

BANK SPÓŁDZIELCZY

ŚWIAT BANKOWOŚCI SPÓŁDZIELCZEJ
NR 2/608 KWIECIEŃ-CZERWIEC 2023
ISSN 2719-4515

Sport uczy
współpracy

rozmowa z
**Grzegorzem
Karbowiakiem**

s. 5

WYZWANIE SPORTOWE SGB

Pięć lat rekordów **s. 8**

UBEZPIECZ SIĘ na wakacje **s. 34**



STAWIAMY NA SPORT, ROZWÓJ I WSPÓŁPRACĘ

Dla wielu z nas aktywność fizyczna to znakomita forma spędzania wolnego czasu. Sporo moich znajomych rozpoczyna dzień od krótkiej przebieżki, jazdy na rowerze czy treningu na siłowni. Sam do nich należę: często, jeszcze przed pracą, idę w swoim tempie do pobliskiego lasu, by naładować akumulatory. Z uprawiania sportu płyną same korzyści. Dostajemy dawkę endorfin, hormonów szczęścia, poprawia nam się nastrój i kondycja. Osób, które stawiają na amatorską aktywność sportową jest coraz więcej, a świadczy o tym chociażby Wyzwanie Sportowe SGB. Rok temu w akcji wzięło udział ponad 5 000 osób, w tym roku już ponad 6 200.

Gościwie polecam podsumowanie Wyzwania Sportowego 2023, przygotowane przez Rafała Łopkę. To wiodący temat tego wydania e-magazynu. Rafał wraz z Tomkiem Synakiewiczem wymyślili WS SGB już pięć lat temu i co roku uczestnikom i sympatykom proponują nowe, interesujące niespodzianki. Gratulacje należą się wszystkim uczestnikom naszej akcji. Dzięki nim nie tylko poprawiliśmy swoją kondycję, zgubiliśmy zbędne kilogramy, ale również zrealizowaliśmy cel charytatywny.

W kontekście sportu polecam również interesujący wywiad z Grzegorzem Karbowiakiem, prezesem Zarządu Spółdzielczego Banku Ludowego w Złotowie, który wraz ze swoim kolegą z Zarządu, Rafałem Płaczkiem, zostali Super Prezesami w Wyzwaniu Sportowym SGB.

W sportowej rywalizacji bierze udział około 60 pracowników z naszej załogi liczącej 92 osoby. Co roku z grona pracowników biorących udział w Wyzwaniu Sportowym SGB próbujemy wybrać objawienie sezonu. Osobę, która właśnie połknęła sportowego bakcyła. I co roku taką osobę znajdujemy. Sport integruje ludzi. A jeśli chodzi o motywację, to jest też i taka, że Wyzwanie to najlepsza i najbardziej skuteczna kuracja odchudzająca, jaką znam – mówi prezes G. Karbowiak o korzyściach płynących z Wyzwania Sportowego SGB w rozmowie z naszym magazynem.

SGB jest aktywne nie tylko na polu sportowym. Widać nas także na konferencjach i ważnych wydarzeniach społeczno-gospodarczych. Mam na myśli choćby Impact'23 – jedną z największych konferencji gospodarczo-technologicznych w Europie.

„Gdzie w tym wszystkim banki spółdzielcze? To jest bardzo dobre pytanie! Spółdzielcza Grupa Bankowa była nie tylko partnerem Impactu, ale też jego czynnym uczestnikiem. Spółdzielczość zaś – z jej półtorawiekową tradycją – okazywała się jeszcze lepszym punktem odniesienia” – pisze autor artykułu pod tytułem „Miejmy wpływ, czyli Impact 2023”. Dodam, że tekstu można również posłuchać w formie podcastu.

Skoro już o konferencjach mowa... Jedną z nich była również



szczególna, mam na myśli Konferencję HR SGB. Firmy stoją przed wieloma wyzwaniami. Muszą mierzyć się z nowymi trendami na rynku pracy i oczekiwaniami pracowników. Ci ostatni reprezentują różne pokolenia i systemy wartości. Mają inne oczekiwania i stosunek do pracy. Czy różnorodne zespoły mogą pomóc organizacji? Po co nam szef? I jaki szef?

Odpowiedzi na te i inne pytania próbowali znaleźć uczestnicy konferencji, która odbyła się w Poznaniu i stała się znakomitą okazją do spotkania z pracownikami Banków Spółdzielczych SGB. Mieliśmy czas na rozmowy i wymianę doświadczeń. Dużo mówiło się o różnorodności i współpracy. Zapraszam do lektury, a także do obejrzenia fotorelacji z tego wydarzenia.

Pozostając przy tematyce szkoleń, konferencji i sukcesów: ostatnio posypały się nam nagrody niczym z rogu obfitości. Rynek chwali nasze rozwiązania technologiczne i działania marketingowe. Polecam artykuł Jędrzeja Szymanowskiego pod przewrotnym tytułem: „Wilk, koza, arbuzy i śmieszne minki”. Jędrzej pisze o naszej wyjątkowej karcie płatniczej. Karta na pewno przyda się w czasie urlopów i wakacyjnych wyjazdów. Wakacje to czas bez troski i odpoczynku. Ale o czym trzeba zawsze pamiętać zwiedzając Polskę albo zagranicę? O ubezpieczeniu!

Ubezpieczenie turystyczne jest ochroną na czas podróży krajowych i zagranicznych. Jego celem jest ochrona osoby, która wybiera się w podróż. Leczenie za granicą, powrót do kraju po wypadku, rehabilitacja, skradziony bagaż czy też opóźniony samolot – wszystkie te nieprzyjemne wydarzenia mogą narażać podróżnego na spore wydatki. Warto więc wydać pieniądze na odpowiednią polisę. Dobre ubezpieczenie turystyczne powinno być dopasowane pod kątem kierunku podróży i obejmować pobyt we wszystkich odwiedzanych krajach, a także pod kątem charakteru eskapady. „Czy warto mieć polisę turystyczną?” – retorycznie pyta w swoim artykule Lidia Denisiuk.

Nie ulega wątpliwości, że warto. Skoro już się ubezpieczyliśmy „w razie wypadku”, to warto jeszcze pomyśleć o ubezpieczeniu mieszkania lub domu. Zawsze warto poprosić sąsiada, żeby zwrócił uwagę na nasze mieszkanie. Ale poza tym dobrze jest ubezpieczyć nasze mienie. Polecam materiał „Ubezpieczony dom to wakacje bez trosk” autorstwa Joanny Mijakowskiej.

Bez względu na pogodę, razem z moimi Koleżankami i Kolegami z redakcji życzymy wszystkim Czytelniczkom i Czytelnikom naszego magazynu bezpiecznych i szczęśliwych wakacji. Dobrego odpoczynku i relaksu. I spadku cen w trakcie wakacji i po wakacjach! ☺

Roman Szewczyk
Redaktor Naczelny

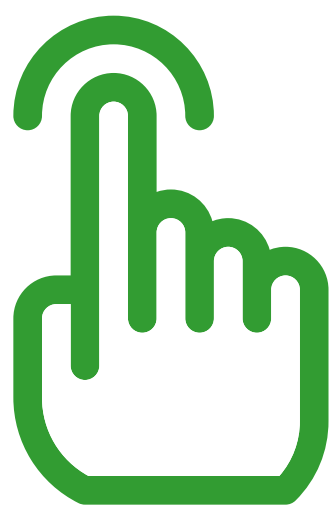
BANK SPÓŁDZIELCZY

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: **Monika Zarębska – BODiE**, M.: +48 608 339 937
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. 8

ROZMOWA NUMERU

SPORT UCZY WSPÓŁPRACY.

ROZMOWA Z GRZEGORZEM
KARBOWIAKIEM, PREZESEM ZARZĄDU
SPÓŁDZIELCZEGO BANKU LUDOWEGO
W ZŁOTOWIE

s. 5

TEMAT NUMERU

DBAJCIE O SIEBIE PRZEZ CAŁY ROK! WYZWANIE SPORTOWE SGB

s. 8

WYZWANIE SPORTOWE SGB TERAZ TAKŻE DLA SYMPATYKÓW

s. 12

ZDROWO – DLA CZŁOWIEKA... ZDROWO – DLA ZIEMI!

s. 15

WYZWANIE SPORTOWE SGB OKIEM UCZESTNIKA

s. 16

TO NASZE WSPÓLNE 5-CIO LECIA!

s. 17

Z OSTATNIEJ CHWILI

OBRADOWAŁO WALNE ZGROMADZENIE AKCJONARIUSZY SGB-BANKU SA

s. 18

FTBS 2023

TECHNOLOGIA BUDUJE MODEL BIZNESOWY

s. 19

WAŻNE DLA SEKTORA

SGB NA KONFERENCJACH, KONGRESACH I SYMPOZJACH

s. 21

TECHNOLOGIE

SGB, PIERWSZE KROKI W CHMURACH

s. 23

USŁUGA PŁATNOŚCI VISA MOBILE JUŻ W APLIKACJI SGB MOBILE!

s. 24

WAŻNE DLA SEKTORA

MIEJMY WPŁYW, CZYLI IMPACT 2023

s. 25



s. 24





WAŻNE DLA SEKTORA

NAGRODY JAK Z ROGU OBFITOŚCI **s. 27**

WILK, KOZA, ARBUZY I ŚMIESZNE MINKI. JAK POWSTAŁA NAJPIĘKNIEJSZA KARTA PŁATNICZA **s. 30**

WAKACJE W CZASACH INFLACJI. ZACISKAMY PASA I... JEDZIEMY! **s. 32**

CZY WARTO MIEĆ POLISĘ TURYSTYCZNĄ? **s. 34**

UBEZPIECZONY DOM TO WAKACJE BEZ TROSK **s. 36**

KARUZELA MARZEŃ **s. 38**

SYSTEM PŁATNOŚCI BLIK. NOWOCZESNOŚĆ KONTRA STARE PRYZYWYCZAJENIA **s. 40**

TYM ŻYJE BANKOWOŚĆ

PRZYGLĄDAMY SIĘ FEMINATYWOM **s. 42**

KONFERENCJA HR SGB

RÓŻNORODNOŚĆ TO ROZWÓJ I GIGANTYCZNA SIŁA **s. 44**

WAŻNE DLA SEKTORA

REKRUTACJA PRACOWNIKÓW = ZNALEŹĆ + ZATRUDNIĆ... I CO DALEJ? ZNAJDŹMY WSPÓLNIE RÓWNANIE BY NOWYM PRACOWNIKOM CHCIAŁO SIĘ CHCIEĆ! **s. 49**

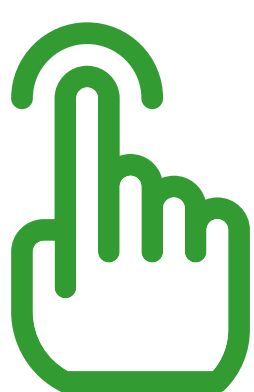
KLIMAT A BANKI. DALEKA DROGA DO ODPORNOŚCI NA RYZYKO KLIMATYCZNE **s. 52**

TYM ŻYJE BANKOWOŚĆ

DANE OSOBOWE I INFORMACJE WEWNĘTRZNE ORGANIZACJI TO CENNY TOWAR DLA PRZESTĘPCÓW **s. 54**

PRAWO

KARTA, PIN CZY APLIKACJA - CZYLI CZYM SĄ INSTRUMENTY PŁATNICZE? **s. 56**



KLIKNIJ ŻEBY PRZEJŚĆ DO ARTYKUŁU

SPORT uczy współpracy

Rozmowa z **Grzegorzem Karbowiakiem**, prezesem Zarządu Spółdzielczego Banku Ludowego w Złotowie

Gratulacje. W Wyzwaniu Sportowym SGB w kategorii Super Prezes zdobył pan pierwsze miejsce...

Dziękuję. Jak co roku konkurencja była ogromna i chciałem wszystkim prezesom biorącym udział w Wyzwaniu Sportowym SGB serdecznie podziękować za rywalizację w duchu fair play.

Spędzał pan na rowerze po kilka godzin dziennie. Niektórzy zastanawiają się kiedy pan pracuje...

(Śmiech). Potrafię dobrze zarządzać swoim czasem. Zwykle na rowerze byłem już o piątej rano, a w pracy przed ósmą... Dużo jeździłem po wypełnieniu obowiązków zawodowych. Każdego ►



dnia najczęściej przejeżdżałem ponad 100 kilometrów. Ale jeśli rywalizować, to zgodnie z zasadami.

Wyzwanie Sportowe SGB to największa akcja, która łączy pracowników i klientów Banków Spółdzielczych SGB. Jest pan jednym z najbardziej zaangażowanych prezesów, którzy promują ten projekt. Czy już wcześniej był pan amatorem sportu?

Ze sportem byłem związany od najmłodszych lat. Amatorsko próbowałem uprawiać różne dyscypliny, grałem w koszykówkę, potem podobala mi się siatkówka. Próbowałem też rzutu oszczepem oraz dyskiem i, oczywiście, grywałem także w piłkę nożną. Nieco dla kontrastu zainteresowałem się też szachami.

Czyli sport był zawsze ważnym elementem w pańskim życiu...

Tak, to prawda. Przez dłuższy czas trenowałem także grę w tenisa stołowego. Przyznam, że co roku wracam do tej dyscypliny, biorąc udział w amatorskich zawodach, raz z lepszym, a raz z nieco gorszym wynikiem. Oddaję się temu sportowi zwłaszcza w okresie zimowym. Gdy pięć lat temu Rafał Łopka i Tomasz Synakiewicz wymyślili Wyzwanie Sportowe SGB, to od razu wiedziałem, że wezmę w nim udział. Korzystając z okazji, chciałbym im serdecznie podziękować nie tylko za pomysł, ale również za to, że wdrożyli go w życie i rozwijają. Żałowałem jedynie, że w moim przypadku ta rywalizacja pojawiła się stosunkowo późno, że mój wiek jest już na tyle zaawansowany, iż będzie mi trudno rywalizować z młodszymi. Teraz Wyzwaniu towarzyszy nieodmiennie euforia i radość. Pierwsze dwa Wyzwania to była fajna zabawa. Później jednak, takie mam odczucie, pojawiło się dużo rywalizacji i to zarówno pomiędzy poszczególnymi zawodnikami, uczestnikami, pracownikami banków, jak i pomiędzy bankami spółdzielczymi. Ale to dobry objaw, bo cały czas mówimy o zdrowej rywalizacji.

Wcześniej pan biegał, a w ostatnim Wyzwaniu przesiadł się na rower...

Tak, czułem, że potrzebuję zmiany, która zmotywuje mnie kolejny raz do wysiłku – mojego własnego nowego wyzwania, choć po każdym Wyzwaniu Sportowym SGB mówię sobie, że to już ostatni raz tak intensywny wysiłek z mojej strony. Ale na razie nie potrafię inaczej.

Czym jest więc dla pana Wyzwanie Sportowe SGB?

Codziennie wsiadam na rower i nie potrafię sobie na to pytanie racjonalnie odpowiedzieć. Żartobliwie rzecz całą ujmując, trzeba przyznać, że jesteśmy wszyscy pozytywnie nakręconymi freakami. Na co dzień rywalizuję z moim kolegą z zarządu, Rafałem Płaczkim, tyle tylko, że ja jeżdżę, a on specjalizuje się w chodzie.

Pewnie zarażacie tą pasją pracowników?

W sportowej rywalizacji bierze udział około 60 pracowników z naszej załogi liczącej 92 osoby. Co roku z grona pracowników

biorących udział w Wyzwaniu Sportowym SGB próbujemy wybrać objawienie sezonu. Osobę, która właśnie połknęła sportowego bakcyła. I co roku taką osobę znajdujemy. Sport integruje ludzi. A jeśli chodzi o motywację, to jest też i taka, że Wyzwanie to najlepsza i najbardziej skuteczna kuracja odchudzająca, jaką znam.

Czy do Wyzwania zachęacie także swoich klientów?

Tak, próbowaliśmy ich zachęcać przez naszą stronę internetową i bankowość mobilną. Wykupiliśmy też reklamę na lokalnym portalu. Osobiście mam nadzieję, że za jakiś czas nasze Wyzwanie stanie się rozpoznawalne w skali całego kraju. Jeśli będziemy to robić z taką determinacją, jak do tej pory, to myślę, że jest szansa, iż uda nam się to odpowiednio wypromować.

Zapytam nieco odwrotnie: a lokalny sport finansowo wspieracie?

Naturalnie. Sponsorujemy bardzo wiele lokalnych klubów sportowych. Kupujemy koszulki dla zawodników piłki nożnej. Cyklicznie wspieramy też zawodników tenisa stołowego w Złotowie. Sami też staramy się inicjować rozmaite imprezy, a nie tylko ograniczać do roli sponsora. Na przykład 25 czerwca planujemy Dzień

Dziecka na Sportowo, kolejną już imprezę z tego cyklu. Staramy się także współpracować z lokalnymi spółdzielniami mieszkaniowymi i wspólnie organizować imprezy rekreacyjno-rozrywkowe.

Czy Euro Eco Festiwal to duże wydarzenie lokalne?

Tak, to duże wydarzenie lokalne. Festiwal odbywa się zawsze w pierwszy weekend lipca każdego roku. Jednym z wydarzeń ▶



Prezes Grzegorz Karbowski zwyciężył w kategorii „na kołach”, natomiast wiceprezes Rafał Płaczek wygrał w „na nogach”. Obaj Super Prezesi reprezentują SBL w Złotowie.

Jak co roku w Wyzwaniu Sportowym SGB konkurencja była ogromna. Chciałem wszystkim prezesom biorącym udział w Wyzwaniu Sportowym SGB serdecznie podziękować za rywalizację w duchu fair play.



jest coroczny Eco Cross, czyli bieg wokół jeziora miejskiego. Wraz z Urzędem Miasta sponsorujemy około 150 - 200 kosztów dla uczestników tego biegu.

W ubiegłym roku bank świętował jubileusz 120-lecia. Jakie są najważniejsze, historyczne dokonania banku?

Moim zdaniem, najwięcej doniosłych wydarzeń miało miejsce tuż po wyzwoleniu tych terenów spod pruskich rządów w 1945 roku. Złotów nie zapomniał o ludziach, którzy walczyli o język i przeciwstawiali się czynnie germanizacji. Jednym z takich osób był ks. Bolesław Domański, nazywany Patronem Polaków. Mamy ławeczkę ks. Domańskiego, znajduje się przy Domu Polskim. Patrząc historycznie, największym sukcesem naszego banku jest fakt, że przetrwał 120 lat i cały czas się rozwija, jest coraz większy, silniejszy, sprawniejszy i efektywniejszy.

Jesteśmy w połowie roku, inflacja mimo spadku wciąż jest wysoka. Czy z punktu widzenia lokalnego banku widać spowolnienie gospodarcze? A może jest odwrotnie, rynek rośnie? Jak pan to ocenia?

Kiedy robiliśmy plan finansowy na ten rok, patrzyliśmy na nasze założenia dość zachowawczo, mam na myśli akcję kredytową. Nie zakładaliśmy ani wysokiego przyrostu kredytów, ani wysokiego przyrostu sumy bilansowej. Ale lekko „przestrzeliliśmy”. Uważam, że klienci trochę przyzwyczaili się do obecnych stóp procentowych. Z danych widzę wyraźne odbicie, że jest lepiej niż na początku roku zakładaliśmy. I jeśli te tendencje się utrzymają, to ten rok nie będzie zły.

Na stronie banku jest podział na klienta indywidualnego, biznesowego i rolniczego. Który z sektorów jest najbardziej znaczący?

Do chwili, gdy wchodziliśmy do Unii Europejskiej i przez pierw-

szy okres w Unii, głównym klientem naszego banku byli rolnicy, z biegiem czasu to się zaczęło zmieniać. Nadszedł boom na kredyty mieszkaniowe... Dziś klienci indywidualni stanowią jedną z głównych grup naszego biznesu. Sektor rolniczy również jest silny, ale nie najsilniejszy.

Gdy pięć lat temu Rafał Łopka i Tomasz Synakiewicz wymyślili Wyzwanie Sportowe SGB, to od razu wiedziałem, że wezmę w nim udział. Korzystając z okazji, chciałbym im serdecznie podziękować nie tylko za pomysł, ale również za to, że wdrożyli go w życie i rozwijają.

Co jest największym wyzwaniem, przed którym stoi bank i sektor bankowości spółdzielczej?

Ciągły rozwój informatyczny i dbałość o bezpieczeństwo w sieci. Po drugie: zielony ład i gospodarka zeroemisyjna. Dbałość o środowisko w którym funkcjonujemy.

Czyli: dobrze dbać o siebie nawzajem

Dokładnie tak postępujemy. W naszej nowej strategii, którą przyjęliśmy w bieżącym roku położyliśmy bardzo duży nacisk na rozwój. Nasz bank ma być kołem zamachowym lokalnej przedsiębiorczości, lokalnych mieszkańców i lokalnego środowiska. ●

Złotów, 15 czerwca 2023 r.

Rozmawiał: Roman Szewczyk

Moim zdaniem, najwięcej doniosłych wydarzeń miało miejsce tuż po wyzwoleniu tych terenów spod pruskich rządów w 1945 roku. Złotów nie zapomniał o ludziach, którzy walczyli o język i przeciwstawiali się czynnie germanizacji. Jednym z takich osób był ks. Bolesław Domański, nazywany Patronem Polaków. Mamy ławeczkę ks. Domańskiego, znajduje się przy Domu Polskim.





Dbajcie o siebie przez cały rok!



Rafał Łopka
SGB-Bank SA

Sobota, godzina 7 rano. Jadę rowerem na dworzec, potem ze znajomymi pociągiem do Gniezna. Wspólny rowerowy powrót do Poznania to jakieś 75 kilometrów. Przed dworcem spotykam koleżankę, która kręci kółka dookoła Zachodniego.

- *Dobijasz do 1,5 kilometra?*

- *Tak, do zobaczenia na peronie.*

Normalna, zwyczajna sytuacja dla uczestników Wyzwania Sportowego SGB, prawda? Jak masz pecha i mieszkasz za blisko dworca to musisz dokręcać. Normalna, zwykła rozmowa w sobotę o poranku. Tylko dlaczego przechodzący obok ludzie wydawali się zdziwieni?

Wyzwanie Sportowe SGB wciąż

Jesteś uczestniczką lub uczestnikiem Wyzwania Sportowego SGB? Już wpadłaś/eś po uszy. Zaczyna się niewinnie. Je-

den trening, jedno pójście z psem, jeden spacer „dookoła komina”. Później odkrywasz passę – ważna jest regularność, zatem nie odpuszczasz żadnego dnia. Potem zauważasz, że jesteś na miejscu 534, a przecież wczoraj byłaś/eś 520 – więc nie przegapisz żadnej możliwości do treningu. I tak z górki – wciążasz rodzinę, znajomych (sympatycy!), pilnujesz punk-

**Nie rezygnujcie z treningów.
Pamiętajcie o spacerach,
zamieńcie choć czasem samochód
na rower, zabierajcie dzieciaki
do lasu czy nad jezioro. Dbajcie
o siebie cały rok.**





tów, passy, a 1,5 kilometra staje się jednostką miary, czymś na kształt „jednej Wenty”. Tak działa konkurs, w którym biorą udział pracownicy Grupy SGB i sympatycy Banków Spółdzielczych SGB.

W ciągu trwania zabawy – ale i później, już po jej zakończeniu – dostajemy wiele pozytywnych sygnałów od uczestników. „Schudłam 2 kilogramy, a przecież tylko chodzę”, „mój pies nie ma już siły na codzienne spacerzy” czy wreszcie „Wyzwanie Sportowe SGB zmieniło moje życie”. I to właśnie z tego jesteśmy najbardziej dumni – zmiana przyzwyczajeń, przejście na bardziej sportowy tryb życia – to daje nam energię do pracy nad kolejnymi edycjami konkursu.

Koniec Wyzwania to... początek prac nad nowym

Kończy się Wyzwanie i dla większości ludzi oznacza to odpoczynek. Dla nas, organizatorów konkursu, to czas podsumowań i praca związana z oficjalnymi wynikami i nagrodami. I – praktycznie od razu – przygotowania do przyszłorocznej edycji. Tak też było rok temu. Wspólnie z Activy rozpoczęliśmy pra-

„Schudłam 2 kilogramy a przecież tylko chodzę”, „mój pies nie ma już siły na codzienne spacerzy” czy wreszcie „Wyzwanie Sportowe SGB zmieniło moje życie.”

ce nad nowymi funkcjonalnościami i potencjalnymi zmianami na 2023 rok. W końcu czekała nas 5. jubileuszowa edycja Wyzwania.

Cel jak co roku był jeden: uatrakcyjnić konkurs tak, żeby chciało w nim wziąć udział jak najwięcej osób. Chociaż nie stawialiśmy sobie celów „ilościowych” – dla nas najważniejsze było to, żeby wszystko, co zaproponujemy i przygotujemy działało sprawnie.

Co nowego w 2023 roku

Tych zmian było naprawdę sporo.

Przede wszystkim wprowadziliśmy tablicę social. Dzięki niej każdy mógł polubić trasę koleżanki/kolegi z banku lub zostawić komentarz pod treningiem rywala.

Kolejna zmiana to Activy Junior – od tego roku do konkursu dla sympatyków mogły przyłączyć się również dzieci. Oczywiście za zgodą i pod opieką rodziców.

Inne zmiany:

- dodaliśmy rolki w kategorii „na kołach”,
- zabroniliśmy trenerów i bieżni – promujemy treningi na powietrzu,
- z okazji 5. rocznicy Wyzwania do 2x200 dołożyliśmy 2x500,
- nagradzamy banki, których pracownicy pokonali największą liczbę kilometrów.

To wszystko sprawiło, że przygotowania do konkursu były dla nas prawdziwym wyzwaniem (nomen omen!), ale już po starcie ze spokojem obserwowaliśmy jak rosną liczniki zapisów do Wyzwania.

– Dodane funkcje społecznościowe powinny zwiększyć atrakcyjność konkursu – mówi Basia Jakubowska z Activy. – Inne propozycje zaproponowane przez Rafała i Tomka też wyglądały nieźle i z chęcią przyłączyliśmy się do ich wdrażania.

Od strony statystycznej konkurs Wyzwanie Sportowe SGB wygląda bardzo interesująco, gdyż każdy znajduje w nim coś dla siebie – mówi Tomasz Synakiewicz, współorganizator Wyzwania Sportowego SGB. - Codziennie jesteśmy zaskakiwani

W tym roku przez 44 dni Wyzwania przejechałem rowerem 1761 kilometrów. Dla mnie to świetny wynik (średnio 40 km dziennie), chociaż oczywiście daleko było mi do najlepszych. Wystarczyło na 18. miejsce w klasyfikacji generalnej „na kołach” wśród mężczyzn oraz na 3. miejsce w SGB-Banku.

Dołożyłem do tego ponad 250 km „na nogach”, dlatego stałem się szczęśliwym posiadaczem koszulki i medalu.



Chcesz taki? Zrób w przyszłym roku 2x200! Jesteś sympatykiem SGB, a chciałbyś wystartować w przyszłym roku w tej konkurencji? Zostań pracownikiem naszej Grupy!

przez pracowników, którzy znajdują swoje miejsce w wybranej przez siebie klasyfikacji np. pierwsze miejsce w kategorii na rolkach, czy w ilości spalonych kalorii.

Dopuszczenie do konkursu osób poniżej 18 roku życia pozwoliło nam też na możliwość startu w Wyzwaniu Sportowym SGB wszystkich kategorii wiekowych - dodaje Tomasz.

Milion kilometrów – każdy się liczy

Wiedzieliśmy już, że będziemy mieli wielu uczestników, ale nadal niewiadomą było osiągnięcie celu charytatywnego. Żeby uruchomić pulę pieniędzy z SGB-Banku musieliśmy wspólnie pokonać 1 milion kilometrów! Olbrzymia liczba jak na 44 dni rywalizacji, prawda?

Okazuje się, że dla pracowników i sympatyków SGB nie ma rzeczy niemożliwych. Milion kilometrów osiągnęliśmy już do końca maja! Wtedy pozostała już walka o jak najwyższe miejsca – w końcu nagrody dostają najlepsi.



**BS****TEMAT NUMERU**

Kto wygrał? Ile pokonaliśmy ostatecznie kilometrów? Te i inne statystyki znajdziecie poniżej.

Odpoczywacie po Wyzwaniu? My już myślimy, co zrobimy w przyszłym roku. Ale mam do Was wielką prośbę. Nie rezygnujcie z treningów. Pamiętajcie o spacerach, zamieńcie choć czasem samochód na rower, zabierajcie dzieciaki do lasu czy nad jezioro. Dbajcie o siebie cały rok. ●



SYMPATYCY SGB

Byliście niesamowici! Bardzo dziękujemy Wam za aktywny udział w Wyzwaniu Sportowym SGB.

– Takie są właśnie Banki Spółdzielcze SGB – mówi Ewelina Ignaczak, dyrektorka Biura Marketingu i Komunikacji SGB-Banku SA. – Oddają lokalnym społecznościom to, co od nich dostają. Bardzo dziękuję wszystkim za aktywny udział w Wyzwaniu Sportowym SGB. Szczególnie sympatykom SGB – Wasze treningi przełożyły się na konkretną pomoc dla dzieciaków – być może też w Waszej okolicy. Dbajcie o siebie przez cały czas i do zobaczenia w przyszłym roku!

SGB Banki Spółdzielcze

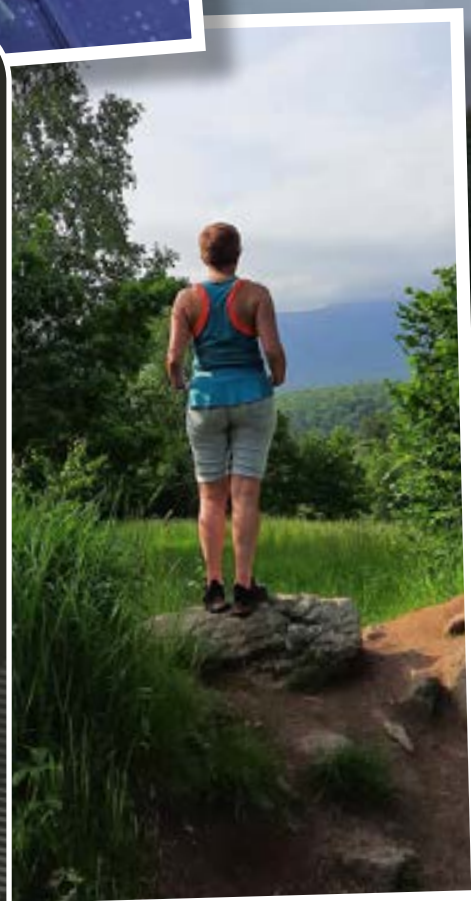
Zakończyliśmy rekordowe

WYZWANIE SPORTOWE SGB

6245 UCZESTNIKÓW

PONAD 1 MILION 700 TYSIĘCY POKONANYCH KILOMETRÓW!!!

Ponad 250 tysięcy aktywności!





BS

TEMAT NUMERU



Wyniki

Klasyfikacja drużynowa pracowników

Activy

„na kołach” efektywnościowo

- | | pkt. |
|-----------------------------------|-------|
| 1. Bank Spółdzielczy w Stegnie | 5 079 |
| 2. Bank Spółdzielczy w Prabutach | 3 489 |
| 3. Bank Spółdzielczy w Wierzbinku | 3 187 |

„na kołach” – suma punktów

- | | pkt. |
|--|---------|
| 1. SGB-Bank SA | 326 435 |
| 2. Bank Spółdzielczy w Raciążu | 254 991 |
| 3. Spółdzielczy Bank Ludowy w Złotowie | 235 422 |

„na nogach” efektywnościowo

- | | pkt. |
|--|-------|
| 1. Faktorzy SA | 5 890 |
| 2. Krajowy Związek Banków Spółdzielczych | 5 198 |
| 3. Bank Spółdzielczy w Wierzbinku | 5 039 |

„na nogach” – suma punktów

- | | pkt. |
|---|---------|
| 1. SGB-Bank SA | 684 134 |
| 2. Lubuski Bank Spółdzielczy w Międzyrzeczu | 309 357 |
| 3. Spółdzielczy Bank Ludowy w Złotowie | 302 452 |

Wyniki

Activy

Super Prezes

– kategoria „na kołach”

- | | pkt. |
|--|--------|
| 1. Grzegorz Karbowski
– Spółdzielczy Bank Ludowy w Złotowie | 21 954 |
| 2. Krzysztof Włodarczyk
– Bank Spółdzielczy w Prabutach | 19 564 |
| 3. Piotr Rajkowski
– Bank Spółdzielczy w Raciążu | 18 052 |

– kategoria „na nogach”

- | | pkt. |
|--|--------|
| 1. Rafał Płaczek
– Spółdzielczy Bank Ludowy w Złotowie | 19 140 |
| 2. Jolanta Łukaszewicz
– Bank Spółdzielczy w Połczynie Zdroju | 16 039 |
| 3. Maciej Witucki
– Faktorzy | 14 856 |



Wyniki

Klasyfikacja drużynowa sympatycy

Activy

„na kołach”

- | | pkt. |
|----------------------------------|---------|
| 1. Bank Spółdzielczy w Dobrzycy | 288 726 |
| 2. Bank Spółdzielczy w Jarocinie | 255 281 |
| 3. Bank Spółdzielczy w Wołczynie | 168 083 |

„na nogach”

- | | pkt. |
|---|---------|
| 1. Lubuski Bank Spółdzielczy w Międzyrzeczu | 275 687 |
| 2. Bank Spółdzielczy w Jarocinie | 239 640 |
| 3. Bank Spółdzielczy w Dobrzycy | 224 204 |





teraz także dla sympatyków



**Robert
Azembski**

Ruszać się warto, nie tylko na piwo – tak pozwolę sobie sparafrazować poetę Edwarda Stachurę. Wyzwanie Sportowe SGB to zdrowa, inteligentna i pożyteczna – również zabawa. W tym roku bankowcy i ich sympatycy ruszyli do nowej rywalizacji.

Nigdy nie byłem, niestety, zbyt chętny do tak zwanego „ruszania się”. Owszem, w latach szkolnych było trochę ruchu. Nieco ćwiczeń i jazdy na rowerze. Próbowania różnych sportów. Na studiach - podobnie. Generalnie jednak jest ze mnie typ kanapowo – komputerowy. Około-kowidowe problemy zdrowotne z kręgosłupem spędziły mnie wreszcie z tej kanapy i pogoniły do lekarza. Żeby odzyskać jako taką formę, rzuciłem sobie hasło: Trzeba zejść z tej kanapy. Oderwać się od krzesła komputerowego i monitora. Zacząć „coś robić” dla ciała, a przez to i dla ducha.

Aktywności czas zacząć!

Mniej więcej w tym samym czasie usłyszałem po raz pierwszy o Wyzwaniu Sportowym SGB. Ponieważ – jak już wspomniałem - nigdy nie przykładałem większej wagi do dbałości o tzw.

tężyznę fizyczną, zwłaszcza w jakimś układzie kolektywnym, całkowicie omylnie odebrałem zasłyszaną jednym uchem informację. O co chodzi z tym „Wyzwaniem”? Kto kogo „wyzywa”, na co i po co?

Sam postanowiłem zacząć ćwiczyć i to tak na poważnie. Biegi mi zbyt nie leżały. Może już nie ten wiek, czy chęci do wyciskania z siebie siódmych potów. Podobnie siłownia, kojarząca się z „kafarami”, bijącymi rekordy w podnoszeniu ciężarów. Zacząłem więc chodzić. Tylko nieco bardziej intensywnie, do 10-14 kilometrów dziennie. Kupiłem sobie smartwatcha z dołączoną do niego aplikacją do przeliczania przebytych kilometrów na liczbę zrobionych kroków, spalone kalorie itd. Przydaje się, chociaż niezbędny nie jest.

Co mnie zdziwiło, w tym chodzeniu nie jestem sam. Jak wynika z badań, zdecydowanie najwięcej Polaków, bo aż 47 %





deklarujących aktywność fizyczną, uprawia sport nawet kilka razy w tygodniu, a 14 % robi to sporadycznie, czyli raz w tygodniu lub rzadziej. Wszystkie trzy najpopularniejsze aktywności (rower, bieganie oraz spacer i wędrówki) są aktywnościami wykonywanymi na świeżym powietrzu (powyższe informacje można znaleźć w badaniu Sponsoring Monitor ARC Rynek i Opinia).

Po co uprawiamy te aktywności? Po co ja to robię? Bo chcę być zdrowy i chcę czuć się dobrze. Teraz dopiero rozumiem w pełni, o co chodzi z tymi Wyzwaniami Sportowymi. O co chodzi też z osławionym już Wyzwaniem Sportowym SGB.

Więcej niż tylko sport

Istnieje wiele inicjatyw i wyzwań sportowych, które mają na celu zachęcenie ludzi do aktywności i propagowania zdrowego stylu życia. Wyzwanie Sportowe SGB wydaje się być jednak czymś szczególnym. To nie jest jedynie inicjatywa promująca aktywność fizyczną. To coś więcej. Ludzie nie tylko mają poczucie satysfakcji z osiągnięć, ale bawią się, jednoczą ze sobą, zawiązują znajomości, zaprzyjaźniają się. Poznając swoje możliwości fizyczne i innych mają przy tym świadomość, że działają w dobrej sprawie – zebrane punkty za aktywność sportową służą lokalnym celom dobroczynnym. Za każdy przejechany lub przebiegnięty kilometr organizatorzy przekazują określoną kwotę na wybrany cel społeczny.

Dla tych, którzy nie słyszeli o Wyzwaniu Sportowym SGB lub ►



Krzysztof Włodarczyk, prezes Zarządu Banku Spółdzielczego w Prabutach

W tak niewielkiej miejscowości jak Prabuty do Wyzwania Sportowego SGB przystąpiło blisko 100 osób, a większość wykonała, co najmniej jedną aktywność. Uważam, że można poczytywać to za sukces. Promujemy lokalnie naszą bankowość oraz banki spółdzielcze całej grupy SGB, a to, co dajemy, przecież chociaż częściowo do nas wraca i to na różne sposoby. Po części zachęcający wpływ do wzięcia udziału w tegorocznym Wyzwaniu miała moja zeszłoroczna, osobista wygrana w kategorii rowerowej. Generalnie odzew tej inicjatywy w lokalnej społeczności jest bardzo pozytywny. Tym bardziej, że nagrody rzeczowe za osiągnięcia przekazaliśmy do szkół i stowarzyszeń sportowych działających na terenie miasta i gminy.



Kinga Bujnowicz-Kowalska, prezes Zarządu Lubuskiego Banku Spółdzielczego w Międzyrzeczu

Lubuski Bank Spółdzielczy z siedzibą w Międzyrzeczu to wyjątkowo aktywny uczestnik Wyzwania Sportowego SGB. Bierzymy w nim udział już od 1. Edycji. Od zeszłego roku w Wyzwaniu mogą brać udział również sympatycy banków. Sympatycy Lubuskiego Banku Spółdzielczego należą do jednych z najliczniejszych (jest już ich ponad stu), a ich zaangażowanie przekłada się na bardzo wysokie miejsca w klasyfikacji zespołowej. Podczas Wyzwania zarówno nasi sympatycy, jak i pracownicy wzajemnie motywują się do aktywności, a także do stawiania sobie coraz ambitniejszych celów i poszerzania granic własnych możliwości. Podczas sportowej rywalizacji nie zapominamy jednak o najważniejszym – o pomaganiu. Dzięki pokonanym kilometrom realizujemy cel charytatywny, pozwalający na wsparcie lokalnej społeczności poprzez zakup sprzętu sportowego dla organizacji pożytku publicznego lub szkoły. W zeszłym roku dzięki wzorowej postawie naszych pracowników i sympatyków udało nam się wesprzeć dwa domy dziecka, przeznaczając dla dzieci sprzęt sportowy. W tym roku również mamy nadzieję, że dzięki miejscom na podium będziemy mogli wesprzeć kolejne organizacje w naszej okolicy. Bo przecież wszyscy wiemy, że warto pomagać. W praktyczny sposób realizowaliśmy i będziemy realizować ten ważny element nowej strategii zrzeszeniowej SGB „Otwieramy przyszłość”. Mocno stawiamy na pogłębianie relacji i tworzenie więzi z coraz liczniejszym gronem sympatyków, których przecież część już jest, a część może stać się już wkrótce naszymi klientami. Wszystko, co dzieje się wokół Wyzwania, dzieje się w atmosferze spontanicznej zabawy, nie ma tu przecież żadnego przymusu. Także w mediach społecznościowych, w których atmosfera wokół Wyzwania Sportowego SGB jest nacechowana tylko dobrymi emocjami. Angażują się zarówno osoby starsze, jak i młodzież, która chce być „eko” prowadząc zdrowy tryb życia. Wyzwanie Sportowe SGB jest naprawdę ważne i przynosi efekty - z czego oczywiście bardzo się cieszymy.





Grzegorz Witkowski, prezes Zarządu Banku Spółdzielczego w Stegnie

W Wyzwanie Sportowe SGB angażuje się mocno także Bank Spółdzielczy w Stegnie. Niewykluczone, że jedna z pracowników po raz kolejny z rzędu zdobędzie zwycięstwo w jednej z kategorii. Wkręciliśmy się w te koła. Nie tylko ja, ale wielu pracowników, postrzegając Wyzwanie także jako formę zabawy. Fajne jest też to, że jedna osoba „nakręca” kolejną, namawiając do uczestnictwa, a także zdrowego - w sensie przenośnym oraz dosłownym - współzawodnictwa pomiędzy pracownikami. Bank stara się angażować do wyzwania także sympatyków, powoli, ale i to się udaje. Istotne i cenne jest też to, że nagrody za osiągnięcia trafiają lokalnie (w tym roku bank ma nadzieję obdarować kolejną szkołę). To wszystko buduje dobrą atmosferę wokół stegnieńskiego banku, bo dobre wieści szybko się rozchodzą, kreując jeszcze lepszy wizerunek Spółdzielczej Grupy Bankowej.

tylko „coś tam słyszeli” - warto wiedzieć, że oprócz opisanych wyżej walorów, Wyzwanie Sportowe SGB promuje także współpracę między bankami spółdzielczymi należącymi do Spółdzielczej Grupy Bankowej. W tym roku to już trzecia edycja tego konkursu. Tym razem szczególny akcent położono z aktywności sportowej pracowników banków na sympatyków. „Sympatycy” to nie tylko rodziny, czy znajomi pracowników naszych banków. Mogą to być (i są nieraz) także klienci, lokalnie rozpoznawalne osoby, ludzie zarówno młodzi, jak i starsi. Oni też mogą, czasem szybciej, niekiedy po jakimś czasie, zainteresować się usługami i produktami naszego banku.

Ważny element Strategii

Specjalna aplikacja Activy pozwala uczestnikom rejestrować swoje trasy i zdobywać punkty za pokonane kilometry w dwóch kategoriach: na nogach (bieg lub marsz) i na kołach (rower lub rolki). Każdy bank ma swój kod wejścia dla sympatyków, który można znaleźć na stronie <https://sympatycysgb.activy.app/>. Wyzwanie Sportowe SGB trwa od 29 kwietnia do 11 czerwca.

Nagrody czekają dla najlepszych indywidualnie i drużynowo. Inicjatywa ta promuje wartości takie jak determinacja, dyscyplina, motywacja i wspólnota, które przecież zawsze tak były bliskie spółdzielczości.

Warto wiedzieć, że Wyzwanie jest też istotnym elementem strategii Banku SGB i Grupy pod nazwą „Otwieramy przyszłość”. Zdaniem Jana Grzeška, prezesa Zarządu Banku Spółdzielczego w Jarocinie, jest to zdecydowanie dobra inicjatywa. Jej efektem jest pozytywny oddźwięk społeczny, a także poprawa stanu zdrowotności i słusznie zostało wpisane w strategię „Otwieramy Przyszłość”. Strategia ta jest wielokierunkowa, a jednym z kierunków jest pokazanie w pozytywnym świetle zrzeszenia SGB, wokół którego następuje integracja ludzi.

Bez wątplenia Wyzwanie Sportowe SGB to dla wielu doskonała okazja do poprawy kondycji. Do zacieśnienia więzi z bankiem spółdzielczym i wsparcia potrzebujących. Idealna okazja niemal dla każdego do rozpoczęcia swojej podróży ku lepszemu życiu. ●





BS

TEMAT NUMERU



Zdrowo – dla człowieka... ...zdrowo – dla Ziemi!

**Dorota Zawadzka**

InoBank Bank Spółdzielczy w Inowrocławiu



Każdego roku aktywnie angażujemy się w Wyzwanie Sportowe SGB. Zabawa oparta jest o aplikację Active, w której zbieramy kilometry na cele charytatywne.

Osobiste zaangażowanie zespołu InoBank Banku Spółdzielczego w Inowrocławiu jest dla nas niezmiennie istotne. Doceniamy chęć niesienia pomocy i potrzebę zaangażowania w zabawę sportową, której efektem są nagrody finansowe z przeznaczeniem na sprzęt sportowy dla fundacji i stowarzyszeń wspierających dzieci.

Zależy nam, by coroczne Wyzwanie Sportowe SGB z roku na rok cieszyło się coraz większą popularnością, a pokonane przez użytkowników aplikacji kilometry pozwoliły zasilić w sprzęt sportowy jak największą liczbę organizacji pozarządowych.

W misję naszego banku wpisuje się nie tylko promocja zdrowego trybu życia, ale również dbałość o ekologię i kondycję naszej planety. Postanowiliśmy więc połączyć inaugurację Wyzwania Sportowego 2023 z sadzeniem drzew w lasach w regionie.

Dzięki uprzejmości Nadleśnictwa Gniewkowo wybraliśmy się na wycieczkę rowerową i spacer po leśnych duktach, podczas którego posadziliśmy niemal 300 nowych drzew. Wszystkim pracownikom i sympatykom biorącym udział w tegorocznym Wyzwaniu Sportowym SGB życzę, by udział w zabawie był przyjemnością, która przynosi dobro - nam, naszej planecie i dzieciom, podopiecznym stowarzyszeń i fundacji, dla których pokonujemy kilometry zamieniane na wsparcie finansowe. ●

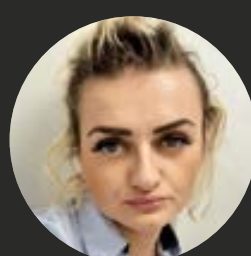
**Beata Wierzbicka-Skroś,**
prezes Zarządu InoBank
Banku Spółdzielczego w Inowrocławiu

Każdego roku podnosimy rękawicę w Wyzwaniu Sportowym SGB. Celem samym w sobie jest wspólna zabawa. Jednak z dnia na dzień odpala się u uczestników chęć rywalizacji. Efekt tego taki, że poniedziałki w banku mijają pod hasłem „ale mam zakwasy” lub „nie wiedziałam, że w tym miejscu mam mięśnie”. Psy nie chcą już wychodzić z nami na spacer, a chleba i bułek w domu tyle, że sąsiadom rozdajemy. A tak bardziej serio – cieszymy się, że jesteśmy częścią tego szczytnego projektu i robimy co w naszej mocy, żeby wykręcić jak najwięcej kilometrów.



WYZWANIE SPORTOWE SGB

okiem uczestnika



Kamila Lichtoń

Bank Spółdzielczy w Stegnie



**Na zdjęciach Buba (Danuta Staroń),
Renata C (Renata Centkowska),
Madjer (Maciej Sala) i Kama (Kamila Lichtoń)
z Banku Spółdzielczego w Stegnie.**

Wyzwanie Sportowe SGB to bardzo aktywne 44 dni. To dni, w których wszystko kręci się wokół roweru. Mój dzień zaczyna się o godzinie 4:30. Wstaję rano, żeby jeszcze przed pracą wykręcić 30 km. Uwielbiam te dojazdy do pracy rowerem o wschodzie słońca i nieważne czy jadę w deszczu, z wiatrem czy pod wiatr, ważne, żeby kilometry się zgadzały. Po takim porannym treningu człowiek czuje, że żyje. Dobrze, że w banku mamy prysznic, mamy też pusty parking dla pracowników i stojak pełen rowerów. Razem z koleżankami i kolegami z pracy codziennie w aplikacji Activy sprawdzamy aktywności innych uczestników, liczymy punktową przewagę i planujemy, ile jeszcze zrobimy kilometrów. O godzinie 15:00 kończymy pracę i razem ruszamy w kierunku stegieńskiego wielorybka. Tam robimy obowiązkowe selfie. Potem powrót do domu najdłuższą drogą jaką się da... jeszcze trochę i będę wracać do domu przez Poznań. Ostatni trening zaczynam o godzinie 19:30 i kończę, gdy na liczniku pojawi się moja ulubiona liczba 100 km. W domu wspierają mnie mąż i dwóch synów: Kacper i Michał. Kibicują mi, pomagają w codziennych obowiązkach, a w sobotę rano budzą mnie mówiąc: „Mamo wstawaj, czas iść na rower”. Rower to moja pasja, daje mi wolność, daje mi siłę, daje mi adrenalinę. Lubię rywalizować nie tylko w Wyzwaniu Sportowym SGB, ale również w maratonach szosowych. Moim marzeniem jest wyprawa rowerowa: szosówką przez Alpy. ●

Rafał Łopka, Tomasz Synakiewicz
- Wyzwanie Sportowe SGB to wasze DZIEŁO!!!! To wy wyznaczyliście nam cel. To wy uwierzyliście w nas, że za bankowymi biurkami drzemie niesamowity potencjał sportowy!!!! Wielkie brawa dla was za pomysł, realizację i szczytny cel!!!!



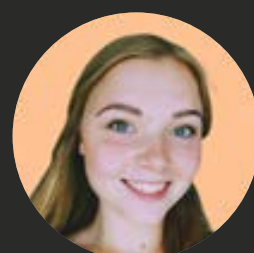


BS

TEMAT NUMERU



To nasze wspólne 5-CIO LECIA!

**Basia Jakubowska**

Activy

Wiem, że w czasie „Wyzwania Sportowego SGB” pracownicy biorą udział nie tylko w rywalizacji na aktywności rowerowe, biegowe i spacerowe, ale też prześcigają się w pomysłach na zdjęcia i memy. Dlatego pozwolę sobie zacząć dosyć nietypowo, jak na czasopismo bankowe.

Gdyby Tomek z Rafałem byli poetami, to jeden ze znanych wierszy brzmiałby mniej więcej tak: “Nic dwa razy się nie zdarza i nie zdarzy, z tej przyczyny... każde kolejne wyzwanie SGB jest inne, za to stałym elementem jest bicie rekordów popularności akcji”.

Misją Activy jest wspieranie aktywności fizycznej, budowanie nawyku codziennego ruchu u pracowników firm. Organizujemy setki sportowych wyzwań rocznie, więc każdego dnia spotykamy się z różnymi pomysłami, potrzebami i uczestnikami. Jednak nie ma drugiego takiego, jak “Sportowe Wyzwanie SGB”. Zaangażowanie, głowy otwarte na nowe pomysły i pasja Rafała

i Tomka są siłą, która zbudowała markę tej akcji. Już jesienią 2022 r. wysłali mi gotową listę rzeczy, które chcieliby wprowadzić do wyzwania. Zimą nawet udało się nam spotkać na żywo i porozmawiać o projekcie, a także o rozwoju aplikacji. Bo w kwietniu 2023 r. pojawiła się zupełnie nowa wersja Activy, a za 2 tygodnie startowało wyzwanie SGB.

Koordinuję tę akcję drugi rok, wcześniej realizowała ją w Activy Dorota Matuła Jurek. Jestem bardzo blisko projektu, a o tym, jak “drzewiej (czyli przed Activy) bywało”, sama dowiedziałam się nie tylko z opowieści chłopaków, ale też z tegorocznej pięknej animacji promującej akcję, którą Rafał przedpremierowo

pokazał mi na spotkaniu. Cały projekt nie tylko motywuje do ruchu poprzez nagrody, system punktacji wyróżniający regularność, bonusy za udział w biegach, koszulki za realizację celów kilometrowych (2x200 km i coś dla prawdziwych harpaganów, czyli 2x500 km), ale również wspiera cele charytatywne.

Obecne “Sportowe Wyzwanie SGB” to największa inicjatywa firmowa dla pracowników w historii Activy, chociaż poprzeczka jest coraz wyżej każdego roku. Po raz drugi w projekt są zaangażowani również sympatycy banku! A dowodem na to, jak dużą wagę Tomek i Rafał przywiązują do integracji całej społeczności jest fakt, że w tym roku odważyli się zaprosić do

udziału Juniorów, czyli uczestników poniżej 16. lat. Są oni nie tylko organizatorami, ale także entuzjastami sportu i zdrowego stylu życia. Żyją tą akcją, dbając o jej świetną promocję i aktywnie uczestnicząc w samych wydarzeniach.

Jak wyglądają w tym roku liczby? Ponad 2700 aktywnych sympatyków i blisko tyle samo aktyw-

nych pracowników SGB. To łącznie 5400 uczestników, którzy pod logiem SGB codziennie pokonują tysiące kilometrów. Pozostaje tylko pytanie, czy któreś z tych wyzwań przekroczy MİLION kilometrów? Trzymam kciuki, to byłby piękny prezent na 5-lecie projektu, a także samej firmy Activy. ●

Jednak nie ma drugiego takiego konkursu, jak “Sportowe Wyzwanie SGB”. Zaangażowanie, głowy otwarte na nowe pomysły i pasja Rafała i Tomka są siłą, która zbudowała markę tej akcji.



OBRADOWAŁO WALNE ZGROMADZENIE AKCJONARIUSZY SGB-BANKU SA

Zmiany w statucie SGB-Banku SA, udzielenie absolutorium członkom Rady Nadzorczej oraz członkom Zarządu SGB-Banku SA, podział zysku, to główne decyzje podjęte przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy SGB-Banku.

Jan Grzesiek, przewodniczący Rady Nadzorczej SGB-Banku SA pozytywnie ocenił miniony rok:

Największą wartością jest to, że w trudnych, niepewnych czasach zrealizowaliśmy plany finansowe i utrzymaliśmy tempo przeobrażeń organizacyjnych i technologicznych w Spółdzielczej Grupie Bankowej oraz samym SGB-Banku. Jesteśmy na półmetku strategii, którą nazwaliśmy „Otwieramy przyszłość” i z dumą zauważamy, że wszystko idzie zgodnie z założeniami. Doskonaliśmy produkty mobilne, kładziemy duży nacisk na kwestie cyberbezpieczeństwa i rozwiązania chmurowe, wspierając Banki Spółdzielcze SGB w pro-

wadzeniu ich działalności bankowej. Przywiązujemy dużą wagę do odciążenia ich od obowiązków związanych z wymaganiami regulatora. Pragniemy pozwolić bankom skupić się na tym, co robią najlepiej, czyli na prowadzeniu biznesu opartego na partnerskich, zgodnych ze spółdzielczym DNA zasadach.

Mimo skomplikowanej sytuacji makroekonomicznej, wyhamowania gospodarki, niepewności na rynku kredytów konsumenckich, wysokiej inflacji, a także wpływu wojny w Ukrainie na sytuację społeczną i gospodarczą w Polsce, SGB-Bank SA osiągnął w roku 2022 zakładane cele.

Jesteśmy na półmetku strategii, którą nazwaliśmy „Otwieramy przyszłość” i jesteśmy dumni, że wszystko idzie zgodnie z założeniami.

Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy odbyło się 22 czerwca br. w centrali banku w Poznaniu. Akcjonariusze i pełnomocnicy brali udział w obradach WZA przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej. ●

Oprac. RS



TECHNOLOGIA BUDUJE MODEL BIZNESOWY

JANUSZ ORŁOWSKI

Ponad 500 uczestników zgromadziło tegoroczne Forum Technologii Bankowości Spółdzielczej zorganizowane przez Związek Banków Polskich. Taka frekwencja, to m.in. pokłosie najnowszego badania przeprowadzonego wśród bankowców. Wynika z niego, że prawie wszyscy z nich, bo 97 % uważa, że trwający wzrost cyfryzacji usług będzie miał szczególne znaczenie dla branży finansowej. Gościem specjalnym tegorocznego zgromadzenia był Brunon Bartkiewicz, prezes Zarządu ING Banku Śląskiego, jednego z najbardziej rozwiniętych technologicznie banków, zwłaszcza pod względem cyfryzacji świadczonych usług. W jego ocenie technologia nie zapewnia długofalowej przewagi konkurencyjnej, ale buduje model biznesowy banku. Trzeba jednak pamiętać, że im więcej inwestujemy w nowoczesne technologie, tym trudniej potem się z nimi rozstać i zainwestować w jeszcze nowsze rozwiązania. Może temu zaradzić modułowy model zastosowanych rozwiązań technologicznych pozwalający na podłączenie i współpracę z kolejnymi i nowocześniejszymi urządzeniami.

W dyskusji uczestnicy Forum podkreślali, że ważne jest, aby banki spółdzielcze umiały skutecznie łączyć rozwój technologii z tradycją bankowości spółdzielczej. Koncentracja na wartościach spółdzielczych, lokalnych związkach z klientami i dbałość o społeczność z regionu działania jest nieodzowna, zaznaczył Piotr Mazur dyrektor Departamentu Informatyki SGB – Banku. Banki spółdzielcze powinny wykorzystać technologie dla wzmocnienia tych wartości i zaoferowania klientom nowoczesnych, innowacyjnych usług, podtrzymując zarazem partnerskie relacje z klienta-



Debata „Rola Banków Zrzeszających dla rozwoju systemów IT bankowości spółdzielczej”, w której wziął udział m.in. Błażej Mika, wiceprezes Zarządu SGB-Banku SA.

Gościem specjalnym tegorocznego zgromadzenia był Brunon Bartkiewicz, prezes Zarządu ING Banku Śląskiego, jednego z najbardziej rozwiniętych technologicznie banków, zwłaszcza pod względem cyfryzacji świadczonych usług. W jego ocenie technologia nie zapewnia długofalowej przewagi konkurencyjnej, ale buduje model biznesowy banku.

mi. W jego ocenie rozwój technologii i automatyzacji procesów obsługi poprawi efektywność banków, a dostęp do nowocze-

snych usług przyczyni się do zadowolenia klientów i przyciągnięcia nowych, zwłaszcza młodych osób. Zapowiedział też, że bank zrzeszający będzie chciał w przyszłości przenieść czynności back-office do zrzeszenia, a bankom spółdzielczym pozostawić obszary biznesowe i dać więcej czasu na kontakt z klientami.

Sporo uwagi uczestnicy obrad poświęcili

coraz szybszemu rozwojowi technologii chmury obliczeniowej i sztucznej inteligencji. Zdaniem Macieja Appelta, dyrektora Departamentu Zarządzania Danymi w SGB-Ban-



ku, trudno obecnie przewidzieć, w jakim kierunku potoczy się rozwój sztucznej inteligencji i jaki będzie jej wpływ na banki. Ale z pewnością będzie miała wpływ na pracowników. Banki mają bowiem wielkie zasoby danych, które ciągle trzeba przeszukiwać. Sztuczna inteligencja na pewno ułatwi to zadanie. Problemem jest natomiast to, czy sztuczna inteligencja będzie ingerowała w nasze prywatne życie, a jeśli tak, to w jakim zakresie?

SGB-Bank jest prekursorem chmury społecznościowej. Jest ona hybrydową formą chmury obliczeniowej, która została przystosowana do wykorzystywania przez określoną grupę użytkowników. Pomysł ten jest obecnie na etapie testów. Będzie ona oferowana bankom spółdzielczym nie tylko jako wsparcie technologiczne, ale przede wszystkim pomoc w sporządzaniu dokumentacji przeznaczonej dla regulatora rynku bankowego. Chmura zostanie też przygotowana do przetwarzania kolejnych danych w zależności od potrzeb, jakie mogą pojawić się w przyszłości.

Problemy związane z wykorzystywaniem sztucznej inteligencji wzbudzały wśród uczestników konferencji liczne kontrowersje. Generalnie są to algorytmy matematyczne wykorzystywane do wykonywania obliczeń lub analiz rynkowych. Pojawiają się natomiast wątpliwości, czy umożliwia ona podejmowanie działań jeżeli nie mamy wszystkich informacji? W ocenie dyskutantów może to prowadzić do niebezpiecznych sytuacji. W bankowości trzeba też znaleźć odpowiedź na pytanie, z których danych klienta sztuczna inteligencja może korzystać, a z których nie, ponieważ są to dane poufne? Są więc zalety, ale też i wady sztucznej inteligencji i automatyzacji procesów. Rzecz w tym, aby trafnie zdefiniować pytanie, czego oczekujemy od sztucznej inteligencji?

Uczestnicy spotkania zastanawiali się

również nad pytaniem, jaki powinien być podział zadań między bankami zrzeszającymi i spółdzielczymi w zakresie wdrażania rozwiązań cyfrowych? Zdaniem Mirosława Skiby, prezesa Zarządu SGB-Banku, zrzeszenie przygotowuje rozwiązania dla

wszystkich zrzeszonych banków, ale ostateczna decyzja, czy skorzystają one z tej propozycji należy do banku spółdzielczego. Bank zrzeszający ma też spore doświadczenie zebrane podczas wdrażania wcześniejszych projektów technologicznych. Każdy projekt jest także szczegółowo analizowany pod kątem ryzyka i bezpieczeństwa. Dlatego oferta zrzeszenia znacznie ułatwia podjęcie decyzji spółdzielcom, ponieważ zawiera cały pakiet niezbędnych informacji i zwalnia bank spółdzielczy z długotrwałego analizowania oferty otrzymywanej bezpośrednio od producenta nowej technologii. SGB-Bank przyjął wspól-

nie z Bankami Spółdzielczymi SGB strategię „Otwieramy przyszłość”, a oferowane rozwiązania są zgodne z zapisami w tej strategii. Nie ekscytujemy się nowinkami technologicznymi, jakie pojawiają się na rynku, ale działamy zgodnie z przyjętą strategią rozwoju, podkreślił szef poznańskiego banku zrzeszającego. Bank zrzeszający powinien być tym miejscem, gdzie możliwa jest obiektywna i profesjonalna ocena rozwiązań, które są bankom oferowane przez różnych dostawców – dodał. Uwagi te uzupełnił Adam Kukuła, dyrektor ds. Strategii i Rozwoju SGB-Banku zaznaczając, że chodzi o to, żeby klienci, którzy korzystają z usług dostarczanych przez bank zrzeszający byli zadowoleni. Żeby

jakość tych usług była na najwyższym poziomie, jak również ich bezpieczeństwo.

Jesteśmy po to – powiedział Błażej Mika, wiceprezes zarządu SGB-Banku, odpowiedzialny za IT - aby ekosystem usług bankowych był spójny i wspierał świadczenie usług przez banki spółdzielcze w kontekście wspólnej marki zrzeszeniowej i w interesie każdego banku z osobna. A to się przekłada na standaryzację procesów, udział w hurtowni danych ulokowanej w chmurze obliczeniowej, cyfryzację całej sfery back-office, przyspieszenie działań sprawozdawczych, system szkoleń, zarządzania biznesem i cyberbezpieczeństwem. W efekcie na naszych wspólnych działaniach z bankami spółdzielczymi musi skorzystać klient.

Podobnie jak w poprzednich edycjach Forum

wiele miejsca w dyskusji poświęcono bezpieczeństwu cybernetycznemu. W tym przypadku podkreślano jak ważna dla walki z przestępczością w Internecie jest wymiana informacji między bankami, ponieważ bez tej wymiany służby zajmujące się bezpieczeństwem nie są w stanie działać. Podkreślano także, że zabezpieczenia powinny obejmować całą infrastrukturę informacyjną banku, bo dzisiaj dane są równie cenne jak pieniądze. Daniel Krzywiec, dyrektor Departamentu Cyberbezpieczeństwa w SGB-Banku przypomniał, że w ubiegłym roku poznańskie zrzeszenie uruchomiło usługę FDS, która automatyzuje monitorowanie sesji, urządzeń i transakcji w usługach bankowości internetowej i mobilnej, a w przypadku wykrycia podejrzanej aktywności, zdarzenie realizowane jest przez wyspecjalizowane dla takich przypadków centrum kompetencyjne w banku zrzeszającym, bez angażowania pracowników banku spółdzielczego. ●

SGB-Bank jest prekursorem chmury społecznościowej. Jest ona hybrydową formą chmury obliczeniowej, która została przystosowana do wykorzystywania przez określoną grupę użytkowników. Pomysł ten jest obecnie na etapie testów. Będzie ona oferowała bankom spółdzielczym nie tylko jako wsparcie technologiczne, ale przede wszystkim pomoc w sporządzaniu dokumentacji przeznaczonej dla regulatora rynku bankowego.



Kuluarowe rozmowy menedżerów banków spółdzielczych. Wymiana poglądów i doświadczeń.



SGB

NA KONFERENCJACH,
KONGRESACH I SYMPOZJACH

MAREK BUSZKIEWICZ

P o pandemicznej przerwie branża konferencyjna wraca do życia. Bardzo wiele spotkań już nie odbywa się tylko online, ale w formule stacjonarnej. Wielu uczestników konferencji, sympozjów czy kongresów tęskniło za bezpośrednim kontaktem.

Wśród firm, które w swojej strategii komunikacyjnej przywiązują wagę do obecności w wydarzeniach o zasięgu krajowym, a nawet europejskim jest SGB. Od dłuższego czasu SGB jest partnerem wielu konferencji ważnych dla naszego biznesu i wizerunku.

Samorządy i lokalne banki to naczynia połączone

Banki Spółdzielcze SGB od zawsze są naturalnym partnerem jednostek samorządu terytorialnego. Nic dziwnego, że biorą udział w konferencjach którym partneruje samorząd. Jedną z nich jest Local Trend 2023. Wydarzenie przyciągnęło do Sopotu ponad tysiąc uczestników, w tym liczną reprezentację Spółdzielczej Grupy Bankowej.

Wśród osób przysłuchujących się obradom i uczestniczących w żywych, kularowych dyskusjach byli między innymi prezesi i członkowie zarządów, a także pracownicy Banku Spółdzielczego w Skórczu, Banku Spółdzielczego w Starogardzie Gdańskim, Kaszubskiego Banku Spółdzielczego z Wejherowa i Banku Spółdzielczego w Pruszczu Gdańskim.

Banki Spółdzielcze SGB to naturalni partnerzy lokalnych samorządów. Dobre relacje pomiędzy samorządami i lokalnymi bankami mają długą tradycję i mierzy się ją nie latami lecz skalą wspólnie zrealizowanych projektów, wyemitowanych obligacji i lokalnych inwestycji.

Jedna z ważniejszych debat Samorządowego Kongresu Finansowego Local Trends poświęcona była rozwojowi społeczności energetycznych i klastrów energii. Jej uczestnikiem był między innymi Mirosław Skiba, prezes Zarządu SGB-Banku, a także przedstawiciele lokalnych samorządów: Dariusz Strugała, burmistrz Miasta i Gminy Jaraczewo oraz Emilian Bera burmistrz miasta Jawora, prawnicy oraz

eksperci.

Banki powinny rozwijać sferę doradczą, ale także angażować naukowców i innych ekspertów, by mocno przyspieszyć transformację energetyczną. Ważne jest także zapewnienie stabilności rozwiązań prawnych – mówił w pokongresowej rozmowie z Business Insider prezes Mirosław Skiba. – Najpierw uregulowania prawne, ustabilizowanie środowiska regulacyjno-prawnego tak, by rzeczywiście przyszłość dla projektów kapitałochłonnych była jasna.

Banki spółdzielcze – mówili w czasie Kongresu przedstawiciele Zrzeszenia SGB – są bardzo aktywne na etapie budowania zaufania społecznego wokół inwestycji energetycznych. W naszych relacjach z lokalnymi społecznościami prezentujemy efekty biznesowe zielonej transformacji. Ale problem często leży nie po stronie akceptacji

Banki spółdzielcze są źródłem finansowania wielu ekologicznych projektów, m.in. budowy farm wiatrowych i instalacji fotowoltaicznych.



Od blisko dwóch dekad kongres Forum Technologii Bankowych łączy ze sobą świat bankowości i technologii.

społecznej lecz w niestabilnym otoczeniu prawnym, obowiązujących modelach finansowania, niedostatecznym wsparciu ze strony państwa i jego instytucji oraz spółek, a także możliwościach finansowych samorządów.





Jedna z ważniejszych debat Samorządowego Kongresu Finansowego Local Trends poświęcona była rozwojowi społeczności energetycznych i klastrów energii. Jej uczestnikiem był między innymi Mirosław Skiba, prezes Zarządu SGB-Banku.

Głównym partnerem tegorocznej edycji Local Trends była Spółdzielcza Grupa Bankowa. Banki Spółdzielcze SGB w roku 2022 udzieliły samorządom kredytów na kwotę przekraczającą 500 mln złotych, pomagając sfinansować bieżące potrzeby jednostek oraz wspierając lokalne inwestycje, ze szczególnym uwzględnieniem projektów z obszaru zielonej transformacji.

Partnerami Banków Spółdzielczych SGB są gminy wiejskie, małe miasta, powiaty, ale także duże aglomeracje i struktury administracyjne, jak choćby miasto Gdynia czy powiat poznański. Co wyróżnia tę współpracę? Przede wszystkim – zrozumienie lokalnych potrzeb i elastyczność działania banków spółdzielczych.

Katalog produktów finansowych oferowanych samorządom jest dopasowany do społecznych oczekiwań małych społeczności.

Poznań stolicą światowych trendów

Ponad pięć tysięcy gości wzięło udział w Poznaniu w Impact'23 jednym z największych gospodarczo-technologicznych wydarzeń w Europie Środkowo-Wschodniej. Przez dwa dni maja światowej klasy prelegenci, naukowcy, ludzie kultury i sportu debatowali nad przyszłością świata.

Ekologia i wpływ zmian klimatycznych na losy świata to jeden z głównych obszarów wielowątkowej dyskusji. W nurcie green economy odbyła się również debata „Jak globalne i unijne regulacje klimatyczne wpływają na biznes?”, w której uczestniczył prezes SGB-Banku SA, Mirosław Skiba.

Green economy to prosty nowoczesny, dobrze skalowalny biznes, który wszystkim powinien się opłacać – przyznał prezes

Skiba. – *To pożyteczna idea wyrażona nie tylko w całym wachlarzu zasad i postępowania, ale też konkretny zysk wyrażony w pieniądzu.* – dodał Mirosław Skiba.

Zielona transformacja wymaga przede wszystkim dobrego prawa. Ramowe ustawy ochrony klimatu funkcjonują w wielu krajach, spójne regulacje potrzebne są także u nas. Potrzebujemy kompleksowych, systemowych rozwiązań w sferze ochrony klimatu, ale też głębokiej troski o gospodarkę – powiedział prezes SGB-Banku. – *Banki spółdzielcze są źródłem finansowania wielu ekologicznych projektów, m.in. budowy farm wiatrowych i instalacji fotowoltaicznych.*

Jeśli pojawią się odpowiednie regulacje prawne, banki spółdzielcze, jako instytucje działające na rzecz swoich członków i lokalnych społeczności, mogą odgrywać dużo większą rolę w procesie zielonej transformacji. Spółdzielcza Grupa Bankowa już drugi raz jest partnerem tego wydarzenia.

Sympozja, kongresy, konferencje

W czasie konferencji można poznać nowe trendy związane z daną gałęzią gospodarki. Poznać interesujące case study, ale przede wszystkim nawiązać nowe kontakty biznesowe. Podzielić się swoimi doświadczeniami i spostrzeżeniami.

Pracownicy SGB są często zapraszani jako prelegenci i moderatorzy do udziału w wydarzeniach. Warto wspomnieć o Forum Technologii Bankowych, Być Kobiętą On Tour, CMO Summit 2023, czy Forum Technologii Bankowości Spółdzielczej. O tym ostatnim wydarzeniu piszemy w innym artykule w tym wydaniu magazynu Bank Spółdzielczy. ●

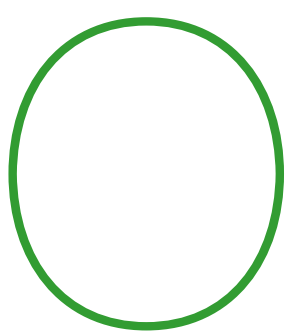
Banki Spółdzielcze SGB to naturalni partnerzy lokalnych samorządów. Dobre relacje pomiędzy samorządami i lokalnymi bankami mają długą tradycję i mierzy się ją nie latami lecz skalą wspólnie zrealizowanych projektów, wyemitowanych obligacji i lokalnych inwestycji.



SGB. Pierwsze kroki w chmurach

Grupa SGB współpracuje z wieloma bardzo znaczącymi firmami z różnych branż i segmentów gospodarki. Wśród nich są spółki notowane na polskiej giełdzie oraz najbardziej liczące się brandy w swoich branżach.

Warto wspomnieć chociażby o Ailleron, Asseco, Hitachi Europe czy Accenture. Od dłuższego czasu nasze rozwiązania technologiczne tworzymy wspólnie z Google Cloud.



informatycznych dokonaniach Spółdzielczej Grupy Bankowej pisze w swoim serwisie Google Cloud – globalna marka zajmująca się transformacjami cyfrowymi oraz dostarczaniem rozwiązań chmurowych.

Hurtowania danych

Jeszcze nie tak dawno SGB korzystała z lokalnej infrastruktury technologicznej innej firmy, ale w miarę jak potrzeby Zrzeszenia stawały się większe i bardziej złożone, stało się jasne, że w przyszłości taki stan rzeczy będzie nie do utrzymania.

SGB-Bank jako dostawca usług informatycznych dla banków spółdzielczych rozpoczął na szeroką skalę strategię transformacji cyfrowej. Pierwszym krokiem na tej drodze była hurtownia danych zbudowana w Google Cloud. Proces transformacji cyfrowej i przejścia na infrastrukturę opartą na chmurze, oględnie mówiąc, jest długi i złożony dla każdej organizacji.

Jeszcze trudniejsze jest to dla instytucji finansowej, takiej jak SGB-Bank, ze względu na wrażliwość jej danych i surowe wymogi regulacyjne. Pierwotnie Zrzeszenie brało pod uwagę szereg rozwiązań chmurowych, stanęło jednak na tym, że jedynym dostawcą, który mógł przechowywać dane banku w Polsce i spełniać jedno z najbardziej rygorystycznych wymagań jest Google Cloud.

Nasza infrastruktura lokalna stawała się coraz droższa, bardziej złożona i trudniejsza w utrzymaniu. Przejście do Google Cloud było dla nas nie tylko właściwym wyborem pod względem technologicznym i kosztowym, ale także znacząco zwiększyło bezpieczeństwo danych – mówi o przejściu do informatycznej chmury Błażej Mika, wiceprezes Zarządu SGB-Banku, odpowiedzialny na pion IT – Hurtownia danych, którą zbudowaliśmy za pomocą Google Cloud, jest potężniejsza, wydajniejsza i bezpieczniejsza niż to, co mieliśmy wcześniej. Ale, co równie ważne, nasi eksperci są podekscytowani możli-

wością pracy z łatwą w zarządzaniu, najnowocześniejszą technologią. Nie ukrywam, że pomoże nam to również w rekrutacji najlepszych talentów.

Jedni z pierwszych

SGB-Bank był jednym z pierwszych polskich banków, który umieścił swoją hurtownię danych w chmurze. Aby upewnić się, że proces przebiegł bezproblemowo, bank współpracował z partnerem Google Cloud, firmą Accenture, w celu zaprojektowania architektury i zapewnienia zgodności.

W trakcie realizacji projektu SGB-Bank współpracował również z Operatorem Chmury Krajowej, innym partnerem Google Cloud, w zakresie budowania i konfigurowania środowiska chmurowego, korzystając z jego cennych wskazówek dotyczących głównie kwestii bezpieczeństwa danych, takich jak na przykład szyfrowanie.

Nowa platforma danych jest obsługiwana przez BigQuery, która doskonale radzi sobie ze złożonością strumieni danych generowanych przez banki SGB.

BigQuery to serce naszej nowej hurtowni danych – mówi Błażej Mika. Łatwo się skaluje, a my po raz pierwszy możemy gromadzić wszystkie niezbędne dane i przechowywać je na jednej platformie.

Jak podaje Google Cloud, załadunek danych do hurtowni zajmuje zaledwie kilka minut w porównaniu z kilkoma godzinami w przypadku wcześniejszych rozwiązań, a to oznacza,

że programiści są teraz znacznie bardziej produktywni. Gdy hurtownia danych zostanie w pełni zbudowana, SGB spodziewa się zaoszczędzić około 50% rocznych kosztów infrastruktury, uwalniając zasoby do pracy nad nowymi produktami i funkcjami.

Pełna treść artykułu dostępna jest tutaj:

<https://cloud.google.com/customers/sghbank/> ●

Oprac. MB, RS

SGB-Bank zbudował hurtownię danych za pomocą BigQuery, która pomogła obniżyć koszty infrastruktury, poprawić produktywność i zapewnić podstawę dla przyszłych innowacji technologicznych.



USŁUGA PŁATNOŚCI VISA MOBILE JUŻ W APLIKACJI SGB MOBILE!

Banki Spółdzielcze SGB udostępniają swoim klientom usługę Visa Mobile – nową metodę płatności kartami Visa w internecie, z wykorzystaniem aplikacji SGB Mobile.

Dzięki usłudze Visa Mobile klienci, którzy płacą online, nie muszą już podawać numeru swojej karty Visa, daty jej ważności i kodu CVV2. Podczas zakupów w sieci wystarczy podać numer telefonu przypisany do karty w usłudze Visa Mobile i przy użyciu PIN-u potwierdzić płatność w aplikacji SGB Mobile lub aplikacji Visa Mobile.

Technologiczna transformacja, którą przechodzi Spółdzielcza Grupa Bankowa, stawia przed nami ważny cel: sprostać potrzebom klientów i wyprzedzić ich oczekiwania – przyznaje Błażej Mika, wiceprezes Zarządu SGB-Banku odpowiedzialny za pion IT. – Tak właśnie jest z usługą Visa Mobile, która zdejmuje z procesu zakupowego obawę klienta o przekazanie wrażliwych

danych personelowi sklepów internetowych. To rozwiązanie jest innowacyjne i intuicyjne, a przede wszystkim – wydatnie zwiększa bezpieczeństwo transakcji.

Rozwiązanie jest oparte na usłudze Click to Pay i wykorzystuje standard EMV Secure Remote Commerce (SRC), który jest wzorcem dla płatności kartą w internecie. Metody płatności zgodne z SRC mają być zarówno proste w obsłudze dla każdego posiadacza i posiadaczki karty, jak i łatwe we wdrożeniu przez dostawców.

Użytkownicy kart Visa mogą korzystać z usługi Visa Mobile w ramach aplikacji mobilnej SGB Mobile, udostępnionej przez ich Bank Spółdzielczy SGB lub SGB-Bank SA. Do płatności można wykorzystywać karty debetowe Visa dla klientów indywidualnych i firmowych oraz karty kredytowe Visa.

Usługa Visa Mobile i aplikacja SGB Mobile posiadają wiele niezbędnych zabezpieczeń, które chronią klienta przed wyludzeniem danych i użyciem ich przez osoby nieuprawnione. Jedną z nich jest tokenizacja. Token w płatnościach zastępuje dane karty, zamieniając je w skomplikowany szyfr. Każdy token jest unikatowy – niemożliwy do odczytania i wykorzystania przez oszustów. Właśnie dlatego dane karty są zabezpieczone.

Tokenizacja stoi za jednym z najnowszych rozwiązań płatniczych stworzonych w Europie Środkowo-Wschodniej – Visa Mobile. Tokenizacja to kolejny etap zmian w płatnościach cyfrowych, rozpoczętych przez wprowadzenie i upowszechnienie płatności zbliżeniowych. Z czasem konsumenci zaczęli do terminali coraz częściej przykładć karty czy smartfony, co byłoby trudne do wdrożenia bez tokenizowania kart zapisanych w tych urządzeniach. Teraz tokeny są coraz powszechniej stosowane w płatnościach internetowych – mówi Adrian Kurowski, dyrektor generalny Visa w Polsce. – Dzięki Visa Mobile konsumenci mogą korzystać z zalet jakie niosą tokeny, nawet gdy nie płacą w sklepach internetowych, które wspierają tokenizację.

Dostęp do aplikacji możliwy jest tylko po podaniu kodu PIN lub biometrii. Klientowi, który płaci z wykorzystaniem Visa Mobile, przysługują takie same prawa, jak przy użyciu fizycznej karty. Transakcje Visa Mobile są też chronione poprzez możliwość skorzystania z procedury chargeback. Procedura ta oznacza, że bank płacącego może próbować odzyskać od sprzedawcy pieniądze za wadliwe albo niedostarczone zakupy opłacone kartą Visa.

Przy użyciu Visa Mobile można płacić za zakupy w sklepach internetowych, które akceptują tę metodę. Obecnie usługa działa tylko w Polsce. Przy wyborze metody płatności w czasie zakupów, należy wybrać logo Visa Mobile. ●



Oprac. Rafał Łopka





MIEJMY WPŁYW, CZYLI **IMPACT 2023**

Forum Impact 2023 – z bardzo aktywnym udziałem Spółdzielczej Grupy Bankowej – już za nami. Gdyby przyszło nam odnieść się do zapowiedzi organizatorów, że na Impact stawi się biznes na światowym poziomie, to jasno trzeba by stwierdzić, że tak właśnie było.

JACEK ROS

Poza liczną grupą znamienitych mówców i gości, na czele z Natalie Portman, aktorką i zdobywczynią Oscara, Valerie Jarret, szefową Fundacji Baracka Obamy czy premierem Mateuszem Morawieckim, tegoroczny Impact zgromadził rekordową liczbę

dyrektorów wykonawczych największych światowych gigantów technologicznych i finansowych.

Wśród gości między innymi: Matt Brittin z Google, Ana Paula de Jesus Assis z IBM, Rocco Brauniger z Amazon, Mark Barnett z Mastercard, Adrian McDonald z Dell, Martyn Holmes z Embraera oraz Aram Sargsyan z Free Now. Liderzy światowego biznesu, przedsiębiorcy, naukowcy, politycy i badacze politycznych trendów w jednym okazywali się zgodni – że dziś słowo: „impact” trzeba rozumieć precyzyjnie jako: „wpływ”. A posiadanie wpływu na rzeczywistość w wymiarze gospodarczym, społecznym, finansowym czy ekologicznym ma niebywale znaczenie w czasach wojennej zawieruchy na wschodzie Europy i kryzysu wywołanego pandemią.

Gdzie w tym wszystkim banki spółdzielcze?

To jest bardzo dobre pytanie! Spółdzielcza Grupa Bankowa była nie tylko partnerem Impactu, jednego z sześciu najważniejszych wydarzeń gospodarczo-technologicznych w Europie, ale też jego czynnym uczestnikiem. Spółdzielczość zaś – z jej półtorawiekową tradycją – okazywała się jeszcze lepszym punktem odniesienia.

W tym kontekście warto wspomnieć o dwóch wystąpieniach. Autorką pierwszego jest Natalia Hatałska, prezeska infuture institute, który definiuje najważniejsze trendy, opisuje je i wskazuje konsekwencje dla gospodarki, kategorii rynkowych i konkretnych marek. Jej głos wybrzmiał szczególnie mocno:

Wszyscy: media, biznes, ludzie żyją dzisiaj w perspektywie krótkoterminowej. A w świecie multiplikacji kryzysowej mamy setki kryzysów, z którymi się zmagamy. Paradoksalnie, żeby móc naprawiać to, co dzisiaj się dzieje i zobaczyć przyszłość, potrzebujemy spojrzenia długoterminowego. Obejmującego 150 lat!

Czy nie w takiej perspektywie spoglądali na rozwój Polski i świata założyciele bankowości spółdzielczej? Czyż nie wyprzedzali swojej epoki w myśleniu o przyszłych modelach biznesu, o potrzebie

solidarności społecznej, wzajemności i samopomocy? Bardzo ciekawe wystąpienie w debacie poświęconej green economy miał też prezes SGB-Banku, Mirosław Skiba: *Badania z wielu źródeł udowadniają wyraźnie, że mieszkańcy małych społeczności, klienci bankowości spółdzielczej zwracają coraz większą uwagę na ekologię i są mocno zaniepokojeni zmianami klimatycznymi – ocenił Mirosław Skiba. – Chcemy i potrafimy wspierać budowanie świadomości i odpowiedzialności klimatycznej, a jednocześnie tworzyć silne, lokalne zaplecze finansowe dla podmiotów prowadzących działalność gospodarczą i uczestniczących w procesie zielonej transformacji. Ale do tego potrzebujemy kompleksowych, systemowych rozwiązań w sferze ochrony klimatu, a także głębokiej, autentycznej troski o gospodarkę.*





Tysiące gości przyjechało do Poznania, żeby wziąć udział w jednej z największych konferencji gospodarczo-technologicznych w tej części Europy.

Czy będziemy AI-free?

Wątkiem, który przewijał się niemal w każdej dyskusji podczas tegorocznego Impactu, był burzliwy rozwój sztucznej inteligencji. Pojęcia „AI” i „ChatBot” pojawiały nie tylko w odniesieniu do funkcjonowania Internetu, marketingu i komunikacji, ale także jako katalizator zmian w funkcjonowaniu rynków finansowych. Z jednej strony sztuczna inteligencja może wesprzeć banki w ocenie zdolności kredytowej klientów i ich bieżącej obsłudze. Wiele procesów przyspieszy, z wieloma upora się szybciej niż człowiek. To dotyczy sprawozdawczości, wsparcia w podejmowaniu decyzji, analizy danych. Ale z drugiej strony... O ileż łatwiej przy jej użyciu będzie można podszyć się pod inną osobę? Jak uchronić się przed plagą naśladowania cudzego głosu czy udziału w deszyfrowaniu haseł do kont?

Optymistycznie brzmiały głosy przedstawicieli świata finansów, że tak jak ze wszystkim, tak i ze sztuczną inteligencją damy sobie radę. Konieczne będzie jednak korygowanie wielu strategii, zmiany w przepisach prawa i sposobach komunikowania się z klientami oraz... utrzymanie stref, do których AI nie będzie miała prawa wstępu.

Czy będziemy AI-free? Zapewne nie, ale wiele działań np. w sferze reklamy trzeba będzie jasno doprecyzować – za tym pomysłem stoi sztuczna inteligencja, a za tym żywy człowiek...

Różnorodność, kobiety i parytety

Dobrym sygnałem, który płynie w świat z tegorocznego Impactu jest szacunek do różnorodności, równości płci i parytetów w zarządzaniu oraz sprawowaniu władzy. Tu również bankowość spółdzielcza mogłaby służyć jako światowy wzór do naśladowania. Mamy w zarządach Banków Spółdzielczych SGB rekordową liczbę kobiet.

Ba! Mamy banki w całości zarządzane przez kobiety! Aż 50 zarządów w Bankach Spółdzielczych SGB tworzą wyłącznie kobiety! Wśród wszystkich 175 Banków Spółdzielczych SGB na czele zarządów stoi 87 pań, a łącznie w zarządach naszych banków pracuje 256 kobiet.

Pod tym względem wyprzedzamy wiele firm z innych sektorów gospodarki, o polityce nie wspominając.

Spółdzielczość jest kobietą, widać to szczególnie wyraźnie

w bankowości spółdzielczej. Zauważamy to nie tylko my, ale również nasi partnerzy biznesowi i klienci, którzy doceniają nas za to. Z mojego punktu widzenia, jest to szczególnie istotne ponieważ pokazuje, że działamy zgodnie z trendami i dzięki temu możemy nie tylko odważnie patrzeć w przyszłość, ale również ją kreować – mówi Ewelina Ignaczak, dyrektorka Biura Marketingu i Komunikacji SGB-Banku SA – Impact to niesamowite wydarzenie nie tylko biznesowe, ale również kulturalne i relacyjne. Wszystkie te obszary mają ogromne znaczenie dla Banków Spółdzielczych SGB i na wszystkie mamy ogromny wpływ.

Banki i pokolenie Z

Grupą, która była przedmiotem szczególnej uwagi w dyskusjach na tegorocznym Impact'23, było Pokolenie Z. Tak, to są nasi klienci. Mogą nimi być, już są lub chcielibyśmy, aby klientami banków spółdzielczych zostali.

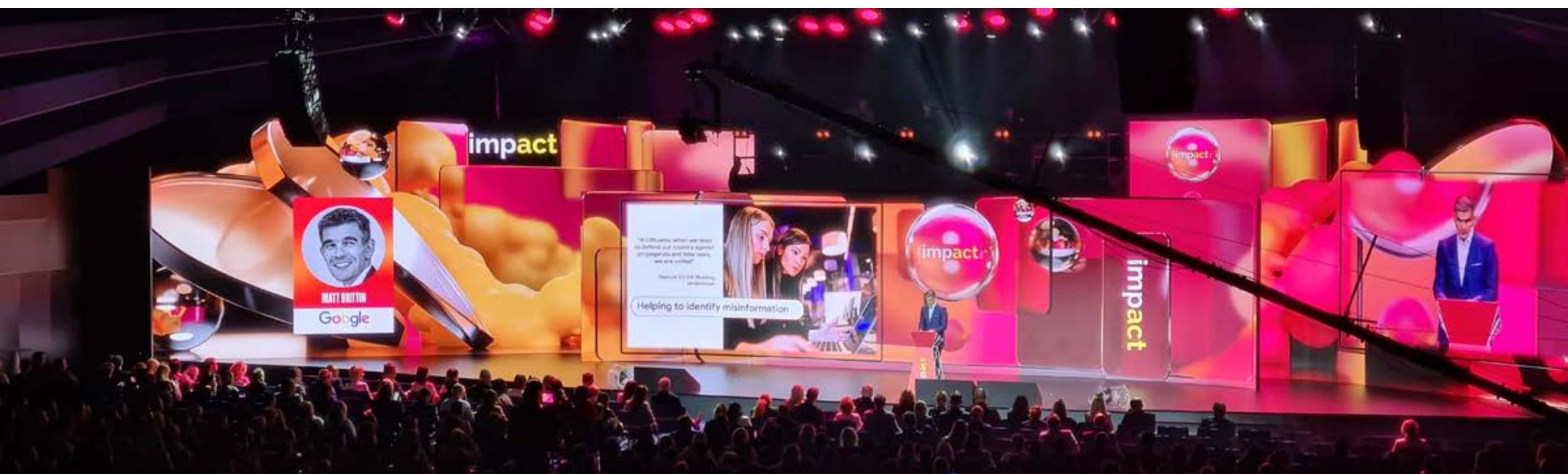
Pokolenie Z ma ugruntowane poglądy. Wychowane w warunkach pełnego dostępu do wiedzy i informacji, ustawione w kontrze do dokonanych wcześniejszych pokoleń, przekonane do własnych racji, a jednocześnie stawiające na twarde wartości, choćby takie jak prawda i szczerłość. W badaniach wypadają jednoznacznie: najpierw liczę się ja i moja opinia, w następnej kolejności ważne są zwierzęta, a dopiero później – cała reszta otoczenia.

Tak, musimy się dostosować do pokoleniowej zmiany i do cech współczesnego konsumenta. Nasze działania – można to było wywnioskować z każdej debaty poświęconej współczesnemu rynkowi – muszą być podporządkowane potrzebom nowych pokoleń i próbie ich zrozumienia. To wielkie wyzwanie.

I tu znowu możemy wpaść na poletko bankowości spółdzielczej... Czyż nie o tym mówimy od wielu miesięcy, akcentując zasady naszej strategii, w której liczą się wartości i człowiek oraz jego otoczenie? A w strategii mówimy przecież o wartościach, które mają dla Pokolenia Z rangę nadrzędną: szczerłość, otwartość, konkret, wzajemność, współpraca, solidarność.

Jednymi z głównych tematów, które wybrzmiewały na konferencji Impact'23 były wartości bliskie ludziom i jednocześnie oscylujące wokół spraw dotyczących każdego z nas. To pokazuje, że z naszą grą „Tajemnica miasteczka” skierowaną do młodego pokolenia trafiliśmy w sedno. – uważa Urszula Bukowska, główna specjalistka ds. marketingu i komunikacji w SGB-Banku. – *Stworzyliśmy grę promującą bankowość spółdzielczą, która jest oparta na zasadach dbania o wspólne dobro, środowisko i promowanie uniwersalnych zasad opartych na uczciwości i szacunku.*

Tegoroczny Impact odszedł w przeszłość, ale pozostało z nami jego główne przesłanie: miejmy wpływ na rzeczywistość, która tak szybko zmienia się wokół nas. W sprawach globalnych i lokalnych, w relacjach z problemami bieżącymi i horyzontalnymi, w odniesieniu do nowych technologii i młodych pokoleń. ●



Przedstawiciele największych firm debatowali, jak powinniśmy walczyć z dezinformacją i fake newsami.



NAGRODY

JAK Z ROGU OBFITOŚCI

W ostatnich tygodniach działania Banków Spółdzielczych SGB i SGB-Banku SA zostały zauważone i docenione, a świadczyć o tym mogą nagrody i wyróżnienia, które otrzymaliśmy.



Roman Szewczyk

SGB-Bank SA

SGB w swojej strategii „Otwieramy przyszłość” stawia między innymi na rozwój technologiczny, bezpieczeństwo oraz nowe rozwiązania w aplikacji SGB Mobile. W tych kategoriach nie ustępujemy konkurencji, nic zatem dziwnego, że nasze starania zdobywają uznanie w wielu prestiżowych konkursach i rankingach.



I tak na przykład licząca się w środowisku finansowym nagroda eDukat trafiła do SGB-Banku SA za „Nowy produkt zmieniający rynek płatności bezgotówkowych”. Kapituła konkursu doceniła nas za wyjątkowe, pionierskie rozwiązanie na rynku w Polsce. Pozwala ono na zarządzanie osobistymi wydatkami w naszej aplikacji SGB-Mobile. W języku eksperckim nasze rozwiązanie nazywa się „Kategoryzacja wydatków

oraz zarządzanie paragonami w zakresie rozwiązania zastosowanego w aplikacji mobilnej SGB Mobile”. Mówiąc po ludzku, to po prostu nasz sposób na kontrolę wydatków.

Zapyta ktoś: jak to działa? Do każdej transakcji będzie można dołączyć zdjęcie paragonu, a sztuczna inteligencja przyporządkowuje natychmiast poszczególne pozycje z tego paragonu do jednej z 10. kategorii zakupowych. W ten stosunkowo prosty sposób w aplikacji na wykresach będziemy mogli zobaczyć ile wydaliśmy na żywność, książki czy paliwo. Algorytm czyli sztuczna inteligencja (AI) sam wybierze i posegreguje nasze wydatki.

To rozwiązanie zostanie udostępnione wszystkim użytkownikom SGB Mobile razem z nową wersją aplikacji już niedługo.

Gala Cashless Congress odbyła się 30 maja w Warszawie już po raz jedenasty. Statuetkami eDukaty nagradzane są najbardziej nowatorskie, unikatowe i efektyw-

ne rozwiązania na rynku płatności bezgotówkowych. Nagrody otrzymują liderzy rynku płatności bezgotówkowych.

Usługa AML z wyróżnieniem

Niemal w tym samym czasie doceniono SGB na Forum Technologii Bankowości Spółdzielczej. Kapituła konkursu „Spółdzielcza Technologia Roku 2022” w uznaniu za prace na rzecz rozwoju sektora bankowości spółdzielczej doceniła rozwiązanie: „Usługa AML i proces skanowania transakcji online wdrożony w SGB-Banku dla zrzeszonych banków spółdzielczych”.

Nagrodę wręczono podczas gali FTBS, które uhonorowało także inne banki naszego Zrzeszenia. Poznaliśmy laureatów XXVI Krajowego Rankingu „Wyróżniające się Banki Spółdzielcze” w dwóch kategoriach: „Bank efektywny” i „Bank lider popularności wśród klientów”.

W obu kategoriach nagrodzone zostały banki spółdzielcze ze Zrzeszenia SGB:

- W kategorii „Bank efektywny” w grupie banków o sumie bilansowej przekraczającej 1 miliard złotych pierwszą nagrodę otrzymał Bank Spółdzielczy Ziemi Kaliskiej z siedzibą w Koźminku. Trzecie miejsce uzyskał Rejonowy Bank Spółdzielczy w Lututowie.
- W kategorii „Bank efektywny” w grupie banków o sumie bilansowej przekraczającej 500 milionów złotych pierwszą nagrodę otrzymał Powiatowy Bank Spółdzielczy we Wrześni, na drugim miejscu uplasował się Kaszubski Bank Spółdzielczy.
- W kategorii „Bank efektywny” w grupie banków o sumie bilansowej od 300 do 500 mln złotych pierwszą nagrodę otrzymał Kujawski Bank Spółdzielczy w Aleksandrowie Kujawskim. Bank został też nagrodzony w kategorii „Nowoczesne technologie w bankowości spółdzielczej”.





Przedstawiciele nagrodzonych banków spółdzielczych na uroczystej gali podczas Forum Technologii Bankowości Spółdzielczej.

- W kategorii „Bank efektywny” w grupie banków o sumie bilansowej nie przekraczającej 300 mln złotych trzecią nagrodę otrzymał Bank Spółdzielczy w Lipce.
- W kategorii „Bank – lider popularności wśród klientów” w grupie banków o sumie bilansowej przekraczającej 1 miliard złotych pierwsze miejsce wywalczył Rejonowy Bank Spółdzielczy w Lututowie.

SGB w Złotej Setce Wielkopolski

Spółdzielcza Grupa Bankowa została też wyróżniona w prestiżowym rankingu Złota Setka Wielkopolski, premiującym wielkopolskie firmy, które wykazują się innowacyjnością i postępem technologicznym, a jednocześnie podejmują liczne działania na rzecz innych.

Wyróżnienie przyznała nam redakcja „Głosu Wielkopolskiego” (organizator rankingu), honorując SGB za zaangażowanie w wiele inicjatyw społecznych, kulturalnych i ekologicznych. Zyski wypracowane przez Banki Spółdzielcze SGB inwestowane są na lokalnych rynkach, zgodnie z przesłaniem, że dobrze jest dbać o siebie nawzajem.

Dzięki wdrożeniu nowoczesnych rozwiązań technologicznych oraz wewnętrznej synergii wewnątrz Zrzeszenia SGB, banki spółdzielcze mogą oferować swoim klientom innowacyjne produkty i usługi, łącznie z aplikacją SGB Mobile, a jednocześnie wykazywać ogromną aktywność w pracy dla swoich „małych ojczyzn”.

Wręczenie nagród i uroczystą galę Złotej Setki Wielkopolski

zorganizowano w auli Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu pod koniec maja.

Karta z wilkiem

I na koniec jeszcze jedno wyróżnienie. Pionowa karta przedpłacona SGB z wizerunkiem wilka została uhonorowana w konkursie na „Najładniejszą kartę płatniczą”. Czytelnicy „Pulsu Biznesu” i portalu Bankier.pl przyznali jej drugie miejsce w rankingu „Złoty Bankier”.

Z karty Mastercard SGB może korzystać, za zgodą opiekunów, nawet 7-latek: to jeden z projektów kart płatniczych Banków Spółdzielczych SGB, które wprowadziliśmy właśnie z myślą o młodym pokoleniu. Wszystkie dane identyfikacyjne klienta przenieśliśmy na rewers pionowej karty, dzięki czemu nic nie zakłóca jej spójnej, minimalistycznej koncepcji graficznej.

Drugie miejsce dla prepaidowej karty SGB w 14. edycji „Złotego Bankiera” to wyróżnienie o szczególnej mocy, ponieważ stoi za nim opinia tysięcy czytelników portalu i gazety.

Ranking-badanie „Złoty Bankier” to jedno z najważniejszych wydarzeń w branży finansowej. Organizują go redakcje portalu Bankier.pl i dziennika „Puls Biznesu”. Tegorocznej edycji po raz drugi towarzyszył konkurs na najładniejszą kartę płatniczą.

Nie pracujemy dla nagród i wyróżnień, ale – przyznajmy – to czysta przyjemność widzieć, jak inni zauważają naszą pracę, doceniają jej znaczenie dla klientów i widzą wielki potencjał tego, co robimy dla lokalnych środowisk. Zgodni z naszą misją. ●



Daniel Krzywiec, dyrektor Departamentu Cyberbezpieczeństwa w SGB-Banku SA, otrzymał Medal Mikołaja Kopernika. Kapituła nagrody dostrzegła i doceniła wielki wpływ, który Daniel wywiera na przemianę bankowości spółdzielczej w sferze bezpieczeństwa cyfrowego. Od lat z ogromnym zaangażowaniem niweczy działania cyberprzestępców.

Wyróżnienie jest dla mnie największym zaszczytem i zawodowym sukcesem. Dziękuję wszystkim z którymi miałem przyjemność współpracować. Dziękuję szczególnie moim koleżankom i kolegom z zespołu za codzienną pracę, pomysły, burze mózgów i wzajemne inspiracje. Wasze

zaangażowanie było dla mnie zawsze wielkim motywatorem. Nagrodę chciałbym dedykować społeczności banków spółdzielczych. Dziękuję za okazane wsparcie i zaufanie przy realizacji projektów sektorowych – powiedział Daniel Krzywiec.

Uroczystość wręczenia nagrody odbyła się w Warszawie podczas konferencji Forum Bezpieczeństwa Banków 2023. To znaczące dla całej branży cyber wydarzenie od lat prezentuje trendy i kierunki zwalczania cyberprzestępczości.

Oprac. RS





Banki Spółdzielcze



II miejsce

w kategorii

„Najładniejsza karta płatnicza”

Ranking


Złoty Bankier

WILK, KOZA, ARBUZY I ŚMIESZNE MINKI

JAK POWSTAŁA NAJPIĘKNIEJSZA KARTA PŁATNICZA



Jędrzej Szymanowski
SGB-Bank SA

Wilk wśród najpiękniejszych

30 maja poznaliśmy wyniki corocznego rankingu Złoty Bankier. Dziennikarze Pulsu Biznesu i portalu Bankier.pl po raz drugi w jego ramach zorganizowali konkurs na najładniejszą kartę płatniczą. Zaszczytne drugie miejsce przypadło naszej karcie przedpłaconej Mastercard z wizerunkiem zielonookiego wilka. Na podium znaleźliśmy się zaraz za minimalistyczną kartą Nest Banku. Prześcignęliśmy zaś kartę kredytową zgłoszoną przez Santander. Co ciekawe, wszystkie trzy zwycięskie plastiki mają coś wspólnego. *Klientom podoba się niestandardowy układ karty: w pionie* – zauważa Monika Dekrewicz, analityczka Bankier.pl w komentarzu do wyników. Właśnie: klientom, bo w przeciwieństwie do pozostałych kategorii rankingu, gdzie zwycięzców wyłania gremium jurorskie po przeprowadzeniu wnikliwych badań rynku, na najlepszy design karty głosowali czytelnicy. Takie wyróżnienie cieszy tym bardziej. W końcu karty powinny się podobać przede wszystkim naszym klientkom i klientom.

Wynik plebiscytu wzbudził żywiołowe reakcje. *Auuuuu! Byliście pewni, że się spodoba!* – zdradza Ewelina Ignaczak, dyrektorka Biura Marketingu i Komunikacji SGB-Banku SA. – *Nasz wilk zahipnotyzował swoim wzrokiem czytelników i muszę przyznać, że takie właśnie były intencje twórców projektu. Chcieliśmy zwrócić uwagę młodego pokolenia klientów SGB na ten ginący gatunek zwierząt i stanąć po stronie organizacji, które*

domagają się jego bezwarunkowej ochrony. A przy okazji... No cóż, powstała wspaniała, designerska karta, obok której nie da się przejść obojętnie...

Alternatywa dla maluchów

Zaczęło się – jakżeby inaczej – od oferty. Jak informowaliśmy w poprzednim numerze Magazynu Bank Spółdzielczy, w SGB-Banku trwają prace nad specjalną ofertą, która mogłaby zadbać o potrzeby najmłodszych klientów – w wieku poniżej 13 lat. By w międzyczasie zacząć przyzwyczajać dzieci do świata płatności, a jednocześnie odpowiedzieć na potrzeby rynku i prośby ze strony banków spółdzielczych, Biuro Klienta Indywidualnego i Płatności zaproponowało pewną alternatywę. Udostępnijmy dzieciom karty przedpłacone. W produkcie już znanym i funkcjonującym w portfolio Banków Spółdzielczych SGB od lat wystarczyło obniżyć minimalny wiek posiadacza. Po wprowadzeniu takiej zmiany, bank może bez problemu wydawać takie karty nawet siedmiolatkom – oczywiście za zgodą opiekuna. Technicznie – do zrobienia, ale do dzieciaków najlepiej uderzyć z czymś atrakcyjniejszym wizualnie. I tu pojawia się Marketing.

Wspólnie z agencją marketingową i studiem graficznym wypracowaliśmy cały szereg projektów, które mogłyby ozdobić plastiki młodych klientów. Takich, które reagują na aktualne młodzieżowe trendy, a jednocześnie rzucają się w oczy odpo-

wiednio uroczym layoutem i przebojową kolorystyką. Oczywiście z dominacją naszej firmowej zieleni. Jednak czy badania mód i prądów – jak bardzo profesjonalne by nie były – rzeczywiście tu wystarczą? Bardzo chcemy, żeby ten projekt okazał się sukcesem. Ale co my, boomerzy z banku, tak naprawdę możemy wiedzieć o tym, co obecnie kręci młodzież? Na szczęście zorientowaliśmy się, że mamy w zanadrzu jeszcze jedną – całkiem pokąsną – grupę fokusową.

Wszyscy wybierają

175 banków spółdzielczych, około 10.000 pracowników... Znaczna część z rodzinami i – no właśnie – z dziećmi. Czemu by nie skorzystać z takich konsultacji? W końcu





SGB Banki Spółdzielcze

Nowe karty przedpłacone

Teraz nawet dla siedmiolatka!

– jak piszemy w nowych materiałach do segmentacji klienta detalicznego – *MY to nasze relacje. Kiedy rozumiemy swoje potrzeby i potrzeby naszej społeczności, możemy się wspierać i lepiej rozwijać.* Skorzystaliśmy więc z możliwości takiego wsparcia, nastawionego na realizację wspólnego celu. Wśród pracowników banków spółdzielczych i SGB-Banku zorganizowaliśmy głosowanie na najciekawszy projekt karty. Żeby nie przytłoczyć rozmiarem materiału, po wstępnej weryfikacji do ankiety wybraliśmy najfajniejsze grafiki, w różnych stylach. Sugerowaliśmy włączyć w głosowanie swoje pociechy – pokazać im wizerunki i zapytać o faworytów.

Frekwencja była rekordowa – każdy chciał mieć udział w wyborze karty, która wejdzie do produkcji. Wybraliśmy aż cztery wizerunki – żeby pewien wybór dać również klientom. Co wygrało? Emotikony – ważny element komunikacji generacji Z. Kolorowe arbuzy – zdrowe i słodkie, jak można ich nie lubić? Dowcipny rysunek z wyluzowaną kozą – zrobiliśmy z niej potem bohaterkę kampanii edukacyjnej o bezpieczeństwie kart. Poza tym, dzieci kochają zwierzęta. Dlatego też nie zaskoczyło nas absolutne zwycięstwo projektu, który jednak wizualnie odstaje od reszty. Tak, to właśnie ten portret pięknego wilka czujnie wpatrzonego w oczy posiadacza. Karta utrzymana jest w dużo bardziej minimalistycznej kolorystyce, co tylko dodatkowo podkreśla hipnotyzującą zieleń oczu dostojnego drapieżnika. Każdy, kto miał już okazję podziwiać tę kartę w „naturalnym środowisku”, z pewnością zauważył, jak do tej zieleni nawiązuje również

jaskrawy bok karty – swoisty bajer, który pomaga szybko odzyskać kartę w portfelu.

Bardzo nas cieszy, że wybór wizerunków to zasługa wspólnej pracy całego Zrzeszenia. Jeszcze raz dziękujemy wszystkim pracownikom za cenne podpowiedzi. Po raz kolejny postaraliśmy się, by Banki Spółdzielcze SGB jak najlepiej odpowiadały na lokalne potrzeby. Potrzeby swoich klientów, w każdym wieku. Dobrze dbać o siebie nawzajem.

Moja karta jest bezpieczna

Tak jak pamiętamy o potrzebach, pamiętamy też o przeszkodach. Tym bardziej, że współcześnie jesteśmy narażeni na działania oszustów na każdym kroku. Dlatego udostępnieniu kart towarzyszyła dodatkowa kampania edukacyjna. Wyprodukowaliśmy specjalne broszury, dostępne w bankach, z pomocą przy pierwszym kontakcie z płatnościami. Na ulotce, znana z jednego z wizerunków koza występuje jako strażnik karty

i w przystępnej formie tłumaczy, jak posługiwać się tym intrygującym kawałkiem plastiku. W szczególności: jaką rolę pełnią poszczególne elementy karty i których z tych danych nie wolno nikomu udostępniać.

Zwycięskie wizerunki są dostępne nie tylko na kartach Mastercard prepaid. Można je też wybrać dla karty debetowej młodzieżowej, zarówno Mastercard, jak i Visa. Ich uniwersalny charakter powinien sprawdzić się wśród różnych grup odbiorców, również starszej młodzieży. Dotyczy to szczególnie naszego wspólnego wilka. ●

Bardzo nas cieszy, że wybór wizerunków to zasługa wspólnej pracy całego Zrzeszenia. Jeszcze raz dziękujemy wszystkim pracownikom za cenne podpowiedzi. Po raz kolejny postaraliśmy się, by Banki Spółdzielcze SGB jak najlepiej odpowiadały na lokalne potrzeby. Potrzeby swoich klientów, w każdym wieku. Dobrze dbać o siebie nawzajem.



WAKACJE W CZASACH INFLACJI ZACISKAMY PASA I... JEDZIEMY!

Nie ma co owijać w bawełnę – jest drogo. Nadchodzące wakacje będą oznaczały konieczność wysuplania dodatkowych oszczędności. Przez drogi prąd czy paliwo rosną ceny usług. Droższy jest wynajem kwater. Polacy nie zamierzają jednak rezygnować z wyjazdów. A biura podróży zacierają ręce.

JERZY JAROSIŃSKI

Długie weekendy, majowy i czerwcowy, rozbudziły w nas apetyt na podróż. W czasie wolnych dni nadmorskie kurorty tętniły życiem, na bieszczadzkich połoninach trzeba było wędrować gęsiego, a tatrzańskie szlaki przeżywały istne oblężenie. Pojawiały się problemy z miejscami parkingowymi, a po rybkę trzeba było odstać w kolejce. Według danych Polskiej Organizacji Turystycznej, w tym roku na „majówkę” wyjechał co trzeci Polak. Były to głównie wyjazdy krajowe. POT zapytała Polaków o plany wyjazdowe – wypoczywać w kraju planował co piąty ankietowany, natomiast za granicą – tylko co dwudziesty. Wygląda na to, że po kilku chudszych latach, które upłynęły pod znakiem pandemii, sytuacja wraca do normy – Polacy są spragnieni podróży. Mimo kilkunastoprocentowej inflacji nie zrezygnowaliśmy z wyjazdów.

Wszystko drożeje, musieliśmy podnieść ceny

Rzeczywiście musieliśmy podnieść ceny. Ale nie wynika to z naszej pazerności – po prostu musimy wyjść na swoje, a nie dopłacać do interesu. Więcej płacimy za usługi – grzanie, wodę, prąd, paliwo, śmieci. To przekłada się na ceny wynajmu pokoi – powiedziała mi pani Halina, która pod Ustrzykami Dolnymi prowadzi pensjonat. Zapłaciłem u niej 1/3 więcej niż przed dwoma laty. Zapytana o wolne pokoje na lipiec i sierpień pokręciła głową. – Wszystko zajęte. O wolne pokoje trzeba było pytać na początku roku – dodała. Zapytałem hotelowych gości o plany wakacyjne. – Na wa-

Długie weekendy, majowy i czerwcowy, rozbudziły w nas apetyt na podróż. W czasie wolnych dni nadmorskie kurorty tętniły życiem, na bieszczadzkich połoninach trzeba było wędrować gęsiego, a tatrzańskie szlaki przeżywały istne oblężenie.

Pojawiały się problemy z miejscami parkingowymi, a po rybkę trzeba było odstać w kolejce. Według danych Polskiej Organizacji Turystycznej, w tym roku na „majówkę” wyjechał co trzeci Polak.

kacje pojedziemy nad morze – mówi Marek ze Stalowej Woli. – To taka nasza rodzinna tradycja. Nie wyobrażam sobie nie wziąć urlopu. Cały rok ciężko pracujemy, wakacje to czas dla rodziny, czas resetu, oderwania się od codziennych problemów. A że drożej? Wszystko drożeje, nic na to nie poradzę – uśmiecha się.

Zdecydowanie wakacje w Polsce. Mimo wszystko wychodzi taniej dla czteroosobowej rodziny. Zagraniczny wyjazd na kilka dni to nawet 10 tys. zł. W Polsce da się odpocząć za połowę tej ceny – mówi mi Dorota z Warszawy. – Wyjazd zorganizujemy na własną rękę. Myślimy o sierpniu, bo wtedy już jest taniej – dodaje.

Większość spędza wakacje w kraju

Według Polskiej Organizacji Turystycznej, celem wyjazdów weekendowych był najczęściej wypoczynek i rekreacja (48% wskazań), odwiedziny u krewnych i znajomych (20%) i zwiedzanie atrakcji turystycznych (19%). Najbardziej popularnym kierunkiem wyjazdów krajowych były góry (21% wskazań). Morze, jeziora, miejsca blisko natury, wieś i miasto uzyskały natomiast bardzo podobne odsetki wskazań (po 13-15%). Niezbyt popularne były natomiast wyjazdy do uzdrowisk/SPA, na festiwale lub inne wydarzenia kulturalne, czy do miejsc kultu religijnego (maks. 3% wskazań). Dokąd wyjedziemy na wakacje? Operatorzy turystyczni nie opublikowali jeszcze najnowszych danych. Ale pewną wskazówką mogą być ubiegłoroczne wyniki badań przeprowadzone przez ARC Rynek i Opinia na zlecenie POT. Wówczas wakacje w kraju de-





Neapol to w tym roku jedno z najchętniej wybieranych miast przez turystów.

klarowało 71% respondentów. Na wyjazd zagraniczny zdecydowało się jedynie 19% badanych. W przypadku planujących wyjazdy krajowe – 41% wybierało morze, co czwarty – góry, co szósty – wyjazd nad jezioro, a co dwudziesty – wyjazd do innego miasta.

Z kolei według danych Nadwiślańskiej Agencji Turystycznej majówka w roku 2023 przyniosła wzrost obłożenia w hotelach sieci o 5% w porównaniu do roku poprzedniego. W tym roku w terminie 28.04 – 3.05 odnotowano 67% obłożenia, podczas gdy w roku 2022 wyniosło ono 62%. Pomimo wielu opinii, że w tym roku Polacy wybiorą odpoczynek w domach, czy na działkach, ze względu na sytuację gospodarczą oraz rosnącą inflację, tegoroczny wynik obłożenia NAT uznaje za pozytywny.

Jak co roku, nie brakuje turystów, którzy planują zagraniczne wojaże. Według analityków wyszukiwarki eSky.pl, w sezonie 2023 najchętniej wyjedziemy do Włoch, które od lat królują wśród osób samodzielnie organizujących urlop. Miasta, w których zaczniemy wakacyjną podróż, to głównie Rzym, Mediolan, Bari i Neapol, a także Katania i Palermo na Sycylii.

Nie brakuje jednak chętnych na zagraniczne wojaże

Jak co roku, nie brakuje jednak turystów, którzy planują zagraniczne wojaże. Według analityków wyszukiwarki eSky.pl, w sezonie 2023 najchętniej wyjedziemy do Włoch, które od lat królują wśród osób samodzielnie organizujących urlop. Miasta, w których zaczniemy wakacyjną podróż, to głównie Rzym, Mediolan, Bari i Neapol, a także Katania i Palermo na Sycylii. Według eSky.pl w ścisłej czołówce pozostają także Hiszpania

(2. miejsce) i Grecja (3. miejsce). Czwartą lokatę w rankingu topowych kierunków na tegoroczne wakacje zajmuje Francja. Niesłabnącym zainteresowaniem cieszy się też Chorwacja (5. miejsce), która w tym roku przystąpiła do strefy euro.

Z kolei portal Wakacje.pl wskazuje, że najtaniej wybrać się na zagraniczne wakacje poza sezonem – w maju, czerwcu lub na przełomie września i października. Z porównania średnich kosztów wyjazdu w lipcu i we wrześniu wynika, że różnice sięgają 15%. Jeśli zestawimy podróże w tym czasie z sierpniem, wówczas zmiana wyniesie średnio 13%. W przypadku października różnice wyniosą odpowiednio 21 i 20% wobec wyjazdów lipcowych i sierpniowych.

Jeździmy, ale na krótko

Polska Organizacja Turystyczna podaje, że w sezonie letnim 2022 dominowały przede wszystkim krótkie wyjazdy urlopowe. Z ankiet wynikało, że ponad połowa planujących wyjazdy szykowała się na mniej niż 5 noclegów (tzn. nie więcej niż 5 dób). Co siódma osoba planowała, że jej najdłuższy wyjazd wypoczynkowo – turystyczny będzie miał charakter weekendowy lub zbliżony do weekendowego (obejmie maksymalnie 2 noclegi – doby).

Dziwięciu na dziesięciu badanych planowało wyjechać na maksymalnie 10 dób (noclegów). Mniej więcej co dwudziesty respondent planował, że jego najdłuższy wyjazd obejmie 14 i więcej noclegów. Równocześnie najczęściej występującą wartością był wyjazd 7 – dobowy (17,5%).

Wakacje w czasach inflacji

Według portalu Travelist.pl w sezonie 2022 za noc w pokoju hotelowym rezerwujący musieli zapłacić średnio 531 zł. Obecnie kwota ta sięga 677 zł. W odniesieniu do 2019 roku różnica jest jeszcze bardziej drastyczna i wynosi aż 266 zł, co oznacza wzrost o 65%. I nic nie wskazuje na to, by tuż przed rozpoczęciem sezonu było taniej. Wręcz przeciwnie – średnie ceny na wakacje z miesiąca na miesiąc wciąż rosną.

W kwietniu 2023 roku inflacja obniżyła się do 15%. Nie oznacza to jednak przecieży, że ceny spadły – nadal rosną w wysokim tempie. GUS odnotował bardzo wysoki wzrost cen w ujęciu rocznym w prawie wszystkich kategoriach dóbr i usług. W kategorii turystyka ceny wzrosły o 15,9%. Niestety, osoby planujące tegoroczne wyjazdy muszą się liczyć z drożyzną. Co z tym można zrobić? Wyszukać mniej popularne destynacje turystyczne lub skrócić wyjazd o kilka dni. Nic nie wskazuje bowiem na to, by ceny mogły szybko spaść. ●



CZY WARTO MIEĆ POLISĘ TURYSTYCZNĄ?



Lidia Denisiuk

SGB-Bank SA

Wakacje tuż tuż przed nami, niebawem wszyscy wyruszymy na upragnione urlopy. Warto zatem pomyśleć o ubezpieczeniu turystycznym i poznać jego zalety.

Chińskie przysłowie mówi: „Lepiej zobaczyć coś raz niż słyszeć o tym tysiąc razy”. Czy wybieramy się w poszukiwaniu smaków orientalnej kuchni, planujemy trekking przy wodospadzie lub wspinaczkę na wulkan, ubezpieczenie turystyczne może być dla nas wybawieniem w przypadku nieprzewidzianych zdarzeń. To nic, że mamy dokładny plan podróży, bilety, rezerwacje, spakowane plecaki, odpowiednie stroje, a portfelach karty płatnicze – zawsze może przydarzyć się coś nieoczekiwanego.

Po co nam w ogóle ubezpieczenie w podróży?

Ubezpieczenie turystyczne jest ochroną na czas podróży krajowych i zagranicznych. Jego celem jest ochrona osoby, która wybiera się w podróż.

Leczenie za granicą, powrót do kraju po wypadku, rehabilitacja, skradziony bagaż czy też opóźniony samolot – wszystkie te wydarzenia mogą narażać podróżnego na spore wydatki. Warto więc wydać pieniądze na odpowiednią polisę.

Dobre ubezpieczenie turystyczne powinno być dopasowane pod kątem kierunku podróży i obejmować pobyt we wszystkich odwiedzanych krajach, a także pod kątem jej charakteru. Posiadanie odpowiedniego ubezpieczenia chroni przed kosztami leczenia zarówno w razie nieszczęśliwego wypadku, jak i choroby. Jeśli trafisz do szpitala lub będziesz zmuszony skorzystać z pomocy medycznej, jej koszty pokryje ubezpieczyciel.

Polisa turystyczna chroni przede wszystkim od wydatków związanych z leczeniem. Ubezpieczenie może zapewnić również ochronę przed kosztami opóźnionego lotu i kradzieży.

W ramach podróży po krajach Unii Europejskiej Polacy mogą liczyć na świadczenia wynikające z Europejskiej Karty Ubezpieczenia Zdrowotnego (EKUZ), która pozwala korzystać z opieki zdrowotnej w krajach UE na takich samych zasadach, na jakich świadczenia udzielane są ich obywatelom. Należy jednak pamiętać, że w wielu krajach wiele świadczeń jest współfinansowanych przez ubezpieczonego. Karta EKUZ nie zadziała zatem w każdej sytuacji. Przed wyjazdem warto więc zakupić ubezpieczenie turystyczne, które zapewni ochronę w pełnym wymiarze. Trzeba też pamiętać, że w niektórych krajach koszty leczenia czy koszty transportu do Polski są bardzo wysokie i mogą wynieść nawet kilkadziesiąt tysięcy złotych.

Oprócz kosztów leczenia polisa turystyczna gwarantuje ubezpieczenie od następstw nieszczęśliwych wypadków (NNW). Dzięki temu np. w razie złamania ręki możemy otrzymać odszkodowanie finansowe.

Warto też wspomnieć o ubezpieczeniu odpowiedzialności cywilnej w życiu prywatnym. Gdy staniemy się nieumyślnymi sprawcami wypadku na osobie trzeciej lub zniszczymy jej mienie, ubezpieczyciel wypłaci odszkodowanie za poczynione przez nas szkody.

Na co zwrócić uwagę, kupując polisę turystyczną?

Po pierwsze – na ubezpieczenie kosztów leczenia i następstw nieszczęśliwych wypadków. Kwotę ubezpieczenia na podróż warto uzależnić od odwiedzanego kraju. Dla podróżujących do krajów Ameryki Północnej, Australii czy Azji zalecane są wyższe sumy ubezpieczenia. Turystom odwiedzającym Europę ochronę może zapewnić niższa kwota, jednak być może warto pomyśleć o jej zwiększeniu w przypadku np. wyczynowego uprawiania sportów.



W tłumie turystów łatwo stracić portfel lub torebkę.

Po drugie – liczy się też zakres ochrony. Warto wziąć pod uwagę rodzaj planowanego relaksu np. zwiedzanie, aktywny wypoczynek itp.

Po trzecie – istotnym elementem mogą być dodatkowe ubezpieczenia:

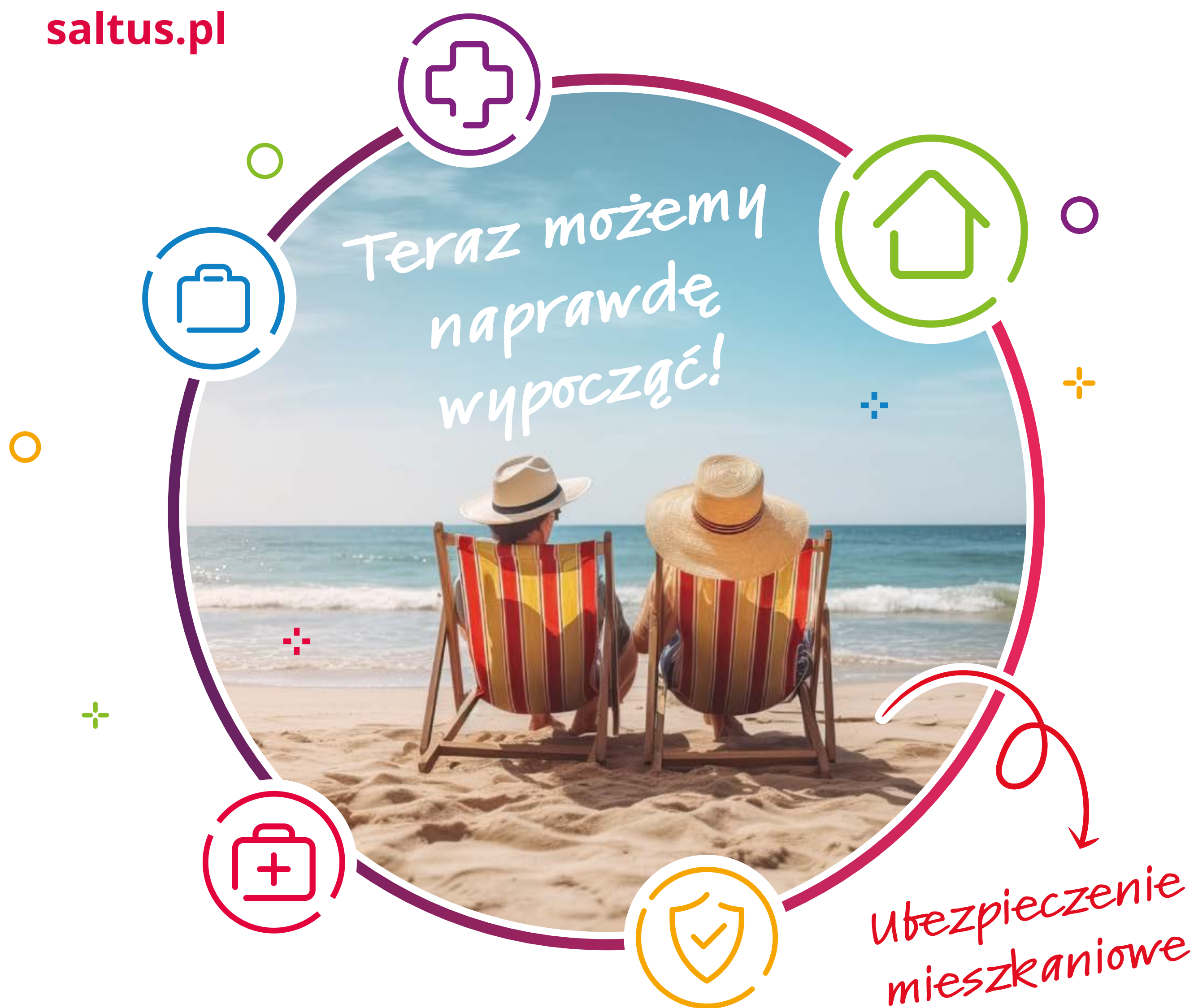
- ubezpieczenia bagażu, sprzętu sportowego i elektroniki – działają, gdy mienie zostanie uszkodzone, utracone przez linie lotnicze lub skradzione;
- klauzula chorób przewlekłych – zapewnia pokrycie kosztów w przypadku, gdy pogorszenie stanu zdrowia wynika z chorób przewlekłych;
- klauzula alkoholowa – jeśli polisa ma pokrywać koszty leczenia oraz następstwa nieszczęśliwego wypadku, gdy ubezpieczony będzie pod wpływem alkoholu.

Trzeba też pamiętać, że ochrona jest ograniczana w przypadku regionów, w których występują konflikty zbrojne lub prowadzone są działania wojenne.

Przed zakupem ubezpieczenia trzeba zapoznać się dokładnie z ogólnymi warunkami ubezpieczenia (OWU) zwracając szczególną uwagę na wyłączenia odpowiedzialności ubezpieczyciela.

Mając dobre ubezpieczenie turystyczne możesz więc ruszać w świat ze spokojną głową i cieszyć się urokami i atrakcjami odwiedzanego miejsca bez niepotrzebnego stresu. W końcu „lepiej zobaczyć coś raz niż słyszeć o tym tysiąc razy”... ●





Ubezpieczenie mieszkania czy domu warto mieć zawsze.

Ale szczególnie w wakacje – kiedy opuszczacie na chwilę swoje gniazdo – ubezpieczenie może pokazać swoją przydatność. **Ubezpieczenie mieszkań i domów jednorodzinnych Mój DOM obejmuje ochroną następujące “przygody letnio-wakacyjne”:**

- ✓ kradzież z włamaniem i rozbój
- ✓ zniszczenie lub uszkodzenie mienia w wyniku pożaru
- ✓ huragan, grad, uderzenie pioruna czy upadek drzewa
- ✓ stłuczenie szyb
- ✓ utrata dokumentów lub kluczy (np. na plaży)
- ✓ uszkodzenie kogoś lub czegoś w trakcie uprawiania sportu, użytkowania roweru albo sprzętu pływającego
- ✓ zniszczenie sprzętu wędkarskiego

Kod zniżkowy 20%

na zakup ubezpieczenia Mój DOM

do zrealizowania w placówkach Banków Spółdzielczych

Kod: SN2HKECX6

ważny do 31.12.2023 r.

UBEZPIECZONY DOM

TO WAKACJE BEZ TROSK



Joanna Mijkowska

SGB-Bank SA

Dobrze dbać o siebie nawzajem, o dobre samopoczucie również. Sezon wakacyjny przed nami, więc będziemy mieć wiele okazji, by odpowiednio o siebie zadbać. „Spokojna głowa” na wczasach z pewnością będzie dużym komfortem.

Co wspólnego z naszym dobrym samopoczuciem mają ubezpieczenia? Jak możemy dobrze o siebie zadbać?

Sytuacja jest dynamiczna, reagujemy elastycznie

Takie stwierdzenie pada często, gdy ubezpieczyciele udzielają wywiadów na temat proponowanych produktów ubezpieczeniowych. Dlaczego tak się dzieje? Ponieważ wszystko się zmienia. Zmianie ulegają nasze możliwości, potrzeby i oczekiwania. Obecnie dużo słyszymy o zmianach klimatu i zasobności portfela. Ubezpieczyciele nie chcą funkcjonować w oderwaniu od potrzeb i oczekiwań klientów, stąd często pojawiają się zmiany dotyczące warunków ochrony czy uzupełnienie ubezpieczenia o dodatkowe usługi assistance lub usługi medyczne. Takim mocno zmieniającym się produktem w ostatnim czasie jest ubezpieczenie mieszkaniowe.



Ochrona mieszkania

Ubezpieczenie mieszkaniowe to ważny aspekt zabezpieczenia naszego miejsca zamieszkania przed nieprzewidywanymi sytuacjami lub zdarzeniami. Wiele osób uważa jednak, że dom wystarczy ubezpieczyć tylko od pożaru lub zalania.

Warto jednak pamiętać, że ubezpieczenia mieszkaniowe oferują znacznie szerszą i ciekawszą ochronę. Posiadanie polisy ubezpieczeniowej to nie moda, lecz świadome dbanie o swój dach nad głową, zwłaszcza w sezonie urlopowym. Wiele z nas wyjedzie na kilka tygodni lub zamieszka latem na działce. Nie spodzianki takie jak zalane mieszkania, uszkodzone okna czy skutki włamania z pewnością nie są tym, na co czekamy po powrocie z wakacji.

Ochronne ubezpieczenia mieszkaniowe to popularna nazwa ubezpieczenia domu, mieszkania czy apartamentu. Zazwyczaj chroni nas ono przed stratami spowodowanymi przez pożary, powódzie, trzęsienia ziemi, huragany czy wichury, gradobicia i inne katastrofy naturalne, ale również przed zalaniem czy finansowymi skutkami włamania czy wandalizmu.

Należy pamiętać, że to również ochrona w zakresie odpowiedzialności cywilnej. Element przydatny w ubezpieczeniach dla osób, które w swoich mieszkaniach mają szansę zalać cały „pion”.

Przy wyborze ubezpieczenia mieszkaniowego warto zwrócić uwagę na kilka elementów, takich jak zakres ochrony, koszty polisy, wypłacalność firmy ubezpieczeniowej oraz (przede wszystkim!) suma ubezpieczenia, czyli górna granica odpowiedzialności ubezpieczyciela.

Powinniśmy również dobrze określić przedmioty, które mają być objęte ochroną. Wiele ubezpieczycieli oferuje różne opcje ubezpieczenia, w tym ubezpieczenie na wartość rynkową lub wartość równą kosztom odtworzenia domu.

Jeśli już posiadamy polisę, warto ją regularnie aktualizować, by dostosowywać ją do zmieniających się potrzeb bądź zwiększenia wartości domu. Jeśli w domu pojawiają się nowe, wartościowe przedmioty lub przeprowadzimy w nim remont, możemy zadzwonić do swojego ubezpieczyciela i zaktualizować polisę. Zwiększymy sumę ubezpieczenia lub dopiszemy nowe przedmioty ubezpieczenia.

Ubezpieczenie mieszkaniowe może zapewnić nam spokój ducha w przypadku innych nieprzewidywanych sytuacji. Warto skontaktować się z agentem bądź ubezpieczycielem, aby dowiedzieć się więcej o wariantach i opcjach ubezpieczenia oraz zakresie ochrony, który najlepiej będzie odpowiadał naszym potrzebom.

Co powinna zawierać polisa?

Jeśli kupujemy polisę ubezpieczenia nieruchomości, trzeba pamiętać o kilku elementach umowy, które powinny się w niej znaleźć:

1. zapisanie wszystkich ważnych dla naszego ubezpieczenia przedmiotów – są to np. mury, elementy stałe, ruchomości domowe,
2. podanie dla każdego przedmiotu ubezpieczenia odpowiedniego, wymaganego zakresu ochrony ubezpieczeniowej, np. od ognia, zalania, kradzieży, zbiecia, zniszczenia,
3. wpisanie prawidłowej, realnej sumy ubezpieczenia dla każdego przedmiotu i zakresu ochrony,
4. dobranie do polisy majątkowej ochrony dotyczącej odpowiedzialności cywilnej,
5. zgłoszenie wszystkich współwłaścicieli nieruchomości.

Jeśli nie zwrócimy uwagi na powyższe elementy, konsekwencje są łatwe do przewidzenia – nasze niezadowolenie w przypadku wystąpienia zdarzenia ubezpieczeniowego...

Wyobrażam sobie, że wiele osób po przeczytaniu tego artykułu, przeanalizuje swoją polisę, przynajmniej w zakresie pięciu powyższych punktów. Oby tak się stało... Dobre samopoczucie i spokojna głowa na wakacjach, to prezent, który możemy sobie sprawić jeszcze przed wyjazdem na zasłużony urlop. ●



Bezpieczne wakacje z Generali

Jeszcze większa ochrona w przypadku „zapominalstwa” w produkcie mieszkaniowym, odpowiedzialność za kradzież auta z garażu podziemnego, zwiększenie sumy ubezpieczenia kosztów leczenia za granicą do 2 000 000 zł, nowy wariant assistance w ubezpieczeniu komunikacyjnym – to tylko niektóre nowości, które właśnie wprowadziło Generali Polska.



Marek Wojciechowski

Zastępca Dyrektora Departamentu Ubezpieczeń Majątkowych i Komunikacyjnych

Generali wprowadziło zmiany w ubezpieczeniach domów i mieszkań, podróżnym, oraz komunikacyjnym. Klienci mogą liczyć na większe sumy ubezpieczenia oraz szerszy zakres ochrony.

Dom jeszcze lepiej chroniony

Generali zwiększa zakres odpowiedzialności wynikającej z „zapominalstwa”. Pomimo braku wykonania przeglądów budowlanych np. kominiarskiego lub gazowego czy braku wyczyszczenia przewodów kominowych, firma będzie odpowiadać za szkodę do pełnej sumy ubezpieczenia budynku, bez względu na jego wiek. Generali obejmie ochroną również lokale segmenty, budynki gospodarcze, garaże wolnostojące, domy letniskowe nawet w przypadku braku przeglądu elektrycznego, o ile budynki te nie są starsze niż 35 lat.

Klienci, którzy zapomną zamknąć okno, drzwi czy balkon i w konsekwencji dojdzie do zalania lub kradzieży, mogą liczyć na wypłatę świadczenia do kwoty 20 tys. zł. Do tej pory ubezpieczenie obejmowało tylko auto zaparkowane w garażu wolnostojącym. Teraz działa również, gdy pojazd stoi w podziemnym garażu budynku wielomieszkaniowego na miejscu przypisanym do lokalu. Dodatkowo Generali zwiększyło limit ochrony aż do 35 tys. zł.

Wśród nowości pojawiła się również możliwość ubezpieczenia lokalu-segmentu wraz z dachem i płotem do niego przylegającym, bez względu na udział w częściach wspólnych. Taki lokal-segment Generali ubezpieczy w wartości rynkowej.

Spokój w podróży

Klienci Generali mogą liczyć na jeszcze większą ochronę w przypadku niespodziewanych problemów zdrowotnych podczas wyjazdów za granicę. Firma zwiększyła sumę ubezpieczenia kosztów leczenia poza Polską do 2 000 000 zł oraz na assistance również do 2 mln zł

Generali pomyślało również o osobach, które podczas zbliżającego się lata, będą chciały spróbować mniej typowych sportów. Do zakresu podstawowego polisy turystycznej dodano m.in. surfing, windsurfing, nurkowanie do 15 metrów ze sprzętem specjalistycznym, via ferrata. Wszystko to bez konieczności dopłaty dodatkowej składki.

Generali usunęło limity kwotowe, które ograniczały odpowiedzialność za następstwa nieszczęśliwych wypadków poniesione na skutek działań wojennych albo aktów terroru w ramach "Klauzuli niespodziewanej wojny". W sytuacji, gdy klient jest za granicą i rozpoczną się rozruchy czy działania wojenne Generali odpowiada do wysokości sum ubezpieczenia wskazanych na polisie przez okres 7 dni, zapewniając klientowi czas na opuszczenie niebezpiecznego miejsca.

Wsparcie na drodze to podstawa

W odświeżonej ofercie, Generali wprowadziło czwartą opcję assistance o nazwie Standard. Jest to korzystny cenowo pakiet oferujący pomoc w razie wypadku i kradzieży pojazdu, holowanie pojazdu wraz z transportem kierowcy i pasażerów bez limitu kilometrów, pojazd zastępczy do 3 dni po wypadku i kra-

dzieży, a także assistance rowerowy dla aktywnych rowerzystów. Pakiet działa na terenie Polski.

Klienci, którzy wykupią pakiet assistance krótkoterminowy otrzymają dedykowane OWU "Generali, z myślą o pomocy drogowej" napisane w prostym języku, aby nie musieli poświęcać czasu na wgłębianie się w ubezpieczeniowe zapisy. Z myślą o osobach wybierających się na urlop, do polisy dodano świadczenie transportu przyczepy i przyczepy kempingowej. Po zmianach suma ubezpieczenia została podwyższona do 8 tys. zł.

OFENSYWA PRODUKTOWA GENERALI

Zmiany w ofercie ubezpieczeń podróżnych, komunikacyjnych oraz mieszkaniowych to nowe otwarcie produktowe Generali. Nowe, odważne pomysły mają na celu umocnić pozycję Generali jako lidera innowacyjności na rynku. Co nowego w poszczególnych liniach biznesowych?

Dom/mieszkanie

- wzmocnienie formuły: „od zapominalstwa”: ochrona pomimo braku przeglądu kominiarskiego czy gazowego – do głównej sumy ubezpieczenia, bez względu na wiek budynku.
- podwyższenie do 20.000 zł limitu kradzieży zwykłej z mieszkania/domu przez pozostawione np. otwarte okno czy drzwi.
- objęcie ochroną od kradzieży - samochodu osobowego zaparkowanego w garażu domu jednorodzinnego lub na miejscu parkingowym w podziemnym garażu pod budynkiem wielorodzinnym, w którym znajduje się ubezpieczone w Generali mieszkanie.
- wprowadzenie możliwości ubezpieczenia robotów koszących od kradzieży zwykłej z terenu posesji;
- przyjęcie odpowiedzialności za szkody wyrządzone przez dzieci poniżej 13 roku życia, gdy nie można przypisać winy w nadzorze przedstawiciela ustawowego (nie dotyczy szkód wyrządzonych w elektronice.)

Auto

- Wprowadzenie do oferty dodatkowego wariantu assistance o nazwie Standard, który będzie tanim dodatkiem dla pojazdów w każdym wieku, dedykowanym głównie do OC. Najmocniejsze strony tego wariantu to:
- nielimitowane holowanie pojazdu po wypadku na terenie Polski,
- pojazd zastępczy do 3 dni
- oraz assistance rowerowy, a to wszystko za jedyne 14 zł.

Podróż

- podwyższenie sumy ubezpieczenia kosztów leczenia za granicą do 2 mln zł;
- modyfikacja w zakresie kategoryzacji sportów m.in. surfing i windsurfing w ramach podstawowego zakresu ubezpieczenia;
- klauzula niespodziewanej wojny albo aktu terroru bez podlimitów kwotowych

KARUZELA MARZEŃ



Michał Jurek

Dyrektor Departamentu
Monitorowania Ryzyka
i Restrukturyzacji IPS-SGB

Bez wątplenia, żyjemy w ciekawych czasach. Każdy dzień przynosi nowe informacje o szokach i zaburzeniach. W doniesieniach medialnych kryzys goni kryzys. Jak w tym natłoku informacji pozostać optymistą i czy jest to w ogóle możliwe?

Pomocna w odpowiedzi na tak postawione pytanie może być analiza wyników badań ankietowych, prowadzonych przez różne ośrodki. Dzięki pozyskaniu odpowiedzi na zadane pytania, a później ich kwantyfikacji, można zmierzyć zarówno obecny poziom oczekiwań badanej grupy ludzi, ale również badać jego zmiany w czasie. A jeżeli grupa ankietowanych będzie odpowiednio liczna, można przyjąć, że uchwycone w liczbach oczekiwania odzwierciedlają pogląd całej populacji na jakiś temat. I choć do tych wyników należy podchodzić z dużą dozą ostrożności – nie bez kozery mówi się wszak, że są to tzw. miękkie dane – to jednak dostarczają one ciekawych informacji na temat zmian nastrojów w gospodarce.

Przjrzyjmy się zatem результатам badań

koniunktury konsumenckiej, prowadzonych przez GUS. Na pierwszy rzut oka wynika z nich, że konsumenci od dłuższego już czasu, a konkretnie – od wybuchu pandemii COVID-19 – są pogrążeni w głębokim pesymizmie. Gdy jednak spojrzeć na tendencje zmian nastrojów konsumenckich, okaże się, że od

końca zeszłego roku skala tego pesymizmu wyraźnie osłabła. Korzystne zmiany dotyczą przede wszystkim przewidywań dotyczących sytuacji finansowej gospodarstwa domowego oraz ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju w ciągu kolejnych dwunastu miesięcy. Ankietowani deklarują też coraz mniej niechętnie nastawienie do przyszłego dokonywania ważnych zakupów, co

ma szczególnie istotne znaczenie dla poziomu konsumpcji i dynamiki PKB. I, co ciekawe, choć cały czas ok. 80% ankietowanych konsumentów oczekuje dalszego wzrostu cen w kolejnych dwunastu miesiącach, to już mniej niż połowa uznaje, że wzrost ten będzie podobny lub szybszy od obserwowanego obecnie.

Pewnej poprawy nastrojów

można się dopatrzeć

również u przedsiębiorców. Z badania ogólnego klimatu koniunktury gospodarczej na pierwszy rzut oka wyłania się obraz mocno niekorzystny, ponieważ pesymiści znacząco przeważają nad optymistami. Jednak dokładniejsza analiza pozwala dostrzec, że – po pierwsze – oceny koniunktury od początku roku z miesiąca na miesiąc ulegają stopniowemu polepszeniu, a poprawa jest wyraźna przede wszystkim w części badania, dotyczącej prognoz. A zatem oczekiwania dotyczące przyszłości, formułowane przez przedsiębiorstwa, są znacznie lepsze, niż ich oceny stanu bieżącego. A po drugie, w dwóch sekcjach gospodarki ogólny wskaźnik syntetyczny koniunktury





Londyn to nadal jedno z centrów światowego rynku finansowego.

ry gospodarczej wyrównany sezonowo przybiera już wartości wyższe od średnich długookresowych. Są to mianowicie budownictwo i handel detaliczny. Pozwala to wysnuć wniosek, że wprawdzie w obu tych obszarach gospodarki koniunktura nie jest dziś sprzyjająca, ale w przeszłości bywało jeszcze gorzej. Można mieć więc nadzieję, że przedsiębiorstwa budowlane i handlowe miały już okazję zebrać doświadczenia, jak działać w okresie spowolnienia aktywności gospodarczej. Dzięki temu łatwiej im będzie przetrwać obecny okres makroekonomicznych turbulencji.

W poszukiwaniu źródeł optymizmu

można też udać się na globalne rynki finansowe. Rzecz jasna oczekiwania inwestorów są zmienne niczym wiosenny wiatr, i równie nietrwałe. Jednak w chwili, w której powstaje ten felieton, na rynku finansowym ukształtował się ciekawy stan równowagi sił. Otóż w reakcji na szybkie zaostrzenie polityki pieniężnej przez główne banki centralne, po latach utrzymywania stóp referencyjnych na zerowym lub zbliżonym do zera poziomie, w systemie finansowym powstały napięcia. Najogólniej, polegały one na spadku zaufania deponentów do możliwości zaabsorbowania przez niektóre banki strat wynikających z konieczności zbywania portfeli papierów wartościowych, w znacznej części o stałym dochodzie, przy wyższych rynkowych stopach rentowności. Łączna materializacja ryzyka płynności, polegającego na odpływie depozytów, i ryzyka stopy procentowej, wskutek przeceny obligacji o stałym dochodzie, uniemożliwiła bankom dalsze samodzielne funkcjonowanie. Przejawem tych

Inwestorzy spodziewają się stopniowego spadku inflacji i łagodnego spowolnienia koniunktury, z uniknięciem ostrej recesji. Oczekiwania te podtrzymuje komunikacja ze strony władz monetarnych krajów wysoko rozwiniętych. Podkreśla ona z jednej strony determinację w walce z inflacją, a z drugiej – przekonuje inwestorów, że zacieśnienie polityki pieniężnej nie będzie nadmiarowe. Taka taktyka jak na razie okazuje się skuteczna.

napięć były upadłości Silicon Valley Banku i Signature Banku w Stanach Zjednoczonych. Przedstawione powyżej problemy poszczególnych banków nie nabrały jednak masowego charakteru i nie rozprzestrzeniły się w systemach finansowych krajów wysoko rozwiniętych, tak, jak to miało miejsce w 2008 r. Jest to możliwe w dużej mierze dzięki oczekiwaniom inwestorów, którzy zakładają, że cykle podwyżek podstawowych stóp procentowych zostały już niemal zakończone. Inwestorzy spodziewają się stopniowego spadku inflacji i łagodnego spowolnienia koniunktury, z uniknięciem ostrej recesji. Oczekiwania te podtrzymuje komunikacja ze strony władz monetarnych krajów wysoko rozwiniętych. Podkreśla ona

z jednej strony determinację w walce z inflacją, a z drugiej – przekonuje inwestorów, że zacieśnienie polityki pieniężnej nie będzie nadmiarowe. Taka taktyka jak na razie okazuje się skuteczna.

Oczekiwania nie są tylko odzwierciedleniem stanu ducha

jakiejś grupy badanych ludzi. Nie są też – jak w piosence Maanamu, której tytuł użyczył nagłówek niniejszemu felietonowi – karuzelą marzeń, która wiruje w obłokach. Przekładają się bowiem na podejmowane decyzje i formułowane plany: zakupowe, inwestycyjne, związane z zatrudnieniem. Ergo – oczekiwania się liczą. Dobrze więc, że w obecnej złożonej sytuacji ekonomicznej i geopolitycznej kiełkują ziarna optymizmu, z których może szybko wzrosnąć plon przyszłego ożywienia gospodarczego. Czego wszystkim Czytelnikom i sobie gorąco życzę. ●



SYSTEM PŁATNOŚCI BLIK

NOWOCZESNOŚĆ KONTRA STARE PRYZYZWYCZAJENIA

Popularność przelewów na telefon wskazuje, że rozwój systemu płatności BLIK powinien podążać w kierunku oferowania rozwiązań niedostępnych w innych mobilnych płatnościach oraz postrzeganych jako innowacje usprawniające realizację płatności. Wśród zewnętrznych czynników sprzyjających rozwojowi BLIK-a wymienia się digitalizację usług finansowych, upowszechnienie dostępu konsumentów do urządzeń mobilnych oraz rosnące zapotrzebowanie na płatności mobilne, wynika z badania „Przynależność do kohorty pokoleniowej jako determinanta korzystania z BLIK-a”, opublikowanego przez Narodowy Bank Polski.

Zdaniem autora publikacji, trzy grupy (kohorty) pokoleniowe X, Y i Z mają odmienne doświadczenia w korzystaniu z technologii cyfrowej i inne postawy wobec technologii mobilnej w usługach bankowych oraz różnią się preferencjami w odniesieniu do kanału dostępu do tych usług. To powoduje występowanie istotnych różnic w korzystaniu z wybranych funkcji BLIK-a. Jest to konsekwencją zróżnicowanych potrzeb i możliwości finansowych konsumentów na różnych etapach życia. Nie tylko w ofercie kont bankowych ale także w badaniach zachowań konsumentów na rynku usług bankowych najczęściej stosuje się przedziały wiekowe. Rzadziej wykorzystuje się natomiast koncepcję grupy pokoleniowej wykazując występowanie zależności pomiędzy konsumpcją określonych produktów, a wiekiem. Członkowie grupy pokoleniowej dzielą podobne idee, wartości, przekonania i preferencje i dlatego coraz częściej postulowana jest potrzeba ich uwzględnienia w badaniach w obszarze bankowości mobilnej.

Stosowanie kryterium przynależności do grupy pokoleniowej

wydaje się zasadne w badaniu zachowań konsumentów na rynku usług bankowych ze względu na to, że generacje wiekowe różnią się pod względem korzystania z technologii cyfrowej. W Polsce trzema największymi grupami obecnymi na

rynku bankowości są: pokolenie X (osoby urodzone w latach 1965 – 1979), pokolenie Y nazywane milenialsami (urodzeni w latach 1980 – 1995) oraz generacja Z, obejmująca osoby, które urodziły się w latach 1995 – 2010.

Według badaczy pokolenie X należy do „cyfrowych migrantów”, ponieważ dorastało w dobie mediów analogowych. Wprawdzie jego przedstawiciele szybko nauczyli się korzystać z Internetu i nowych technologii, jednak mieli trudniejszy start w korzystaniu z cyfrowej technologii w porównaniu z „cyfrowymi tubylcami” jak określa się młodsze generacje, które wychowywały się w warunkach powszechnej dostępności komunikacji inter-

netowej. Pokolenie Y można nazwać pokoleniem bankowości internetowej, ponieważ wchodziło na rynek pracy, gdy banki oferowały swoim klientom pełny dostęp do realizacji transakcji on-line. Natomiast generacja Z aktywnie korzysta z mediów społecznościowych oraz komunikacji za pośrednictwem kanałów mobilnych. To pokolenie jest uważane za lepiej przystosowane do korzystania z nowych technologii w porównaniu ze starszymi pokoleniami. Generacja Z docenia walory użytkowe aplikacji mobilnych wspierających zarządzanie finansami osobistymi, w tym przede wszystkim szybkość dokonywania transakcji, re-

jestrację i kategoryzację realizowanych transakcji finansowych oraz przyjazny interfejs i intuicyjność obsługi.

Badania zastosowania technologii mobilnej

w usługach bankowych pokazują, że wiek wpływa na sposób postrzegania usług świadczonych kanałami mobilnymi. Kluczowymi determinantami akceptacji technologii są oczekiwane działania, wysiłek związany z jej użytkowaniem, wpływ społeczny i sprzyjające warunki korzystania, na które wpływ mają takie czynniki jak wiek, płeć, doświadczenie oraz chęć korzystania. Istotny jest przede wszystkim wpływ wieku na akceptację technologii mobilnej w usługach bankowych. Co ważne, taka prawidłowość występuje niezależnie od postępu, który dokonuje się w technologii cyfrowej i prowadzi do powstawa-



nia oraz oferowania użytkownikom coraz bardziej zaawansowanych technologicznie urządzeń mobilnych. Wszystkie badania potwierdzają, że wraz z wiekiem znacznie spada prawdopodobieństwo akceptacji bankowości mobilnej. Starsi klienci banków częściej są negatywnie nastawieni do technologii mobilnej i mają niższą skłonność do zmiany dotychczasowych zachowań na rynku usług bankowych. Badania empiryczne, w których wiek jest prezentowany w formie przynależności do grup pokoleniowych pokazują, że pokolenia X i Y różni to, jakie kryteria budują ich zaufanie wobec bankowości mobilnej. Respondenci urodzeni w latach 1946 – 1964 kierują się względami finansowymi i jakością dostarczanych usług. Aspekt finansowy ma także kluczowe znaczenie dla generacji X, według której koszt bankowości mobilnej powinien być adekwatny do oferowanych im usług. Dla generacji Y ważnym kryterium zaufania wobec mobilnego kanału dostępu do usług jest natomiast wizerunek banku. Ponadto użytkownicy bankowości mobilnej z poszczególnych grup pokoleniowych mają odmienne doświadczenia i oczekiwania związane z usługami bankowymi świadczonymi mobilnie. Klienci banków z pokolenia X postrzegają bankowość mobilną jako dość skomplikowaną, osoby z pokolenia Y wolą stosować ją do szybkich płatności, a pokolenie Z oczekuje bardziej spersonalizowanych usług dostępnych przez aplikacje mobilne. Takie różnice międzypokoleniowe w postawach wobec technologii mobilnej pozwalają na stwierdzenie, że pomiędzy użytkownikami aplikacji bankowości mobilnej z generacji X, Y i Z będą występować także różnice w korzystaniu z wybranych funkcji BLIK-a.

Konsumenci, którzy postrzegają bankowość mobilną jako adekwatną do ich stylu życia, są bardziej skłonni uznać ją za użyteczną i godną zaufania. Analizując wpływ wieku i innych cech konsumentów na akceptację i korzystanie przez nich z bankowości mobilnej, należy jednak pamiętać, że fundamentalne znaczenie ma sama technologia mobilna oraz uznanie, że jest ona przydatna i łatwa w użyciu.

też otoczenie społeczne, w którym funkcjonują klienci, w tym rodzina i grupy rówieśnicze. Coraz częściej bada się również wpływ czynników psychologicznych, na przykład styl życia. Konsumenci, którzy postrzegają bankowość mobilną jako adekwatną do ich stylu życia, są bardziej skłonni uznać ją za użyteczną i godną zaufania. Analizując wpływ wieku i innych cech konsumentów na akceptację i korzystanie przez nich z bankowości mobilnej, należy jednak pamiętać, że fundamentalne znaczenie ma sama technologia mobilna oraz uznanie, że jest ona przydatna i łatwa w użyciu.

Jak wynika z przeprowadzonego badania, z BLIK-a korzysta aż 85 % posiadaczy mobilnych aplikacji bankowych, a wpływa na to znacznie większa liczba funkcji dostępnych w tej usłudze w porównaniu z takimi mobilnymi płatnościami, jak Apple Pay, czy Google Pay. Zakres wykorzystania dostępnych w nim funkcji jest jednak bardzo zróżnicowany, co potwierdzają dane NBP dotyczące liczby i wartości transakcji dokonywanych BLIK-iem. W okresie jednego miesiąca przynajmniej raz płatności internetowej dokonało blisko 96 % jej użytkowników, a przelewu na telefon ponad 70 %. Znacznie rzadziej korzystano z płatności zbliżeniowej lub wypłaty gotówki z bankomatu, a także płatności w POS za pomocą kodu.

Popularność przelewów na telefon wskazuje, że rozwój BLIK-a, powinien podążać w kierunku oferowania rozwiązań niedostępnych w innych mobilnych systemach płatności oraz postrzeganych jako innowacje usprawniające realizację płatności. Jak się wydaje, priorytetowym kierunkiem działań w strategii rozwoju BLIK-a jest stworzenie kompleksowego portfela usług uwzględniającego zróżnicowane potrzeby finansowe konsumentów. Rozbudowa funkcji BLIK-a ma także niebagatelne znaczenie w kreowaniu potrzeb jego użytkowników, którzy dotychczas nie korzystali z określonego rozwiązania, ponieważ nie wiedzieli o jego istnieniu.

Są także czynniki, które mogą hamować rozwój BLIK-a

Wśród zewnętrznych barier wymienia się brak wiedzy finansowej i ograniczoną akceptację nowych rozwiązań płatniczych przez użytkowników, która wynika m.in. z przyzwyczajenia do korzystania z używanych form płatności. Poza tym sięganie po nowe rozwiązania technologiczne w tak wrażliwej sferze, jaką są finanse osobiste, zawsze budzi obawy o bezpieczeństwo. Trzeba też pamiętać o konkurencji, którą są dla BLIK-a inne systemy płatności.

Czynnikiem hamującym rozwój może być także konieczność ponoszenia przez spółkę Polski Standard Płatności wysokich nakładów na zapewnienie cyberbezpieczeństwa kosztem rozwijania, czy udoskonalania oferowanych funkcji. ●

Oprac. jor



Wiek i ustalona na jego podstawie przynależność

do grupy pokoleniowej, to główne ale nie jedyne determinanty akceptacji technologii mobilnej w usługach bankowych. Na postrzeganie i akceptację bankowości mobilnej istotnie wpływa



PRZYGLĄDAMY SIĘ FEMINATYWOM



Katarzyna Miler
SGB-Bank SA

Inkluzywność to temat, któremu przez ostatnie kilka miesięcy poświęcamy w Się rozumie dużo uwagi. Na co dzień jesteśmy skupieni na gramatyce, stronie czynnej, czy dbałości o formę tekstów. Ale pamiętamy też, by do naszych przekazów włączać tych, którzy są – lub mogą być – wykluczeni. Bo słowa mają moc. Te bankowe również.

Omawiana przez nas mnogość narzędzi i możliwości, jakie daje nam język polski – to jedno. Warto jednak wrócić czasem do samych podstaw i nie zapominać, czym powinien cechować się nasz język:

- nie wykluczać
- dawać możliwości i wyrównywać szanse
- podkreślać różnorodność
- być wolnym od szkodliwych stereotypów.

Dlatego cały czas dzielimy się wiedzą, zadajemy i odpowiadamy na pytania. A otrzymujemy ich coraz więcej – co bardzo nas cieszy. Wiele z nich dotyczy stosowania feminatywów.

Feminatywy – o co cały ten spór?

Wokół feminatywów krążą mity i legendy. Spory, które toczą się w publicznym dyskursie, są niemal tak trudne, jak stwierdzenie co było pierwsze – jajko czy kura? Wydaje się, że każdy tutaj może mieć rację. Tam, gdzie rodzą się wątpliwości, warto zebrać fakty, by rzucić nieco więcej światła na temat. Zastanówmy się więc, czy warto do komunikacji włączać kobiety. I co to właściwie oznacza? Feminatywy to żeńskie formy gramatyczne nazw zawodów i funkcji, które zawierają przyrostki potocznie zwane „żeńskimi końcówkami”. Nazywają kobiety ze względu na przysługujący im tytuł (*profesorka, magistra*), pełnioną funkcję (*opiekunka*), zajmowane stanowisko (*dyrektorka, prezeska*), wykonywany zawód (*pielęgniarka, socjolożka*), przynależność narodową (*Polka, Kanadyjka*), pochodzenie (*Wielkopolan-*

ka, Azjatka), wyznanie (*katoliczka, muzułmanka*), przekonania (*feministka, konserwatystka*), właściwości psychiczne i fizyczne (*nastolatka, introwertyczka*) czy wykonywane czynności (*obrończyni, aktorka*).

Gdzie więc właściwie leży problem? Z jednej strony – w nawykach językowych i powszechnym braku świadomości. Z drugiej – w tym, że temat żeńskich nazw zawodów dotyczy również roli kobiet i odwagi w pokazywaniu ich odrębności w patriarchalnym społeczeństwie. Odwagi – zarówno kobiet, jak i mężczyzn. Przyjrzyjmy się, co komu przeszkadza w feminatywach. *Feminatywy są nienaturalne w języku polskim*. To popularny argument z internetowych komentarzy. Zaznaczamy jednak, że żeńskie formy są jak najbardziej naturalne, bo zgodne z gramatyką języka polskiego. Warto też powołać się na historię, choć z ostrożnością. Niektórzy, w ramach kontrargumentu, często przywołują popularność feminatywów przed II wojną światową. Wtedy jednak również trwały gorące dyskusje na ten temat. I to, że *powstanki, doktorki prawa* czy kobiety *pilotki* z łatwością można znaleźć w przedwojennych broszurach, czy nawet słownikach języka polskiego, nie znaczy, że były powszechnie i w magiczny sposób zniknęły z języka w czasach komuny.

Feminatywy to wymysł – brzmią niedorzecznie i „dziwnie”. To argument, który często pojawia się u przeciwników tych form.

To prawda – bywa, że możemy czuć się z nimi nieswojo. To naturalne. Szczególnie że do tej pory słyszeliśmy nazwy żeńskich zawodów tylko w wybranych wariantach. Dlatego łatwa do zaakceptowania jest *pielęgniarka, nauczycielka* czy *aktorka*. Trudniej nam przychodzi to, co jest nowe i „inne”. Tak jak *weekend* czy *okej* nie były naturalne dla naszych babć czy dziadków.

Kontynuując wątek historyczny: po II wojnie światowej nie mieliśmy wielu okazji, by „oswoić się” z feminatywami. Władze komunistyczne postulowały, by ich nie używać. Paradoksalnie, ideą była tu

Czy kobieta może istnieć
w bankowym języku? Skoro
istnieje w świecie, to i obecność
w języku jej się należy, prawda?
By zatem ją zaznaczyć, warto
(i trzeba) podkreślić płeć.
W Się rozumie podkreślamy
to przy każdej okazji –
używanie feminatywów jest
poprawne i zgodne z językiem
polskim, a co najważniejsze –
zaznacza obecność kobiet.



właśnie... równość w języku i niewykluczanie kobiet. Marne były więc szanse, żebyśmy mogli z nimi nie czuć się „dziwnie”, skoro powszechnie się nimi nie posługiwano. A że język się nieustannie zmienia, dzisiaj możemy to nadrobić. I jest ku temu kilka dobrych powodów.

Niektóre żeńskie zawody brzmią za mało dostojnie i nie pasują do stanowiska. Jako, że mamy wybór, często decydujemy się, by zachować męskie formy pewnych zawodów. To tutaj pojawia się tzw. małość de-sygnatu. Są osoby, dla których nazwy zawodów (szczególnie) wysokich stanowisk zakończone na -ka (np. *prezeska*, *polityczka*), mają mniejszą rangę i znaczenie. Dlatego właśnie ten przyrostek często staje się podstawą do negowania żeńskich form. A to błąd, bo ewentualnemu „umniejszeniu” służy zupełnie inna funkcja tego przyrostka – ta od zdrobnień.

Dyrektorka to nie mały dyrektor, a *prezeska* to nie mały prezes :). Słynna *pilotka*, to czapka – fakt (ale też nie mały pilot). Równie poprawną formą jest jednak *pilotka* jako kobieta, która zawodowo lata samolotem. Tak, to wszystko jest możliwe! Jedno słowo może mieć dwa różne znaczenia – nazywamy to homonimią.

Jesteśmy na tak

Czy kobieta może istnieć w bankowym języku? Skoro istnieje w świecie, to i obecność w języku jej się należy, prawda? By zatem ją zaznaczyć, warto (i trzeba) podkreślić płeć. W Sie rozumie podkreślamy to przy każdej okazji – używanie feminatywów jest poprawne i zgodne z językiem polskim, a co najważniejsze – zaznacza obecność kobiet.

Formy gramatyczne męskie i żeńskie są sobie równe. Kobieta może być prezeską lub doktorką, tak jak mężczyzna może być prezesem i doktorem. Oczywiście może, a nie musi – bo warto pamiętać o tym, że stosowanie feminatywów to wybór, a nie obowiązek. Jeśli kobiety wolą zostać specjalistami ds. analiz kredytowych, czy projekt menadżerami, to też jest w porządku.

„Widzialność” kobiet w języku to tylko początek korzyści. Włączenie „żeńskich końcówek” do języka polskiego daje kobie-

tom większe możliwości na rynku pracy, a samym firmom przy okazji – większą różnorodność. Przykładem są ogłoszenia o pracę. Jeśli firma opublikuje ogłoszenie, że szuka kierownika lub kierowniczk, to szanse na to, że więcej kobiet wyśle swoje CV, znacznie urosną.

Gdy czytamy zdanie: *Wy też możecie być klientami naszego banku*, domyślamy się, że chodzi o wszystkich ludzi. Tam,

gdzie myślimy o obu płciach, rzeczowniki w liczbie mnogiej najczęściej przyjmują formę męską. I to również jest w porządku, ale może da się lepiej – bardziej inkluzywnie? Dlatego tam gdzie możemy, chcemy i potrafimy – warto zaznaczać kobiety w języku, bo to właśnie one do tej pory rzadko mogły znaleźć siebie w komunikacji. Inkluzywnie, czyli włączając wszystkie osoby, które są częścią społeczeństwa.

Wiemy już, że z częścią femi-

natywów jesteśmy po prostu „osłuchani” – mniej lub bardziej. Wydają nam się „normalne”, przyjazne i jest całkiem prawdopodobne, że w ogóle nie zwracamy na nie uwagi.

Jeśli jednak bliższa jest Wam zasada „stop feminatywom”, a płeć podkreślacie tylko przez dodawanie odmiennych części mowy (np. *pani dyrektor*, *pani prezes*), to dość szybko okaże się, że taki sposób się nie do końca sprawdza.

W grudniowym wydaniu magazynu pisaliśmy, że warto dostosować język do naszych potrzeb, a nie odwrotnie. Jeśli zatem (a mamy nadzieję, że tak jest) potrzebą jest podkreślenie obecności kobiet w pracy – zdecydowanie warto stosować feminatywy. Damy sobie w ten sposób szansę na „oswojenie się” z nowymi formami, a być może *prezeska*, *dyrektorka* czy *specjalistka* zainspirują innych do zmiany. O tym, czy kobiety chcą nazywać się *dyrektorkami* czy *paniami dyrektor* – zdecydują same. Ważne jednak, by w wielu burzliwych dyskusjach, które toczą się od dziesięcioleci, pamiętać o tym, by unikać tylko jednej perspektywy i postrzegania języka jako niezmiennego. Tak nie jest. *Panta rhei* – wszystko płynie. Nie wiadomo czy i kiedy *prezeska* i *naukowczyni* będą równie powszechne jak *sekretarka* i *bohaterka*. A być może droga do przełamywania stereotypów i wspierania różnorodności, właśnie dzięki feminatywom, stanie się krótsza. ●

Damy sobie w ten sposób szansę na „oswojenie się” z nowymi formami, a być może *prezeska*, *dyrektorka* czy *specjalistka* zainspirują innych do zmiany. O tym, czy kobiety chcą nazywać się *dyrektorkami* czy *paniami dyrektor* – zdecydują same.





Magdalena Operacz (BODiE) i Grażyna Koziołek (SGB-Bank) czuwały nad sprawnym przebiegiem konferencji.



Uczestniczki i uczestnicy konferencji z zaciekawieniem słuchali wystąpień i paneli dyskusyjnych.



RÓŻNORODNOŚĆ to rozwój i gigantyczna siła

W kuluarach słysząc było odgłosy towarzyskich, pełnych śmiechu rozmów... I nic dziwnego. W końcu na konferencję HR SGB przyjechali przedstawiciele Banków Spółdzielczych SGB, na co dzień zajmujący się sprawami pracowniczymi.



Roman Szewczyk
SGB-Bank SA





Anna Jaszczak (SGB-Bank) opowiedziała po co nam szef i różnorodne zespoły.



Uczestniczki i uczestnicy poznają się wzajemnie w czasie jednej z prezentacji.



Jakie wyzwania czekają menedżerów? Dyskusję z udziałem: Marioli Walendowskiej (BS w Pleszewie), Alicji Huczyńskiej (BS w Koronowie), Łukasza Suwały (BS we Wschowie) i Eweliny Pałubickiej (Żułowski BS) moderowała Ewelina Ignaczak (SGB-Bank).



Żeby pracować w HR i dbać o pracowników, trzeba po prostu lubić ludzi – powiedziała mi jedna z uczestniczek. – I dbać o dobro personelu.

Największą wartością w firmie są ludzie. Tak rozpoczęła wydarzenie Magdalena Operacz, prezes Zarządu Bankowego Ośrodka Doradztwa i Edukacji. I trudno się z tym stwierdzeniem nie zgodzić. Tegoroczna konferencja HR SGB była o pracownikach, zarządzaniu, różnorodności, o tym wszystkim, co ważne dla pracowników. Gdy ci ostatni są zadowoleni i czują się zaopiekowani, to wówczas organizacja dobrze funkcjonuje.

Różni ludzie, wspólne cele i wartości

Jednym z najczęściej używanych słów podczas wydarzenia była „różnorodność”, odmieniana przez wszystkie przypadki. Każdy z nas jest inny, ma inny system wartości, zwraca uwagę na inne aspekty swojej pracy. Widać to było szczególnie, gdy uczestnicy poznawali się nawzajem i dzielili swoimi doświadczeniami. Liczni zwracali uwagę przed jakimi wyzwaniami stoją

dziś firmy. Muszą mierzyć się z nowymi trendami na rynku pracy i oczekiwaniami pracowników. A wracając do różnorodności w kontekście pracy... Prelegenci przedstawili bardzo różnorodne do niej podejście.

Dobry menedżer, jeśli zbuduje dobry zespół, to wspólnie osiągną każdy cel.

Różnorodność to nie tylko płeć czy wykształcenie. Różnorodność to przede wszystkim umiejętność dzielenia się doświadczeniem – mówiła Katarzyna Zimniak, prezes Zarządu Banku Spółdzielczego w Kórniku.

Agnieszka Janc, wiceprezes Zarządu IPS-SGB uważa natomiast, że w sektorze bankowości spółdzielczej jest miejsce dla każdego, kto ma odpowiednie kompetencje i jest zaangażowany w to, co robi. Różnorodność w kwestiach kadrowych można rozpatrywać jako rozróżnienie płci, wieku, wykształcenia. Ale różnorodność to też oferta, którą dostarczają banki swoim klientom.

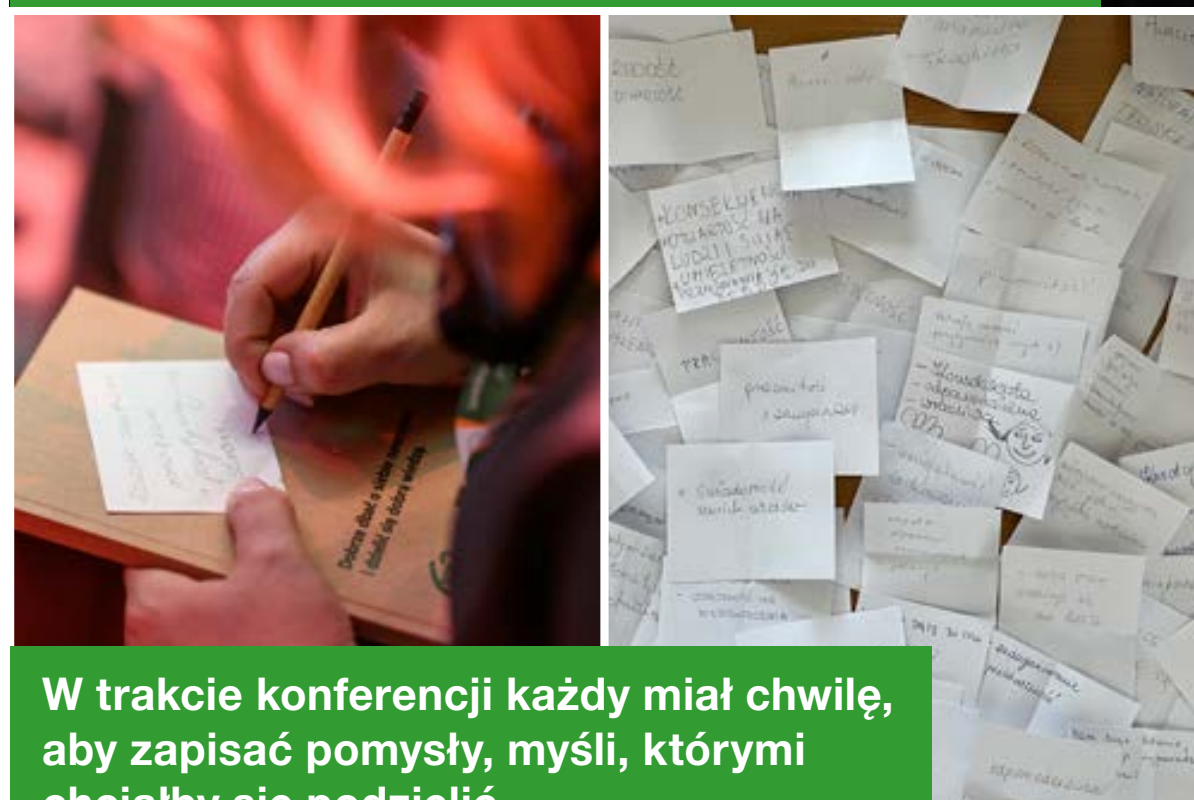


Wspólna fotografia do pamiątkowych albumów.





Budowanie efektywnych zespołów. Zarządzanie zmianą a odporność szefa – to tematy, którymi podzieliła się Agata Sawicka (4S Group).



W trakcie konferencji każdy miał chwilę, aby zapisać pomysły, myśli, którymi chciałby się podzielić.



W przerwach między prelekcjami uczestniczki i uczestnicy mogli skorzystać z fotobudki i... świetnie się przy tym bawili!



Wojciech Trybuszkiewicz, dyrektor zarządzający Bancassurance & Affinity w Generali Poland przyznał, że w Generali około 60% pracowników to kobiety. Ale jeśli chodzi o piastowanie stanowisk menadżerskich, to jest mniej więcej po połowie. W takich mieszanych zespołach lepiej się pracuje.

Podobnie wygląda to w Banku Spółdzielczym w Kościanie.

W Zarządzie naszego banku panie stanowią 25%. Ale jeśli chodzi o pozostałe szczeble menadżerskie, szefami są wyłącznie kobiety. I bardzo dobrze się z nimi pracuje – stwierdził Radosław Bobkiewicz, prezes Zarządu Banku Spółdzielczego w Kościanie.

Prelegentki o marce i wizerunku

Swoją obecnością zaszczyliły nas również inne goście specjalne – Urszula Zająć-Pałdyna, autorka bloga HR na obcasach. Ula podzieliła się z nami przemyśleniami dotyczącymi kreowania marki osobistej i dbania o siebie nawzajem.



O tym, jak ważne jest dbanie o siebie i kreowanie marki osobistej opowiedziała Urszula Zająć-Pałdyna (autorka bloga HR na obcasach).



Zuzanna Piasecka (BGK) podzieliła się swoim doświadczeniem w kontekście zmiany kultury organizacyjnej – wizerunku banku.



Anna Jaszczak (SGB-Bank) moderowała panel o różnorodności w biznesie. Swoimi przemyśleniami podzielili się: Magdalena Operacz (BODiE), Wojciech Trybuszkiewicz (Generali TU S.A.), Radosław Bobkiewicz (BS w Kościanie) i Agnieszka Janc (IPS-SGB).



Magdalena Operacz opowiedziała, jak przez 25 lat rozwinęło się BODiE i podziękowała członkom Rady Nadzorczej: Katarzynie Zimniak (BS w Kórniku) Wojciechowi Trybuszkiewiczowi (Generali TU S.A.), Jolancie Łukaszewicz (BS w Połczynie Zdroju), Annie Jaszczak (SGB-Bank) oraz Mirosławowi Skibie (SGB-Bank).





Urodzinowy tort na 25-lecie BODIE.



Prelegentki i prelegenci na jednej scenie.



Znakomite humory nie opuszczały uczestniczek i uczestników konferencji.

Z kolei Zuzanna Piasecka z Banku Gospodarstwa Krajowego opowiedziała, jak zmiana kultury organizacyjnej wpływa na wizerunek banku. Jak dobrze zarządzać zmianami i niwelować skutki konfliktów. O tym, w jaki sposób radzić sobie ze stresem opowiadała z kolei Agata Sawicka z 4S Group. Nasze goście zostały nagrodzone brawami.

Dobrym menedżerem być

W jednym z paneli dyskusyjnych uczestnicy dzielili się swoimi przemyśleniami dotyczącymi roli szefa w organizacji. Mówili o cechach osobowości współczesnego szefa i w ogóle o tym, jaki powinien być szef. Kompetentny czy twardy?

Chciałabym być przyjaznym, ale wymagającym szefem i mieć dobry kontakt z pracownikami. Przekazuję zadania i oczekiwania swoim współpracownikom i również od nich oczekuję informacji zwrotnych – powiedziała Mariola Walendowska, prezeska Zarządu Banku Spółdzielczego w Pleszewie.

Różnorodność to przede wszystkim umiejętność dzielenia się doświadczeniem.

Menedżer, jeśli zbuduje dobry zespół, to wspólnie osiągną każdy wyznaczony cel. Chcę bardzo mocno podkreślić, że pra-

cując razem, w dobrej atmosferze, można realizować zadania – stwierdziła Alicja Huczyńska, prezeska Zarządu Banku Spółdzielczego w Koronowie.

Dla mnie cechą dobrego menedżera jest empatia, którą powinien się wyróżniać. A zdrowe miejsca pracy opierają się na współpracy i szacunku – stwierdził Łukasz Suwała, kierownik Wydziału Kadr w Banku Spółdzielczym we Wschowie

Dziś pracownicy dostrzegają w menedżerach takie cechy, jak uczciwość, wrażliwość, poczucie humoru.

Bogata wiedza i kompetencje cechują szefa, ale to nie wszystko. Moim zdaniem pożądanym szefem, to taki, który potrafi się uśmiechnąć i zachęcić do miłej rozmowy – to słowa Anny Jaszcak, dyrektorki Departamentu Rozwoju Kadr i Administracji w SGB-Banku SA.

Zdaniem Eweliny Pałubickiej, prezeski Zarządu Żuławskiego Banku Spółdzielczego w Nowym Dworze Gdańskim, jeszcze kilka lat temu menedżerowie powinni byli mieć przede wszystkim kompetencje twarde i być nastawionymi na realizację celów i efektywność. Dziś pracownicy dostrzegają w menedżerach takie cechy, jak uczciwość, wrażliwość, poczucie humoru. ►



Spacer po centrum Poznania z interesującymi ciekawostkami opowiedzianymi przez przewodnika.





Wieczór uświetnił wspaniały koncert Kasi Wilk.



Różnorodność to nie tylko wiek, płeć, wykształcenie czy kompetencje.

Idealna sytuacja jest wtedy, gdy szef łączy w sobie te wszystkie cechy.

Jakie wnioski z dyskusji? Różnorodność jest dobra i stanowi gigantyczną siłę. Różnorodność, dbanie o siebie nawzajem oraz szacunek i budowa partnerskich relacji w firmie – to główne hasła, jakie przewijały się w czasie tej konferencji. Na koniec każdy z uczestników skosztował pysznego tortu. W ten słodki sposób Bankowy Ośrodek Doradztwa i Edukacji (spółka zajmująca się organizacją szkoleń i konferencji dla sektora bankowości spółdzielczej) uczcił swoje 25-lecie aktywnej obecności na rynku usług szkoleniowych. BODiE to nasz spółdzielczy, szkoleniowy filar.

W mieszanych zespołach lepiej się pracuje.

Wyjeżdżam z nowym bagażem doświadczeń i wiedzy – oceniła spotkanie Agnieszka Olszowa z Banku Spółdzielczego w Skórczu.

Konferencja HR SGB już na stałe wpisała się w kalendarz ważnych wydarzeń w życiu SGB. Uczestniczyło w niej prawie 150 osób. Organizatorami byli: Bankowy Ośrodek Doradztwa i Edukacji (BODiE) razem z SGB-Bankiem.

Pod tym względem, w kwestii oceny konferencji, panowała jednomyślność. W kolejnym roku chcemy zrealizować konferencję nastawioną jeszcze bardziej na wymianę doświadczeń, a także warsztatowo, twórczo i kreatywnie – dodała Grażyna Koziółek, współorganizatorka konferencji. ●



To był piękny dzień – pełen dobrej energii, wymiany wiedzy i doświadczeń. Do zobaczenia za rok!



REKRUTACJA PRACOWNIKÓW

= znaleźć + zatrudnić I co dalej?

Znajdźmy wspólnie równanie by nowym pracownikom chciało się chcieć!



Jakub Cybulski

SGB-Bank SA

Gdybyśmy mogli opisać idealny proces rekrutacyjny, najpewniej wyglądałby on tak – przygotowujesz kompletne ogłoszenie, na Twoją ofertę pracy zgłasza się wiele osób, oczywiście posiadających wymagane kompetencje i oczekiwania finansowe w Twoim budżecie, następnie pozostaje jedynie wybrać z grupy kandydatów tego jednego – najlepszego. Zapewne czytając powyższe już wiesz, że tak to nie wygląda w rzeczywistości. Możliwe, że wielokrotnie spotkałeś się już z wyzwaniem rekrutacyjnym, kiedy to mimo włożonego trudu, rekrutacja nie kończyła się sukcesem. Dlaczego? Z powodu braku kompetencji, wiedzy czy też wyższych oczekiwań finansowych kandydatów? A może był jeszcze inny powód? Spójrzmy na rekrutację w sposób procesowy, rozłożmy na części pierwsze i wspólnie zastanówmy się, co możemy w tym procesie zmienić, aby był jeszcze bardziej efektywny.

Jeśli myślisz, że zatrudnienie profesjonalisty jest drogie, poczekaj, aż zatrudnisz amatora.

Zig Ziglar

O rekrutacji słów kilka

Rekrutację uruchamiamy najczęściej w dwóch przypadkach:

- kiedy jeden z naszych dotychczasowych pracowników rezygnuje z pracy i opuszcza naszą firmę,
- kiedy pojawia się wakat np. z powodu awansów wewnętrznych, odejścia na emeryturę, zwolnienia lekarskiego lub innej długiej absencji.

O ile drugi z powodów wynika z rozwoju pracownika i odbieramy to jako pozytywny bodziec, a odejścia na emeryturę oraz długie absencje jako siłę wyższą, to decyzje o rezygnacji z pracy powinny nas niepokoić.

Warto zadać sobie pytanie „dlaczego pracownik podjął decyzję o rezygnacji?” – najczęściej tłumaczymy sobie hasłami „bo rynek płaci więcej” lub „chce się rozwijać” albo, co gorsza „i tak bym go zwolnił”. Zachęcam do dołożenia wszelkich starań, aby zrozumieć motywacje pracowników, którzy decydują się na takie kroki – jest to możliwe np. poprzez tak zwane exit interview.

Exit interview – ustrukturyzowany wywiad z odchodzącym pracownikiem, którego celem jest uzyskanie informacji na temat przyczyn odejścia, poszerzenie wiedzy na temat słabych stron zarządzania ludźmi. W taki sposób również dbamy o nasz wizerunek w oczach odchodzącego pracownika.

Na podstawie takich rozmów firmy bardzo często otrzymują zaskakujące dla siebie wyniki, są to np. „**brak programu wdrożenia**”, „**brak wsparcia na etapie adaptacji**”, „**brak jasno wyznaczonych zadań i celów**”, „**brak możliwości nauki**”, „**brak odpowiednich narzędzi/systemów**”, „**zła atmosfera w zespole**”, „**brak możliwości współpracy z przełożonym**”. „Ale pracownik mógł nam sam o tym powiedzieć, a nie się zwalniać” – kolejne z częstych haseł, jakie słyszymy w takich sytuacjach i tutaj myślę, ►



że odpowiem mało popularnym zwrotem „**i tak i nie**” lub „**to zależy**”...

Co jest celem rekrutacji?

W literaturze możemy znaleźć wiele definicji rekrutacji oraz jej założeń, posłużmy się jednym z nich „... rozróżnia się kilka etapów racjonalnego zorganizowania tego procesu, choć nazwy dla nich bywają używane odmiennie. Tradycyjnie w języku polskim przez rekrutację rozumiano całość procesu doboru (Pocztowski 2007), a więc kilkietapowego procesu decyzji podejmowanych przez pracodawcę i kandydata, który prowadził do ustalenia potrzeby kadrowej do zaspokojenia tej potrzeby poprzez przygotowanie właściwego pracownika. Taki proces składał się z etapu formułowania wymagań kadrowych, pozyskiwania kandydatów, wyboru spośród pozyskiwanych kandydatów właściwej osoby oraz adaptacji nowego pracownika (Tadeusz Listwan 2010).” (Zarządzanie pracownikami w dobie Internetu Jacek Woźniak Wolters Kluwer 2020).

Dalej autor wspomina o fazach oraz celowej racjonalizacji poszczególnych etapów. Możemy oczywiście odpowiedzieć sobie w skrócie, co również będzie w dużej mierze prawdą, że

celem rekrutacji jest zatrudnienie pracownika. W tym miejscu myślę, że warto abyśmy się zatrzymali i zastanowili, jaki to ma być pracownik? Bez wątpienia odpowiemy, że odpowiedni i że dobrze wiem kto to ma być! I znowu zgoda z mojej strony, ale... Czy zdarzyło się Tobie zatrudnić nazwijmy go „idealnego” kandydata, a on „nie docenił” Twoich wysiłków i po pewnym czasie zrezygnował z pracy? Albo prowadzisz rekrutację od długiego czasu i nadal nie masz tego „jednego, jedyne go” kandydata i decydujesz się na zatrudnienie osoby, której najbliższej do profilu stanowiska i znowu scenariusz się powtarza – osoba ta rezygnuje z pracy?

Odpowiedni kandydat – czyli kto?

Warto na proces rekrutacji spojrzeć całościowo i przymiotnik „właściwy” dodać nie tylko do pracownika, ale również do miejsca pracy, które dla niego przygotowaliśmy. Zatem nazwijmy cel rekrutacyjny - „właściwy pracownik na właściwym miejscu”.

Rozważmy, jakie składowe muszą zostać spełnione, aby mówić o sukcesie rekrutacyjnym. Wsparciem mogą być poniższe pytania.

Właściwi pracownicy na właściwym miejscu

1.

Rekrutacja

Czy dobrze wiem, kogo szukam? Jaką musi posiadać wiedzę? Doświadczenie?

W jaki sposób będę docierał do mojej grupy docelowej?

Po co kogoś szukam? Jakie będzie miał zadania? Czy potrafię je jasno przedstawić?

Jak wygląda rozmowa? Stacjonarnie? Zdalnie? Kto w niej uczestniczy? Czy są zadania?

O co pytam? Czego chcę się dowiedzieć? Co muszę wiedzieć po spotkaniu ?

2.

Stanowisko pracy

Czy ja wiem jakie narzędzia muszę zapewnić nowemu pracownikowi? Dostępny, systemy, sprzęty?

Czy nowy pracownik od razu ma dostęp do wszystkich narzędzi? Czy nie musi długo na nie oczekiwać?

Czy ma swoje biurko? Czy jest przedstawiony innym członkom zespołu/firmy?

Czy mam program wdrożenia? Kto wdraża? Czy pracownik nie jest pozostawiony sam sobie?

3.

Rozwój

Czy jestem świadomy zalet i ograniczeń nowego pracownika?

Czy zapewniam pracownikowi możliwość pokonania swoich ograniczeń?

Czy zapewniam dostęp do wiedzy, szkoleń? Czy mam program szkoleń?

Co chcę rozwijać? W jakim celu? Jak to wykorzystać? Kiedy?

Czy zapewniam możliwość awansów?

4.

Zatrzymanie pracownika

Czy na bieżąco rozmawiam z pracownikiem? Czy postawiłem cele i je egzekwuję?

Czy pracownik jest doceniany za realizację i informowany o jej braku?

Czy w przypadku braku realizacji zadań szukamy działań naprawczych?

Czy odpowiednio motywuję pracowników do realizacji swoich celów?

Do diagnozy stanu obecnego i planowaniu zmian wykorzystać można poniższą tabelę. Będzie to wsparcie w zbudowaniu jeszcze efektywniejszego procesu rekrutacji. A pojawiające się obserwacje będzie można wykorzystać i ułożyć proces inaczej, lepiej, tak, by częściej doprowadzić nas do wyznaczonego celu.

Stan obecny

-
-

Docelowo

-
-

Oczywiście możemy sobie tutaj zadać kolejne istotne pytanie czy powyższe ćwiczenie i zastosowanie zmian zagwarantuje nam sukces?

Pewnie nie, ale z całą pewnością pozwoli nam spojrzeć szerszej, lepiej zrozumieć potrzeby nowych pracowników i efektywniej z nimi pracować. Z jednej strony dbając o komfort nowej osoby na naszym pokładzie, z drugiej planując cały proces wdrożenia, monitorując postępy, korygując działania, czy dbając o rozwój naszych pracowników. Życzę tego Nam wszystkim! ●





Banki Spółdzielcze

**Dobrze dbać
o siebie nawzajem**

KLIMAT A BANKI

DALEKA DROGA DO ODPORNOŚCI NA RYZYKO KLIMATYCZNE

Nowe regulacje dotyczące raportowania ryzyka klimatycznego, a szerzej zrównoważonego rozwoju, oznaczają poważne zmiany także dla instytucji finansowych. Poza dyrektywą Unii Europejskiej mają

pojawić się też nowe międzynarodowe standardy raportowania i wymogi nadzoru finansowego. Zmieniają się również relacje i ramy współpracy między firmami i instytucjami finansowymi, w tym bankami, wynika z publikacji Bankowego Funduszu Gwarancyjnego, zatytułowanej „Zmiany klimatyczne a sektor finansowy: Co rosnąca presja konsumentów i regulatorów oznacza dla banków”.

Konsumenci, którzy postrzegają bankowość mobilną jako adekwatną do ich stylu życia, są bardziej skłonni uznać ją za użyteczną i godną zaufania. Analizując wpływ wieku i innych cech konsumentów na akceptację i korzystanie przez nich z bankowości mobilnej, należy jednak pamiętać, że fundamentalne znaczenie ma sama technologia mobilna oraz uznanie, że jest ona przydatna i łatwa w użyciu.

Ryzyko rynkowe rośnie, kiedy gwałtowne zdarzenia pogodowe lub nowe regulacje powodują zmiany wyceny aktywów. Dotyczy to na przykład

aktywów powiązanych z terenami, gdzie często występują niebezpieczne zjawiska atmosferyczne lub powodzie. Ryzyko operacyjne rośnie wraz ze zdarzeniami wpływającymi na zmniejszenie produktywności pracowników i zakłóceniami

w funkcjonowaniu infrastruktury. Ryzyko reputacji, szczególnie ważne z punktu widzenia banków jako instytucji zaufania publicznego, będzie wzrastało wraz z materializacją ryzyka klimatycznego albo lepszym rozumieniem skali niezbędnych zmian.

W ocenie autorów publikacji ryzyka te mogą się materializować

w różnym stopniu w poszczególnych bankach ale skala wyzwań, z jakimi będą się mierzyli mieszkańcy regionów lub gospodarka albo sektor bankowy, może mieć wymiar systemowy. Na znaczenie ryzyka klimatycznego dla sektora bankowego w coraz większym stopniu zwracają uwagę banki centralne i regulatorzy. Dotyczy to zarówno nadzoru nad działalnością poszczególnych banków, jak i monitorowania stabilności całego systemu finansowego, czy polityki makroostrożnościowej. Jak pokazały wyniki pi-

Ryzyko rynkowe rośnie, kiedy gwałtowne zdarzenia pogodowe lub nowe regulacje powodują zmiany wyceny aktywów.

Dotyczy to na przykład aktywów powiązanych z terenami, gdzie często występują niebezpieczne zjawiska atmosferyczne lub powodzie. Ryzyko operacyjne rośnie wraz ze zdarzeniami wpływającymi na zmniejszenie produktywności pracowników i zakłóceniami w funkcjonowaniu infrastruktury. Ryzyko reputacji, szczególnie ważne z punktu widzenia banków jako instytucji zaufania publicznego, będzie wzrastało wraz z materializacją ryzyka klimatycznego albo lepszym rozumieniem skali niezbędnych zmian.



lotażowego stress testu dotyczącego ryzyka klimatycznego opublikowanego przez Europejski Bank Centralny w lipcu 2022 roku, kluczowe banki europejskie nie są wystarczająco przygotowane do zarządzania tym ryzykiem. Wiele banków zaczyna dopiero uwzględniać ryzyko klimatyczne w swoich modelach ryzyka kredytowego.

Ujawnianie informacji z zakresu zarządzania ryzykiem klimatycznym przez przedsiębiorstwa miało do tej pory charakter dobrowolny. Wiązało się to często z brakiem możliwości porównywania takich działań, a nawet kontroli wiarygodności tego typu informacji między raportującymi przedsiębiorstwami. Jednak wkrótce w Unii Europejskiej raportowanie w tym zakresie będzie obowiązkowe w związku z wdrożeniem unijnej dyrektywy o sprawozdawczości dotyczącej zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw.

Zdaniem autorów publikacji presja na działania regulacyjne, w tym lepszą identyfikację zarządzania i raportowania ryzyk klimatycznych, będzie zapewne rosła. Rosło również będzie ryzyko reputacji dla firm i instytucji, które będą zwlekać z podjęciem stosownych działań w tym zakresie. Szczególne znaczenie ma tutaj działalność instytucji finansowych, ze względu na ich kluczową rolę pośredników kredytujących funkcjonowanie gospodarki. Ich dalszy rozwój i sukces będzie zależeć od wdrażanych przez nie strategii zarządzania ryzykiem klimatycznym, pozwalającym z jednej strony minimalizować ryzyko fizyczne, ale także wykorzystywać szanse wiążące się z transformacją.

Wraz z większym zainteresowaniem skutkami zmian klimatycznych

rosną obawy klimatyczne oraz oczekiwania co do skali podejmowanych działań publicznych. Do takich wniosków prowadzą wyniki sondażu przeprowadzonego na ten temat w 26 krajach, w których mieszka ponad połowa ludności świata. Badanie obejmowało trzy obszary tematyczne: uwarunkowania socjodemograficzne ankietowanych, percepcję zmian klimatycznych oraz zachowania proekologiczne. Niemal 80 % respondentów wiąże zmiany klimatu z działalnością człowieka. Tylko 8 % ankietowanych nie wierzy, że działalność człowieka ma bezpośredni związek ze zmianami klimatycznymi. Wśród pozostałych przeważają osoby deklarujące brak wiedzy lub pewności, co do tej relacji. W ostatnich 6 miesiącach przed badaniem co drugi ankietowany doświadczył osobiście zjawisk powiązanych ze zmianą klimatu. Najczęściej odnotowywane były fale upałów, sztormy, pożary i powodzie lub utrudniony dostęp do wody.

Z analizy odpowiedzi wynika, że osoby mieszkające bliżej równika są bardziej narażone na ekstremalne zjawiska pogodowe, co pokrywa się z wiedzą na temat specyfiki stref klimatycznych. Wyniki badania sugerują, że doświadczenia ekstremalnych zjawisk pogodowych przekładają się na większy poziom obaw związanych z globalnym ociepleniem. Warto jednak zaznaczyć, że nawet w krajach o stosunkowo niewielkim narażeniu na ryzyka fizyczne wynikające ze zmian klimatu, już obecnie znaczny odsetek respondentów deklaruje obawy klimatyczne. W Polsce jest to nawet 60 % badanych.

Z analizy odpowiedzi wynika, że osoby mieszkające bliżej równika są bardziej narażone na ekstremalne zjawiska pogodowe, co pokrywa się z wiedzą na temat specyfiki stref klimatycznych. Wyniki badania sugerują, że doświadczenia ekstremalnych zjawisk pogodowych przekładają się na większy poziom obaw związanych z globalnym ociepleniem. Warto jednak zaznaczyć, że nawet w krajach o stosunkowo niewielkim narażeniu na ryzyka fizyczne wynikające ze zmian klimatu, już obecnie znaczny odsetek respondentów deklaruje obawy klimatyczne. W Polsce jest to nawet 60 % badanych.

Zgodnie z logiką i wynikami badania wraz ze wzrostem obaw o klimat na Ziemi należy spodziewać się większej presji na podejmowanie działań mających na celu przynajmniej ograniczenie dalszych negatywnych zmian.

Ważna zmiana, szczególnie z punktu widzenia banków

wiąże się z koniecznym dostosowaniem sektora bankowego do oczekiwań nadzoru co do efektywnego i kompleksowego uwzględniania ryzyka klimatycznego i środowiskowego. Po publikacji wytycznych Europejski Bank Centralny podjął wiele działań w ramach nadzoru nad sektorem bankowym, aby sprawdzić na ile banki są gotowe sprostać tym wymaganiom i adekwatnie identyfikować, mierzyć i zarządzać tego typu ryzykami. Był to wspomniany wcześniej pilotażowy stress test klimatyczny oraz kompleksowy przegląd strategii, struktur zarządczych i praktyk zarządzania ryzykiem, którego wyniki opublikowano pod koniec 2022 roku.

Badania te pokazały, że chociaż 85 % banków utworzyło już podstawowe struktury zajmujące się ryzykiem klimatycznym, to w ich podejściu brakowało zaawansowanego metodycznie wykorzystania bardziej szczegółowych informacji o ryzyku oraz aktywnego zarządzania portfelem i profilem ryzyka. Co niepokojące, badane banki w znacznym stopniu błędnie oszacowały zakres i skalę ryzyka klimatycznego – w przypadku 96 % z nich zidentyfikowano „martwe pola” w rozpoznawaniu tych ryzyk w kluczowych sektorach, regionach i obszarach. Ponadto 55 % instytucji stworzyło stosowne praktyki (na poziomie polityki i procedur) ale nie było w stanie ich efektywnie wykorzystać, ze względu na wyłączenie z nich istotnych klientów lub znacznych części portfela, czy też braku przełożenia dostępnych informacji na decyzje kredytowe. Badane instytucje zostały zobowiązane do zapewnienia pełnej zgodności ze wszystkimi wymogami do końca 2024 roku. ●

Oprac. jor



DANE OSOBOWE I INFORMACJE WEWNĘTRZNE ORGANIZACJI TO CENNY TOWAR DLA PRZESTĘPCÓW



mł. insp. Andrzej Borowiak

Rzecznik prasowy

Komendanta Wojewódzkiego Policji w Poznaniu

Każda organizacja i firma, funkcjonuje na zgromadzonych zasobach. Jednym z najcenniejszych zasobów są dane oraz informacje firmowe. Liczba tych danych jest zróżnicowana w zależności od rodzaju organizacji. Zazwyczaj są to zasoby wewnętrzne obrazujące sposób działania firmy i jej efekty. Najważniejsze jednak są dane klientów. To one są najczęściej łakomym kąskiem dla grup przestępczych, czy też utalentowanych solistów w przestępczym fachu.

Ochrona tajemnicy bankowej jest istotnym aspektem funkcjonowania każdego systemu bankowego. Jest uznawana za jedną z najważniejszych dziedzin w bankowości. Ochrona tajemnicy bankowej ma na celu zapewnienie prywatności informacji finansowych klientów oraz utrzymanie zaufania do instytucji bankowych.

Tajemnica informacji odnosi się do poufności i ochrony informacji przed nieuprawnionym badaniem, zastosowaniem lub ujawnieniem. Może dotyczyć różnych rodzajów informacji, takich jak dane osobowe, informacje handlowe, techniczne, finansowe lub inne poufne informacje.

Tajemnica informacji jest obecna w wielu innych szerokich obszarach, takich jak biznes, prawo, medycyna, nauka i inne. Chronienie tajemnicy informacji ma na celu zapewnienie prywatności, poufności i bezpieczeństwa danych oraz uniknięcie wprowadzenia skutków działania z nieuprawnionego ujawnienia lub wykorzystania tych informacji.

W różnych krajach istnieje szereg przepisów prawnych i regulacji, które określają odpowiedzialność za naruszenie tajemnicy informacji oraz ustalają środki ochrony, które muszą być stosowane w celu jej zachowania. W wielu przypadkach, w szczególności w sektorze bankowym, surowe sankcje opisane w aktach prawnych potwierdzają, że zachowanie tajemnicy informacji jest jednym z kluczowych elementów działania banku.

W ramach cyfrowego świata, w którym transakcje finansowe są coraz bardziej zaawansowane oraz uzależnione od technologii, ochrona informacji bankowej odgrywa kluczową rolę. Banki i inne organizacje finansowe zbierają ogromną ilość poufnych danych, w tym dane osobowe klientów, numery kont bankowych. Są to także historie transakcji i wiele innych informacji, które są pomocne w obsłudze działań bankowych. W związku z tym ważne jest, aby instytucje finansowe wspierały środki techniczne i organizacyjne w celu ochrony tych danych przed

nieautoryzowanym dostępem, kradzieżą lub niekontrolowanym wyciekiem.

Wykradanie danych bankowych to działanie przestępcze

które ma na celu nieautoryzowany dostęp do informacji finansowych klientów banku. Istnieje wiele różnych metod, które mogą być wykorzystywane do kradzieży takich danych. Oto kilka przykładów:

Phishing to technika oszustwa internetowego, w której przestępca podszywa się pod instytucję finansową i wysyła fałszywe wiadomości e-mail lub wiadomości tekstowe (SMS) do potencjalnych ofiar. Te wiadomości często wyglądają autentycznie i zachęcają odbiorców do podania swoich danych bankowych, takich jak login i hasło, na fałszywej stronie internetowej. Przestępca następnie wykorzystuje te dane do nielegalnego dostępu do konta bankowego.

Keylogging to technika polegająca na instalacji złośliwego oprogramowania na komputerze ofiary. Ten program monitoruje i rejestruje wszystkie naciśnięcia klawiszy, w tym dane logowania do kont bankowych. Przestępca może następnie uzyskać dostęp do tych zarejestrowanych informacji i wykorzystać je do włamania się na konto ofiary.

Skimming to metoda, w której przestępcy instalują specjalne urządzenia na bankomatach lub terminalach płatniczych w celu kradzieży danych z kart płatniczych. Te urządzenia mogą być umieszczone na wierzchu czytnika kart lub wewnątrz urządzenia. Gdy klient wkłada kartę do skimmera, urządzenie rejestruje dane z paska magnetycznego karty. Przestępca może później wykorzystać te dane do skopiowania karty lub dokonać transakcji na konto ofiary.

Hacking. Przestępcy mogą również próbować włamywać się do systemów bankowych poprzez wykorzystanie luk w zabezpieczeniach lub słabych haseł. Jeśli przestępca uzyska dostęp do wrażliwych danych bankowych, takich jak numery kont bankowych lub dane logowania, może je wykorzystać do nielegalnych transakcji lub kradzieży tożsamości.

Zdarzały się przypadki, w których pracownicy banku współpracowali z przestępcami. Niestety, żaden sektor działalności człowieka nie jest wolny od ryzyka korupcji lub przestępstw. W przeszłości były doniesienia o różnego rodzaju nadużyciach, które dotyczyły współpracy pracowników banków z przestępcami.



Jednym z przykładów jest sytuacja, w której pracownicy banku udzielali informacji poufnych lub wspomagali działania przestępców w celu przeprowadzenia oszustw lub kradzieży tożsamości. Takie działania mogą obejmować ujawnianie poufnych danych klientów, podrabianie dokumentów lub ułatwianie prania brudnych pieniędzy. Często tego rodzaju działania wymagają bliskiej współpracy między pracownikami banku a przestępcami, którzy mogą wykorzystywać informacje poufne do osiągnięcia własnych nielegalnych celów.

W celu minimalizacji ryzyka współpracy pracowników banku z przestępcami, instytucje finansowe zazwyczaj stosują ściśle procedury bezpieczeństwa, przeprowadzają weryfikację tożsamości swoich pracowników i monitorują ich działania. Ponadto, są również regulacje prawne, które mają na celu zapobieganie takim nadużyciom i karzą osoby za udział w przestępstwach. Ważne jest pamiętać, że większość pracowników banków jest uczciwa i przestrzega obowiązujących zasad etyki i prawa.

Niemniej jednak, w przypadku wystąpienia podejrzeń o nieprawidłowości, należy zgłosić je odpowiednim organom ścigania lub do samego banku, który podejmie odpowiednie działania w celu dochodzenia i rozwiązania sprawy.

Banki podejmują różne środki w celu ochrony danych klientów, takie jak silne protokoły bezpieczeństwa, monitorowanie transakcji, szkolenia personelu i wdrażanie systemów wykrywania oszustw. Jednak przestępcy często rozwijają nowe metody ataku, dlatego ważne jest, aby klienci byli świadomi zagrożeń i zachowywali ostrożność podczas korzystania z usług bankowych online oraz monitorowali regularnie swoje konta w celu wykrycia podejrzanych aktywności.

Banki mogą podjąć szereg środków w celu obrony przed kradzieżą

danych klientów. Oto kilka ważnych kroków, które mogą podjąć: Wdrażanie silnych zabezpieczeń sieciowych: banki muszą zapewnić, że ich systemy sieciowe są odpowiednio zabezpieczone. Może to obejmować stosowanie zaawansowanych firewalli, systemów wykrywania włamań (IDS/IPS) oraz regularne skanowanie sieci w celu wykrywania i usuwania ewentualnych podatności.

Szyfrowanie danych: banki powinny stosować silne metody szyfrowania danych, zarówno podczas przesyłania, jak i przechowywania informacji klientów. Szyfrowanie pomaga zabezpieczyć dane przed nieautoryzowanym dostępem nawet w przypadku kradzieży lub utraty fizycznych nośników danych. Wielopoziomowa autoryzacja: banki powinny wdrożyć wielopoziomową autoryzację dla dostępu do kont klientów. Oprócz standardowego loginu i hasła, mogą stosować metody uwierzytelniania, takie jak kody jednorazowe wysyłane na telefon komórkowy, uwierzytelnianie dwuskładnikowe lub biometryczne.

Monitoring transakcji: banki powinny śledzić i analizować aktywność klientów w celu wykrycia nieprawidłowych lub podejrzanych transakcji. Wdrożenie systemu monitorowania transakcji może pomóc w szybkim wykrywaniu i reagowaniu na próby kradzieży danych.

Szkolenie personelu: banki powinny zapewnić odpowiednie

szkolenie personelu w zakresie zabezpieczeń informacyjnych i świadomości zagrożeń. Personel powinien być świadomy praktyk bezpieczeństwa, takich jak nieklikanie w podejrzane linki, nieudostępnianie poufnych informacji przez telefon czy niezawodne zarządzanie hasłami.

Regularne aktualizacje systemów: banki powinny regularnie aktualizować swoje systemy, oprogramowanie i aplikacje, aby wyeliminować znane podatności. Regularne aktualizacje pomagają w zabezpieczeniu przed lukami w zabezpieczeniach, które mogą być wykorzystane przez cyberprzestępców.

Monitorowanie ciągle: banki powinny prowadzić ciągle monitorowanie swoich systemów i infrastruktury w celu wykrycia ewentualnych naruszeń lub nieprawidłowości. Wykorzystanie narzędzi monitorowania bezpieczeństwa może pomóc w identyfikacji i reakcji na potencjalne zagrożenia w czasie rzeczywistym.

Ważne jest, aby banki stale ulepszały swoje metody ochrony danych, ponieważ zagrożenie jest wysoce realne.

Zdarzały się przypadki,
w których pracownicy banku
współpracowali z przestępcami.
Niestety, żaden sektor
działalności człowieka nie jest
wolny od ryzyka korupcji lub
przestępstw. W przeszłości były
doniesienia o różnego rodzaju
nadużyciach, które dotyczyły
współpracy pracowników
banków z przestępcami.

Oto przykład wycieku poufnych danych z banku: W dniu 15 maja 2023 r. jeden z banków poinformował o wycieku poufnych danych swoich klientów. W wyniku incydentu skradziono dane osobowe oraz informacje finansowe tysięcy klientów banku. Początkowe dochodzenie wskazuje, że wyciek danych wynikał z ataku hakerskiego na systemy bankowe.

Według zgłoszenia banku, atak mógł być spowodowany przez wykorzystanie zaawansowanego oprogramowania malware, które umożliwiło cyberprzestępcom nieautoryzo-

wany dostęp do wrażliwych danych. W ramach wycieku skradziono dane takie jak imiona i nazwiska klientów, numery kont bankowych, numery identyfikacyjne, jak również dane karty kredytowej, w tym numery kart, daty ważności i kody CVV.

Bank niezwłocznie podjął działania w celu zabezpieczenia swoich systemów, współpracuje z odpowiednimi organami ścigania oraz zewnętrznymi ekspertami ds. cyberbezpieczeństwa, aby zidentyfikować sprawców i ograniczyć skutki wycieku danych. Bank zaoferował również bezpłatne monitoringi kredytowe i środki ostrożności dla swoich klientów, aby zapobiec potencjalnemu wykorzystaniu skradzionych danych.

W ostatnich dniach maja br. pojawiła się szokująca wiadomość. W Polsce doszło do wycieku milionów haseł i loginów do sieci. Dane dotyczą kont użytkowników dziewięciu serwisów, w tym Facebooka, Allegro, mBanku, ING Banku Śląskiego oraz rządowej platformy gov.pl. Baza z danymi w większości dotyczy kont osób z Polski.

Portal zaufanatrzeciastrona.pl jako pierwszy poinformował o gigantycznym wycieku danych. „Mamy prawdopodobnie do czynienia z jednym z największych jednorazowych wycieków w historii polskiego Internetu” – alarmował. W dniu 29 maja późnym wieczorem na Cebulce – polskim forum w sieci Tor – opublikowano bazę danych zawierającą 6 274 679 wierszy. Każdy z nich zawiera dane dostępowe do konta, najczęściej należącego do osoby z Polski.

Ministerstwo Cyfryzacji zareagowało natychmiast. Uruchomiono narzędzie internetowe dzięki któremu każdy może sprawdzić, czy jego dane zostały wykradzione i udostępnione. Zachęcam do skorzystania z domeny <https://bezpiecznedane.gov.pl>. ●



KARTA, PIN CZY APLIKACJA

– CZYLI CZYM SĄ INSTRUMENTY PŁATNICZE?



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



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

Postępujący rozwój technologiczny, nieustanne innowacje oraz wzrost świadomości społeczeństwa, to tylko niektóre z czynników wpływających istotnie na stałe poszerzanie się kręgu metod wykonywania transakcji płatniczych. Postęp ten w odniesieniu do usług płatniczych na przestrzeni ostatnich lat jest wręcz

nad wyraz zauważalny. Co za tym idzie, zyskaliśmy znacznie szerszy wybór form zapłaty za ulubiony towar lub niezbędną usługę. Powszechnym stało się, że zamiast fizycznej karty płatniczej do terminala przykładamy telefon czy zegarek, wykorzystując możliwość zapłaty „zblizeniowo”. Nie dziwi również sytuacja, w której drugiej stronie transakcji przekazuje się kilkucyfrowy kod, gdyż w danym momencie nie dysponujemy kartą lub gotówką. Co ważne, transakcje tego rodzaju już dominują na rynku płatności, a ich liczba będzie prawdopodobnie nieustannie rosnąć, na co wskazuje chociażby badanie Instytutu Badań Rynkowych i Społecznych (IBRIS), zgodnie z którym zdecydowana większość Polaków (ponad 70%), regularnie korzysta z płatności bezgotówkowych. Co więcej, 41% z tej grupy robi to zawsze, kiedy

tylko ma taką możliwość. Z kolei ponad 19% rozlicza się bezgotówkowo kilka razy w tygodniu, a ponad 10% raz w tygodniu. Szczególną uwagę przykuwa grupa respondentów w wieku 18-39 lat, albowiem ponad 80% z nich systematycznie wykonuje transakcje płatnicze przy użyciu karty, telefonu czy zegarka¹. Aby nadążyć za zmieniającą się praktyką na rynku usług płatniczych wypada zatem zrozumieć czym są instrumenty płatnicze oraz czy gwarantują one należyte bezpieczeństwo?

Postępujący rozwój technologiczny, nieustanne innowacje oraz wzrost świadomości społeczeństwa, to tylko niektóre z czynników wpływających istotnie na stałe poszerzanie się kręgu metod wykonywania transakcji płatniczych. Postęp ten w odniesieniu do usług płatniczych na przestrzeni ostatnich lat jest wręcz nad wyraz zauważalny. Co za tym idzie, zyskaliśmy znacznie szerszy wybór form zapłaty za ulubiony towar lub niezbędną usługę.

Definicja legalna instrumentu płatniczego

na gruncie przepisów krajowych wyrażona została w art. 2 pkt 10 ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych. Stanowi ona, że instrument płatniczy to zindywidualizowane urządzenie lub uzgodniony przez użytkownika i dostawcę zbiór procedur, wykorzystywany przez użytkownika do złożenia zle-

cenia płatniczego. Z kolei wedle art. 4 pkt 14 Dyrektywy 2015/2366 z dnia 25 listopada 2015 r. w sprawie usług płatniczych w ramach rynku wewnętrznego, instrument płatniczy oznacza zindywidualizowane urządzenie lub urządzenia lub każdy zindywidualizowany i uzgodniony przez użytkownika usług płatniczych i dostawcę usług płatniczych zbiór procedur wykorzystywany w celu zainicjowania zlecenia płatniczego. Pomimo zauważalnej zbieżności pomiędzy powyższymi definicjami, dla osoby niezagłębionej w tematyce usług płatniczych, tłumaczenia te mogą wydać się całkowicie niezrozumiałe, nieintuicyjne i przez to skomplikowane. Po ich lekturze laicy nadal mogą mieć wątpliwości czym w zasadzie jest instrument płatniczy.

Z pomocą przychodzą chociażby organy

unijne², które wyjaśniają, że przez zindywidualizowane urządzenie należy rozumieć urządzenia fizyczne, tj. karty lub telefony komórkowe. Zbiorem procedur natomiast będą np. kody PIN, kody TAN, digipass (procedura uwierzytelnienia polegająca na użyciu jednorazowego hasła wygenerowanego przez urządzenie, np. token, lub program znajdujący się w posiadaniu użytkownika) oraz login bądź hasło. Oczywiście, katalog ten nie jest zamknięty – niemożliwe jest bowiem wskazanie w sposób

1. <https://fintek.pl/platnosci-bezgotowkowe-coraz-popularniejsze/> (dostęp na dzień 24.05.2023 r.).

2. Tak W. Iwański [w:] *Ustawa o usługach płatniczych, komentarz*, red. serii K. Osajda, red. tomu J. Dybiński, 2022, Warszawa, art. 2, który powołuje się na odpowiedź służb KE z 6.10.2008 r. (F.A.Q., pyt. Nr 34).



zupelny wszystkich wykorzystywanych urzadzzen oraz zbiorow procedur, tym bardziej majac na uwadze stale rosnaca liczbe nowych rozwiazań na rynku uslug platniczych. W pewnych sytuacjach możemy mieć wobec tego wątpliwość, co w danym momencie będzie funkcjonować jako instrument platniczy. Zgodnie z art. 4 Dyrektywy 2015/2366, instrumentem platniczym może być funkcja karty bankowej umożliwiajaca komunikacje bliskiego zasięgu (*Near Field Communication*)³, kryjaca się pod popularnym określeniem „NFC”. Oznacza to, że dokonujac transakcji przy użyciu karty platniczej z wykorzystaniem wspomnianej funkcji, to właśnie ta funkcja, a nie karta, pełnić będzie rolę instrumentu platniczego. Przejawem wykorzystywania technologii NFC jest również możliwość dokonywania płatności za pomocą telefonu komórkowego (wykorzystując aplikację wirtualnego portfela) czy zegarka. Urządzenia te muszą posiadać jednak odpowiednie oprogramowanie tudzież procesory umożliwiające korzystanie z komunikacji bliskiego zasięgu. Wiele banków oraz innych instytucji finansowych udostępnia swoim klientom inny popularny instrument platniczy – usługę BLIK, która wykorzystuje ciąg cyfrowy stanowiący kod zabezpieczający i uwierzytelniający daną transakcję.

W doktrynie nauk prawnych wskazuje się, iż cechami konstytuującymi instrumenty platnicze są: możliwość inicjowania transakcji platniczych, uwierzytelnienia transakcji oraz indywidualizacja gwarantujaca przypisanie wykonanego zlecenia platniczego konkretnemu użytkownikowi. Ostatnia z cech jest jednak wyłącznie fakultatywna, gdyż sam prawodawca unijny w ramach Dyrektywy 2015/2366 dopuszcza wydawanie instrumentów platniczych uniemożliwiających ustalenie tożsamości płatnika⁴.

Mając na uwadze powyższe oraz lekko upraszczając

omawianą tematykę, można jednoznacznie stwierdzić, że instrumentami platniczymi w rozumieniu przytoczonych w niniejszym tekście aktów prawnych nie będą gotówka czy monety. Nie będzie także zaskoczeniem jeżeli stwierdzimy, że najpopularniejszym – i nadal najczęściej wykorzystywanym – instrumentem platniczym jest karta platnicza. Można nawet uznać, że z uwagi na jej powszechność, płatności kartą platniczą uznawane są obecnie za tradycyjne, bez cienia innowacji. Uznany status karty platniczej w obiegu oraz w ogólnym rozumowaniu w zakresie rynku finansowego potwierdza chociażby fakt, że definicja legalna karty platniczej została wyrażona w art. 2 pkt 15a ustawy o usługach platniczych oraz w art. 4 pkt 4 ustawy z dnia z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Prawo bankowe (odsyłając bezpośrednio do definicji z ustawy o usługach platniczych). Ponadto istotnym walorem tego instrumentu platniczego jest fakt, że w znaczącej mierze, karty platnicze wydawane są

przez banki będące instytucjami zaufania publicznego. To właśnie te podmioty gwarantują najwyższy poziom bezpieczeństwa, a z drugiej strony, za pośrednictwem karty platniczej czy aplikacji mobilnej (również będącej instrumentem platniczym), zapewniają łatwą dostępność do zgromadzonych na rachunkach bankowych środków pieniężnych.

Cechujący banki (ale i pozostałe instytucje finansowe) profesjonalizm

oraz stosowane przez nie środki ochronne mają zwiększać zaufanie użytkowników, które w przypadku korzystania z instrumentów platniczych wydaje się kluczowe. Każdorazowy fraud czy niedbałość wystawcy instrumentu platniczego mogąca

wywołać szkodę klienta, prowadzić będzie do utraty zaufania do oferowanego przez wystawcę instrumentu, a tym samym może źle wpłynąć na zaufanie klienta do całego systemu. Z tego względu, celem zapobieżenia niepożądanym incydentom, instytucje platnicze, które wystawiają oraz oferują klientom określone instrumenty platnicze, podlegają kontroli Komisji Nadzoru Finansowego oraz Narodowego Banku Polskiego. Czy kontrola ta jest jednak wystarczająca? Oczywiście, istnieją przykłady wykonania nieautoryzowanych transakcji, które jednak w znacznej mierze wynikają z niedbalstwa czy nieświadomości klientów dających się złapać na sztuczki coraz wymyślniej działających oszustów. Niemniej jednak, instrumenty platnicze wyróżniają również cechy oraz funkcje gwarantujące znacznie większe bez-

pieczeństwo aniżeli w przypadku gotówki. Ta bowiem pozostaje łatwa do zgubienia czy zniszczenia. Ponadto, przechowywanie większej ilości gotówki w przysłowiowej „skarpecie” może narażać nasz dom na niezapowiedzianą wizytę złodziei. W przeciwieństwie do gotówki, instrumenty platnicze dużo łatwiej zabezpieczyć, chociażby za pomocą kodu PIN, słownego hasła (w przypadku aplikacji bankowych) czy ustalenia kwoty transakcji, ponad którą dany instrument zażąda dodatkowej autoryzacji. Zgromadzona kwota na rachunkach bankowych klienta korzystającego z instrumentów platniczych nie jest tak łatwo dostrzegalna dla niepożądanych osób trzecich jak w przypadku plików gotówki czy brzęczących w kieszeni monet. Na dodatek należy pamiętać, iż dostawcy usług platniczych zobowiązani są zwrócić konsumentowi kwotę nieautoryzowanej przez niego transakcji, w razie niemożności wykazania przez dostawcę rażącego niedbalstwa ze strony klienta. Wszystko to sprawia, iż dokonywanie transakcji przy użyciu instrumentów platniczych wydaje się równie bezpieczne, a często nawet bezpieczniejsze niż transakcje gotówkowe. Tym samym, znając ich użyteczność oraz łatwość w obsłudze, nie dziwi coraz szersze grono posługujących się nimi Polaków. ●

3. Wyrok TSUE z dnia 11 listopada 2020 r. w sprawie o sygn. C-287/19 DenizBank AG/Verein für Konsumenteninformation.

4. M. Grabowski, Pojęcie instrumentów platniczych. Glosa do wyroku TS z dnia 9 kwietnia 2014 r., C-616/11, EPS 2015, nr 8, s. 43-47.





Letnia Akademia Kierowników Sprzedaży

Co decyduje o sukcesie biznesu?

O aktywności pracowników w Oddziałach, filiach?

To nie tylko technologie, ale i menadżerowie odpowiedzialni
za organizację pracy.

**ZAPRASZAMY NA CYKL SZKOLEŃ ON-LINE W RAMACH LETNIEJ
AKADEMII:**

**16 sierpnia
2023**

**Kontraktowanie i rozliczanie aktywności
doradcy**

**23 sierpnia
2023**

Trening udzielania informacji zwrotnej

**30 sierpnia
2023**

Zarządzanie zmianą w zespole

To cykl dedykowany menadżerom, którzy chcą być efektywni
i zastanawiają się jak osiągnąć sukces w nowych realiach
biznesowych, a nie tylko przetrwać.

Zgłoszenia: sesje@bodie.pl Program na www.bodie.pl

NIE CZEKAJ! ZAPISZ SIĘ JUŻ DZIŚ!

