy kolejne narzędzia w obszarze ochrony i zabezpieczenia środków klientów.

W obszarze cyberbezpieczeństwa i ochrony środków klientów, udostępniliśmy system antyfraudowy FDS, dzięki któremu środki naszych klientów i klientów banków spółdzielczych są chronione na najwyższym możliwym poziomie.

W 2021 r. Kapituła Konkursu Spółdzielcza Technologia Roku przyznała za ów system SGB-Bankowi I nagrodę w kategorii: Nowoczesne technologie w bankowości spółdzielczej, co niewątpliwie jest potwierdzeniem wysokiej jakości usług świadczonych i wdrażanych w Zrzeszeniu.

Bank w chmurze

Żaden bank nie obejdzie się bez rzetelnej analizy danych. Wiedza o kliencie nie byłaby kompletna, gdyby nie wsparcie w obszarze narzędzi do analizy danych i dobrze funkcjonującej hurtowni danych. W 2022 r. jako SGB-Bank przeszliśmy proces notyfikacji KNF dot. przetwarzania danych w chmurze i tym samym wdrożyliśmy hurtownię danych w chmurze, co w przyszłości wpłynie na szybkość i jakość wykonywanych analiz. Ten cel strategiczny został spełniony, a rok 2023 to rok, w którym będzie następował dalszy rozwój w obszarze sprawozdawczości zrzeszeniowej, nad którym dedykowane zespoły banku intensywnie pracują.

Przy okazji należy wspomnieć choćby o wsparciu banków Zrzeszenia w zakresie notyfikacji dot. przetwarzania danych w chmurze, tak, by banki mogły wdrażać i korzystać z „systemów chmurowych” przyspieszając i zwiększając jakość swojej pracy. Ten cel jest przed nami.

Skoro już zahaczamy o przyszłość, to może warto wspomnieć o planach, bo rysują się one równie ciekawie...

Co przed nami?

Jak wspominałem, rok 2023 to rok wielu działań w obszarze sprawozdawczości i wsparcia banków spółdzielczych Zrzeszenia SGB w kwestii wdrożenia do „chmury społecznościowej”, ale to tylko początek.

Obserwując rynek bierzemy pod uwagę zmieniające się w błyskawicznym tempie preferencje i przyzwyczajenia klientów, i coraz większą chęć korzystania z narzędzi mobilnych. W 2023 r. będziemy wdrażać nową ofertę dla młodych i jako wsparcie dla niej przygotujemy dedykowaną aplikację mobilną zgodnie z zapisami naszej strategii dot. rozwijania usług i produktów dla

SZANSA NA SZYBKIE ZMIANY

Jolanta Nowakowska

Prezes Zarządu Banku Spółdzielczego w Lubrańcu

Mówiąc o Strategii Otwieramy Przyszłość chcę odwołać się jeszcze do znakomitej prezentacji przedstawionej przez wiceprezesa Zarządu SGB Banku Błażeja Mikę na ostatnim Konwencie w Józefowie, który mówił między innymi o tworzeniu nowej rzeczywistości, w której przychodzi działać bankom spółdzielczym.

Moim zdaniem ta Strategia daje nam realną możliwość znalezienia się w tej rzeczywistości szybkich zmian, jakie zachodzą w bankach i wokół naszych banków.

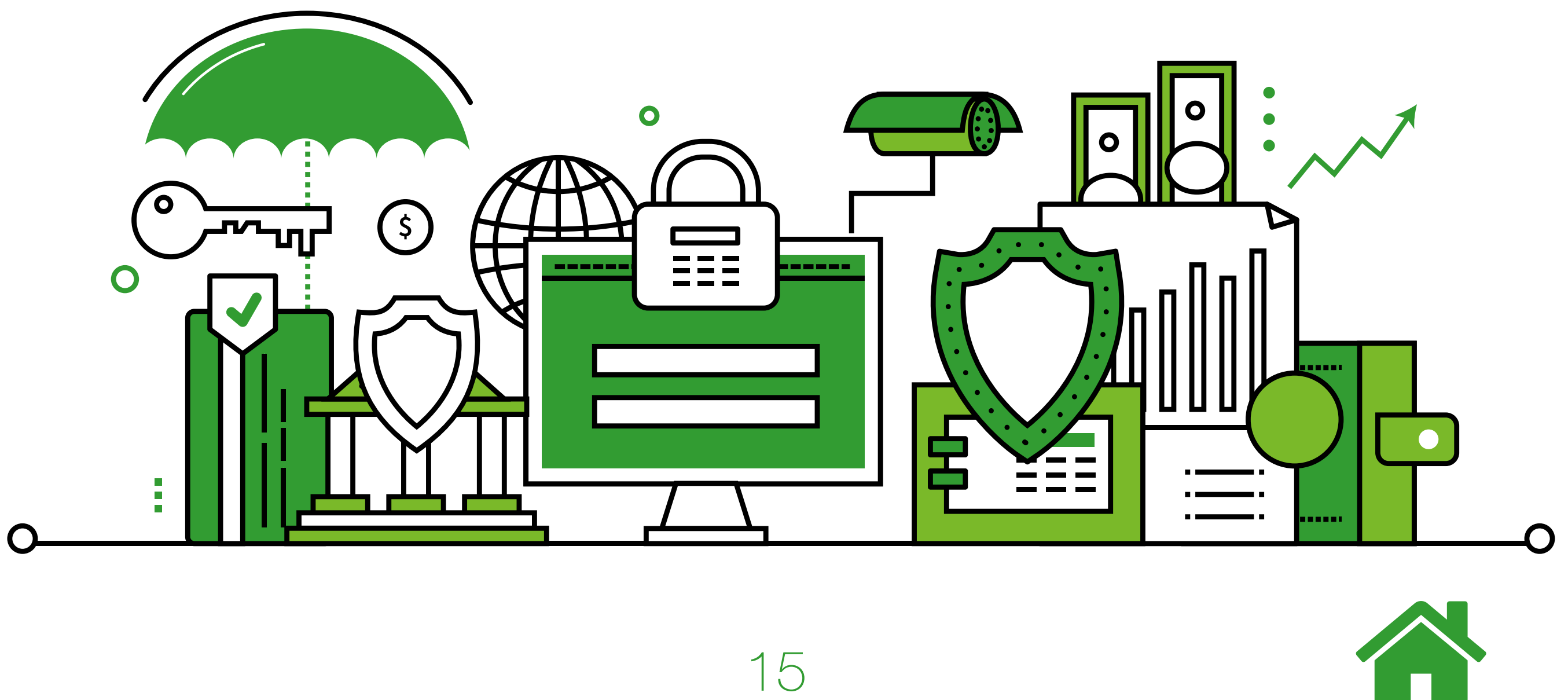
Warto przypomnieć, że Strategia Otwieramy Przyszłość jest oparta na czterech filarach: „Dobro klienta”, „Cyfrowa moc”, „Dobro Grupy” oraz „Efektywność”. Jest realizowana przez bank zrzeszający przy współpracy z bankami spółdzielczymi. Jej założenia są bliskie mnie i mojemu bankowi, który ma ambicje być nowoczesnym bankiem odpowiadającym na potrzeby najbardziej wymagających klientów. Tylko przy realizacji wspólnej strategii z bankiem zrzeszającym mamy takie możliwości – jeśli będzie ona nadal realizowana, osiągniemy niewątpliwie sukces.

odpowiednich segmentów klienta.

Wdrożymy również kantor w aplikacji mobilnej oraz program visa mobile, jak również udostępnimy konto na selfie dla innych systemów centralnych banków Zrzeszenia. Dalej rozwijamy obszar bankowości internetowej SGB24 i tutaj między innymi trwają prace nad implementacją rozwiązań z zakresu otwierania rachunków na click, zarządzaniem kanałami dystrybucji i zgodami klienta oraz integracją z e fakturą.

W dalszym ciągu będziemy rozwijali nasze Zintegrowane Rozwiązanie Zrzeszeniowe, czyli wspólny dla wszystkich banków jednolity system centralny. W 2023 r. planowany jest dalszy jego rozwój i dołączanie kolejnych banków oraz dalszy rozwój SUS (System Usług SGB).

Jednym z kolejnych wyzwań związanych nierozdzielnie z rozwojem i budową nowych produktów, ale też tak oczekiwaną w trudnych czasach optymalizacją kosztów, jest architektura – i tutaj mocny nacisk położymy na porządkowanie i optymalizację architektury procesów i systemów, budowę szyny danych oraz nacisk na systemy wytwarzane w technologii „low-code”.



DOBRCZE ZAADRESOWANO PRIORYTETY

Piotr Pniewski

Prezes Zarządu Banku Spółdzielczego w Raciążu



Podczas tworzenia strategii Banku SGB SA, prawie trzy lata temu nikt, z osób biorących udział w tym projekcie nawet nie podejrzewał, jak mocnej presji czynników zewnętrznych zostaną poddane nasze założenia co do przyszłości np. poziomu stóp procentowych. Ostatnie kilkanaście miesięcy to czas dużej zmienności i niepewności w gospodarce światowej, polskiej, ale i w samym sektorze bankowym. „Czarne łabędzie” krążą nad światem.

Uważam, iż dobrze zaadresowano priorytety i udało nam się zbudować uniwersalną strategię, nawet na tak niepewne czasy. Oczywiście, jak w wielu innych strategiach, główny akcent został położony na kliencie, rozumianym również jako bank spółdzielczy zrzeszenia, a strategię zrzeszenia SGB i Banku SGB są komplementarne i opierają się na tych samych filarach.

Równie silnie zaakcentowano w strategii rozwój informatyczny, pod hasłami Cyfrowa Moc i Mobilne Przyspieszenie, połączony z szeroko pojętym bezpieczeństwem.

Mam nadzieję, że obszar technologii jeszcze bardziej przyspieszy i pozwoli w szybszym tempie oferować rozwiązania wszystkim bankom zrzeszenia bez względu na wykorzystywany przez nie system bankowy. Wiem, iż utrzymanie tempa rozwoju i pozycji, jaką, z nie małym wysiłkiem i w niespotykanym tempie osiągnięto, niełatwo będzie utrzymać. Jednak technologia to tylko narzędzie do uzyskania celów efektywnościowych. Czas, aby zaczęły pojawiać się efekty finansowe wdrożonych projektów, poprzez monetyzację tego, co udało się zbudować w obszarze technologii.

Twierdzę, że cele postawione w strategii są ambitne, ale jednocześnie realne do osiągnięcia, oczywiście przy odpowiednio dużym wkładzie pracy. Tego, co już uzyskano, nie udałoby się osiągnąć bez wsparcia banków spółdzielczych, które zaufały Zarządowi Banku SGB, uwierzyły w realność postawionych celów i wsparły kapitałowo bank zrzeszający. Wierzę, że tej strategii nie spotka los zakurzonego „pułkownika”. Strategia żyje, jest realizowana, została zaktualizowana o zapisy dotyczące zrównoważonego rozwoju ESG. Wiele projektów zostało już domkniętych, inne czekają na realizację. Te dwa lata pokazały, że cele są w zasięgu, lecz to nie koniec i jeszcze dużo pracy przed nami.

Wszystko dla klienta!

W dalszym ciągu szczególne znaczenie ma optymalizacja kosztów działalności bankowej, której głównym instrumentem może stać się właściwie funkcjonująca struktura back office, niezbędna w działalności banków i mająca ogromny wpływ na ich wyniki finansowe oraz relacje z klientami. Cyfrowy obieg dokumentów, podpis cyfrowy, paperless, automatyzacja i optymalizacja procesów nie tylko wpłynie na obniżkę kosztów, ale poprawi też jakość obsługi wewnątrz Zrzeszenia i ofertę dla konsumentów.

Bardzo mocno pracujemy nad dalszym usprawnieniem procesu kredytowego dla klienta instytucjonalnego, by na przełomie 2023 i 2024 roku móc zaoferować system informatyczny wspomagający pracowników w szybkiej analizie klienta i udzieleniu kredytu klientowi firmowemu.

Jeśli mówimy o kredytach, to nierozzerwalnie łączy się z nimi proces restrukturyzacji i windykacji, w tym obszarze również będziemy pracowali nad budową narzędzi informatycznych, wspierających i optymalizujących te procesy.

Nie poprzestając na tym, dalej będziemy rozwijać system antyfraudowy FDS o kolejne narzędzia jeszcze lepiej chroniące kapitał naszych klientów. W zakresie cyberbezpieczeństwa należy wspomnieć o pracach w projekcie SOC24, który ma

na celu m.in. reorganizację obszaru cyberbezpieczeństwa. Nadrzędnym celem tych inicjatyw jest podnoszenie bezpieczeństwa oferowanych klientom produktów i usług bankowych oraz zabezpieczenie środków zgromadzonych na rachunkach klientów.

Na sam koniec, choć jest to równie ważne, jak inne wspomniane przeze mnie działania, należy pokreślić dalsze prace i wysiłki włożone w prace w obszarach regulacyjnych, jak choćby nowy wskaźnik WIRON, SInF i inne, które regulator podsyła do implementacji.

Spinając jedną klamrą wyzwania, które stoją przed nami w kolejnych okresach realizacji Strategii, jednym z kluczowych zadań jest na pewno skupienie się na ludziach, czyli rozwój i pozyskiwanie odpowiednich kompetencji, by móc sprostać wyzwaniom, które stawia przed nami strategia, rynek i klient. To samo dotyczy cyberbezpieczeństwa, by móc skutecznie chronić kapitał naszych klientów oraz standaryzacji procesów i usług w Zrzeszeniu, by usługi i systemy były coraz lepsze i dostępne dla banków oraz ich klientów. To również optymalizacja architektury aplikacji, która nierozzerwalnie łączy się z optymalizacją kosztów m.in. IT. I na koniec temat zawsze aktualny, czyli sprostanie nowym wymagom regulacyjnym. ●



OTWIERAMY

PRZYSZŁOŚĆ





Banki Spółdzielcze

**Dobrze dbać
o siebie nawzajem**

WIRON ZAMIAST WIBOR-u ARMATA CZY KAPISZON?

JERZY JAROSIŃSKI

Rok 2023 przyniósł istotną zmianę w konstrukcji kredytów mieszkaniowych. Od teraz banki mogą oferować „hipoteki”, których oprocentowanie opiera się o nowy wskaźnik – WIRON. Instytucje finansowe po raz kolejny muszą dostosować swoją ofertę do wymagań regulacyjnych. Czy jednak zmiany będą rzeczywiście korzystne dla klientów?

Administratorem WIRON-u i WIBOR-u jest spółka GPW Benchmark, podmiot zależny od Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie. Oba wskaźniki odzwierciedlają cenę pieniądza na rynku międzybankowym. Jest jednak istotna różnica w analizowanych okresach czasu – WIBOR (Warsaw Interbank Offered Rate) bierze pod uwagę przyszłe transakcje (oprocentowanie pożyczek między bankami) w okresie np. 3 lub 6 miesięcy. Opiera się więc, z grubsza rzecz biorąc, na przewidywaniach rynku. Z kolei WIRON (Warsaw Interest Rate Overnight) wykorzystuje warunki rzeczywiście wykonanych transakcji depozytowych jednodniowych. W praktyce obecnie WIRON jest nieco niższy od WIBOR-u, co oznacza niższe raty kredytów mieszkaniowych. Jednak tak wcale nie musi być w przyszłości.

WIRON zastąpi WIBOR w 2025 r.

Zgodnie z mapą drogową Komitetu Sterującego Narodowej Grupy Roboczej ds. Reformy Wskaźników Referencyjnych działający przy KNF, WIBOR przestanie być stosowany prawdopodobnie na początku 2025 roku. Banki po raz kolejny zostały zmuszone do dokonania rewolucji w swojej ofercie. Część instytucji już się dostosowała i oferuje kredyty oparte o nowy wskaźnik – WIRON. Wkrótce dołączą do nich kolejne banki. Oba wskaźniki mogą być stosowane równolegle – zależy od decyzji klienta. I oczywiście od oferty banku, który już teraz może zdecydować się na wycofanie produktów opartych o WIBOR.

W ostatnich latach WIBOR nie miał dobrej prasy. Zarzucano mu m.in., że nie odzwierciedla realnych kosztów pożyczania pieniędzy. Sektor był nadpłynny, więc rzeczywistych transakcji na rynku było niewiele. W dużej mierze opierał się więc na przewidywaniach dotyczących tego, jak będzie kształtował się rynek stóp procentowych. Ostatnie miesiące przyniosły nam cykl podwyżek stóp NBP, więc automatycznie przewidywania rynku rosły, a wraz z nimi wskaźnik WIBOR i raty kredytów. WIRON w założeniu opiera się na faktycznie wykonywanych transakcjach, więc w praktyce nie będzie narażony na ewentualne „manipulacje” wynikające z prognoz.

Nie musi być znacząco taniej

Problem polega jednak na tym, że rewolucja we wskaźnikach nie oznacza automatycznie tego, że kredyty oparte o WIRON zawsze będą tańsze. Banki robią jednak to, czego oczekują od nich regulatorzy rynku. Czemu nie zawsze tańsze? W obecnych realiach, gdy teoretycznie istnieje jeszcze ryzyko wzrostu stóp procentowych, banki mogą ustalać koszt pieniądza na wyższym poziomie. W efekcie kredyty WIBOR-owe będą droższe od kredytów opartych o WIRON. Banki będą bowiem z wyprzedzeniem przewidywać ewentualne podwyżki stóp procentowych. Wcześniej czy później nastąpi jednak cykl obniżek stóp NBP. Wówczas WIRON będzie reagował z opóźnieniem w stosunku do WIBOR-u. WIBOR będzie musiał z wyprzedzeniem reagować na potencjalne zmiany na rynku, WIRON będzie oparty o rzeczywiste transakcje. Spadki oprocentowania kredytów nastąpią więc później.

Niektórzy ekonomiści uważają, że przy długich kredytach mieszkaniowych zamiana WIBOR-u na WIRON nie będzie niosła dla klienta aż tak fundamentalnych różnic. Wynika to bowiem z cykli koniunkturalnych – stopy raz rosną, raz spadają. Raz inflacja rośnie, raz spada. W długiej perspektywie WIRON może okazać się tańszy, ale przy przeciętnych kredytach będą to obniżki rzędu kilkudziesięciu złotych na racie. W cyklu życia całego kredytu będą więc nieznacznie odczuwalne. Obecnie wiele wskazuje na to, że cykl podwyżek stóp procentowych właśnie się zakończył. Za kilka miesięcy, być może na początku 2024 r. może dojść do sytuacji, że WIRON będzie nieznacznie wyższy np. od WIBOR-u 6M. Jak wspomniałem wyżej, WIRON będzie bowiem odzwierciedlał transakcje już dokonane, WIBOR „przewidywał przyszłość”.

Wskaźnik korygujący – języczek u wagi?

Na obecnym etapie nikt też nie może zagwarantować, że banki nie zdecydują się na podniesienie marży przy kredytach hipotecznych. Przypomnijmy, że obecnie jest to „WIBOR plus marża”, po zmianach będzie „WIRON plus marża”. Należy wziąć pod uwagę jeszcze jeden istotny wskaźnik. Do takiej konstrukcji kredytu zostanie doliczony przez banki tzw. „współczynnik korygujący”. Na razie nie wiadomo jeszcze w jakiej będzie on wysokości. Szczegóły poznamy dopiero w 2025 r. po ogłoszeniu odpowiedniego rozporządzenia przez Ministerstwo Finansów. Może się zatem okazać, że reforma współczynników nie będzie miała tak istotnego przełożenia na raty, jak niektórzy oczekują. ●



UMOWY KREDYTOWE Z WIBOR SĄ NIENARUSZALNE



Robert Azembski

Czy da się podważyć kredyty oparte o WIBOR? Dlaczego WIBOR jest wskaźnikiem pewnym, znanym i transparentnym? Czy klienci banków spółdzielczych mogą chcieć podważać umowy kredytowe? Może czasem wydawać się, że ten temat jest zupełnie błahy, warto jednak bacznie mu się przyglądać.

Gdy nie tak niedawno jeden z sądów wydał postanowienie o zabezpieczeniu, czyli zawiesił na czas procesu, stosowanie w kredycie złotowym wskaźnika WIBOR, wywołało to poruszenie, a nawet pewien niepokój nie tylko w środowisku bankowym. Czy klienci banków, zwłaszcza banków spółek – akcyjnych, którzy spłacają kredyty złote, mogą pójść drogą wygrywających w sądach frankowiczów, próbując podważać umowy kredytowe?

Chociaż sąd apelacyjny oddalił to zabezpieczenie i klient płaci raty tak jak dawniej, niektóre kancelarie prawne, dostrzegając nową przestrzeń do zarabiania, zwiększyły swoją aktywność. Ta aktywność może wyrażać ich gotowość do podważania umów kredytowych zawieranych z klientami indywidualnymi. Można to dostrzec także w mediach społecznościowych.

Na razie jednak działań prawnych podejmowanych w tym zakresie nie widać.

Czy tym samym oznacza to, że tematu już nie ma? Nie ma nawet kwestii potencjalnych problemów z kredytami opartymi o WIBOR? Uważam, że nic bardziej mylnego.

Szaleństwo prokonsumenckiej mody

Nie łudźmy się, że nas to, sektora banków spółdzielczych, nie dotyczy. Że my jesteśmy zupełnie inni od innych banków. Że nasze umowy są uczciwe. Prawnik jest od tego także, by znajdować słabe punkty tam, gdzie tylko się da. Wiele kancelarii prawnych nabyło już całkiem sporej wiedzy w zakresie produktów bankowych. A żaden pieniądz – jak to się brzydko nieraz określa – nie śmierdzi. Prawnicy, zachęceni sukcesami w sprawach frankowych, z pewnością będą rozglądać się za nowymi przychodami dla swoich kancelarii.

W opinii Ignacego Morawskiego, uznanego ekonomisty, obecnie szefa zespołu analiz SpotData w Bonnier Business Polska, ryzyko podważania także kredytów udzielanych w oparciu o WIBOR jest dostrzegane na rynku. Dostrzega je także nad-

zorca oraz bank centralny. W ostatnim raporcie o stabilności finansowej zauważono nawet, że tego rodzaju działania mogą mieć bardzo negatywny wpływ na gospodarkę.

Jednocześnie nie można nie docenić faktu, że kierunek orzecznictwa w Europie zmierza do ochrony praw konsumenta. I to bez względu na skutki ekonomiczne oraz wyzwania związane ze stabilnością finansową całych państw – powiedział naszej redakcji Ignacy Morawski.

Jeżeli miałoby się okazać, że w umowach kredytowych związanych z WIBOR są jakieś zapisy ograniczające prawa konsumentów, to ryzyko prawne związane z tymi umowami stanie się faktem. Podważenie wskaźnika WIBOR będzie trudne. Jak jednak pokazała historia z tak zwanymi kredytami frankowymi, czasem decydują tylko niuanse o charakterze prawnym – dodał Morawski.

Wątle podstawy do podważania

Nie powinno się nie doceniać możliwości, że nie tylko część kredytobiorców, ale i sądy, dostrzegą problem związany z kredytami opartymi o wskaźnik WIBOR. Jednak nadzieje niektórych klientów na to, że obniżą sobie w ten sposób raty kredytowe kosztem kredytodawców, są oparte na bardzo, ale to bardzo, wątpliwych podstawach. Jeśli jednak ten temat zacznie się w jakiś sposób ujawniać w sektorze banków spółdzielczych, warto już teraz mieć pod ręką zestaw racjonalnych argumentów. Po to chociażby, by potrafić rozwiać wątpliwości klientów na jak najwcześniejszym etapie, czyli podczas rozmowy z pracownikiem banku. Jakie więc są to argumenty?

Dlaczego kredyty z WIBOR są prawidłowe

Przede wszystkim: uwarunkowania dotyczące kredytów indeksowanych lub denominowanych do franka szwajcarskiego (tzw. frankowych) są odległe od uwarunkowań dotyczących znanych, powszechnie stosowanych i nigdy wcześniej nie kontestowanych kredytów złotych opartych o WIBOR. Dzieli te produkty wiele: sposób, w jaki były udzielane, stopień znajomości przez klientów oraz sama konstrukcja. Wskaźnik WIBOR oparty jest na obiektywnych i transparentnych danych pochodzących z rynku. Sposób jego ustalania był i jest powszechnie znany, a klienci byli i są dokładnie informowani, gdzie można znaleźć o nim szczegółowe informacje. Także regulamin sta-



wek referencyjnych publikowany jest na stronie administratora WIBOR czyli publicznie działającej i nadzorowanej spółki GPW Benchmark S.A.

WIBOR-u nie ustalają banki, a kredyt w rodzimej walucie nie jest naznaczony ryzykiem kursowym zależnym w dużym stopniu od decyzji zapadających poza Polską. Decydujący wpływ na zmienność WIBOR, a co za tym idzie na wysokość rat kredytowych, ma coś, czego nikt nigdy i w żaden sposób nie krył. Są to mianowicie ogłaszane publicznie decyzje Narodowego Banku Polskiego. Warto przypomnieć też o tym, publikowane w wielu miejscach i w sposób ciągły są stawki WIBOR trzymiesięcznego (3M), pociągają one za sobą aktualizację oprocentowania kredytu hipotecznego co trzy miesiące (począwszy od momentu uruchomienia kredytu). W przypadku WIBOR sześciomiesięcznego (6M) oprocentowanie jest aktualizowane co sześć miesięcy. Obie te rzeczy nie są ani tajemnicą, ani nawet nowością. Stawki te zawierają w sobie ewentualne podwyżki, a wcale nie tak rzadko także obniżki stóp procentowych przez NBP. Na podstawie danych przekazywanych przez banki, administrator wskaźnika WIBOR, spółka GPW Benchmark S.A., ustala aktualną jego wysokość. Dane do tych ustaleń przekazuje dziesięć banków, uzyskując wpływ na kształtowanie się wskaźnika (WIBOR nie tylko potrafi rosnąć, ale także spadać – były historycznie okresy bardzo niskiej stawki i warto o tym pamiętać i w razie potrzeby przypominać).

Banki spółdzielcze nie spekulują

Ci, którzy być może planują naruszać umowy kredytowe, zechcą to robić głównie w oparciu o kwestionowanie rzetelności właśnie wskaźnika WIBOR. Skoro stanowi o nim także wolumen zawieranych transakcji na rynku międzybankowym, a tych transakcji w ostatnim okresie jest niewiele, to czy faktycznie WIBOR oddaje rzeczywisty koszt pieniądza? – mogą pojawiać się wątpliwości.

Skoro banki uczestniczące w systemie WIBOR mają wpływ na kształtowanie się tego wskaźnika, to czy świadomie nie wpływają też na jego wysokość? Tym bardziej, że ustalanie aktualnej wysokości WIBOR odbywa się obecnie w głównej mierze w oparciu o deklaracje banków, a nie w oparciu o warunki rzeczywistych transakcji na rynku międzybankowym – zastanawia się na łamach portalu Prawo.pl radca prawny Wojciech Ostrowski z kancelarii Rachelski i Wspólnicy.

Nasza odpowiedź na takie rozważania może być jedna – nic nie wiemy o spekulacjach banków wskaźnikiem WIBOR, a banki spółdzielcze nie należą do grona instytucji kształtujących wskaźnik.

WIBOR – wiborem, lecz umowa jest umową

Może pojawić się jeszcze inne pytanie. Czy banki informowały

szczegółowo klientów o ryzyku związanym z kredytem? Najlepsza odpowiedź jest taka: oczywiście, że informowały. Informowały już przy udzielaniu kredytu i niczego przed klientami nie zatajały. Niezależnie od tego, w samych umowach odsyłało do regulaminu opracowanego i znajdującego się na stronie internetowej GPW Benchmark S.A.

Należy podkreślić, że na gruncie polskiego prawa sam me-

chanizm odesłania do wzorca umowy, na przykład regulaminu czy ogólnych warunków umowy, jest jak najbardziej dopuszczalny – dodaje ten sam prawnik, Wojciech Ostrowski z kancelarii Rachelski i Wspólnicy.

Zatem wszystko było i jest robione zgodnie z prawem. Ważną okolicznością, zbijającą ew. argumenty klientów o niedoinformowaniu o ryzyku jest ta, że w tym okresie, gdy w Polsce utrzymywane były rekordowo niskie stopy procentowe i wystąpił duży popyt na kredyty, wiele instytucji rynku, ogromna liczba ekspertów oraz sami bankowcy ostrzegali, że stopy procentowe mogą w przyszłości wzrosnąć. Że wraz z nimi podniosą się także raty kredytu i klienci powinni mieć to na uwadze. Były to publiczne ostrzeżenia. Media również się na ten temat

rozpisywały. Jeśli więc ktoś nie słuchał ostrzeżeń, to być może po prostu nie chciał ich słuchać? Deklarowany brak świadomości ryzyka związanego ze zmiennym oprocentowaniem kredytów, na dodatek po znanych już powszechnie doświadczeniach z frankowiczami, nie daje podstaw do podważania umowy kredytowej. Marny jest też argument o potrzebie wsparcia finansowego przez wymuszane prawnie obniżenie rat klientowi. Dla kredytobiorców naprawdę nie dających sobie rady z obciążeniami kredytowymi, jeszcze w 2016 r. powstał Fundusz Wsparcia Kredytobiorców. Zadaniem tego funduszu jest pomagać tym kredytobiorcom, którzy naprawdę znaleźli się w trudnej sytuacji finansowej.

Dlaczego teraz WIRON?

Bankowcy wskazują, że pierwsze hipoteki ze stawką WIRON wprowadzą do oferty najwcześniej w II kwartale, a bardziej możliwe, że na początku jesieni tego roku. Nie stanie się to dlatego, że wskaźnik WIBOR jest zły, tylko należy uaktualnić sposób wyceny wartości pieniądza. Zamiana stawek WIBOR na WIRON to dobra informacja dla klientów. Będzie łatwiej porównać oferty hipotek, a oprocentowanie będzie szybciej aktualizowane. Jest też szansa na to, że kredyty trochę potanieją. Umowy kredytowe, które zawierały banki spółdzielcze z klientami są nie tylko prawidłowe, ale także pomogły wielu z nich. Sektor banków spółdzielczych nie zgodzi się na ich podważanie, co skutkowałoby nie tylko załamaniem, a może i upadkiem wielu banków. Byłaby to katastrofa dla całej gospodarki. ●



SIŁA STABILNOŚCI

SPÓŁDZIELCZEJ BANKOWOŚCI



Michał Jurek

Dyrektor Departamentu
Monitorowania Ryzyka
i Restrukturyzacji IPS-SGB

Za nami już niespokojny 2022 rok. Jak rzadko wcześniej, obfitował w nieprzewidywane zjawiska o szokowym charakterze. Obejmowały one przede wszystkim wybuch wojny Rosji z Ukrainą – której pierwsza rocznica już za nami – i wywołany nią kryzys na europejskim rynku energetycznym. Wraz z uprzednim odbiciem post-pandemicznego popytu doprowadziło to najpierw do szybkiego wzrostu cen, a później – wraz z pogorszeniem nastrojów w całej Europie – do spowolnienia aktywności gospodarczej.

Zjawiska te wymusiły reakcję ze strony krajowych władz monetarnych i organu nadzoru, a podjęte decyzje w zasadniczy sposób wpłynęły na sytuację banków spółdzielczych. Można do nich zaliczyć chociażby wprowadzenie wakacji kredytowych dla klientów, którzy zaciągnęli kredyt hipoteczny, zacieśnienie krajowej polityki pieniężnej, podniesienie przez UKNF buforu zmiany poziomu stopy procentowej w procesie oceny zdolności kredytowej, czy wreszcie wydanie przez KNF w grudniu 2022 r. zalecenia dotyczącego zwiększenia Funduszu Pomocowego.

Mimo niesprzyjających okoliczności

uczestnicy Grupy SGB wyszli z kłopotów obronną ręką. Dane za 2022 r. wskazują, że banki spółdzielcze z Grupy wypracowały 1,2 mld zł wyniku finansowego netto, co oznaczało wzrost aż o 321% w porównaniu z 2021 r. Rekordowo wysoka okazała się rentowność mierzona wskaźnikiem ROA, który osiągnął 1,8%, a niektóre banki wypracowały wskaźnik 3,0% i wyższy.

Wynik na działalności bankowej osiągnął 3,7 mld zł, umożliwiając pokrycie rosnących kosztów działania i dotworzenie rezerw celowych i odpisów na pokrycie ewentualnej materializacji ryzyka kredytowego.

Koszty działania w 2022 r. przekroczyły 1,7 mld zł, rosnąc o 52% r/r. Wpływ miały na to zarówno wyższe o 30% koszty pracownicze, jak też dwukrotnie wyższe w skali roku koszty ogólnego zarządu. Wzrost tych ostatnich kosztów był rezultatem dodatkowej składki na Fundusz Pomocowy, pobranej,

by zrealizować wspomniane zalecenie KNF. Warto też zwrócić uwagę, że banki spółdzielcze Grupy SGB wypracowały środki zarówno na zwiększenie wynagrodzeń pracowniczych, jak też i na pokrycie rosnących kosztów usług obcych, które zwiększyły się o 30% w skali roku. I wreszcie, jak już wspomniano, doszło do bezprecedensowego wzrostu poziomu orezerwowania portfeli. Przy dość stabilnej wartości kredytów zagrożonych osiągnięto

Warto zwrócić uwagę,
że banki spółdzielcze Grupy
SGB wypracowały środki
zarówno na zwiększenie
wynagrodzeń pracowniczych,
jak też i na pokrycie
rosnących kosztów usług
obcych, które zwiększyły
się o 30% w skali roku.

poziom orezerwowania przekraczający 70%, co jest wynikiem nie tylko lepszym od całego sektora banków spółdzielczych, ale i od sektora banków komercyjnych.

Można więc twierdzić, że nasze banki spółdzielcze są dobrze przygotowane do kolejnych wyzwań. Należy do nich zaliczyć w pierwszym rzędzie walkę o utrzymanie portfela kredytowego, a także dostosowanie się do zmian prawnych, obowiązujących wszystkie banki.

I tak, rok 2022, oprócz bezprecedensowego wzrostu wyniku odsetkowego, przyniósł też w bankach spółdzielczych Grupy SGB jednoprocenowy spadek należności sektora niefinanso-





wego oraz sektora jednostek rządowych i samorządowych. Było to zjawisko nieobserwowane od lat, a należy je wiązać zarówno z nadpłatami kredytów przez klientów, jak również ze spadkiem zdolności kredytowej klientów. Czynniki te najsilniej oddziaływały na segment kredytów mieszkaniowych. Pociągające może być to, że dołek akcji kredytowej został zapewne już osiągnięty. Negatywny trend może odwrócić zwiększająca się zdolność kredytowa klientów, którą może wesprzeć ogłoszone w lutym 2023 r. stanowisko UKNF w sprawie obniżenie buforu na zmiany stopy procentowej przy dokonywaniu oceny zdolności kredytowej.

Natomiast wyzwania związane ze zmieniającymi się przepisami

będą dotyczyć przede wszystkim wprowadzenia do umów z klientami zmian w zakresie wskaźnika referencyjnego. Dojdzie bowiem do stopniowego zastępowania dotychczas stosowanego wskaźnika WIBOR przez wskaźnik WIRON. Podstawowa różnica między nimi polega na tym, że wskaźnik WIBOR odzwierciedlał oczekiwania instytucji finansowych, dotyczące kształtowania się kosztu pieniądza w poszczególnych okresach w przyszłości, i to nawet w przypadku braku rzeczywiste zawieranych na takie okresy transakcji. Natomiast wskaźnik WIRON odzwierciedla koszt zawartych na rynku międzybankowym dziennych transakcji, który jest następnie przeliczany poprzez zastosowanie procentu składanego na dłuższe niż dzień okresy. Jego reakcja na zmiany w polityce pieniężnej jest więc wolniejsza niż w przypadku wskaźnika WIBOR. Nowy wskaźnik odzwierciedla za to – jak sygnalizowano – warunki rzeczywistych transakcji rynkowych, a nie oczekiwania dotyczące przyszłego poziomu stóp procentowych. Jest więc bardziej transparentny i zrozumiały dla klientów, niż WIBOR.

W grudniu 2022 r. spółka GPW Benchmark rozpoczęła publikację notowań wskaźnika WIRON. Wskaźnik WIBOR będzie publikowany najprawdopodobniej do początku 2025 r., zgodnie

z harmonogramem działań, przyjętym przez Narodową Grupę Roboczą do spraw reformy wskaźników referencyjnych. Po tym czasie jedynym dostępnym wskaźnikiem referencyjnym będzie już WIRON, i zapewne Ministerstwo Finansów wskaże go w rozporządzeniu jako zamiennik wskaźnika WIBOR w trwających umowach, spełniając tym samym ostatecznie wymogi tzw. Rozporządzenia BMR Parlamentu Europejskiego i Rady UE z 2018 r.

Oczywiście, to nie jedyne wyzwania

które może postawić przed bankami spółdzielczymi 2023 rok. Niewykluczone są kolejne zmiany legislacyjne, dotyczące np. wakacji kredytowych dla rolników, co zasygnalizowało Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Nasila się konieczność zintensyfikowania walki o klientów, których część skorzystała z lepszych warunków oprocentowania depozytów, propono-

wanych przez banki komercyjne. W efekcie 2022 r. był pierwszym od lat, w którym w bankach spółdzielczych Grupie SGB depozyty sektora niefinansowego w skali roku niemal się nie zwiększyły. Odpływ depozytów nie stanowi problemu płynnościowego, jednak może w dłuższej perspektywie oznaczać utratę części klientów. By temu przeciwdziałać, niezbędne będzie skorygowanie kosztowości pasywów odsetkowych. Sprostanie przedstawionym wyzwaniom nie będzie proste, jednak banki spółdzielcze Grupy SGB dobrze się do tego przygotowały. Dzia-

Wskaźnik WIRON odzwierciedla koszt zawartych na rynku międzybankowym dziennych transakcji, który jest następnie przeliczany poprzez zastosowanie procentu składanego na dłuższe niż dzień okresy. Jego reakcja na zmiany w polityce pieniężnej jest więc wolniejsza niż w przypadku wskaźnika WIBOR.

łania podjęte w 2022 r. umożliwiły zabezpieczenie stabilności bieżącego funkcjonowania, zwiększenie bufora dla pokrycia ryzyka kredytowego, a także umocnienie podstaw dalszego zrównoważonego rozwoju. Obserwując te wysiłki środowiska spółdzielczego, wspierane aktywnym zaangażowaniem Banku Zrzeszającego i Spółdzielczego Systemu Ochrony, można z mniejszym niepokojem spoglądać w przyszłość i zanucić znaną piosenkę Breakoutu:

Wicher wieje, wicher silne drzewa głaszcze, hej

Najważniejsze to być silnym, wicher silne drzewa głaszcze, hej.



USŁUGI CYFROWE CORAZ POPULARNIEJSZE

Cyfryzacja usług bankowych w znaczący sposób wpływa na bankowe kanały dystrybucji świadczonych usług. Otoczenie makroekonomiczne i technologiczne wymuszają na instytucjach finansowych ukierunkowanie prowadzonych działań na zachęcanie konsumentów do korzystania z elektronicznych kanałów kontaktu z bankami. Bankowy Fundusz Gwarancyjny opublikował badanie pokazujące w jaki sposób czynniki otoczenia bankowego zachęcają konsumentów do posługiwania się cyfrową technologią.

Konsumenci usług finansowych coraz częściej preferują elektroniczne kanały dystrybucji usług bankowych. Liczne regulacje bankowe, kryzys zaufania do instytucji finansowych, jak i pewien konserwatyzm tradycyjnych banków, umożliwiły dynamiczny rozwój nowych firm na rynku, które oferują spersonalizowaną ofertę, odpowiadającą potrzebom nowoczesnego konsumenta. Rozwiązania te najczęściej koncentrują się na dostarczaniu usług i produktów przy wykorzystaniu Internetu i urządzeń przenośnych.

Wcześniejsze badania w krajach Unii Europejskiej

pokazały, że sektor FinTech ma znaczący wpływ na zwiększenie odsetka konsumentów korzystających z elektronicznych kanałów kontaktu z bankami, w krajach uznawanych za liderów innowacji, niż w krajach będących umiarkowanymi innowatorami. Okazało się, że w krajach o wyższym poziomie wykształcenia społeczeństwa można zaobserwować większe zainteresowanie cyfrowymi usługami finansowymi.

Wśród przyczyn mających największy wpływ na wykluczenie finansowe wyróżnia się przede wszystkim luka technologiczną, zmiany na rynku pracy, nierówność dochodów, czy problem kosztów. Dlatego też jednym ze sposobów poprawy dostępności do produktów i usług finansowych jest bankowość cyfrowa. Umożliwia ona obsługę ludności wiejskiej i mieszkającej w odległych terenach, zwłaszcza klientów z niewielkim saldem na rachunku bieżącym, niskimi dochodami i nieregularnymi zarobkami osiąganymi w tzw. szarej strefie. Tradycyjne banki zauważając zmieniające się otoczenie prowadzenia działalności bankowej, w swoich strategiach określają ramy integracji finansowej za pośrednictwem elektronicznych kanałów dostępu, charakteryzujących się wygodą, niskimi kosztami i zapewniającymi ochronę konsumenta.

Kluczowym elementem wpływającym

na wykluczenie cyfrowe jest dostęp do Internetu, który w istotny sposób wpływa na klasyfikację społeczeństwa w zakresie cyfryzacji. W wykluczeniu cyfrowym badacze tego zjawiska wyróżniają dwie grupy powodów: dobrowolne i przymusowe. Główną barierą w zakresie włączenia cyfrowego jest motywacja do korzystania z nowych technologii, fizyczny dostęp oraz posiadanie odpowiednich umiejętności. Włączenie cyfrowe bardzo często związane jest także z wysokimi kosztami usług – szczególnie w mobilnych kanałach dostępu.

Kreowanie nowych potrzeb przez społeczeństwo coraz częściej wpływa na strategie stosowane przez tradycyjne instytucje finansowe. Dlatego też nowoczesny bank musi wykorzystywać rozwiązania technologiczne, aby zaspokajać potrzeby

konsumentów. Wdrażanie nowych technologii opiera się na wprowadzeniu zupełnie nowych lub ulepszonych produktów, procesów lub modeli biznesowych, które przynajmniej częściowo wykorzystują technologie cyfrowe lub bazy danych opierające się na specjalistycznym oprogramowaniu.

Podstawowym warunkiem dostępności społeczeństwa do elektronicznych produktów i usług finansowych jest oczywiście dostęp gospodarstw domowych do Internetu. W krajach Unii Europejskiej funkcjonuje coraz mniej osób, które nie mają takiego dostępu. Dziesięć lat temu odsetek ten wynosił 23 %, a w 2019 roku już tylko 9 %. Wśród barier dokonywania zakupów towarów i usług za pośrednictwem Internetu, najczęściej występującymi problemami są różnego rodzaju oszustwa, awarie techniczne oraz bezpieczeństwo transakcji płatniczych. Jednak preferencje społeczeństwa wymuszają na instytucjach finansowych wdrażanie rozwiązań opartych na bankowości elektronicznej. Ponadto banki coraz częściej muszą się też liczyć z konkurencją firm z branży FinTech, które kreują nowe modele biznesowe.

Nowe podmioty na rynku finansowym

nie mają wysokiego zaufania społeczeństwa do swoich rozwiązań, co może hamować proces włączenia cyfrowego konsumentów. Na poprawę włączenia cyfrowego społeczeństwa mogą mieć natomiast wpływ wielkie firmy technologiczne o zasięgu globalnym, które często korzystają z rozwiązań technologicznym stosowanych w branży finansowej. Dysponują one odpowiednią skalą działania i kapitałem oraz posiadają wiele cennych informacji dotyczących klientów i przeprowadzanych przez nich transakcji. Ich główną przewagą konkurencyjną nad tradycyjnymi instytucjami finansowymi jest zdecydowanie wyższy zwrot z kapitału.

Niski poziom świadomości, wiedzy i edukacji finansowej oraz znajomości finansów, jak i brak umiejętności cyfrowych, to zdaniem autorów analizy, największe wyzwania w zakresie ograniczeń w korzystaniu z rozwiązań cyfrowych przez społeczeństwo. Inicjatywy w zakresie edukacji finansowej mają na celu wspieranie integracji finansowej i przeciwdziałanie wykluczeniu finansowemu i cyfrowemu. Warto też pamiętać, że nowe pokolenie wchodzące na rynek usług finansowych, które jest dobrze wykształcone, stanowi jeden z najbardziej dochodowych segmentów klientów banków.

Autorzy analizy zwracają też uwagę

na fakt, że włączenie cyfrowe jest utrudnione w tradycyjnym środowisku bankowym. Dlatego też wymaga wsparcia w nowoczesnym środowisku charakteryzującym się wykorzystaniem rozwiązań technologicznych. Interesującą obserwacją było też to, że wysoki wzrost produktu krajowego brutto (PKB) ma znaczenie dla włączenia cyfrowego przede wszystkim dla konsumentów z wykształceniem średnim i wyższym, podczas gdy kredyty bankowe głównie dla konsumentów z niskim poziomem wykształcenia. Innymi czynnikami ważnymi dla wzrostu popularności korzystania z cyfrowych usług finansowych były: koncentracja sektora bankowego, poziom zatrudnienia w sektorze usług opartych na wiedzy, innowacyjność, a także liczba bankomatów. ●

opr. JOR



KLIENCI OCZEKUJĄ WIĘKSZEJ DIGITALIZACJI BANKÓW



Urszula Maciejewska

Polacy chcą płacić bezgotówkowo. Z badania przeprowadzonego na zlecenie Fiserv Polska S.A., działającego pod marką PolCard from Fiserv wynika, że ponad 70 proc. z nich rozlicza się w ten sposób regularnie. Aby zachować konkurencyjność banki powinny zwracać uwagę na te trendy i dostosowywać do nich swoje działania. Digitalizacja jest wpisana w działalność banków, ze względu na oczekiwania klientów. Przy tak dużym zapotrzebowaniu na nowe technologie tylko współpraca z zaufanym partnerem pozwala na sprawne i bezpieczne wdrożenia cyfrowych rozwiązań.

Płatności bezgotówkowe są obecne w niemal każdym aspekcie życia. Zgodnie z tym trendem coraz więcej przedsiębiorców decyduje się na instalację terminala płatniczego w swojej firmie. Warto, aby bank był dla nich wsparciem w tym działaniu.

Nowe oczekiwania klientów wyzwaniem dla banków

Klienci banków oczekują obecnie nowoczesnych, spersonalizowanych rozwiązań oraz prostych procesów, dzięki którym czas na załatwienie spraw będzie możliwie jak najkrótszy. Odpowiedzią na to jest m.in. wirtualna karta płatnicza, która działa dokładnie tak jak tradycyjna, natomiast może być wydana już w kilka minut. Zapewnia ona jeszcze większe bezpieczeństwo korzystania niż tradycyjna karta plastikowa, ponieważ np. nie można jej zgubić. Ponadto pozwala na realizację zarówno płatności online, jak i zbliżeniowych za pomocą telefonu.

Podstawową usługą jaką Fiserv Polska oferuje bankom spółdzielczym już od ponad 20 lat jest zarządzanie i całościowa obsługa kart płatniczych, zarówno kredytowych, jak i debetowych. Obejmuje ona m.in. nadzór nad całym cyklem życia karty, przetwarzanie komunikatów autoryzacyjnych, dostarczanie kodów PIN, a także kompleksowe raportowanie i zarządzanie reklamacjami. W ramach obsługi kart kredytowych firma jest odpowiedzialna m.in. za prowadzenie całego jej rachunku, księgowanie transakcji, monitorowanie spłat, jak również obsługę kredytu ratalnego w rachunku karty kredytowej. Fiserv Polska posiada także narzędzia i dane do wsparcia procesu windykacji.

Bardzo ważnym obecnie elementem współpracy na linii agent rozliczeniowy – bank, jest wdrażanie płatności, dzięki którym konsumenci mogą realizować transakcje telefonami, zegarkami i opaskami. W tym obszarze technologia ewoluuje tak szybko, że istotne jest, aby platformy usług mobilnych mogły być sprawnie dostosowywane do zmian zachodzących na rynku.

Bezpieczeństwo w usługach płatniczych to podstawa

Zachowanie najwyższych standardów bezpieczeństwa płatności to priorytet. Fiserv Polska stosuje najnowocześniejszy system monitorowania transakcji i dokładną analizę danych, która minimalizuje ryzyko transakcji oszukańczych. Wszystko

dzieje się w czasie rzeczywistym, co pozwala na wykrywanie odstępstw i szybką reakcję.

Firma pomaga również bankom w realizacji reklamacji według regulacji Visa oraz Mastercard. Dzięki współpracy z Fiserv Polska banki mają możliwość rozliczania transakcji kartowych poprzez Krajowy System Rozliczeń. Jest to bardzo bezpieczne rozwiązanie, które usprawnia proces rozliczeń i wymiany danych oraz dodatkowo sprzyja optymalizacji kosztów.

Dwutorowa działalność: współpraca z bankami oraz procesowanie transakcji bezgotówkowych w punktach handlowo-usługowych pozwala Fiserv Polska, działającemu pod marką PolCard from Fiserv na kompleksowe wsparcie zarówno banków, jak i przedsiębiorców. To daje partnerom oraz firmom komfort skupienia się na swojej kluczowej działalności i pozwala sprostać oczekiwaniom konsumentów. ●

Marcin Mańkowski Dyrektor Regionu Sprzedaży z Fiserv Polska



Obecnie współpracujemy z 200 bankami spółdzielczymi w zakresie oferowania terminali płatniczych firmom w ramach Programu Polska Bezgotówkowa. Jednocześnie zachęcamy do wspólnego działania pozostałe banki, ponieważ nadal jest jeszcze bardzo dużo do zrobienia w tym zakresie, szczególnie w mniejszych miejscowościach. Tam wciąż jest wiele lokalnych biznesów, gdzie konsumenci mogą płacić wyłącznie gotówką. Warto również wspomnieć o tym, że w ramach współpracy oferujemy dodatkowe benefity dla banków oraz ich pracowników.

Grażyna Królewicz Business Development Manager w Fiserv Polska



Tempo, w jakim obecnie rozwija się technologia jest tak szybkie, że aby osiągnąć sukces instytucje finansowe muszą otworzyć się na współpracę z wyspecjalizowanymi partnerami. Obecnie prawie 76 proc. banków w Polsce korzysta z takiej pomocy. Co mogą dzięki temu zyskać? Na pewno obniżenie kosztów m.in. zatrudnienia czy licencji. Zmniejsza się również ryzyko jakie niosą ze sobą zmiany technologiczne. Dzięki współpracy z zaufanym partnerem banki mogą poprawić efektywność oraz przede wszystkim skupić się na swojej kluczowej działalności. Warto również wspomnieć, że jako Fiserv Polska świadczymy także usługę call center zarówno dla klientów banku, jak i jego pracowników. W jej ramach 24h na dobę umożliwiamy m.in. dostęp do informacji o kartach i transakcjach oraz obsługę reklamacji.



KOMPETENCJE CYFROWE W BANKOWOŚCI – **BUDOWA MOSTU DO PRZYSZŁOŚCI**



Elżbieta Jachymczak

Redaktor naczelna portalu
Business Intelligence

W 2021 roku Komisja do Parlamentu Europejskiego oraz Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny wraz z Komitetem Regionów podjęli decyzję o wdrożeniu Cyfrowego Kompas na rok 2030 – europejskiego sposobu na cyfrową dekadę. 21 lutego 2023 roku polski rząd podjął uchwałę w sprawie ustanowienia rządowego programu pod nazwą Program Rozwoju Kompetencji Cyfrowych. Według badań, aktualnie luka kompetencyjna wynosi 60%. Do 2030 roku poziom kompetencji cyfrowych powinien być na poziomie 80% u większości pracowników. Czym są kompetencje cyfrowe? W jaki sposób je rozwijać u pracowników bankowości? Kim będzie bankowy pracownik przyszłości?

Budowa mostu do przyszłości

Zgodnie z założeniami Kompas Cyfrowej Dekady, Unia Europejska chce przygotować firmy oraz ich pracowników na zrównoważoną przyszłość cyfrową. Polski Program Rozwoju Kompetencji Cyfrowych ma na celu podniesienie poziomu tych kompetencji wśród pracowników i przedsiębiorców. Do 2030 roku rząd przeznaczy na ten cel 234 mln złotych.

Kompetencje cyfrowe są niezbędne do wzrostu jakości pracy, realnej konkurencyjności oraz sukcesu polskiego sektora bankowego. Brak tych umiejętności powoduje obniżenie szans i możliwości rozwoju, jakie dają nowoczesne technologie.

Aby móc zrozumieć pojęcie kompetencji cyfrowych, warto poznać kompetencje przyszłości. To dzięki nim każdy pracownik banku może stać się skuteczny w działaniu na zmieniającym się rynku pracy. Należą do nich m.in.:

- **Inteligencja społeczna**, która pozwala na szybką ocenę emocji drugiego człowieka i dopasowanie swojej postawy do niego. Buduje ona zaufanie międzyludzkie. Roboty nigdy nie

będą w stanie odczuwać. Ta sfera zawsze pozostanie zarezerwowana wyłącznie dla człowieka.

- **Myślenie adaptacyjne**, które idealnie sprawdziło się w czasach pandemii. Nie da się nauczyć maszyn reagowania w odpowiedni sposób w obliczu zmieniającej się rzeczywistości. Tylko tacy liderzy będą w stanie przetrwać niejednego kryzys.
- **Umiejętności korzystania z nowych mediów** są odpowiedzią na oczekiwania społeczeństwa. Żyjemy w świecie „instant” i potrzebujemy informacji na już. Klient szuka informacji w sieci, dlatego umiejętność generowania dobrych treści poprzez wpisy, blogi czy podcasty jest kompetencją przyszłości pracowników bankowych.

Cyfrowe kompetencje w bankowości

Kompetencje cyfrowe łączą w sobie twardą wiedzę z zakresu IT z umiejętnościami miękkimi tj. rozwiązywaniem problemów. Rozwój kompetencji cyfrowych jest niezbędny, aby łatwo odnajdywać się w dynamicznie zmieniającym się świecie. Zaliczamy do nich m.in.:

- **Digital Mindset** — Myślenie cyfrowe, to umiejętność rozumienia technologii, sprawnego poruszania się w zmieniającym się otoczeniu oraz brak obawy przed tym, że technologia zastąpi człowieka.
- **Kreatywność** — Dynamiczny rozwój wymaga od pracowników banku gotowości do ciągłej nauki, aktualizacji wiedzy oraz poszerzania umiejętności. Dzięki kreatywności możemy generować nowe pomysły i rozwiązania, dopasowując się do panujących warunków.
- **Umiejętność korzystania z informacji i danych** — W szybko zmieniającym się świecie każdy z nas mierzy się z natłokiem informacji. Problem obciążenia naszych umysłów jest coraz mocniej obecny. Umiejętność efektywnego filtrowania danych i odpowiednie ich wykorzystanie będą zaletami pracowników bankowości.



- **Komunikowanie się i współpraca** — Kompetencje przyszłości kładą nacisk na współpracę, a nie indywidualne podejście. Będzie liczył się zespół i umiejętność pracy w grupie.
- **Dobór narzędzi i platform cyfrowych** — Złożona i nieprzewidywalna rzeczywistość wymaga od bankowego pracownika przyszłości sprawnego posługiwania się różnymi narzędziami. Od platform cyfrowych do prowadzenia spotkań online, przez platformy do zarządzania projektami i zadaniami, a kończąc na platformach społecznościowych tj. Intranecie.

Bankowy pracownik przeszłości

Według testu **EuroPass**, który opiera się na Europejskich Ramach Kompetencji Cyfrowych dla obywateli, opracowanych przez Wspólne Centrum Badawcze i Komisję Europejską każdy ma inny poziom kompetencji cyfrowych.

Jeśli chcesz sprawdzić swój poziom kompetencji cyfrowych – zrób [test](#).

Jak wynika z raportu o przyszłości miejsc pracy Światowego Forum Ekonomicznego 2020, rewolucja cyfrowa stworzy 97 milionów nowych miejsc pracy, z których 90% będzie wymagało umiejętności cyfrowych. Już za dwa lata myślenie analityczne, kreatywność i umiejętność dopasowania się do zmieniającej się rzeczywistości będą jednymi z najbardziej poszukiwanych kompetencji. Bankowy pracownik przyszłości będzie musiał odpowiedzieć na skrajne oczekiwania pracodawcy. Z jednej strony powinien on mieć umiejętności z obszaru nauk ścisłych, tzw. **STEM (Science, Technology, Engineering, Math)** czyli kompetencje cyfrowe. Istotny będzie cyfrowy sposób myślenia oraz umiejętność korzystania z różnych narzędzi.

Z drugiej strony pracodawcy będą kładli nacisk na **kompetencje miękkie**, takie jak: zdolność aktywnego uczenia się, „worek z pomysłami”, czyli duża kreatywność oraz umiejętność dzielenia się wiedzą i współpraca z innymi członkami zespołu.

Jak wynika z raportu o przyszłości miejsc pracy Światowego Forum Ekonomicznego 2020, rewolucja cyfrowa stworzy 97 milionów nowych miejsc pracy, z których 90% będzie wymagało umiejętności cyfrowych. Już za dwa lata myślenie analityczne, kreatywność i umiejętność dopasowania się do zmieniającej się rzeczywistości będą jednymi z najbardziej poszukiwanych kompetencji. Bankowy pracownik przyszłości będzie musiał odpowiedzieć na skrajne oczekiwania pracodawcy. Z jednej strony powinien on mieć umiejętności z obszaru nauk ścisłych, tzw. STEM (Science, Technology, Engineering, Math) czyli kompetencje cyfrowe. Istotny będzie cyfrowy sposób myślenia oraz umiejętność korzystania z różnych narzędzi.

Zatem najbardziej pożądanymi pracownikami bankowi to tacy, którzy będą **transdyscyplinarni**. Będą ekspertami w bardzo wąskich obszarach, a zarazem posiadający umiejętności miękkie oraz te, które nie należą bezpośrednio do ich obszaru specjalizacji. ●



STWORZENIE APLIKACJI, KTÓREJ BYCIE UŻYTKOWNIKIEM JEST COOL!

O tym jak powstaje SGB Mobile
i oferta dla młodych!



**Aleksandra
Błachanec**
SGB-Bank SA

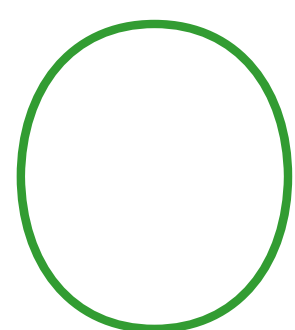


**Joanna
Kownacka**
SGB-Bank SA



**Marta
Nowacka**
SGB-Bank SA

Stworzenie oferty skrojonej na miarę, dla klientów do 18 roku życia jest ważne, by móc trafić w specyficzne potrzeby najmłodszych. Jest to również niezbędne ze względu na konieczność zaopiekowania tej dużej grupy odbiorców usług bankowych, gdyż to nawiązanie relacji na etapie wchodzenia młodych w świat bankowania, jest w stanie pomóc zbudować lojalność i przyczynić się do pozostania przy wybranym banku po osiągnięciu pełnoletniości.



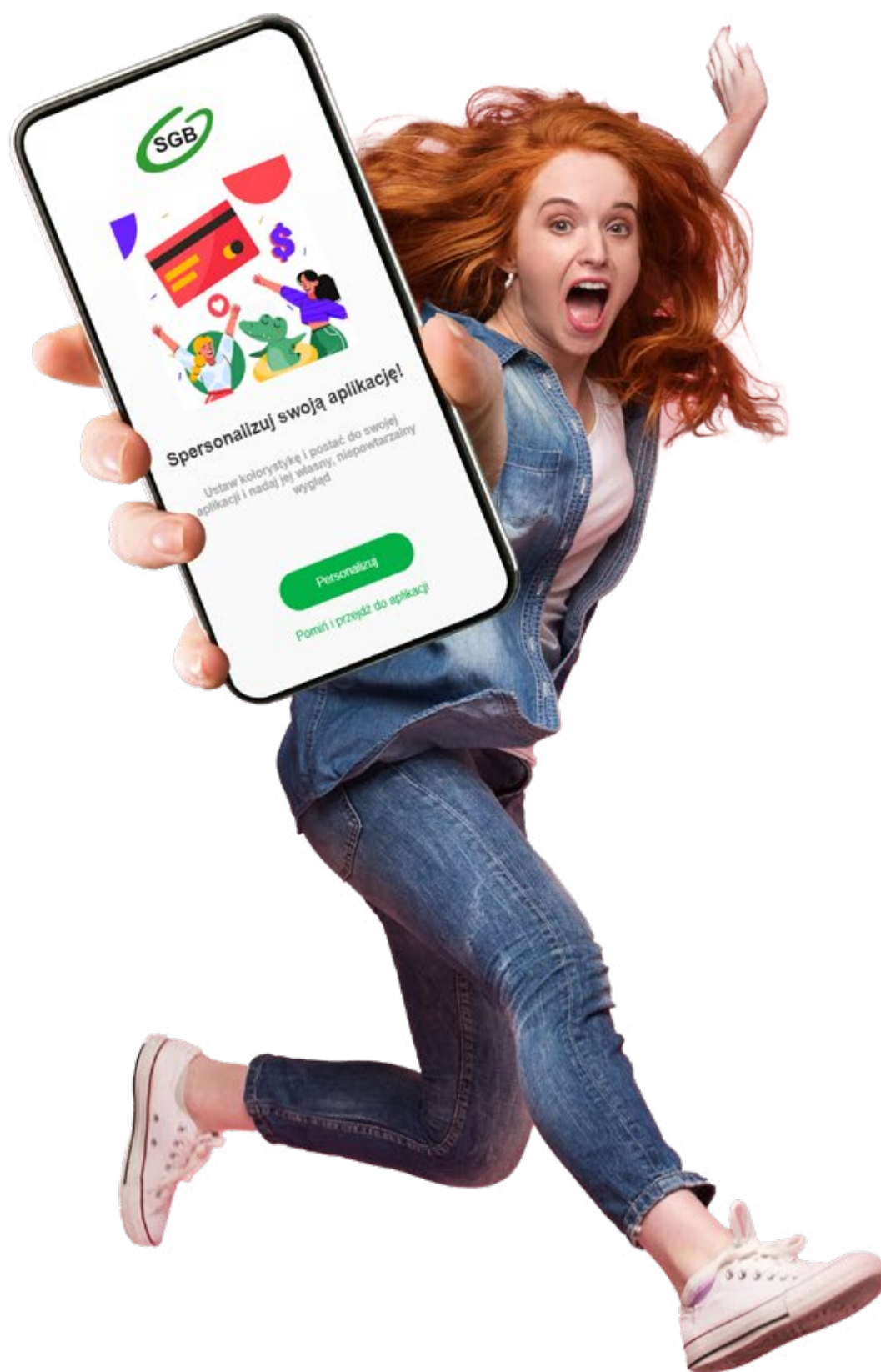
obecnie, przedstawiciele analizowanej grupy klientów, dokonując wyboru banku, stawiają przede wszystkim na swoją wygodę i minimalizację kosztów. Dlatego też wśród bogatej oferty banków poszukują produktów, które umożliwiają im realizację usług przez Internet bez konieczności wizyty w placówce oraz bezpośredniego kontaktu z pracownikiem banku. Tu z pomocą przychodzi nowoczesna bankowość mobilna.

Krok po kroku do celu

Prace nad aplikacją SGB Mobile to codzienne wyzwania prowadzące do rozwoju cyfrowych usług w bankach Zrzeszenia SGB. To również realizacja aktualnej strategii, by móc oferować klientom najnowocześniejsze, rynkowe rozwiązania.

Od chwili powstania **zrzeszeniowej bankowości mobilnej** zostało wprowadzonych wiele różnorodnych funkcjonalności, z których z powodzeniem mogą dziś korzystać klienci blisko 150 banków spółdzielczych.

Po dwóch latach funkcjonowania aplikacji dla klientów indywidualnych przyszedł czas na wersję dla klientów instytucjonalnych. Od września minionego roku klienci mogą korzystać z funkcjonalności niezbędnych do obsługi firmy w ramach SGB Mobile. Teraz przyszedł czas na całkiem nowe rozwiązanie. Celem na najbliższe miesiące jest stworzenie nowoczesnej i intuicyjnej aplikacji dla najmłodszych klientów. W ramach realizacji tegorocznej inicjatywy strategicznej, którą jest oferta dla młodych, powstaje specjalna odsłona SGB Mobile dla dzieci i młodzieży.



Ciekawe rozwiązania znajdują
u nas zarówno najmłodszy,
którzy raczej odkładają swoje
kieszonkowe, jak i dzieci
starsze, które zaczynają już
wydawać pieniądze.

Jest to przede wszystkim produkt pożądaný przez banki spółdzielcze, które jako argumenty za jej wprowadzeniem wymieniają m.in. chęć dorównania rynkowym ofertom, możliwość pozyskiwania młodych klientów i budowania z nimi trwałych relacji.

„W ciągu nieco ponad dwóch lat od powstania aplikacji SGB Mobile dostarczyliśmy szereg różnorodnych funkcjonalności, z których z powodzeniem korzystają klienci blisko 150 banków Zrzeszenia SGB. Przełomowym wydarzeniem było wprowadzenie w minionym roku aplikacji dla klientów firmowych, ale nie zwalniamy tempa i w ciągu najbliższych kilku miesięcy planujemy intensywne prace nad wersją SGB Mobile dla młodych. To bez wątpienia ogromne wyzwanie, by jeszcze w tym roku dostarczyć aplikację mobilną dla klientów poniżej 18. roku życia, ale również konieczność, by dać najmłodszym nowoczesne i intuicyjne rozwiązanie, które będzie im towarzyszyło od początku ich wspólnej drogi z wybranym bankiem”. – mówi Izabella Brzostowicz z Biura Bankowości Mobilnej i Internetowej SGB-Banku SA.

Nad aplikacją dla młodych od początku pracuje połączony zespół SGB-Banku i banków spółdzielczych, które zgłosiły chęć uczestnictwa w tej inicjatywie. Aplikacja

ma być dostępna dla użytkowników w IV kwartale tego roku. Zaplanowane zostały różne etapy prac, tak żeby analizować poszczególne obszary funkcjonowania nowego produktu.

Po wewnętrznej analizie oczekiwań banków, przyszedł czas na kreatywne prace, najpierw na wirtualnym muralu, a następnie w ramach design sprintu, podczas którego powstawały m.in.



makiety ekranów aplikacji z modelami konkretnych rozwiązań, które następnie zostaną przeniesione na wersje cyfrowe i trafią do SGB Mobile. Po zaplanowaniu MVP funkcjonalności i desingu aplikacji przeprowadzone zostały warsztaty technologiczne, w których udział wzięli zaangażowani w proces dostawcy. Po sekwencji wszystkich wydarzeń do pracy włącza się zespół deweloperów i programistów, który będzie pracował nad dostarczeniem rozwiązań w uprzednio zaplanowanym kształcie.

Waga oferty dla najmłodszych

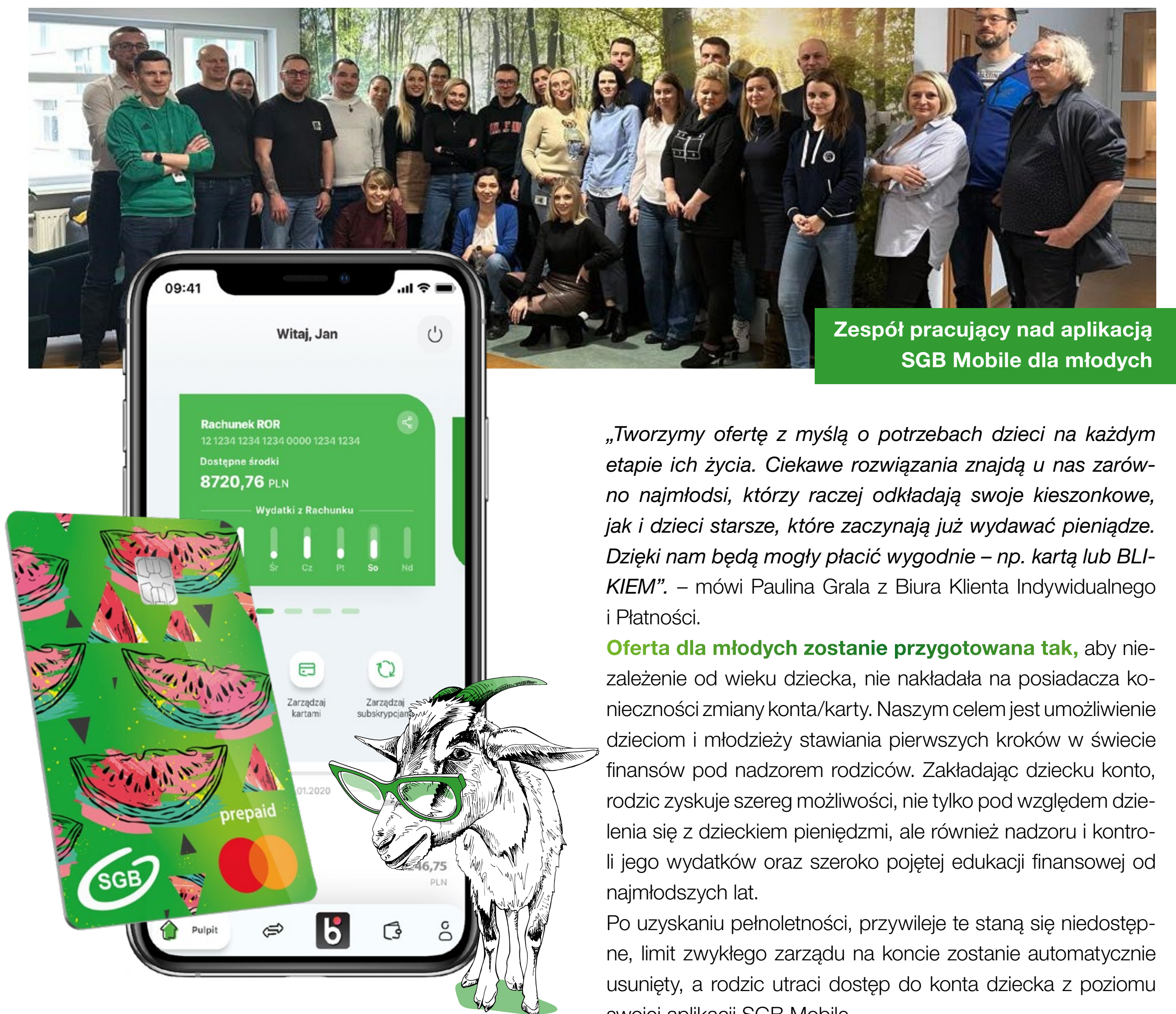
Aplikacja SGB Mobile będzie elementem wypracowanej uprzednio oferty skierowanej do najmłodszych klientów. Zrzeszeniowa oferta dla młodych dostępna będzie w dwóch wariantach wiekowych: do 13. oraz do 18. roku życia. Bez względu na wiek dziecka, planowane jest udostępnienie z poziomu aplikacji SGB Mobile rodzica, możliwości złożenia wniosku o pakiet: konto, kartę zbliżeniową i dostęp do aplikacji mobilnej dla dziecka. Dodatkowo w ofercie znajdzie się również produkt oszczędnościowy dla dziecka typu „Skarbonka”, która umożli-

wi oszczędzanie środków na dowolny, wybrany przez dziecko cel.

W celu zapewnienia bezpieczeństwa bankowania najmłodszych, to rodzic będzie zachowywał pełną kontrolę nad kontem i wydatkami. Do momentu ukończenia przez dziecko 13. roku życia, rodzic/opiekun prawny będzie m.in.:

- akceptował przelewy wychodzące,
- zarządzał limitami na karcie,
- posiadał wgląd do historii rachunku.

W myśl polskiego prawa, po ukończeniu 13 lat, dziecko zyskuje większą swobodę w zakresie zarządzania swoimi finansami. Zgodnie z wymogami, osoby małoletnie (do 18. roku życia) będą mogły dysponować swoimi środkami na rachunku maksymalnie do wysokości miesięcznego limitu zwykłego zarządu, co oznacza że wszystkie transakcje gotówkowe oraz bezgotówkowe (m.in. dokonywane kartą, przelewy, wypłaty w kasie banku, płatności BLIK) będą możliwe do realizacji maksymalnie w zakresie ustalonej ogólnie kwoty.



Zespół pracujący nad aplikacją SGB Mobile dla młodych

„Tworzymy ofertę z myślą o potrzebach dzieci na każdym etapie ich życia. Ciekawe rozwiązania znajdą u nas zarówno najmłodszy, którzy raczej odkładają swoje kieszonkowe, jak i dzieci starsze, które zaczynają już wydawać pieniądze. Dzięki nam będą mogły płacić wygodnie – np. kartą lub BLIKIEM”. – mówi Paulina Grała z Biura Klienta Indywidualnego i Płatności.

Oferta dla młodych zostanie przygotowana tak, aby niezależnie od wieku dziecka, nie nakładała na posiadacza konieczności zmiany konta/karty. Naszym celem jest umożliwienie dzieciom i młodzieży stawiania pierwszych kroków w świecie finansów pod nadzorem rodziców. Zakładając dziecku konto, rodzic zyskuje szereg możliwości, nie tylko pod względem dzielenia się z dzieckiem pieniędzmi, ale również nadzoru i kontroli jego wydatków oraz szeroko pojętej edukacji finansowej od najmłodszych lat.

Po uzyskaniu pełnoletności, przywileje te staną się niedostępne, limit zwykłego zarządu na koncie zostanie automatycznie usunięty, a rodzic utraci dostęp do konta dziecka z poziomu swojej aplikacji SGB Mobile.

Oferta cenowa dla dziecka zostanie wypracowana na podstawie wdrożonej już inicjatywy strategicznej, pn. Segmentacja klienta detalicznego. Konto i karta będą otwierane i prowadzone bez pobierania opłat.

Jesteśmy przekonani, że dzięki wdrożeniu oferty dla najmłodszych klientów, banki spółdzielcze Zrzeszenia SGB zyskają okazję do dołączenia do swojego wachlarza, oferty poszukiwanej na rynku, a tym samym szeregu produktów, które będą odpowiadały na różnorodne wymagania najmłodszych. ●

Naszym celem
jest umożliwienie dzieciom
i młodzieży stawiania pierwszych
kroków w świecie finansów
pod nadzorem rodziców.



ZAPŁACISZ JEDNYM SPOJRZENIEM!

BANK SPÓŁDZIELCZY W KOBIERZYCACH
WPROWADZA NOWĄ PŁATNOŚĆ
BIOMETRYCZNĄ Z TECHNOLOGIĄ
PayEye



Rafał Flisiński

Bank Spółdzielczy
w Kobierzycach

zy za zakupy można będzie zapłacić jednym spojrzeniem? Tak! Bank Spółdzielczy w Kobierzycach wprowadza w swoich oddziałach nową metodę płatności biometrycznych, opartą o technologię PayEye. To pierwsza na świecie tego typu współpraca, realizowana wspólnie z wrocławskim fintechem.

Oferta skierowana jest w pierwszej kolejności do klientów biznesowych, którzy w placówkach kobierzyckiego banku będą mogli zamawiać eyePOS-y, umożliwiające obsługę transakcji płatniczych z wykorzystaniem fuzji biometrii oka i twarzy. Dzięki temu robiący zakupy klient nie będzie musiał wyciągać portfela, karty, gotówki czy telefonu. Zapłaci jednym spojrzeniem...

Zapłać – tylko nie mrugnij!

Z perspektywy klienta docelowego proces płatności będzie przebiegał dokładnie tak samo, jak z wykorzystaniem innych rodzajów portfela cyfrowego. Wystarczy pobrać aplikację, wpisać podstawowe dane, zrobić selfie, podpiąć własną kartę płatniczą i... już.

PayEye jest dostawcą technologii umożliwiającej nowoczesne, biometryczne wykonywanie transakcji płatniczych. Terminal eyePOS zabezpieczony jest przed każdą formą wycieku danych, a same dane przekazywane są jedynie w ramach zamkniętej infrastruktury poprzez szyfrowane połączenie. Do realizacji płatności wykorzystywane są tokeny, czyli zaszyfrowana postać karty płatniczej. Generowaniem tokenów oraz zapewnieniem bezpieczeństwa transakcji zajmuje się ITCARD.



Płatność spojrzeniem to obecnie najnowocześniejszy oraz najbardziej entuzjastycznie przyjmowany system płatności na świecie – twierdzi Daniel Jarzab, prezes zarządu PayEye. – Wiele firm obecnie szuka wyróżników, innowacyjnych rozwiązań, którymi mogą przyciągnąć nowych klientów. Dzięki współpracy z placówkami Banku Spółdzielczego w Kobierzycach dajemy im tę możliwość od ręki.

Płacić na piękne oczy

Innowacyjna technologia dostępna jest na razie w ponad stu sklepach, restauracjach, kawiarniach i punktach usługowych w Polsce. Teraz będą ją mo-

gli udostępniać także klienci biznesowi Banku Spółdzielczego w Kobierzycach.

Nieustannie poszerzamy ofertę dla naszych klientów – komentuje Rafał Flisiński z Banku Spółdzielczego w Kobierzycach, zajmujący się wprowadzaniem nowych produktów. – Doskonale znamy specyfikę funkcjonowania lokalnych firm, zarówno tych dużych, jak i rodzinnych. Stawiamy na najbardziej innowacyjne rozwiązania, które pozwalają przedsiębiorcom rozwijać ich biznesy. Jestem przekonany, że płatności PayEye sprawią, że nasi klienci będą mogli maksymalizować zyski i zwiększać swoje obroty, a z kolei ich klienci zyskają nowoczesną, atrakcyjną i bezpieczną formę płatności.

Dzięki temu robiący zakupy klient nie będzie musiał wyciągać portfela, karty, gotówki czy telefonu. Zapłaci jednym spojrzeniem...

Terminale eyePOS dostępne są w showroomach ulokowanych w oddziałach Banku Spółdzielczego w Kobierzycach. W każdym z nich można skorzystać z urządzenia demonstracyjnego i przetestować płatności jednym spojrzeniem. Czy to się przyjmie? Znając naszą chłonność na technologiczne nowinki, zapewne tak. ●



CZY BANKI ZDAŻĄ DO TikToka?



Jacek Prześluga

Dorasta kolejne pokolenie, dla którego smartfon jest głównym narzędziem łączności ze światem. Wychowane w kulturze obrazkowej, na kilkusekundowych przekazach, śmiesznych filmikach, reelsach i viralowych tiktokach, stanie się niebawem najbardziej pożądaną grupą klientów. Marki zastanawiają się, jak do tej grupy dotrzeć...

Tytułowe pytanie, z lekka podszyte nadzieją, stawiam przewrotnie: jako boomer jestem ostatnią osobą, która chciałaby za TikTokiem nadążać. A jednak w perspektywie rozwoju biznesu wydaje mi się ono zasadne – GDZIE szukać klienta nowego typu, jeśli nie w pokoleniu wpatrzonym w smartfony? JAK szukać, jeśli nie przy pomocy narzędzi, którymi posługuje się ono nadzwyczaj sprawnie? I KIEDY szukać, skoro niemal każdego dnia pojawia się kolejna nowość w komunikacji?

Czy ten cały TikTok ma sens?

Współpracuję z markami, które używają mediów społecznościowych w sposób świadomy i z dobrymi efektami, a jednak żadnej z nich do tej pory nie rekomendowałem aktywności na TikToku. Dlaczego? Powód jest prosty: niewiele firm potrafi zmieścić się w formacie tego medium. Jego funkcje promocyjne wydają się niezmierzone, grupa odbiorców ogromna, a jednak brakuje marek, które odnoszą na TikToku sukcesy. Dlaczego? Czego potrzeba, by na nim błysnąć i pozostać? Precyzyjnie dobranych treści. Bardzo długoterminowej strategii. Własnego stylu. Odwagi. Stu pomysłów miesięcznie, przez lata. Wiarygodnej twarzy marki. Poczucia humoru. Dystansu do siebie i własnego DNA. I na końcu umiejętności pogodzenia się z faktem, że tiktokowa rozrywka, to nie eseje Kołakowskiego i że gorszy tiktokowy pieniądz będzie wypierał pieniądz lepszy, który znamy z telewizji naszej młodości pod nazwą „Pegaz”... TikTok nie ma więc sensu z perspektywy marek koturnowych, zapatrzonych we własną misję i powagę. TikTok nie ma też sensu, gdy postrzega się go wyłącznie przez pryzmat niskiego lotu wygłupów, patostreamerów i wulgaryzmów. Serwis bazuje na bardzo krótkich formach filmowych, oddziałuje na wzrok i słuch, unikając nużących tekstów w podpisach pod filmami.

W natłoku informacji to trafny wybór. Do widza na TikToku trzeba mówić krótko, treściwie i najlepiej zabawnie.

Kto ogląda?

Na TikToku jest coraz więcej filmów poświęconych psychologii i motywacjom, stylowi życia, edukacji, gotowaniu, zdrowiu, ale też prawu, pierwszej pomocy, medycynie, a nawet matematyce. O finansach mówi się stosunkowo rzadko, o bankowaniu prawie w ogóle, choć swoją kampanię w tym serwisie miał już Alior Bank, promując konto dla młodych. Stałego działania w tym środowisku nie prowadzi jednak żaden polski bank.

Najważniejszym skarbem TikToka jest jego gigantyczne audytorium. Wielka rzesza coraz bardziej starszych dzieciaków. Mówi się o nich „generacja T” i co ciekawe, należą do tej grupy odbiorcy... w każdym wieku. Najmłodsi, czują się tam jak ryba w wodzie: TikTok ich relaksuje, dostarcza rozrywki, pozwala samemu otworzyć się na społeczność. Starsi zaglądają z ciekawości, dla zabawy, doceniając kreatywność młodych twórców i chwając za wyjątkowe treści.

Znam markę z branży jubilerskiej, która pojawiła się na TikToku z wielkim przytupem. I... już jej tam nie ma. Miała odważne produkty, z którymi chciała dotrzeć do gustów „T”, ale po kilku miesiącach zamknęła swój kanał. Dlaczego? To medium wymaga stałej, nadzwyczajnej aktywności. Nie możesz zacząć raz, osiągnąć coś i jechać na opinii. To już za mało. Algorytmy, a przede wszystkim sami odbiorcy domagają się przecież – jeszcze!, jeszcze!

Trzeba ogromnej kreatywności i konsekwencji, żeby sprostać wymaganiom tego medium. Nie da się mieć pomysłu na dwa-trzy miesiące i liczyć, że potem jakoś to będzie. Nie będzie. Oni zapomną. To wielkie audytorium odejdzie do ciekawszych kanałów i treści, do jeszcze bardziej zabawnych pomysłów.

Chcę! Mieć! Wszystko!

Błędem menedżerów zarządzających marketingiem jest planowanie strategii oparte na wykorzystaniu kompletu mediów społecznościowych (ale jeszcze większym jest ich całkowite poniesienie). Musimy mieć wszystko! – mówi szef, więc mamy.



Jest Facebook, Instagram, YouTube i Twitter, jest, a jakże, LinkedIn, a do kompletu dodajmy sobie jeszcze TikToka. I reklamy na Messengerze.

To bez sensu, moim zdaniem. Nie ma przymusu, by być wszędzie – dużo ważniejsza jest umiejętność dopasowania tych narzędzi do charakteru marki. Dla jednej najlepszym środowiskiem będzie Instagram, tam buduje się wizerunek, emocje. Dla innej – Facebook, bo daje dużo możliwości sprzedażowych i ciągle jest numerem 1. Kolejna marka idealnie pasuje do LinkedIn, gdzie może błysnąć talentem eksperckim i wiedzą. Twitter jest dla marek, które chcą szybko dotrzeć do mediów i polityków, YouTube – dla tych, którzy mogą godzinami opowiadać o swoich produktach.

Upraszczam ten podział na potrzeby publicystyki tylko po to, by pokazać, że **do każdego serwisu trzeba mieć własny klucz** i umieć odnaleźć w nim miejsce dla swojej marki. Być w jednym, w dwóch miejscach – ale z całą mocą. Nie dla alibi „bo trzeba” i „bo tam są młodzi, a my, prawda, stawiamy na młodość”. Trzeba tam wejść i wygrać internety. Taki musi być cel.

A przepraszam, bank?

Właśnie, a bank? Co powinien wybrać bank? Duży, krajowy bank nie ma wielkiego wyboru. Musi istnieć na Twitterze, bo tam zawsze upchnie linki do swoich analiz i newsów. Musi prezentować silną aktywność na Facebooku i LinkedIn, bo tam są klienci i środowiska opiniotwórcze. W kanale na YouTube może edukować, promować nowości i inicjatywy społeczne banku. Mały lokalny bank spółdzielczy zmartwień ma więcej... Nie stać go na wszystko, musi więc wybrać to, co działa. Moim zdaniem, niedostrzeganą niszą komunikacyjną jest Instagram. A na nim np. budowanie potencjału lokalności.

Bywalcy Instagramu uwielbiają oglądać filmy i zdjęcia w niekonwencjonalny sposób pokazujące okolicę; współpracowałem z Pawłem Charkiewiczem, który od lat pokazuje wspaniałe fotografie znad jednego (!) jeziora w okolicach Olsztyna. Pokazuje urok tego miejsca codziennie z innej perspektywy, w innej aurze – i ma prawie 40 tysięcy fanów. Z najbliższej okolicy. (Życzę tylu followersów każdej marce...)

I wyobraźmy sobie teraz, że do podobnych działań przystępuje bank. Zaczyna – nie, nie, nie od pokazu ofert! nie idźcie tą drogą! – zaczyna pokazywać najpiękniejsze strony własnego regionu. Tworzy kanał, w którym systematycznie podgrzewa miłość do lokalności. Kanał, w którym odnajdują się dziesiątki, setki jego klientów, bieżących i przyszłych. Bo każdy lubi oglądać swoją okolicę, chwalić się nią i wracać do niej. Generacja T również.

To jeden z pomysłów na Instagram, na którym **wokół lokalności można budować arcyciekawy i wartościowy przekaz**, pozornie mało związany z bankowością. Ale to działa, podprogowo, wizerunkowo, emocjonalnie. I buduje silną więź z marką.

A że kosztuje? Musi kosztować! Marketing to inwestycja, nie koszt.

A czyż banki nie służą trochę do tego, by młodym te przyjemności ułatwiać? Czy karta płatnicza musi być tylko sztywniackim kawałkiem plastiku? Czy sztywniacka musi być aplikacja dla małolatów? A może trzeba o niej opowiadać językiem T? „Drzeć łacha z frajerów, którzy płacą gotówką? Lub pokazywać, jak można zaoszczędzić trochę kaski?”. (Rozpędziłem się z tym młodzieżowym slangiem...)

Czy małym bankom potrzebny jest Facebook? Moim zdaniem – to ciągle *must-have*. Najlepsze medium komunikacyjne z dużymi możliwościami zasięgowymi. Ale Facebook to miejsce sprzedaży, promocji ofert i ludzi, własnych działań, filmów o sobie, sond na swój temat. Miejsce do budowania relacji z klientami na czysto biznesowej płaszczyźnie. To nieźle medium do edukacji, formalnych komunikatów i chwalenia się sukcesami. Idealna platforma do działań CSR/ESG.

LinkedIn potrzebny jest zarządom. Tak się mówi. Moim zdaniem – coraz bardziej przydaje się ludziom poszukującym wiedzy bez krzykliwej otoczki. To miejsce dla pracowników i managementu, które jednak musi żyć jakimś życiem, oferować odbiorcom wyjątkowe treści, raporty, analizy. To dla banku wisienka na torcie – nie jest konieczna, ale można ją mieć. Dodaje blasku.

I... to wszystko. Kanał filmowy na YT nie jest małym bankom potrzebny, ponieważ do prezentacji filmowej doskonale służy FB i Instagram. Z kolei Twitter do lokalności nie pasuje. I coś więc, pozostaje nam TikTok...

TikTok? A kysz!?

Zaskoczę... Brałbym to. Właśnie dlatego, że o bankowaniu na TikToku jest tak cicho. Że duże banki odrobinę boją się obciachu (bo co będzie, jak się nie uda?) i że odbiorca treści z TikToka dojrzeje w każdym roku, zmieniając swoje potrzeby i sposób widzenia świata. Tam nie ma też jeszcze nikogo z konkurencji, a jeśli nie ma, to pierwszy może zgarnąć dla siebie wielką pulę.

Generacja T to generacja naszych dzieci i wnuków. Wyścig o młodego klienta wygra bank, który znajdzie pomysł na długoterminową obecność w serwisie. Nie odrzucałbym go więc w planowaniu mediów (nawet jako boomer), ponieważ sprytnie łączy dostęp do audytorium z emocjami, radością, zabawą i przyjemnościami życia.

A czyż banki nie służą trochę do tego, by młodym te przyjemności ułatwiać? Czy karta płatnicza musi być tylko sztywniackim kawałkiem plastiku? Czy sztywniacka musi być aplikacja dla małolatów? A może trzeba o niej opowiadać językiem T? „Drzeć łacha z frajerów, którzy płacą gotówką? Lub pokazywać, jak można zaoszczędzić trochę kaski?”. (Rozpędziłem się z tym młodzieżowym slangiem...)

Pomysły, pomysły! Jeśli szukamy najlepszej ścieżki do T, to właśnie jest ten czas. Można, tak jak Alior, wykorzystać potencjał influencerów, którzy mają już na TikToku swoje kanały i pokaźne zasięgi. Można stać się patronem lokalnego twórcy albo zbudować własny kanał poradniczy.

TikTok to tylko medium, narzędzie, którego można użyć do każdego celu – liczy się TREŚĆ, JAKOŚĆ filmu i EMOCJE, które wywołuje. Popatrzmy na to zimnym okiem. Nie musi nam się podobać głupawy filmik, który właśnie wyświetliła nam aplikacja – pomyślmy: jak przekonać widzów do własnej produkcji, która wyświetli się zaraz po głupawym filmiku? Jak przyciągnąć uwagę widza przez kilkadziesiąt sekund?

Wyzwanie? Wyzwanie. Ale nie odnosi sukcesów ten, kto boi się wyzwania. ●



JAK **PRZYSZŁOŚĆ** STAŁA SIĘ SPÓŁDZIELCZYM SŁOWEM ROKU



Joanna Gębka
SGB-Bank SA



Katarzyna Miler
SGB-Bank SA



Jędrzej Szymanowski
SGB-Bank SA

Rozwój, przygoda, spełnienie marzeń, nowe możliwości, nowe perspektywy, bycie lepszym, dynamicznym, po prostu spełnionym :) – w takim znaczeniu przyszłość zgłosili do plebiscytu na Spółdzielcze Słowo Roku 2022 czytelnicy i czytelnicy Się rozumie. Jak do tego doszło i co o nas mówi ten wybór? Dlaczego to nie była tylko dobra zabawa, ale też językowa refleksja nad naszą rzeczywistością?

Od początku

Na zakończenie cyklu naszych ubiegłorocznych porad w Się rozumie przyjrzelśmy się uważnie plebiscytowi Młodzieżowe Słowo Roku, który regularnie organizuje Wydawnictwo Naukowe PWN we współpracy z Uniwersytetem Warszawskim. Jego celem jest **wyłonienie najciekawszych słów, określeń czy wyrażeń, najpopularniejszych wśród młodych ludzi**. Analizowaliśmy zgłoszonych finalistów i zastanawialiśmy się co ten ranking mówi nam o świecie. Dla tych, którzy go przegapili – niekwestionowanym zwycięzcą okazał się wyraz **essa**. To krótka reakcja na coś, co przychodzi łatwo, bo zostało osiągnięte dzięki wyluzowanej postawie.

Spółdzielcze Słowo Roku 2022

Zainspirowani tematem, zaproponowaliśmy naszym odbiorcom **zabawę, w ramach której mogli się zastanowić, co mogłoby otrzymać miano Spółdzielczego Słowa Roku 2022**. Jak się okazało, czytelnicy podzielili nasze zainteresowanie tym wątkiem. To ćwiczenie było rekordowe – przy żadnym innym nie mieliśmy aż tylu zgłoszeń!

Emocjonująco

Najpierw zbieraliśmy pomysły wraz z ich autorskimi wyjaśnieniami. Trafiły do nas m.in. takie propozycje jak *współpraca, wzajemność, bliskość, nasza apka* czy *włącz mikrofon*. W drugim etapie czytelnicy i czytelnicy mogli głosować na swojego faworyta. Głosowanie było bardzo emocjonujące. Do samego końca nie wiedzieliśmy które słowo wygra, ponieważ wyniki dynamicznie się zmieniały. **Zwyciężyła przyszłość** w znaczeniu: *Rozwój, przygoda, spełnienie marzeń,*

nowe możliwości, nowe perspektywy, bycie lepszym, dynamicznym, po prostu spełnionym :)

Co Spółdzielcze Słowo Roku 2022 mówi o nas?

Przyszłość jest przede wszystkim pozytywna. Przyszłość to szanse i nadzieje. To zwiastun czegoś nowego – lepszego. Przyszłość to wreszcie spełnienie. Jest kluczowa w kontekście naszej strategii. **Nie bez powodu realizujemy ją pod hasłem „Otwieramy przyszłość”**. Jesteśmy przecież w trakcie otwierania tej przyszłości.

Kiedy organizowaliśmy plebiscyt, byliśmy u schyłku roku, a schyłek roku to czas, kiedy intensywnie myślimy o przyszłości. Snujemy plany, cele i marzenia. Wierzymy, że będzie lepiej. Z nadzieją patrzymy na przyszłość i nowy rok. Ostatnie lata przyniosły nam pandemię i wojnę, która toczy się u naszych sąsiadów. My w spółdzielczości, zamiast zastanawiać się, co gorszego może się jeszcze wydarzyć, postanowiliśmy z optymizmem spojrzeć w przyszłość. Czekamy na rozwój, przygodę i spełnienie marzeń. **Chcemy być lepsi – dla siebie samych, dla naszych partnerów i naszych klientów.**



Spółdzielcze Słowo Roku 2022



Język odzwierciedla rzeczywistość i oddaje nasze nastroje

A przyszłość – jak się okazało, najbardziej koresponduje z naszą spółdzielczą rzeczywistością. Z naszym spółdzielczym TU i TERAZ, które czeka na TO, CO BĘDZIE. Z wiarą i nadzieją patrzy przed siebie. Czuje, że może być lepiej i dynamiczniej. Przyszłość nie jest jednak pozbawiona refleksji. Wie, że rozwój, nowe możliwości i nowe perspektywy są możliwe dzięki temu, że wyciąga się wnioski z przeszłości. Wie, co chce zmienić. Jest świadoma, co można poprawić. Czy tacy właśnie nie jesteśmy w spółdzielczości? **Z nadzieją patrzymy w przyszłość, a jednocześnie jesteśmy tak mocno ugruntowani przez naszą tradycję.**

Spółdzielcze Słowo Roku 2022 odbija niczym lustro naszą rzeczywistość. Jak widać – jest ona pozytywna. Tak właśnie weszliśmy w 2023 rok – dobrze nastawieni i gotowi na nowe wyzwania, nie tylko te językowe. ●



MODEL DISC D3

– CZYLI W CZYM TKWI TWOJA SIŁA?



**Aleksandra
Karpińska**
SGB-Bank SA



**Grażyna
Koziółek**
SGB-Bank SA

Zapraszamy Cię do pewnej refleksji. Sięgnij do zakamarków swojej pamięci, i zastanów się - czy zdarzyło Ci się ocenić kogoś na podstawie jego reakcji w danej sytuacji, niekoniecznie tożsamej z oczekiwaną przez Ciebie? Czy pojawiło się wtedy w Tobie uprzedzenie do tej osoby, i myślenie w niekoniecznie pozytywny sposób? W wielu z nas w tego typu przypadkach włącza się automatycznie odczytywanie intencji i schematyczne podejście – skoro ktoś działa w inny niż oczekiwany przez nas sposób, pozwalamy sobie na całkiem swobodną interpretację jego zachowań. Czy nie kusi bowiem podejście, że skoro ktoś zadaje, w naszej ocenie, zbyt dużo pytań, to jest nazbyt drobiazgowy, czy wręcz złośliwy, a być może chce nas sprawdzić albo jest po prostu niesamodzielny? A z drugiej strony, jak nie pyta, tylko zmienia temat rozmowy, po raz trzeci opowiadając tę samą historię z ostatniego wyjazdu – czy to nie znaczy, że w ogóle nie interesuje go to, co ja mam do powiedzenia?

Zastanów się nad swoimi zachowaniami

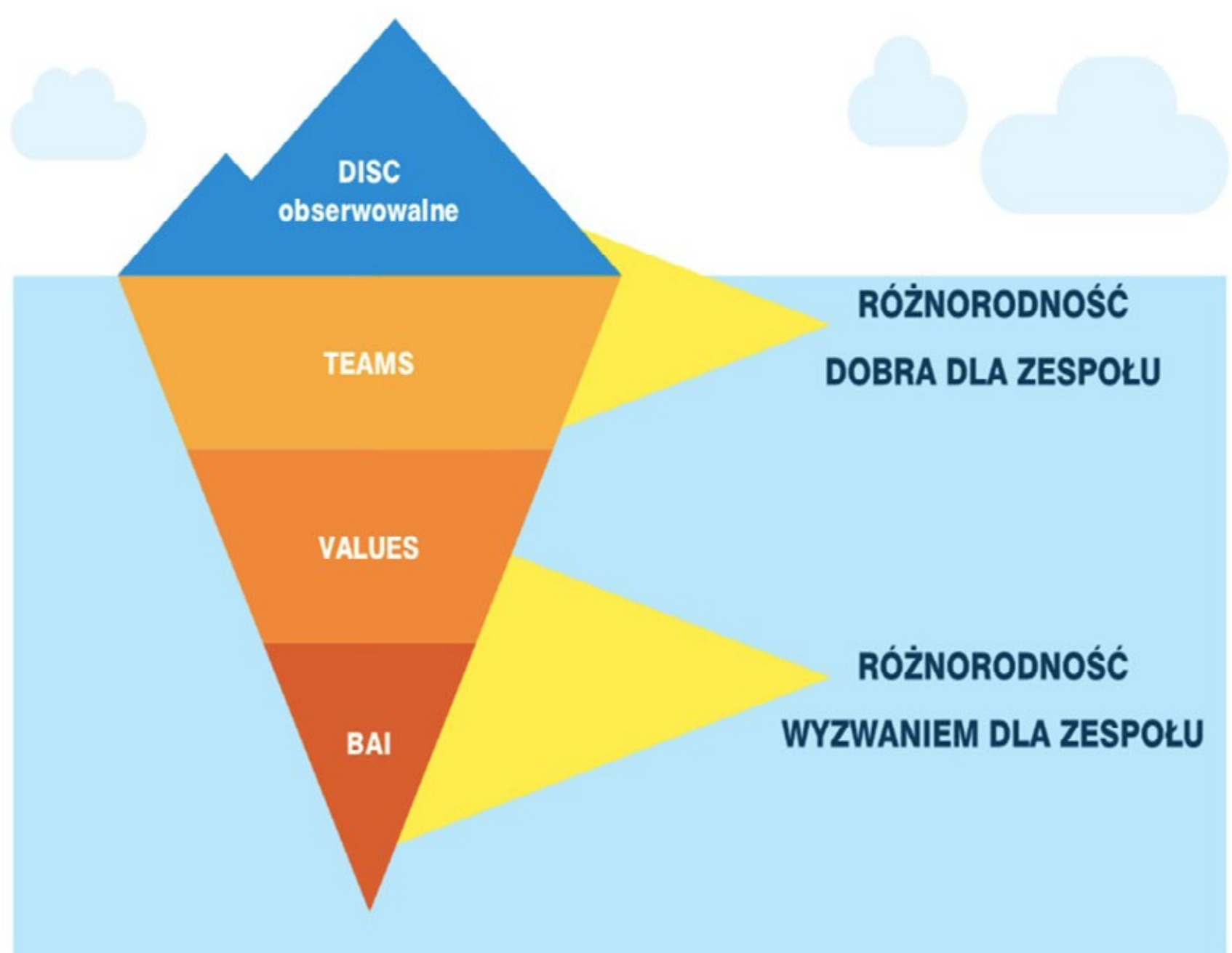
Teraz zastanów się już nad swoimi preferowanymi zachowaniami. Patrząc przez pryzmat Ciebie samej/ samego – czy ważne jest dla Ciebie działanie zawsze w zgodzie ze swoją wolą, czy cechuje Cię raczej myślenie o innych? Zazwyczaj analizujesz dogłębnie parę wariantów zanim zadziałasz w sytuacji stresującej, czy jednak preferujesz szybkie decyzje, a czas na wnioski przychodzi później? Chętniej wybierzesz kolację ze swoją drugą połową czy imprezę na 100 osób? Twoje prezentacje są zawsze dopieszczone, czy wolisz iść na żywioł? Czy masz tak, że z innymi dogadujesz się lepiej niż z jeszcze innymi – nie zawsze potrafisz to logicznie uzasadnić? Potrafisz powiedzieć komuś „prosto z mostu” co o nim myślisz, a może wolisz przemilczeć niewygodne tematy, bo bo-

isz się utraty dobrych relacji albo konfliktu? Czy do wykonania zadania potrzebujesz precyzyjnych danych, czy starczy Ci rzucone hasło i działasz? Jesteś osobą, która ma setki pomysłów na minutę, czy kreatywność nie jest Twoją mocną stroną i zdecydowanie lepiej odnajdujesz się w realizacji pomysłów innych osób? Decyzje podejmujesz demokratycznie w gronie zespołowym, czy wolisz robić to samodzielnie? Lubisz zmiany czy na samą myśl o nich czujesz niepokój?

Te wszystkie powyższe pytania generują nadrzędną wątpliwość - dlaczego w podobnych sytuacjach mamy tak różne odczucia, reakcje i potrzeby? Dlaczego to, jak działamy w danym momencie dla jednych jest naturalne, a w innych tożsame sytuacje wywołują potężny stres? I w końcu – dlaczego z jednymi zawsze świetnie się dogadujemy, a z innymi komunikacja jest dla nas wyzwaniem?

Na te wszystkie pytania przynajmniej w części

z odpowiedzią przychodzi DISC D3 – test kompetencji. To psychometryczne narzędzie to nic innego, jak diagnoza potencja-



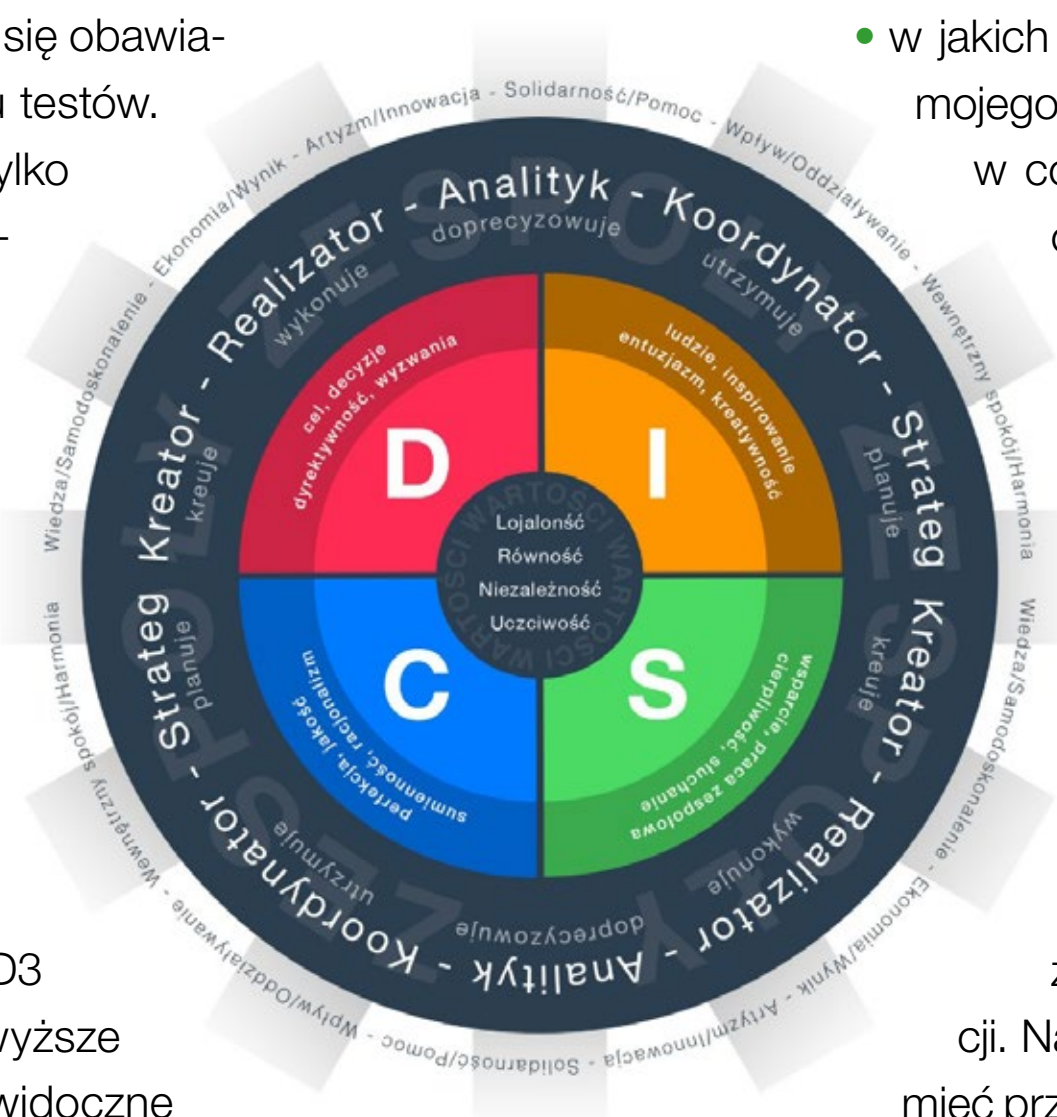
tu, a nie ocena kompetencji, czego się obawiamy, jak podchodzimy do tego typu testów.

Pozwala ona lepiej zrozumieć nie tylko obserwowane przez nas zachowania drugiej osoby, ale też powody takiej a nie innej reakcji – co stanowi nieocenione wsparcie w efektywnej komunikacji. Nie raz bowiem dzieje się tak, że dwie osoby o bardzo podobnym stylu zachowania podejmują inne decyzje w tożsamej sytuacji czy też inaczej zarządzają zespołem. Posługując się metaforą góry lodowej, test kompetencji DISC D3 dostarcza nam informacji na powyższe pytania, badając nie tylko to, co widoczne gołym okiem, czyli nasze zachowania, ale też

to co ukryte, czyli nasze preferowane role w zespole, wartości którymi się kierujemy przy podejmowaniu decyzji, czy też wewnętrzne motywacje, skorelowane z naszą efektywnością. DISC D3 jest wartościowym narzędziem dla każdego, niezależnie od stanowiska czy stażu pracy. Pozwala on odkryć zarówno swoje, często nieuświadomione do tej pory, silne strony, jak i obszary, które warto rozwijać. W ramach budowania współpracy jest natomiast niezwykle użytecznym wytrychem do efektywnej komunikacji z innymi. Pozwala odpowiedzieć nie tylko na pytanie JAK? ale również DLACZEGO? coś robię, mówię czy też podejmuję dane działania – odnosząc się do poziomu osobistych wartości, motywacji i talentów. Narzędzie to doceniają również kierownicy zarządzający zespołami. Pod kątem menedżerskim wyniki DISC czasami potwierdzają bowiem to, co już wiemy, a innym razem – pozwalają zrozumieć chociażby:

- jakie style osobowości dominują w zespole, jakie są nasze mocne strony jako zespołu, a co może stanowić dla nas wyzwanie,
- jak profil mnie jako menedżera i mój styl zarządzania wpisuje się w potrzeby mojego zespołu jako całości i każdego z osobna,

- w jakich rolach najlepiej czują się członkowie mojego zespołu, i co jest dla nich ważne w codziennej pracy, stanowiąc motywację do działania?



DISC D3 działa w oparciu o 4 style zachowań: **dominujący**, **wpływowy**, **stały**, **sumienny**. Co ciekawe, każdy z nas jest mieszanką tych 4 stylów, ale to poziom ich intensywności stanowi o naszej indywidualnej osobowości, powiązanej dodatkowo z unikatowym podejściem do ról zespołowych, wartości czy motywacji. Narzędzie DISC D3 uczy nas, jak rozumieć przede wszystkim siebie, a zaraz później

drugiego człowieka. W ramach DISC poznajemy style działania innych osób i jesteśmy w stanie lepiej dopasować swoje działania do ich potrzeb, aby w rezultacie efektywniej się komunikować i osiągać lepsze wyniki.

W projektach rozwojowych miałam okazję korzystać z różnych narzędzi. Najbardziej popularne to extended DISC, Insights Discovery, FRIS czy MBTI. Z całego serca jednak polecam DISC D3 dlatego, że analizuje nie tylko to, co widzimy, ale przede wszystkim to, co wpływa na zachowania tj. role zespołowe, wartości czy też motywacje wewnętrzne. W ramach przeprowadzanych spotkań 1:1 gdzie pracujemy z raportem, pracownicy podkreślają, że raport jest napisany językiem zrozumiałym i przede wszystkim bazuje na pozytywnej informacji zwrotnej. To narzędzie nie ocenia, a podkreśla przede wszystkim w czym jest nasza siła – podkreśla Grażyna Koziołek jako certyfikowany trener DISC D3.

W SGB-Banku pracujemy rozwojowo z narzędziem DISC D3 zarówno na poziomie indywidualnym dla kadry menedżerskiej, skupiając się na jednostkowych wynikach, jak i w ramach warsztatów zespołowych. W tym drugim przypadku, bazujemy na wynikach indywidualnych ale patrząc przez pryzmat całości – czyli łącząc ze sobą wyniki członków danego zespołu i wypracowując wspólnie wnioski, wspierające ich codzienną pracę.



Niełatwą zabawę można mieć nawet przy wspólnym budowaniu mostu





RAZEM tworzymy zgrany zespół



Grunt to dobre dopasowanie zespołowe – jak w puzzlach

W roku 2022 miałyśmy okazję przeprowadzić warsztaty

dla kilku zespołów w SGB-Banku. W 2023 roku kontynuujemy nasze działania rozwojowe w aspekcie: W czym jest nasza siła? Podstawą każdego takiego warsztatu są wyniki badania DISC D3, ale to, co przynosi nadrzedną wartość dodaną, to trafne określenie obszaru kluczowego dla wzmocnienia efektywności danego zespołu i „uszywanie” warsztatu na miarę.

Przemysław Niechńedowicz, Renata Klewek-Rura, Marta Kaczmarska (Departament Analiz Kredytowych):

Co zyskałyśmy dzięki DISCowi zespołowemu?

- pokazał, że siła zespołu, to różnorodność,
- przełamał bariery w mówieniu o sobie, jaki jestem, jak pracuję, na co zwracam uwagę, jak się komunikuję,
- otworzyliśmy się bardziej na siebie, na to, jacy jesteśmy; potrafimy rozmawiać bardziej bezpośrednio między sobą,
- sprawił, że mimo różnic w osobowości i charakterze chcemy znajdować wspólne płaszczyzny do współpracy.

Teorię modelu DISC opracował profesor psychologii William Marston (jest również twórcą wykrywacza kłamstw). Jednak obecne badania pokazują, że warto na swojego rozmówcę patrzeć szerzej niż tylko przez pryzmat zachowań, które widzimy podczas rozmowy. Dla przykładu, jeden ze stylów zachowań to „S”. Według badań, jest to styl zachowania, który występuje najczęściej i tak właśnie reaguje około 70% społeczeństwa, jednak w środowisku pracy to ponad 50%. Osoby, które cechuje ten dominujący styl są empatyczne i relacyj-

ne, a także są lojalnymi członkami zespołu. Obawiają się jednak utraty bezpieczeństwa, a co ważne, są nastawione na ludzi. Warto pamiętać, że osoby, które cechuje taki dominujący styl często opierają się nagłym zmianom i potrzebują odpowiedzi na pytanie: „dlaczego zmiana ma być wprowadzona?”. To tylko mały przykład opisu stylu dominującego, a jeszcze do tego dostajemy informacje, co wpływa w nas na te zachowania. Pamiętajmy również, że o naszym stylu zachowania decydują trzy kluczowe czynniki tj. dziedziczność, autorytety i wzorce, a także doświadczenie.

Zachęcamy do zapoznania się z podcastem przeprowadzonym przez Annę Sarnacką-Smith, która jest konsultantką HR z doświadczeniem menedżerskim. Właścicielka firmy EFFEC-TIVENESS (dostawcy badań kompetencji w modelu DISC D3); autorka książek „Everest lidera” i „Siła różnic w zespole” oraz podcastu „Everest LIDERA”.

Chcesz dowiedzieć się więcej na temat DISC D3? Zachęcamy do kontaktu – z przyjemnością opowiemy więcej. ●

Aleksandra Karpińska certyfikowana trenerka DISC D3

Model DISC D3 jest niezwykle wdzięcznym narzędziem rozwojowym. Już sama informacja zwrotna, w ramach wyjaśnienia wyników raportu indywidualnego, daje szerokie pole do opisu pod względem rozwojowym. To, co uwielbiam w DISC to jego trafność, co potwierdzają niesamowicie pozytywne reakcje praktycznie każdej badanej osoby, po zapoznaniu się z wynikami, i działanie, jak zastrzyk dobrej energii. Wiele osób właśnie dzięki niemu zaczyna doceniać pewne swoje cechy jako coś wartościowego, do wzmacniania i dalszego efektywnego wykorzystywania w kontaktach z innymi. Warsztaty zespołowe z kolei pozwalają zatrzymać się w codziennym biegu i w bardzo naturalny sposób wspierają zespołowość i współpracę, które w dzisiejszych czasach są na wagę złota.



ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ POTRZEBNY PAKIET WSPARCIA

JANUSZ ORŁOWSKI

Komisja Europejska, pięć lat temu przyjęła plan finansowania zrównoważonego wzrostu gospodarczego. Plan ten ma na celu ukierunkowanie przepływów kapitału na zrównoważone inwestycje, zarządzanie ryzykiem finansowym wynikającym ze zmiany klimatu, wyczerpywania się zasobów, degradacji środowiska, potrzeby rozwiązywania kwestii społecznych, jak również wspierania przejrzystości w działalności finansowej i gospodarczej. Plan Komisji Europejskiej pozostaje ściśle powiązany ze zobowiązaniami politycznymi podjętymi przez rządy na rzecz zrównoważonego rozwoju oraz porozumienia klimatycznego.

W ten sposób państwa Unii Europejskiej wkroczyły

na nowe tory prowadzenia gospodarki. Kierunek ten otwiera nowe możliwości inwestycyjne, które jednak mogą generować nowe zagrożenia dla uczestników obrotu gospodarczego, na przykład w postaci materializacji nowych rodzajów ryzyka, jak chociażby ryzyka reputacji powiązanego z brakiem aktywności w zakresie zrównoważonego rozwoju (ESG). Rolą instytucji finansowych jest dostosowanie działań do nowych wymogów oraz zidentyfikowanie i zarządzanie ryzykiem powiązanym z ESG, wynikającym ze zmian zachodzących w otoczeniu biznesowym oraz regulacyjnym. Głównym celem nowej strate-

gii działania banków spółdzielczych będzie rozwijanie tzw. zielonej bankowości, polegającej m.in. na przygotowaniu nowych produktów i usług przyjaznych dla środowiska oraz ograniczanie negatywnego wpływu na środowisko własnej działalności. Oznacza to m.in. powiązania działalności biznesowej z kwestiami dotyczącymi ochrony środowiska i zarządzaniem zasobami ludzkimi (ESG). Dla większości banków spółdzielczych zmiany te będą się wiązały z koniecznością rozwiązania wielu problemów, w tym także wzrostem kosztów działania. Dotyczy to m.in. przyjęcia długookresowych strategii działania, adaptacji starych modeli biznesowych do nowych warunków, edukacji pracowników, wdrażania działań ESG w całej instytucji, monitoringu podejmowanych działań z zakresu ESG, a także poważnych zmian w sprawozdawczości, która będzie musiała

spełniać wymagania zarówno unijne, jak i nadzoru finansowego.

Strategia ESG obejmuje trzy zasadnicze grupy problemów. Pierwsza z nich (E) mówi o stosunku firmy do ochrony środowiska, kwestii związanych ze zużyciem energii, gospodarowaniem odpadami i emisją zanieczyszczeń. Druga (S) dotyczy kryteriów społecznych związanych z relacjami biznesowymi wewnątrz, jak i na zewnątrz firmy. Obejmują one m.in. poszanowanie praw człowieka oraz propagowanie praw różnorodności i równości wśród pracowników. Firma powinna także inwestować w kapitał ludzki, chociażby przez organizowanie szkoleń. Ostatnia grupa

Jeśli taki klient przyjdzie do banku z prośbą o kredyt na zakup nawozów sztucznych i środków ochrony roślin, to taka inwestycja zostanie zakwalifikowana, jako wręcz podręcznikowo szkodliwa dla środowiska naturalnego. Bank będzie musiał to wykazać w sprawozdaniu. Z drugiej strony odstąpienie przez rolnika od stosowania tych substancji może spowodować znaczny spadek zbiorów i tym samym spadek jego dochodów.



problemów(G) dotyczy ładu korporacyjnego, przy czym ważne są tutaj kwestie związane z zarządzaniem, prawami akcjonariuszy oraz wynagrodzeniami. Wszystkie te elementy powinny stanowić spójną całość, aby firma była wiarygodna.

Europejski Urząd Nadzoru Bankowego został zobowiązany do oceny możliwości włączenia ESG do procesu analizy BION, jak również otrzymał mandat do publikacji wytycznych w tym zakresie.

Zdaniem ekspertów realizacja celów zrównoważonego rozwoju

będzie możliwa tylko przy aktywnym zaangażowaniu biznesu, instytucji finansowych i organizacji ze względu na skalę i poziom złożoności zagadnień. Dla osiągnięcia założonego celu potrzebna jest realizacja nie tylko globalnych wyzwań, ale też tych mniejszych, lokalnych. Każdy ma bowiem swoją rolę do odegrania, również lokalne banki, ich pracownicy, klienci i kontrahenci.

Banki spółdzielcze będą miały, w pewnym sensie, ułatwione zadanie związane z wdrażaniem strategii ESG w zakresie dotyczącym kryteriów społecznych. Idea gospodarki spółdzielczej pokrywa się bowiem z tezą, w myśl której prowadzenie nowoczesnego biznesu, to nie tylko zarabianie pieniędzy, ale również odpowiedzialność za ludzi, jakość ich życia, czy środowisko naturalne, w którym przebywają. Dotyczy to również budowania długoletnich relacji z klientami opartych na równoprawnych relacjach obu stron.

Wiele banków spółdzielczych już od lat finansuje inwestycje związane z ekologią, takie jak wykorzystywanie odnawialnych źródeł energii, budowa kanalizacji i wodociągów lokalnych, czy przydomowych oczyszczalni ścieków, zwykle wspieranych przez programy rządowe i samorządowe, a także współpracuje z wojewódzkimi funduszami ochrony

środowiska. Ostatnio Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej uruchomił program „Energia dla wsi”, którego budżet opiewa na 1 mld zł. Jego zasadniczym celem jest doprowadzenie do wzrostu wykorzystania odnawialnych źródeł energii na terenie gmin wiejskich i wiejsko – miejskich. Program jest adresowany przede wszystkim do rolników oraz spółdzielni energetycznych. Wsparcie finansowe dotyczy m.in. budowy biogazowni, lokalnych elektrowni wodnych, instalacji fotowoltaicznych i turbin wiatrowych.

Nie ulega wątpliwości, że banki spółdzielcze będą musiały znacząco dostosować i uzupełnić swoje dotychczasowe podejście do raportowania, aby spełnić nowe wymagania narzucone przez ESG. Trudno też będzie uniknąć dodatkowych kosztów tego dostosowania, wiążącego się przede wszystkim z koniecznością korzystania przez banki, lub nawet zatrudniania, doradców do spraw ESG, dodatkowych kosztów informa-

tycznych, badań i rozwoju, jak i kosztów zmiany modelu biznesowego. Konieczność ponoszenia sporych nakładów wiąże się w szczególności z brakiem ekspertów ESG na polskim rynku, a także wspierających programów i narzędzi informatycznych w języku polskim (np. do obliczania tzw. śladu węglowego). W wielu kwestiach dotyczących raportowania trzeba więc będzie sięgać po usługi konsultantów zewnętrznych.

Z usług i wsparcia finansowego banków spółdzielczych

korzysta wielu rolników i producentów rolnych. Ich inwestycje mają bardzo różnorodny charakter, co może powodować trudności z precyzyjnym zakwalifikowaniem tych przedsięwzięć. Jeśli taki klient przyjdzie do banku z prośbą o kredyt na zakup nawozów sztucznych i środków ochrony roślin, to taka inwestycja zostanie zakwalifikowana, jako wręcz podręcznikowo szkodliwa dla środowiska naturalnego. Bank będzie musiał to wykazać w sprawozdaniu. Z drugiej strony odstąpienie przez rolnika od stosowania tych substancji może spowo-

dować znaczny spadek zbiorów i tym samym spadek jego dochodów. Mniejsze zbiory mogą natomiast spowodować wzrost cen produktów rolnych, co wpłynie na pogorszenie sytuacji ekonomicznej społeczeństwa. Spadek dochodów producentów rolnych może też ograniczyć ich zdolność kredytową, jak również zakłócić terminowość spłaty wcześniejszych zobowiązań finansowych. Zadziała w ten sposób zasada naczyń połączonych.

Podobnie może być w przypadku budowy wielkich farm z hodowlą zwierząt. Jeśli inwestor wybuduje obok nich biogazownię wykorzystującą odchody zwierząt to będzie działanie proekologiczne. Ale jednocześnie pozostanie uciążliwość takiej inwestycji dla okolicznych mieszkańców w postaci trudnych do zniesienia odorów. Problem w tym, że tego rodzaju inwe-

stycji mających różnoraki wpływ na środowisko naturalne jest bardzo wiele. Kto więc powinien decydować do jakiej kategorii należy je zakwalifikować? Wydaje się, że potrzebne są tutaj bardzo precyzyjne i czytelne zasady klasyfikacji działań proekologicznych lub zagrażających środowisku.

W ocenie Krajowej Izby Gospodarczej pomimo, że zrównoważony rozwój gospodarczy jest bardzo ważny, to nie powinien być osiągany kosztem przedsiębiorców. Dlatego powinni oni otrzymać pakiet wsparcia w postaci m.in. bezpłatnych szkoleń, wsparcia w zakresie opracowania metod liczenia tzw. śladu węglowego, zewnętrznych systemów doradczych oraz dofinansowania na przygotowanie nowych strategii działania i procesów adaptacyjnych, zgodnych z wymogami Unii Europejskiej. Warto też pomyśleć o jakiejś formie ulgi podatkowej, która powinna zachęcić przedsiębiorców do przeprowadzenia niezbędnych zmian w firmie. ●

W ocenie Krajowej Izby
Gospodarczej pomimo,
że zrównoważony rozwój
gospodarczy jest bardzo ważny,
to nie powinien być osiągany
kosztem przedsiębiorców.
Dlatego powinni oni otrzymać
pakiet wsparcia w postaci m.in.
bezpłatnych szkoleń, wsparcia
w zakresie opracowania metod
liczenia tzw. śladu węglowego,
zewnętrznych systemów
doradczych oraz dofinansowania
na przygotowanie nowych
strategii działania i procesów
adaptacyjnych, zgodnych
z wymogami Unii Europejskiej.



EDUKACJA FINANSOWA

WCIĄŻ POTRZEBNA

Ponad jedna trzecia badanych Polaków (37 %) ocenia swoją wiedzę finansową jako bardzo małą albo raczej małą. Prawie tyle samo (30 %) uważa, że ich wiedza na ten temat jest duża, a nawet bardzo duża. Istotne różnice w tej ocenie widać przede wszystkim w przypadku respondentów w różnym wieku i o różnym poziomie wykształcenia, wynika z badania zatytułowanego „Poziom wiedzy finansowej Polaków w 2022 roku” opublikowanego przez Warszawski Instytut Bankowości.

Badanie dotyczyło m.in. samooceny poziomu wiedzy, preferencji, wyzwań i oczekiwań społecznych w obszarze szeroko rozumianej wiedzy na temat finansów osobistych, bankowości i inwestowania.

Najczęściej wskazywanym źródłem wiedzy ekonomicznej

są blogi i portale internetowe, częściej jednak wskazywane przez młodszych respondentów. Starsi natomiast chętniej korzystają z mediów, instytucji sektora finansowego oraz wiedzy innych osób i ekspertów. Ponad połowa badanych Polaków odczuwa niedostatek wiedzy w obszarze cyberbezpieczeństwa, przy czym najbardziej odczuwają brak takiej wiedzy ludzie młodzi w wieku od 25 do 34 lat.

Respondenci nisko oceniają swoją wiedzę dotyczącą funkcjonowania Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie. Przeszło 60 % uważa, że ich znajomość zasad inwestowania na giełdzie jest bardzo mała albo raczej mała. W tym przypadku swoją wiedzę o tej instytucji najniżej oceniają osoby najmłodsze i najgorzej wykształcone, a najwyższej starsi respondenci i osoby z wyższym wykształceniem.

Akcje są zdecydowanie najlepiej rozpoznawalnym instrumentem notowanym na giełdzie. Obligacje wskazało 70 % badanych. Wyraźną różnicę posiadanej wiedzy widać między młodym i starszym pokoleniem w przypadku znajomości poszczególnych instrumentów finansowych dostępnych na giełdzie. Nie bez znaczenia jest tutaj też posiadane wykształcenie. Spośród znanych sposobów długoterminowego oszczędzania na emeryturę respondenci najczęściej (blisko 90 %) wymieniali Pracownicze Plany Kapitałowe, a nieco rzadziej Indywidualne Konta Emerytalne.

Połowa badanych osób uważa, że pandemia COVID-19 wpłynęła na ich gotowość do długoterminowego oszczędzania lub inwestowania na giełdzie. Przeciwnego zdania była jedna trzecia respondentów.

Ponad połowa naszych rodaków deklaruje, że stara się czytać dokładnie umowy zawierane z instytucjami finansowymi przed ich podpisaniem, natomiast jedna trzecia twierdzi, że robi to bardzo dokładnie. Zaledwie kilka procent badanych przegląda umowy pobieżnie lub zdarza się im podpisać taki dokument bez czytania. W tym ostatnim przypadku przeważają osoby najmłodsze.

Przeszło 90 % respondentów zadeklarowało posiadanie rachunku osobistego, a blisko jedna trzecia korzysta z kart płatniczych. Najczęściej są to osoby w wieku produkcyjnym. Brak jakichkolwiek produktów finansowych najczęściej deklarowali najmłodsi i najstarsi respondenci.

Więcej niż jedna trzecia badanych (38 %) udzieliła prawidłowej odpowiedzi o wysokość gwarancji, wy-

noszącej równowartość 100 tys. euro, wypłacanej przez Bankowy Fundusz Gwarancyjny. Przy czym odsetek prawidłowych odpowiedzi był wyraźnie niższy wśród najmłodszych respondentów oraz w grupie osób z podstawowym i zawodowym wykształceniem, natomiast wyższy wśród badanych z wykształceniem wyższym.

Zaledwie 5 % badanych udzieliło prawidłowej odpowiedzi na pytanie dotyczące oprocentowania i kosztów kredytu. Niemal połowa respondentów (47 %) błędnie uważała, że zmiana wysokości stóp procentowych wpływa na ratę kredytu hipotecznego ze stałym oprocentowaniem.

Zdecydowana większość pytanym (ponad 80 %) wskazała prawidłową odpowiedź – kantor walutowy, w pytaniu o instytucję, która nie ma prawa świadczyć usług kredytowych. Najwyższy odsetek prawidłowych odpowiedzi widoczny był w tym przypadku wśród młodych ludzi w wieku od 24 do 34 lat i z wyższym wykształceniem.

Większość ankietowanych (60 %) pozytywnie ocenia działania banków w sferze edukacji finansowej klientów, chociaż zauważa, że mogłyby robić pod tym względem jeszcze więcej. Co piąty respondent (20 %) jest jednak zdania, że te działania banków, to głównie zakamuflowana wersja reklamy swoich usług i produktów.

W ocenie badanych najlepszymi sposobami przekazywania wiedzy finansowej są bezpośrednie spotkania stacjonarne (lekcje, wykłady), filmy edukacyjne i materiały video oraz artykuły w prasie lub Internecie. Ponad połowa respondentów uważa, że obowiązkowa edukacja finansowa powinna zaczynać się już w szkole podstawowej. Tego zdania są najczęściej osoby młode, co świadczy o tym, jak duża jest potrzeba otrzymywania takiej edukacji wśród osób, które oceniają swoją wiedzę ekonomiczną jako niedostateczną.

Uzupełnieniem tej analizy może być

najnowsze, podobne badanie prowadzone przez Fundację Kronenberga utworzoną przez bank Citi Handlowy. Wynika z niego, że jedna piąta naszych rodaków w wieku od 25 do 39 lat nie ma nawyku odkładania pieniędzy na przyszłe potrzeby. Być może wynika to z tego, że we wcześniejszych latach życia nie dysponowali własnymi pieniędzmi i nie wykształcili w sobie nawyku oszczędzania. Potencjalnie grupa ta może być interesującym adresatem działań edukacyjnych zwłaszcza, że ma już własne dochody oraz pewną świadomość ograniczonej własnej kompetencji w kwestii zarządzania finansami.

W porównaniu z poprzednimi latami obecnie aż 55 % Polaków odkłada już pieniądze nie tylko na konkretne zaplanowane wcześniej cele, ale ze względu na chęć zabezpieczenia przyszłości, na tzw. czarną godzinę albo na wypadek pojawienia się nagłych, nieprzewidzianych okoliczności. Widać też, że tendencja ta wzrasta wraz z wiekiem. Obawy wobec przyszłości zwiększają prawdopodobnie motywację do budowania tzw. poduszki finansowej, która daje poczucie bezpieczeństwa w niepewnych czasach.

Oszczędności Polaków nie stanowią jednak wielkiego kapitału – prawie połowa deklaruje, że nie przekraczają one wysokości trzymiesięcznych dochodów. Wśród osób, które zadeklarowały, że oszczędzają, tylko jedna czwarta uważa, że byłaby w stanie żyć z posiadanych oszczędności powyżej trzech miesięcy, nie obniżając dotychczasowego poziomu życia. ● opr. jor





MAMO, TATO, POCZYTAJ MI O... PŁATNOŚCIACH!



Joanna Barbrich

Aco to? Moja niespełna dwuletnia córeczka zadaje to pytanie setki razy dziennie. I to właśnie dziecięca ciekawość była inspiracją do wydania książeczki „Dzidzia w świecie płatności”, która powstała z inicjatywy Fundacji KIR na Rzecz Rozwoju Cyfryzacji Cyberium.

Na dziecięcym rynku wydawniczym wiele jest wartościowych pozycji o oszczędzaniu, zakupach, a nawet o prawach ekonomii. Wszystkie jednak są skierowane do dzieci przedszkolnych lub starszych. „Dzidzia” uzupełnia tę lukę, proponując edukację finansową dla najmłodszych: dwu i trzylatków. Wprowadzamy w świat dziecka najprostsze pojęcia: płacenie, banknoty, monety, portfel, bankomat, karta. Dzieci codziennie obserwują, jak dorośli kupują coś w sklepach lub dokonują płatności. Widzą, jak dorośli biorą sami towary w sklepie, albo dostają je z rąk sprzedawców, a następnie płacą gotówkowo lub bezgotówkowo. W sposób naturalny od najmłodszych lat naśladują te zachowania, bawiąc się w sklep. Maluchy z radością „pomagają” też rodzicom nadawać przesyłki w paczkomacie, cieszą się, gdy pozwalamy im przyłożyć kartę do terminala, dzwonią na FaceTime do babci. Dla rodziców i opiekunów „Dzidzia” będzie znakomitym pretekstem do rozmów z dzieckiem o tym, skąd pieniądze się biorą, o tym, że za pracę należy się wynagrodzenie i o tym, że nie mamy niewyczerpanych ich źródeł, a także do czego służą otaczające nas najnowsze technologie.



A edukować finansowo warto od najmłodszych lat, bo w tym obszarze mamy jeszcze wiele do



zrobienia. Potwierdzają to badania Warszawskiego Instytutu Bankowości – tylko 30% Polaków ocenia pozytywnie swoją wiedzę ekonomiczną, a 51% czuje potrzebę pilnego uzupełnienia wiedzy z obszaru cyberbezpieczeństwa. Zaś 47% respondentów błędnie uważa, że zmiana wysokości stóp procentowych automatycznie wpływa na ratę kredytu hipotecznego z oprocentowaniem stałym. Tylko 5% badanych prawidłowo wskazało, że wysokość miesięcznej raty

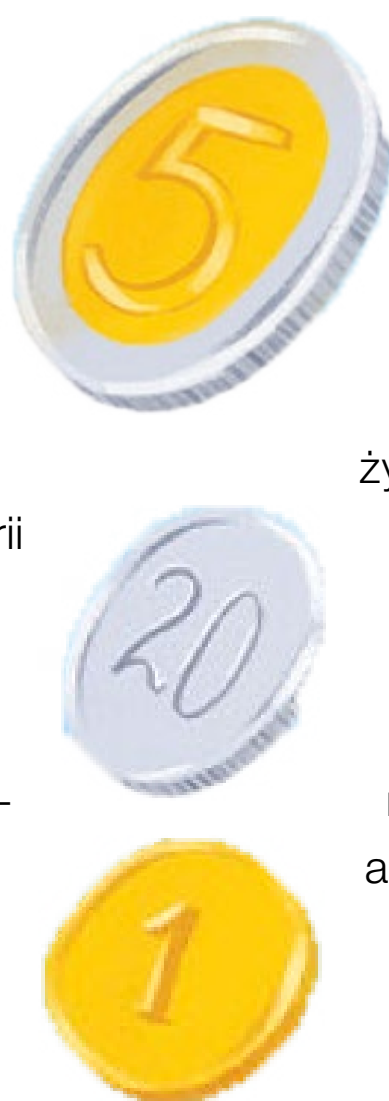




Fundacja na rzecz Rozwoju Cyfryzacji Cyberium została powołana przez KIR w marcu 2017 r. Fundacja działa na rzecz cyfryzacji gospodarki, wspiera upowszechnianie obrotu bezgotówkowego oraz niweluje bariery dla jego wzrostu. Wspomaga rozwój innowacyjnych technologii, przyczynia się do rozpowszechniania i wdrażania nowych rozwiązań technologicznych, zarówno w praktyce gospodarczej, jak i w życiu codziennym. Zajmuje się również tematyką bezpiecznej cyberprzestrzeni. Wspiera programy edukacyjne i badawcze, których celem jest rozwijanie kompetencji cyfrowych i dostosowanie ich do przemian technologicznych, zachodzących w przestrzeni życia publicznego, zawodowego i prywatnego.

kredytu o zmiennym oprocentowaniu jest zazwyczaj aktualizowana co 3 lub 6 miesięcy. Jednocześnie badani dobrze oceniają działalność edukacyjną banków w obszarze edukacji finansowej i cyfrowej. Aż 60% postrzega ją pozytywnie lub bardzo pozytywnie.

Wracając jeszcze do książeczki, Agnieszka Barbasiewicz, wieloletni nauczyciel i prezes Fundacji im. Marii Montessori w recenzji książeczki pisze tak: „Dzisiaj” kończy się pięknym zdaniem taty: „Czas spędzony razem jest bezcenny. Tego nie można kupić”. Poza rozmową, co to znaczy, że coś jest bezcenne? Rodzice dostają cudowną przestrzeń do rozmowy o tym, czego nie można kupić, a jest nam potrzebne, ważne i niezbędne do życia. Mimo, że tematem głównym są w książce pieniądze, na pierwszy plan



wysuwa się rodzinna atmosfera, wspólne spędzanie czasu i radość z poznawania natury. Przekaz, kierowany do maluchów jest jasny: płatności są częścią codziennego życia, trzeba rozumieć, na czym polegają, ale najważniejsze są wartości rodzinne, relacje i wspólny czas, którym się nawzajem obdarowujemy.”

Fundacja Cyberium dystrybuuje publikację bezpłatnie (od grudnia trafiła w ponad 5000 małych rączek), a na stronie www.wswiecieplatnosci.pl czytelnicy magazynu „Bank Spółdzielczy” mogą też poznać tytułową bohaterkę również w wersji elektronicznej. ●



SŁOWO O AUTORKACH

Joanna Barbrich: autorka tekstu i pomysłodawczyni książeczki. Jest prawnikiem, ekspertem w obszarze nowych technologii w sektorze bankowym i płatniczym. Przez wiele lat była związana ze Związkiem Banków Polskich, gdzie odpowiadała za innowacyjne, sektorowe projekty tworzone wspólnie przez banki i bigtechy.

Dorota Dublanka: redaktor prowadząca. Wizjonerka, pasjonatka i profesjonalistka z ponad 25-letnim doświadczeniem w pracy z globalnymi organizacjami i start-upami, w tym z Doliny Krzemowej.

Anna Wojtkowska: redaktor artystyczna. Zawodowo starszy specjalista w Departamencie Księgowości w KIR S.A. z 14-letnim stażem. Prywatnie mama Marcela i Kornelii.

Anna Karwala (Bujnowłosa): autorka ilustracji. Studentka ASP, młoda ilustratorka i graficzka. Od najmłodszych lat spełnia się jako artystka w wielu dziedzinach. Obecnie całe swoje doświadczenie przelewa w ilustrację, która stała się jej ulubionym środkiem wyrazu.

Agnieszka Barbasiewicz: opracowanie graficzne. Skończyła polonistykę na Uniwersytecie Warszawskim i Podyplomowe Studium Zarządzania Oświatą na wydziale pedagogiki. Od 1997 r. jest nauczycielką języka polskiego. Stale zajmuje się też projektami z zakresu promocji czytelnictwa wśród dzieci.

Agata Garlińska: koordynacja wydawnicza. Współzałożycielka Wydawnictwa Oh book!, które pomaga autorom w samodzielnym wydaniu publikacji. Wierzy, że każdy tekst zasługuje na szansę, bo każdy autor i autorka mają światu coś do przekazania.





Zielone
sąsiedztwo



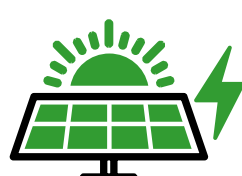
Banki Spółdzielcze

Postaw na ekologię!

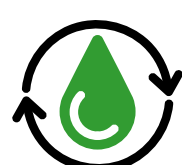
Zapytaj o środki na inwestycje, które odmienią
Twoją firmę w **Zielone Sąsiedztwo!**



Wymiana pieców
na paliwa stałe



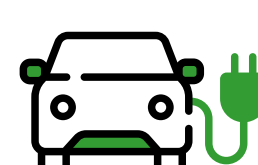
Instalacje
fotowoltaiczne



Instalacje
wodne



Termoizolacja
budynków



Elektromobilność

www.zielonesasiedztwo.sgb.pl

Bezpłatna infolinia:
800 888 888

CZY BANK MOŻE BYĆ MIEJSCEM PRZYJAZNYM DLA ZWIERZĄT?

DO BANKU ZE SWOIM PUPILEM

**Anna Gruchała**

Zjednoczony Bank Spółdzielczy

Dla wielu z nas zwierzęta są towarzyszami życia codziennego. Postrzegamy je jako naszych pupili, przyjaciół, często nawet rodzinę. Chcemy spędzać z nimi jak najwięcej czasu. Niejednokrotnie jednak zdarza się, że otoczenie, w którym żyjemy nie podziela naszego entuzjazmu, a zwierzęta są nieakceptowalne w większości miejsc. Idąc na spacer z psem zastanawiamy się, czy możemy wstąpić z nim na kawę do kawiarni za rogiem? Albo wejść do sklepu kupić bułki na śniadanie? Przecież to tylko kilka minut, pies jest mały, nikomu nie wadzi. Na szczęście, jest coraz więcej miejsc przyjaznych zwierzętom i dzięki temu możemy odwiedzać restauracje, kawiarnie, czy centra handlowe wraz ze swoimi pupilami, a widok psa,



Oddział w Szemudzie



Oddział w Wejherowie

czy kota w tych miejscach już tak nie dziwi. Nieraz jednak nie mamy pewności, czy do danego lokalu możemy wejść ze zwierzęciem, czy też konieczne jest pozostawienie go na zewnątrz. A co z bankami? Banki również są w naszym najbliższym otoczeniu. Przechodzimy obok nich każdego dnia. A gdyby tak połączyć przyjemne z pożytecznym i podczas spaceru z psem móc wejść do oddziału z ważną sprawą, bez stresu, że nasz zwierzak musi czekać na nas w domu, bądź, co gorsza, trzeba go przywiązać przed wejściem na dworzec? Czy banki mogą być przyjazne zwierzętom? Jak najbardziej! Udowadnia to Zjednoczony Bank Rumia Spółdzielczy, który wraz ze swoimi oddziałami i filiami oficjalnie stał się instytucją, w której zwierzęta są mile widziane.



Zjednoczony Bank Rumia Spółdzielczy

jest pierwszym bankiem spółdzielczym, który wychodząc na przeciw potrzebom wszystkich właścicieli zwierząt, otwarcie umożliwia im załatwienie spraw w banku oraz wizytę w placówce wraz z ich pupilem. Na drzwiach jego oddziałów pojawiły się specjalne naklejki informacyjne, a na czworonogów czeka miska ze świeżą wodą. Dotychczas oficjalnie do banku mógł wejść pies przewodnik w przypadku osób niewidomych lub niedowidzących. Zdarzały się także sytuacje, kiedy klienci przychodzili do nas ze swoimi pupilami. Nasz personel za każdym razem wykazywał się pełnym zrozumieniem. Było dla nas oczywiste, że pozostawienie psa przed oddziałem będzie bardzo stresujące dla właściciela, ale przede wszystkim dla jego pupila. Obecnie uregulowaliśmy tę kwestię, więc idziemy o krok dalej i chcemy sprawić, aby nasz bank kojarzony był z miejscem, gdzie wszyscy klienci mogą czuć się komfortowo, zarówno Ci ze zwierzakiem, jak i ci bez niego. Jest to temat, który może wzbudzać pewne kontrowersje. Właśnie dlatego nie zapominamy o tym, co najważniejsze, czyli o naszym wspólnym bezpieczeństwie. Stworzyliśmy regulamin, w którym opisujemy szczegółowo zasady wprowadzania zwierząt do banku. Zwierzak przede wszystkim nie może być uciążliwy dla pozostałych klientów i pracowników oddziału oraz powinien posiadać wszystkie wymagane prawem szczepienia, a jeśli to możliwe, również chip identyfikacyjny. Co więcej, to opiekun ponosi pełną odpowiedzialność za zachowanie swojego pupila.

Jako instytucja publiczna doskonale rozumiemy

że przebywając w jednym pomieszczeniu ze zwierzętami należy pogodzić potrzeby wszystkich zainteresowanych stron,

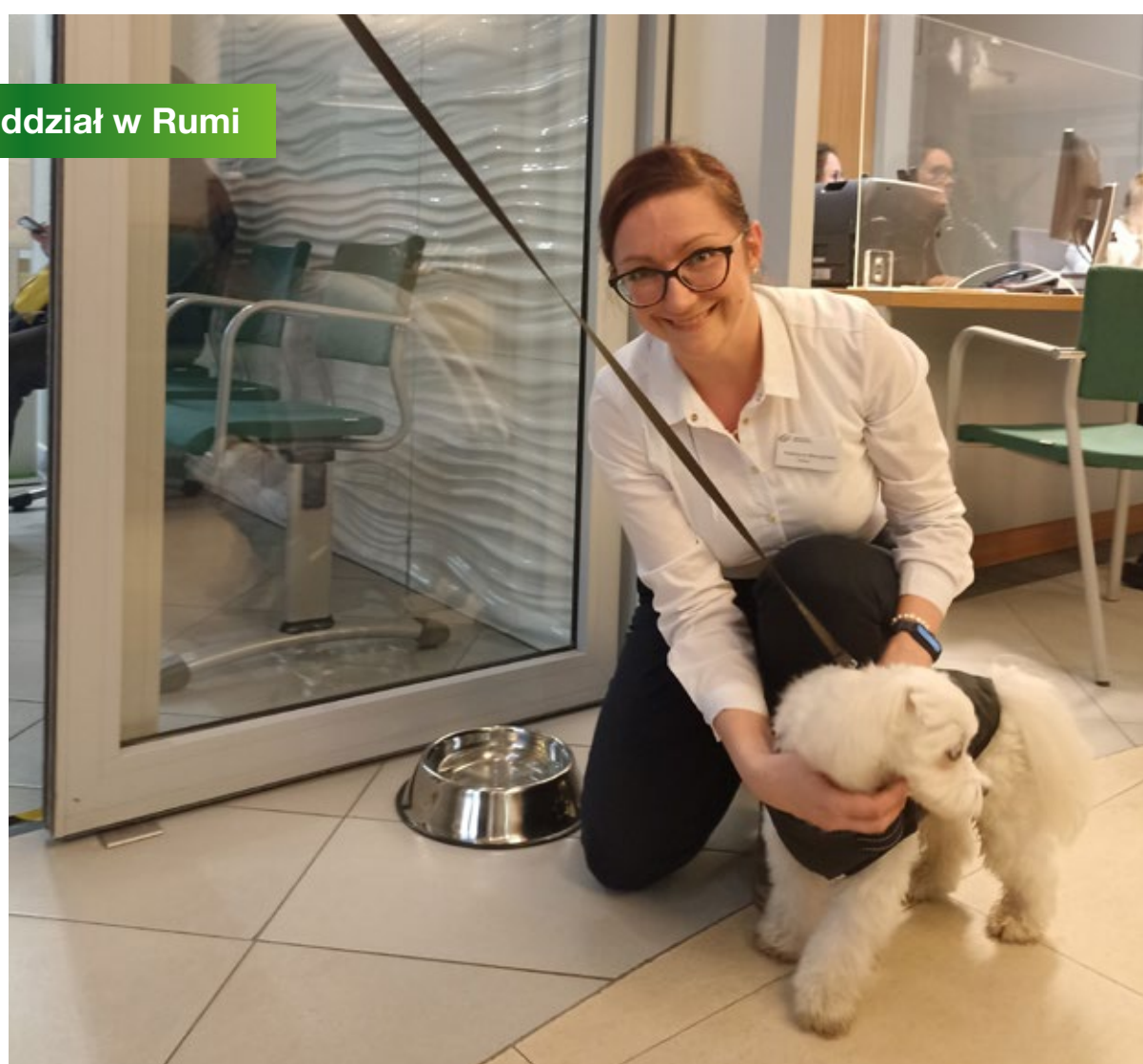
Joanna Wandtke Prezes Zarządu Zjednoczonego Banku Spółdzielczego



Możliwość wejścia do placówek naszego banku wraz z psem, kotem czy innym zwierzętkiem wpisuje się w przyjętą przez bank strategię działania, która uwzględnia odpowiedzialność przedsiębiorstwa wobec swojego lokalnego otoczenia. Chcemy dbać o otaczające nas środowisko, w którym żyją przecież także nasi czworonożni przyjaciele. Taka postawa wydaje nam się zupełnie naturalna, a przede wszystkim – wychodzi naprzeciw oczekiwaniom klientów i członków naszego banku.

tak, aby każdy czuł się bezpiecznie. W związku z tym, nasz bank rozpoczął stałą współpracę z behawiorystką, Karoliną Orzeszke, która prowadzi poradnię behawioralną Amber Dog w Rumi. Pani Karolina przeprowadziła cykl szkoleń dla naszych pracowników, przekazując im sporą dawkę niezbędnej wiedzy w zakresie rozumienia psiej mowy. *„Ważne jest, aby osoby obsługujące klientów w banku wiedziały, jak zachować się w towarzystwie zwierząt i jak prawidłowo odczytywać ich mowę ciała, czyli żeby miały świadomość, co zwierzak chce nam w danym momencie zakomunikować oraz jak na to reagować. Najistotniejsze w tym wszystkim jest to, żeby zarówno klient oraz jego pies, jak i pracownik banku, czy też inny klient, czuli się bezpiecznie oraz komfortowo w jednym pomieszczeniu”* – wyjaśnia Karolina Orzeszke.

Oddział w Rumi



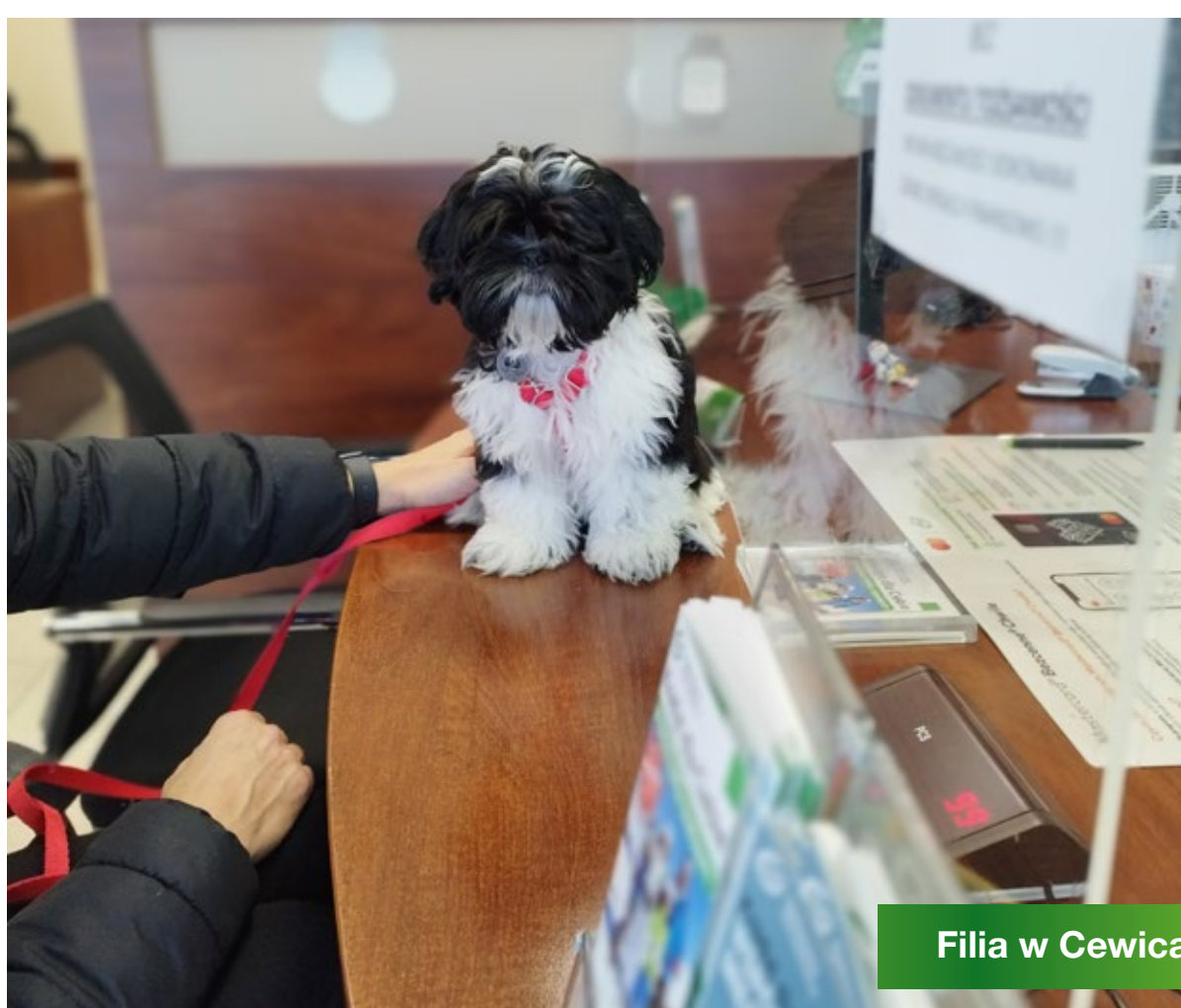
Oddział w Łęborku



Oddział w Łebie – Niecodzienny gość, klacz Cortinella



Filia w Cewicach





Oddział w Czarnej Dąbrowce



Oddział w Rumi – Zwierzęta mile widziane



Mikołajowa akcja pomocy dla schroniska w Dąbrowce



Filia w Cewicach

Nasza inicjatywa „Bank przyjazny zwierzętom”

to nie tylko możliwość wejścia do banku ze swoim pupilem. Projekt ten polega również na wspieraniu schronisk i organizacji zajmujących się opieką nad bezdomnymi zwierzętami. Staramy się otaczać te instytucje finansową i materialną opieką, organizując zbiórki pieniędzy i darów wśród pracow-

ników, udziałowców, jak również sympatyków naszego banku. W zeszłym roku zorganizowaliśmy „Mikołajkową Akcję Pomocy” i wsparliśmy Schronisko dla bezdomnych zwierząt w Dąbrowce koło Wejherowa. Udało nam się zmobilizować wiele osób i zebrać sporo datków oraz darów, dlatego postanowiliśmy, że będzie to jedna z naszych cyklicznych inicjatyw. Na ten moment planujemy rozszerzyć działalność w tym obszarze, poprzez wsparcie Fundacji działającej na rzecz psich seniorów, czy też imprez tematycznych propagujących pro zwierzęce postawy. Pomysłów jest cała masa. W roku 2023 nastawiamy się na wzmocnienie kompetencji ekologicznych naszego banku oraz chcemy brać aktywny udział w kreowaniu obszaru ochrony środowiska. Zmienianie świata należy rozpocząć od siebie, dlatego postaviliśmy na ekologiczną hybrydową flotę samochodów, dzięki której przyczyniamy się do zmniejszenia emisji dwutlenku węgla do atmosfery. O ekologię dbamy także codziennie w naszym miejscu pracy. Segregujemy śmieci, jak również staramy się ograniczać wydruki papieru w komunikacji z klientem. Każda, nawet najmniejsza proekologiczna zmiana i troska o środowisko są potrzebne, aby kolejne pokolenia mogły żyć w lepszym, zdrowszym świecie.

Cieszymy się, że możemy robić coś dobrego

jako bank, oraz wspólnie, jako pracownicy. Jesteśmy dumni z naszego projektu "Bank przyjazny zwierzętom" i zachęcamy naszych klientów do przyprowadzania ze sobą swoich pupili do naszych placówek. Wiemy, że dla wielu z nas nasze zwierzęta to członkowie naszych rodzin i chcemy, aby nasz bank był dla nich przyjaznym i bezpiecznym miejscem. Zapraszamy do wszystkich oddziałów Banku Spółdzielczego w Rumi, Redzie, Wejherowie, Kosakowie, Szemudzie, Bojanie, Lęborku, Łebie i Czarnej Dąbrowce, a także do filii w Cewicach i Wicku - bo tu zwierzęta są mile widziane. Warto dbać o siebie nawzajem! ●



Jak zmiany klimatu wpływają na ubezpieczenia rolne i szkody

Corocznie wzrasta liczba zgłaszanych szkód wyrządzonych w uprawach przez nawalne deszcze i huragany oraz grad. Zauważają to rolnicy i chętniej sięgają po ubezpieczenia nie tylko upraw, ale też budynków, maszyn i zapasów składowanych w gospodarstwach.



Na przestrzeni ostatnich lat wzrasta nie tylko liczba szkód z ubezpieczeń upraw, ale też ich intensywność. Rekordowe pod tym względem były lata 2020-2022. Rolnikom dały się we znaki szczególnie grad i towarzyszące mu deszcze nawalne oraz huragany. Te zdarzenia to skutek zmieniającego się klimatu. Taki wniosek wyciągnęliśmy na podstawie własnych doświadczeń w likwidacji szkód, ale potwierdzają go też wyniki prowadzonych badań naukowych. Intensywność opadów, nieadekwatna temperatura powietrza, zanikanie niektórych pór roku – to wszystko można zauważyć samodzielnie, nawet w naszym kraju. Najbardziej odczuwalne są zmiany temperatur, które pośrednio lub bezpośrednio wpływają na anomalie pogodowe powodujące straty w rolnictwie. Przykład: występowanie wczesnych przymrozków wiosennych, co – w połączeniu z coraz cieplejszymi zimami – stanowi duże niebezpieczeństwo dla upraw ozimych. Odpowiedzią na powiększającą się skalę oraz natężenie zjawisk pogodowych jest odpowiednio przystosowana oferta ubezpieczeniowa. Jako Generali wprowadziliśmy, między innymi, odpowiedzialność do 100% wartości plonu w przypadku szkód całkowitych spowodowanych np. gradobiciem, co powinno być bardzo istotne dla producentów rolnych, szczególnie tuż przed żniwami.

Ważna jest też metodologia likwidowania szkód. My robimy to na polu lub jego części, ponieważ ryzyka występujące lokalnie, np. gradobicie, mogą uszkodzić uprawę tylko na określonym obszarze danego pola. Istotne jest zastosowanie możliwości obniżenia franszyzy integralnej. Ustawowy poziom 10%, w Generali zmniejszyliśmy do 8%. To pozwala na szybszą wypłatę odszkodowania, gdyż zauważyliśmy, że statystycznie dużo szkód jest w granicach od 8-10%.

Nieodwracalną tendencją związaną ze zmianami klimatu jest niedostatek wody. Cieplejsze zimy nie sprzyjają nadrabianiu tych niedoborów w glebie – brakuje śniegu, którego powolne topnienie poprawiało bilans wodny. Jeśli do tego dodamy niewielką sumę opadów atmosferycznych wiosną, to scenariusz na dramatyczną sytuację dla rozwoju roślin gotowy. Bilansu nie poprawiają też intensywne opady. W takich sytuacjach woda szybko spływa po zaskorupionej, suchej ziemi – nie ma szans wsiąknąć i przedostać się na głębsze poziomy.

Dla zapewnienia ochrony przed skutkami finansowymi suszy, nasza firma umożliwiła rolnikom ubezpieczenie zbóż ozimych od tego ryzyka. Należy pamiętać, że w ubezpieczeniu od ryzyka suszy występuje franszyza redukcyjna – 25% sumy ubezpieczenia. W praktyce oznacza to, że każde odszkodowanie zostanie zmniejszone o równowartość 25% sumy ubezpieczenia na danym polu. Stosowanie franszyzy wynika wprost z przepisów ustawy o ubezpieczeniach upraw rolnych i zwierząt gospodarskich.

Obserwacje bezpośrednie i dane statystyczne pokazują, że warto pomyśleć nie tylko o odpowiednio rozszerzonym ubezpieczeniu upraw, ale też o ubezpieczeniu budynków w gospodarstwie. Obie kategorie majątku rolnika mogą znacznie ucierpieć na skutek nasilonych opadów, huraganów czy intensywnych gradobici.

Zmiany klimatu są naturalne i towarzyszą nam od wieków. Natomiast nasilenie i nieprzewidywalność pewnych zjawisk to wyzwanie w prowadzeniu produkcji rolnej. Prawidłowe zarządzanie ryzykiem w gospodarstwie rolnym jest możliwe tylko przy wybraniu odpowiednich narzędzi do jego zmniejszenia, wśród których ubezpieczenie jest niezbędnym i kluczowym elementem.

PŁATNA PROTEKCJA I POWOŁYWANIE SIĘ NA WPLYWY



mł. insp. Andrzej Borowiak

Rzecznik prasowy

Komendanta Wojewódzkiej Policji w Poznaniu

W różnych kręgach i społecznościach co jakiś czas objawiają się osoby, które lubią zwracać na siebie uwagę. Często chwalać się kontaktami i znajomościami z wpływowymi ludźmi. Zazwyczaj takie opowieści są przez otoczenie ignorowane albo zbywane uśmiechem politowania. Niekiedy jednak trafiają na podatny grunt.

Pod koniec ubiegłego roku jeden z przedsiębiorców z północnej Wielkopolski odebrał telefon. Znajomy prosił o pilne spotkanie. Ten znajomy miał być oficerem służb specjalnych. Major często mówił o wyjazdach na ćwiczenia, poligony i różne podobne akcje. Podczas spotkania w cztery oczy z przedsiębiorcą, wyjawiał czego dowiedział się przez zupełny przypadek. W związku z działalnością firmy kolegi miały być wszczęte postępowania skarbowe i karne.

Ta wiadomość zdruzgotała przedsiębiorcę

wprawiając go w niemałe zdenerwowanie. Na to wszystko bardzo pozytywnie zareagował znajomy major. Powiedział, że zna

wiele wpływowych osób ze służb skarbowych i powiązanych z wymiarem sprawiedliwości. Zaczął przekonywać i obiecywać, że dzięki temu jest w stanie załatwić sprawę tak, żeby nigdzie po niej nie pozostał żaden ślad. Oczywiście, nic nie miało odbyć się za darmo. Wpływowy oficer ocenił, że za 40 tys. zł cała sprawa pójdzie we wszystkich instytucjach w zapomnienie.

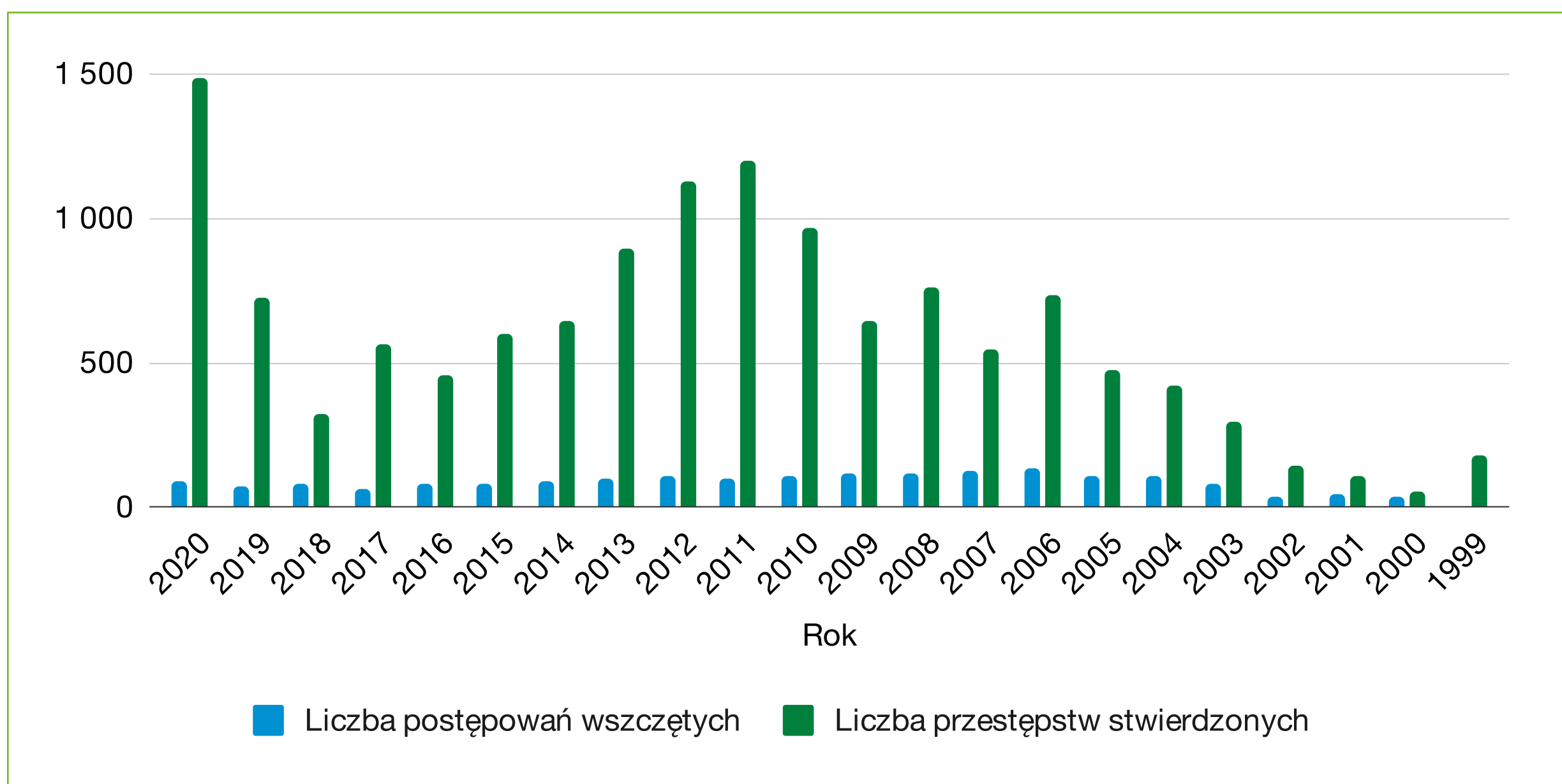
Zmartwiony przedsiębiorca poczuł się na tyle zastraszony, że zgodził się przystać na propozycję. Jeszcze tego samego dnia dał życzliwemu majorowi 20 tys. zł. Resztę miał przygotować i przekazać później.

Mężczyzna jednak wkrótce ochłonął i doszedł do wniosku, że coś tu nie gra. Nigdy wcześniej nie miał żadnych kłopotów. Jego biznes działał stabilnie. Za wszystkie sprawy organizacyjne i finansowe odpowiadali zatrudnieni przez niego fachowcy. Pomyślał, że został oszukany. Z tą myślą zgłosił się do policjantów z Komendy Wojewódzkiej Policji w Poznaniu.

Mężczyzna jednak wkrótce ochłonął i doszedł do wniosku, że coś tu nie gra. Nigdy wcześniej nie miał żadnych kłopotów. Jego biznes działał stabilnie. Za wszystkie sprawy organizacyjne i finansowe odpowiadali zatrudnieni przez niego fachowcy. Pomyślał, że został oszukany. Z tą myślą zgłosił się do policjantów z Komendy Wojewódzkiej Policji w Poznaniu.

Już wstępne ustalenia wskazały, że 61-latek nie jest majorem, nigdy nie pracował w wojsku ani w żadnych służbach specjalnych. Często za to bywał w różnych innych miastach w kraju





i zbudował swój wyjątkowy wizerunek. Był też wielokrotnie karany za przestępstwa przeciwko mieniu.

Policjanci, po zebraniu szczegółowych informacji, zawiadomili prokuraturę i zaplanowali akcję zatrzymania. Odbyło się to podczas odbierania od pokrzywdzonego drugiej transzy pieniędzy – 20 tys. zł. Niedoszły lobbysta trafił do aresztu. Grozi mu teraz do 8 lat więzienia.

Z podobnymi sprawami poznańscy policjanci mieli do czynienia wielokrotnie. W 2020 roku zatrzymali mężczyznę, który twierdził, że za 200 tys. zł załatwi każdą sprawę. Od innego biznesmena przyjął połowę tej kwoty za pomoc w rozwiązaniu jego problemów. Powołując się na wpływy i znajomości, obiecał wstrzymanie wykreślenia firmy z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej.

Te dwie historie pokazują

że oszuści mogą w łatwy sposób naciągać przedsiębiorców popadających w różne kłopoty. Mogą, na przykład, oferować pomoc przy załatwianiu kredytów, powołując się przy tym na znajomości wśród bankowców. Średniorocznie na terenie Wielkopolski odnotowywanych jest od kilkuset do prawie półtora tysiąca takich przestępstw.

Płatna protekcja jest to z definicji pośredniczenie w załatwieniu sprawy w zamian za korzyść majątkową lub obietnicę jej otrzymania. Sprawca obiecuje załatwienie sprawy dzięki wpływom w urzędzie, instytucji państwowej lub samorządzie terytorialnym, albo w organizacjach, w których ktoś chce załatwić jakąś sprawę.

Płatna protekcja jest przestępstwem zaliczanym do kategorii korupcyjnych i jest ścigana przez prawo. Kodeks karny opisuje to w dość precyzyjny sposób:

Art. 230.

§ 1. Kto, powołując się na wpływy w instytucji państwowej, samorządowej, organizacji międzynarodowej albo krajowej lub w zagranicznej jednostce organizacyjnej dysponującej

środkami publicznymi albo wywołując przekonanie innej osoby lub utwierdzając ją w przekonaniu o istnieniu takich wpływów, podejmuje się pośrednictwa w załatwieniu sprawy w zamian za korzyść majątkową lub osobistą albo jej obietnicę, podlega karze pozbawienia wolności od 6 miesięcy do 8 lat.

§ 2. W wypadku mniejszej wagi, sprawca podlega grzywnie, karze ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności do lat 2.

Art. 230a.

§ 1. Kto udziela albo obiecuje udzielić korzyści majątkowej lub osobistej w zamian za pośrednictwo w załatwieniu sprawy

wy w instytucji państwowej, samorządowej, organizacji międzynarodowej albo krajowej lub w zagranicznej jednostce organizacyjnej dysponującej środkami publicznymi, polegające na bezprawnym wywarceniu wpływu na decyzję, działanie lub zaniechanie osoby pełniącej funkcję publiczną, w związku z pełnieniem tej funkcji, podlega karze pozbawienia wolności od 6 miesięcy do 8 lat.

§ 2. W wypadku mniejszej wagi, sprawca podlega grzywnie, karze ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności do lat 2.

§ 3. Nie podlega karze sprawca przestępstwa określonego w § 1 albo w § 2 jeżeli korzyść majątkowa lub osobista albo

ich obietnica zostały przyjęte, a sprawca zawiadomił o tym fakcie organ powołany do ścigania przestępstw i ujawnił wszystkie istotne okoliczności przestępstwa, zanim organ ten o nim się dowiedział.

Trzeba także podkreślić, że przestępstwo może być popełnione nawet bez korzyści dla samego siebie. Okoliczność, iż podjęcie się pośrednictwa w załatwieniu sprawy nie miało komuś przysporzyć bezpośredniej korzyści majątkowej, nie wyłącza odpowiedzialności karnej. Dlatego będąc w różnych sytuacjach zawodowych lub towarzyskich warto być powściągliwym w zawieraniu „biznesowych” znajomości z osobami, o których zazwyczaj niewiele wiemy. ●



FEEDBACK I OCENA PRACOWNICZA

JAKO SPOSÓB KOMUNIKACJI Z PRACOWNIKIEM



Monika Czekanowicz

radca prawny,
prawnik w kancelarii Raczkowski sp.k.

Nie należy się wywiązywanie się z obowiązków oraz słabe wyniki w pracy to główne zarzuty stawiane pracownikom, które stają się następnie podstawową przesłanką rozwiązania umowy o pracę.

Pracownik to inwestycja. Badania profilaktyczne, szkolenia bhp, upskilling, jak również wszystkie inne koszty związane z zatrudnieniem obciążają budżet zakładu pracy. Trudno się dziwić, iż oczekiwaniem pracodawcy jest więc jak najszybszy zwrot inwestycji, a nieprzykładanie się do wykonywania pracy i nieosiąganie określonych celów może skutkować zakończeniem zatrudnienia. Od pracownika wymaga się realizacji założonych celów, z których następnie jest rozliczany. Jeżeli rozliczenie wypadnie negatywnie, pracodawca podziękuje za współpracę i rozpocznie poszukiwanie bardziej efektywnego pracownika. Problemy z właściwym podejściem do wykonywanej pracy mogą wynikać z biernej postawy pracownika czy braku odpowiednich kompetencji, często jest to jednak również konsekwencja wzajemnego niezrozumienia stron stosunku pracy. Kluczowym elementem prawidłowej współpracy między pracownikiem, a pracodawcą jest właściwa komunikacja. Nawet najlepiej wykształcony i doświadczony pracownik nie osiągnie zadowalających wyników, gdy zabraknie prawidłowego feedbacku ze strony przełożonego, to zaś będzie skutkować negatywną oceną wykonywanej pracy.

Przepisy nie regulują

szczegółowo kwestii oceny pracowniczej, prawo do oceny pracownika należy jednak uznać jako bezdyskusyjne uprawnienie pracodawcy, jedną z metod zarządzania zasobami ludzkimi. Jedynym przepisem regulującym zagadnienie oceny pracowniczej jest art. 94 pkt. 9 Kodeksu pracy, który zobowiązuje pracodawcę do stosowania obiektywnych i sprawiedliwych kryteriów oceny opartych na postawionych uprzednio wymaganiach pozostających w związku z obowiązkami pracownika i zajmowanym przez niego stanowiskiem. Kryterium oceny nie mogą bowiem stanowić oczekiwania pracodawcy, o których pracownik nie wie zawierając umowę o pracę i o których pracodawca nie informuje go w czasie trwania stosunku pracy. Ocena powinna być rzeczowa, obiektywna i ostrożna, nie powinna również wykraczać poza niezbędną dla określonych celów potrzebę. Użyte sformułowania powinny mieć odpowiednią formę i nie mogą poniżać godności osobistej ocenianej osoby. Dokonanie oceny z uwzględnieniem powyższych zasad będzie działaniem zgodnym z prawem, nie naruszającym godności i innych dóbr osobistych pracownika, nawet jeżeli ocena będzie negatywna.

Ocena pracownicza stanowi

dla pracodawcy bazę, którą może wykorzystać w celach informacyjnych, decyzyjnych, edukacyjnych czy motywacyjnych. Mimo, iż nie jest obowiązkowa warto wprowadzić ją jako element zarządzania procesem zatrudnienia optymalizującym funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Bez oceny rozwój pra-

cowników będzie utrudniony, a modyfikacja niepoprawnych i niezadowolających efektów pracy niemożliwa. Sama ocena pracownicza przeprowadzana okresowo co kilka miesięcy nie będzie jednak wystarczająca do zapewnienia prawidłowej komunikacji z pracownikiem. Temu celowi służyć będzie feedback. Pojęcie feedbacku i oceny pracowniczej często, niewłaściwie, stosowane jest zamiennie. Tymczasem o ile ocena to podsumowanie pracy pracownika wykonanej w szerszym okresie czasu według określonego schematu, o tyle feedback to bieżące zwrotne komunikowanie pracownikowi spostrzeżeń dotyczących aktualnej realizacji zadań. Właściwy feedback będzie zatem pełnił jeszcze ważniejszą rolę w prawidłowej komunikacji z pracownikiem aniżeli ocena. Umiejętnie udzielony feedback powinien w jasny i konkretny sposób omówić efekty działań pracownika, skupiając się przede wszystkim na pozytywnych aspektach pracy oraz w konstruktywny sposób „podpowiedzieć” zmianę popełnionych błędów lub niespełnionych oczekiwań. Warto posłużyć się w tym celu sprawdzoną metodą FUKO.

Nazwa metody to akronim kolejnych elementów wypowiedzi, motywującej pracowników do rozwoju i zaangażowania w życie przedsiębiorstwa, która pozwoli na osiągnięcie korzyści dla obu stron stosunku pracy.

F – fakty – przywołujemy konkretne sytuacje, w których uczestniczył pracownik, oceniamy pracę i zachowanie pracownika, ale nie jego cechy osobowościowe, unikamy emocjonalnych odniesień oraz ogólników. Przykładowo: *Zadanie, które zostało Ci zlecone wykonałeś po wskazanym w harmonogramie terminie.*

U – uczucia – opisujemy uczucia, których doznaliśmy, w związku z działaniami lub zaniechaniami pracownika. Przykładowo: *Czułem podenerwowanie, gdyż nie mieliśmy pełnych informacji w sprawie dla kluczowego klienta.*

K – konsekwencje – uświadamiamy pracownika w jaki sposób jego działanie wpłynęło na zakład pracy, jakie są potencjalne zagrożenia z nim związane, zarówno dla zakładu pracy, jak i jego osoby. Przykładowo: *Klient był niezadowolony i utracił do nas zaufanie. Istnieje ryzyko, iż zakończy współpracę z naszą firmą, co może wiązać się z redukcją zatrudnienia.*

O – oczekiwania – przedstawiamy pracownikowi sposób w jaki w przyszłości oczekujemy, iż się zachowa, sugerujemy kilka możliwości działania oraz wyrażamy wsparcie. Przykładowo: *Oczekuję, iż w przyszłości zadanie zostanie zrealizowane zgodnie z harmonogramem. Jeżeli będziesz miał jakieś problemy poproś mnie lub któregoś ze współpracowników o wsparcie, nie stawiaj nas przed faktem dokonanym w dniu oddania projektu.*

Prawidłowo przeprowadzony feedback wzmocni poczucie wspólnoty w zespole, zintegruje pracowników z zakładem pracy, co w konsekwencji zmotywuje pracowników do lepszej i bardziej wydajnej pracy. Inwestycja w pracownika się zwróci. ●



WYPALENIE ZAWODOWE

WYZWANIE

DLA PRACODAWCY



Monika Czekanowicz

radca prawny,
prawnik w kancelarii Raczkowski sp.k.

Aнна kilkadziesiąt minut temu rozpoczęła pracę, a już odczuwała odurzające zmęczenie i narastający ból głowy. Czuliła się wyczerpana mimo właśnie zakończonego urlopu. Z trudem przeglądała maile, które zasypały jej skrzynkę pocztową po tygodniowej nieobecności. Czuliła rozdrażnienie wobec współpracowników, którzy ochoczo zabierali się do pracy po weekendzie. Miała ochotę przywołać wszystkich do porządku wskazując, że praca to nie miejsce na osobiste rozmowy, jednak myśli o pracy i zbliżających się spotkaniach z klientami także nie wzbudzały jej entuzjazmu. Jakiś czas temu straciła zainteresowanie aby pomóc im rozwiązać ich problemy, każde spotkanie odhaczała z obojętnością, starając się kiedy to tylko możliwe, odsunąć osobiste spotkania w czasie. Praca przestała jej przynosić satysfakcję, a nowe zadania przekraczały jej umiejętności, co skutkowało niechęcią do ich wykonywania. Anna po raz kolejny zerknęła na zegarek – jeszcze tylko 7,5 godziny pracy – mruknęła.

Przypadek Anny obrazuje

typowe symptomy wypalenia zawodowego. Rozdrażnienie, poirytowanie, utrata pozytywnych uczuć, a nawet wrogość w stosunku do współpracowników oraz klientów, odwlekanie zadań do wykonania, przesuwanie spotkań, stałe napięcie psychofizyczne, przemęczenie, a także zaniżona samoocena. Wypalenie zawodowe to stan wyczerpania energii emocjonalnej, fizycznej i poznawczej, przejawiający się wyczerpaniem emocjonalnym i fizycznym, brakiem efektywności i kompetencji.

ści i kompetencji. Pracownik traci energię poprzez nadmierne obciążenie obowiązkami, oczekiwaniami lub wymaganiami pracodawcy. W miejsce utraty sił pojawia się znudzenie lub awersja do wykonywanej pracy. Początek tego procesu jest trudno zauważalny i bardzo często pracodawca dowiaduje się o problemach pracownika w momencie, gdy objawy są już na tyle widoczne, że skutkują zakończeniem stosunku pracy. Wyczerpany emocjonalnie pracownik popełnia bowiem coraz więcej błędów, unika pracy korzystając z kolejnych zwolnień lekarskich lub „wybucha” na spotkaniu z klientem, tym samym nie spełniając oczekiwań pracodawcy w zakresie wykonywania powierzonej mu pracy.

Nie da się jednoznacznie

określić przyczyn wypalenia zawodowego, przez co tak ciężko jest podjąć działania przeciwdziałające jego wystąpieniu. Najnowsze badania wykazały jednak, iż czynnikami zwiększający-

mi wystąpienie wypalenia zawodowego są indywidualne cechy osobowościowe pracownika, wpływające między innymi na sposób jego funkcjonowania w zakładzie pracy oraz elementy związane z organizacją pracy, w szczególności z systemem motywowania. Większe ryzyko zawodowe występuje u ludzi młodszych, zarówno wiekiem, jak i stażem, posiadających duży kontakt z klientami lub

kontrahentami generującymi stresujące sytuacje. Osoby te maksymalnie angażują się w wykonywaną pracę, próbując pokazać się z jak najlepszej strony, zrewanżować za nawiąza-



nie stosunku pracy i szansę rozwoju. Pracują ponadnormatywnie, nie zwracając uwagi na konieczność odpoczynku i odseparowania życia prywatnego od zawodowego. Angażując całą swoją energię życiową w pracę zawodową coraz ciężiej znoszą naturalne potknięcia i niepowodzenia, często niezależne od ich osoby, co skutkuje powstawaniem coraz większej frustracji i niezadowolenia. Celem poprawy swoich wyników jeszcze bardziej wciągają się w wir pracy, tym samym nakręcając błędne koło swojego działania. W pewnym momencie pracownik odczuwając bezsens podejmowanych działań traci zaangażowanie i maksymalnie wycofuje się z wszelkiej aktywności, okazując wrogość wobec jakichkolwiek form motywacyjnych pracodawcy.

Zaangażowany pracownik to wielki atut każdej firmy. Właściwa organizacja pracy powinna nie tylko motywować



System motywacyjny odgrywa bardzo ważną rolę, przy czym nie powinien on polegać wyłącznie na benefitach finansowych. Zdecydowanie lepiej docenić pracownika poprzez przyznanie mu dodatkowego czasu wolnego, dofinansowanie wyjazdu wypoczynkowego lub zajęć sportowo-rekreacyjnych podczas których pracownik odpocznie od pracy i nabierze sił na nowe wyzwania. Pracownik powinien odczuwać szacunek i poszanowanie wobec jego osoby, nie tylko ze strony pracodawcy, ale i współpracowników.

pracowników do działania, ale również dbać o ich kondycję psychiczną i fizyczną. Wypalony pracownik nie przyniesie firmie żadnych korzyści. Po kilku, kilkunastu miesiącach pracodawca zostanie z wakatem, zmuszony do poszukiwania i wdrożenia na stanowisko nowej osoby, co wiąże się z niebagatelnymi kosztami. Z tego względu zasadnym jest docenianie starań pracowników, wykorzystywanie ich potencjału, nie zapominając o konieczności zapewnienia im równowagi między życiem zawodowym, a prywatnym. Przechodzące

z roku na rok urlopy tylko pozornie uznać można za korzyść dla zakładu pracy. Urlopu niewykorzystanego w danym roku kalendarzowym należy pracownikowi udzielić najpóźniej do dnia 30 września następnego roku kalendarzowego, działaniu temu przyświecać powinno nie tyle uniknięcie sankcji ze strony Państwowej Inspekcji Pracy, ale korzyść, którą odniesie pracownik regenerujący w czasie urlopu swoje siły i energię do pracy.

Pracodawca jest zobowiązany

do zapewnienia pracownikom bezpiecznych i higienicznych warunków pracy. Oznacza to również, iż zobowiązany jest do przeciwdziałania wypaleniu zawodowemu, któremu sprzyjają niewłaściwe warunki i organizacja pracy, w szczególności chroniczny stres oddziałujący negatywnie na pracownika. Wsparcie polega przede wszystkim na właściwej komunikacji. Pracownik powinien wiedzieć, jakie konkretnie są jego zadania i w jakim terminie ma je zrealizować, na czym może liczyć w razie nieprzewidzianych sytuacji. Istotna jest także informacja zwrotna, krytyka wyłącznie konstruktywna, zauważenie i docenienie sukcesów. System motywacyjny odgrywa bardzo ważną rolę, przy czym nie powinien on polegać wyłącznie na benefitach finansowych. Zdecydowanie lepiej docenić pracownika poprzez przyznanie mu dodatkowego czasu wolnego, dofinansowanie wyjazdu wypoczynkowego lub zajęć sportowo-rekreacyjnych podczas których pracownik odpocznie od pracy i nabierze sił na nowe wyzwania. Pracownik powinien odczuwać szacunek i poszanowanie wobec jego osoby, nie tylko ze strony pracodawcy, ale i współpracowników. Pracodawca powinien budować dobrą atmosferę w pracy, nagradzać koleżeńskość i uczciwość, integrować pracowników, a także w sprawiedliwy sposób podejmować decyzje i dzielić świadczenia. Pracownik nie powinien mieć obaw przed zgłoszeniem uwag czy krytyki, możliwość wyrażenia swojej opinii i realny wpływ na procesy zachodzące w zakładzie pracy minimalizują stres, redukując ryzyko wypalenia zawodowego. Zapobieganie to najlepszy sposób na wypalenie zawodowe. ●



REKOMENDACJE I WYTYCZNE ADMINISTRACJI PUBLICZNEJ W PRAKTYCE, CZYLI **HARD LAW VS. SOFT LAW**



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

Na przestrzeni ostatniej dekady, szczególnie w sektorze finansowym, zauważalnie wzrosła liczba aktów prawnych o różnej randze i pochodzeniu (zarówno od prawodawcy polskiego jak i unijnego). Środowisko regulacyjne cechuje się więc obecnie dużą złożonością, a prawodawca często posługuje się wysoce specjalistycznym, czy wręcz technicznym językiem. Niejednokrotnie mamy również do czynienia z przepisami prawa, które nie są jednoznaczne. Innymi słowy, czytamy ustawę i nadal nie wiemy, w jaki sposób postępować. Jest to bardzo trudna sytuacja dla adresatów obowiązków przewidzianych prawem. I w tym momencie pojawiają się wytyczne, rekomendacje, stanowiska czy komunikaty (dalej łącznie: „wytyczne”) administracji publicznej, które w założeniu powinny tym adresatom pomagać, czy też wypełniać treścią te obszary, których prawodawca nie dookreślił. Niestety, objętość i złożoność wytycznych sprawiają, że wcale nie są to dokumenty łatwe i przyjemne w interpretacji. Do tego dochodzi

fakt, że wytyczne pochodzą od różnych organów, z różnym doświadczeniem i wyznaczoną rolą. Wszystko to sprawia, że analiza wytycznych przysparza wiele kłopotów. Coraz częściej mówi się przy tym o problemie ich „mocy wiążącej”. Niekiedy pojawia się bowiem naturalny opór w bezkrytycznym podpo-

rządkowaniu się treści wytycznych. Jest to naturalne, ponieważ są to... no właśnie, „tylko” czy „aż” wytyczne administracji publicznej? W tym krótkim artykule chcielibyśmy w przystępny sposób przedstawić czytelnikom te kwestie.

Organy nadzoru najczęściej dysponują dwoma rodzajami form oddziaływania – wiążącymi, w postaci bezpośrednich i indywidualnych decyzji administracyjnych oraz „niewiązącymi” w formie wytycznych, zaleceń czy opinii. Przytoczone „niewiążące” formy oddziaływania zazwyczaj kwalifikowane są do kategorii *soft law*, niekiedy zamiennie określanego *flexible law*. Powszechnie dzieli się je na kilka rodzajów: o charakterze wyjaśniającym i interpretacyjnym, o charakterze kierującym oraz o charakterze informacyjnym.

Czym są komunikaty i wytyczne?

Organy nadzoru najczęściej dysponują dwoma rodzajami form oddziaływania – wiążącymi, w postaci bezpośrednich i indywidualnych decyzji administracyjnych oraz „niewiązącymi” w formie wytycznych, zaleceń czy opinii. Przytoczone „niewiążące” formy oddziaływania zazwyczaj kwalifikowane są do kategorii *soft law*, niekiedy zamiennie określanego *flexible law*. Powszechnie dzieli się je na kilka rodzajów: o charakterze wyjaśniającym i interpretacyjnym, o charakterze kierującym oraz o charakterze informacyjnym¹. L. Senden stwierdza, iż *soft law* to: „zasady postępowania zawarte w instrumentach, nieposiadających mocy wiążącej jako takiej, które jakkolwiek mogą wywoływać pewne skutki prawne oraz mają na celu wywołanie skutków faktycznych”². *Soft*

law cechuje więc zdolność do kształtowania obrotu oraz zachowań adresatów, przy jednoczesnej elastyczności umożliwiającej sprostanie wyzwaniom stawianym przez współczesny rynek. W orzecznictwie krajowym *soft law* uznawane jest za pewien standard postępowania czy też akt mający znaczenie

1. L. Senden, S. Prechal, w: The Many Faces of Differentiation in the EU-Law, Intersentia, 2001, s. 181–182.

2. M. Iwaniec, Soft law – współczesny instrument regulacji życia gospodarczego, [w:] Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny 2020, nr 5 (9) tłum.. za L. Senden, Soft law, Self-regulation and Co-regulation in European Law: Where do they meet. [w:] Electronic Journal of Comparative Law 2005, nr 9 (1).



dla wykładni prawa. Natomiast, pośród przedstawicieli doktryny mówi się, iż główną ideą wprowadzenia *soft law* było stworzenie partnerskich stosunków w relacji państwo – jednostka. W ramach kompetencji własnych organy wspomagają bowiem podmioty funkcjonujące na rynku, wypełniając luki legislacyjne oraz przedstawiając własną interpretację bezwzględnie obowiązującego prawa. Uprawnienia organów najczęściej wynikają bezpośrednio z prawa stanowionego, czego przykładem może być art. 12 ust. 1 pkt. 11 AMLu³, na który w co najmniej kilku wydanych komunikatach powołuje się Generalny Inspektor Informacji Finansowej (GIIF).

Rekomendacje i wytyczne w praktyce

Jaki charakter oraz znaczenie ma interpretacja przedstawiona przez administrację publiczną? Teoretycznie, mamy do czynienia z niewiążącą formą oddziaływania. Można więc pomyśleć, iż są to jedynie poglądy i oczekiwania. Niemniej jednak, jak pokazuje orzecznictwo, sądy bardzo często odwołują się do wytycznych organów nadzoru jako standardów właściwego postępowania, przyjmując perspektywę, jakby nie było, wyspecjalizowanego organu. Przykładem takiej sytuacji może być wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 8 sierpnia 2019 r. o sygn. VI SA/Wa 2401/18, w którym sąd przywołał komunikat GIIF z czerwca 2015 r., wskazując właściwe metody identyfikacji podmiotów będących beneficjentami rzeczywistymi. Co więcej, organy nadzoru mają możliwość nakładania kar administracyjnych, w tym pieniężnych za niewłaściwe, w opinii organu, rozumienie prawa powszechnie obowiązującego. W tym przypadku organy nadzoru są niejako sędzią we własnej sprawie i z tym należy się liczyć. Adresatom obowiązków nie pomagają także nieprecyzyjne przepisy prawa, które pozwalają administracji publicznej "zagospodarować" powstałe wątpliwości (np. gdy przepisy prawa nakazują ostrożne postępowanie, organ wskazuje, co z perspektywy nadzorczej oznacza ostrożne postępowanie). Byłoby idealnie, gdyby rekomendacje i wytyczne wyjaśniające wątpliwości same ich nie wprowadzały, ale jak wiemy, świat idealny nie jest.

Czy rekomendacje i wytyczne to „święte prawo”?

Można się zastanawiać czy z perspektywy adresata obowiązków przewidzianych prawem wdrażać „w ciemno” wytyczne i rekomendacje administracji publicznej, czy też traktować je jako źródło wiedzy specjalistycznej (tak przynajmniej powinno być w teorii), ale nie traktować takich źródeł jako „świętego prawa”? Choć z perspektywy potencjalnej reakcji organu nadzoru lepiej jest uznać rekomendacje i wytyczne za „święte prawo”,

to musimy pamiętać, że jest to tylko (i aż) *soft law*, które podlegać będzie weryfikacji przez sąd. A sąd, choć często korzysta i powiela interpretację organów nadzoru (traktując je jako wyspecjalizowane, samemu nie posiadając takiego doświadczenia), nie jest jednak w żadnym zakresie związany wytycznymi i rekomendacjami organów nadzoru. Na etapie orzekania przez sąd najczęściej dochodzi do wyważenia z początku nierównej relacji zachodzącej pomiędzy organem nadzoru i podmiotem nadzorowanym.

Rolą administracji publicznej nie jest wyznaczanie obowiązującej wykładni przepisów prawa, a jak choćby ma to miejsce w przypadku GIIF: „udostępnianie wiedzy i informacji z zakresu przepisów o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu w Biuletynie Informacji Publicznej na stronie

podmiotowej urzędu obsługującego ministra właściwego do spraw finansów publicznych”. Zastosowana przez GIIF wykładnia może więc nie zostać podzielona przez sąd administracyjny, czego przykładem jest wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 10 sierpnia 2021 r. o sygn. V SA/Wa 2574/21, w którym Sąd rozstrzygnął sprawę na korzyść obywatela, podmiotu obowiązującego wbrew komunikatom GIIF w tym przedmiocie. Uzasadniając swoje stanowisko w zakresie oceny ryzyka dokonanej przez podmiot obowiązany, sąd odwołał się do przepisów AMLu. Wskazał on, że część standardów narzucanych przez GIIF może być w praktyce trudna do spełnienia zwłaszcza dla mniejszych podmiotów. Co więcej, wedle orzeczenia sądu, ocena ryzy-

Pomimo tego, że miękkie formy oddziaływania wykazują „cechy silniejszego niż dotychczas, faktycznego związania jego adresatów”, należy pamiętać, że nadal pozostają one wytycznymi, bądź interpretacjami podzielanymi przez administrację publiczną, które niekonieczne muszą zostać uznane za prawidłowe przez sąd rozpatrujący konkretną sprawę. Stosowanie się do takich wytycznych i rekomendacji wymaga więc wielkiego wyczucia i uwzględnienia szerszego kontekstu.

ka dokonywana przez podmiot obowiązany może być skonstruowana właściwie w sposób swobodny, za wyjątkiem sytuacji, w których przepis ustawy bezpośrednio stanowi, iż cecha podmiotu trzeciego, bądź transakcji może wywoływać większe zagrożenie naruszenia przepisów z zakresu przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu. W przytoczonym wyroku sąd orzekł na korzyść podmiotu obowiązującego, pomimo niezastosowania się przez niego do komunikatu wydanego przez GIIF.

Podsumowanie

Pomimo tego, że miękkie formy oddziaływania wykazują „cechy silniejszego niż dotychczas, faktycznego związania jego adresatów”⁴, należy pamiętać, że nadal pozostają one wytycznymi, bądź interpretacjami podzielanymi przez administrację publiczną, które niekonieczne muszą zostać uznane za prawidłowe przez sąd rozpatrujący konkretną sprawę. Stosowanie się do takich wytycznych i rekomendacji wymaga więc wielkiego wyczucia i uwzględnienia szerszego kontekstu. W skrajnym przypadku ich zlekceważenie może okazać się tak samo szkodliwe, jak ich pełna i bezkrytyczna implementacja. ●

3. Ustawa z dnia 1 marca 2018 r. o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 593 z późn. zm.).

4. T. Nieborak, Tworzenie i stosowanie prawa rynku finansowego a proces ekonomizacji prawa, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2016, s. 162.



NOWOŚĆ w BODiE



BODiE

Grupa SGB

FILMY SZKOLENIOWE

DLA PRACOWNIKÓW BANKÓW:

Video szkolenie 1

TEMAT pt.

**Przeciwdziałanie mobbingowi
i dyskryminacji w miejscu pracy**

Video szkolenie 2

TEMAT pt.

Zagrożenia cyberprzestępczością

Już niedługo!

TEMAT pt.

Szkolenie antynapadowe

**Zadzwoń i już teraz zmów dostęp
do video szkolenia!**