

BANK SPÓŁDZIELCZY

ŚWIAT BANKOWOŚCI SPÓŁDZIELCZEJ
NR 3/609 LIPIEC-WRZESIEŃ 2023
ISSN 2719-4515

Otwieramy się
na przyszłość
z klientem

rozmowa z
**Magdaleną
Starkiewicz**
s. 5

**Temat
numeru:**

AI

s. 17



NOWY MODEL

Sprzedaży w SGB s. 9

AI W SŁUŻBIE CZŁOWIEKA

To już się dzieje. Boty, algorytmy próbują naśladować ludzkie myślenie. Przejmują za nas wiele funkcji. Sprawdzamy pogodę w smartfonie nie wyglądając za okno. Numery najbliższych mamy w pamięci telefonu, a nie w głowie. Jadąc samochodem posiłkujemy się mapami Google'a, nie patrząc na znaki kierunkowe. W szwedzkim Linkoping na kampusie akademickim, studentów, naukowców i gości wożą minibusy bez kierowcy. Jego rolę odgrywa algorytm, który dba o bezpieczeństwo lepiej niż żywy człowiek.

Coraz częściej korzystamy w rozwiązań technologii. Wielką furorę robi AI (Artificial Intelligence), czyli Sztuczna Inteligencja. Nie bez powodu więc w dyskusjach o naszej przyszłości jednym z tematów wiodących jest właśnie AI. Pierwsze boty wykorzystujące Sztuczną Inteligencję pojawiły się już w latach 60-tych. Ostatnio w roli gwiazdy występuje Chat GPT.

Z Chatem GPT okazjonalnie współpracuję. Czasem mnie wspiera, czasem zastępuje przeglądarkę i podrzuca gotowe frazy, ale ja i tak wybieram to, co sam napisałem niż jego propozycje. Dlaczego?

Odpowiedzi dostarcza Jacek Prześluga, autor jednego z naszych artykułów poświęconych Sztucznej Inteligencji. AI zmieniła mu miejsce urodzenia, profesję i uczelnię, którą ukończył. Autor otrzymał przeprosiny i porcję nowych informacji. Czy były prawdziwe? Polecam jego tekst zatytułowany: „Sztuczna halucynacja”.

Z kolei redaktor Rafał Łopka wraz z Maciejem Karwowskim opisują w artykule swoje spotkania z Chat GPT. Przez kilka tygodni wraz z kolegami „karmili” go wiedzą o Spółdzielczej Grupie Bankowej. Co z tego wynikło? Przeczytajcie Państwo sami. Gorąco zachęcam!

Wszystkie teksty w tym numerze „Banku Spółdzielczego” napisali ludzie, grafiki zaś są autorstwa... a, tego dowiedzą się Państwo czytając mój wstępniak do końca.

„Chat GPT – jak stosować, by osiągać jak najlepsze rezultaty?” – to tutorial poświęcony korzystaniu z Chat GPT. Jak prawidłowo go używać i nie zrobić sobie krzywdy? Polecam materiał eksperta w tej dziedzinie, Krzysztofa Swobody.

Ujęcie antropologiczne dotyczące AI prezentuje profesor Waldemar Kuligowski z Uniwersytetu im A. Mickiewicza. Czy AI pomaga nam w walce z cyberprzestępcami? Swoją wiedzę w tej kwestii dzieli się Daniel Krzywiec w tekście „Sztuczna inteligencja. Broń przeciw cyberprzestępcom.”

A czy Sztuczna Inteligencja pomaga w bankowości? Oczywiście, przecież opiera się na danych, które możemy agregować, analizować, wyciągać wnioski i dostarczać klientom coraz lepsze produkty.



Jeśli o produktach i usługach mowa, drugim przewodnim tematem naszego kwartalnika jest Nowy Model Sprzedaży, który z sukcesem od dłuższego czasu jest wdrażany w Bankach Spółdzielczych SGB. Polecam też rozmowę z Magdaleną Starkiewicz, prezes Zarządu Spółdzielczego Banku Ludowego im. Ks. P. Wawrzyniaka w Śremie. Pani prezes dzieli się swoimi przemyśleniami nie tylko na temat Nowego Modelu Sprzedaży i roli menadżerów zrzeszeniowych (o nich za chwilę), ale mówi o charyzmie liderów, talentach przywódczych, roli kompetencji miękkich, umiejętności zarządzania i radzenia sobie ze stresem. Jedno z najbardziej wyróżniających się zdań brzmi: *Współczesne podejście do kadry zarządzającej oparte jest o zasadę różnorodności płciowej i to jest dobry znak naszych czasów.*

W SGB od dłuższego czasu wprowadzamy Nowy Model Sprzedaży. Dodajmy: wdrażają go nasi pracownicy, a nie Sztuczna Inteligencja. O małych i dużych sukcesach w pracy z NMS mówią prezesi banków, które już z powodzeniem oferują klientom produkty i usługi, których ci potrzebują.

Interesujący materiał o NMS napisał Jakub Domagalski. Autor podkreśla zalety NMS, który z sukcesami wprowadzamy w SGB. Bankowość spółdzielcza opiera się na współpracy i relacjach. Dzięki dobrym relacjom, wsłuchiwaniu się w oczekiwania i potrzeby nie tylko klientów pracują menadżerowie zrzeszeniowi. Co robi jeden z takich „sześciorga wspaniałych”? *Przekazuje i koordynuje wszystkie sprawy związane z funkcjonującymi produktami i systemami, a także promuje nowe usługi i zrzeszeniowe rozwiązania, z których może skorzystać bank spółdzielczy. Ponadto, w ramach Nowego Modelu Sprzedaży wspiera w dzieleniu się dobrymi praktykami w zakresie pozyskiwania i obsługi klientów* – pisze w swoim tekście Anna Hadyńska.

Bez wsparcia marketingowego nie ma sprzedaży. Już za kilka dni rozpoczynamy kampanię reklamową: Wielka Loteria Lokat SGB. Co można wygrać? Warto przeczytać tekst Hanny Kniołek "A Ty co zrobisz, jak wygrasz?"

Polecam też kolejny odcinek „Się rozumie”, pióra Katarzyny Miler, porady prawne oraz relację z Powidz Jam Festival i Forum Komunikacji i Marketingu. Jesień zapowiada się kolorowo i gorąco. Na długie jesienne wieczory warto więc sięgnąć po lekturę naszego e-magazynu „Bank Spółdzielczy”, stworzonego (ciągle jeszcze) przez ludzi i dla ludzi. Ale uwaga – grafiki do artykułów poświęconych Sztucznej Inteligencji wymyśliła ona sama. Choć przyznaję, że nie wyszłyby tak interesująco, gdyby nie... graficy z Dubiel Studio.

Jak już wspomniałem, czynnik ludzki nadal jest najważniejszy.

Roman Szewczyk
Redaktor Naczelny

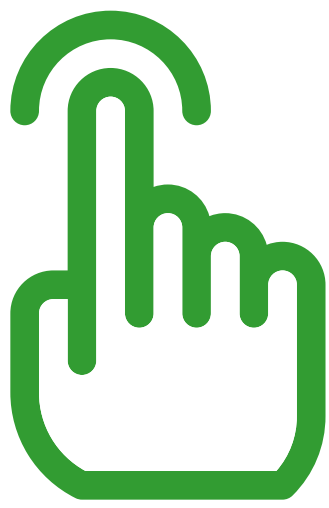
BANK SPÓŁDZIELCZY

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. 5

ROZMOWA NUMERU

OTWIERAMY SIĘ NA PRZYSZŁOŚĆ Z KLIENTEM

ROZMOWA Z MAGDALENĄ STARKIEWICZ,
PREZESEM ZARZĄDU SPÓŁDZIELCZEGO
BANKU LUDOWEGO IM. KS. P.
WAWRZYNIAKA W ŚREMIE

s. 5

NOWY MODEL SPRZEDAŻY – MENADŻER ZRZESZENIOWY

WSZYSCY PRACUJEMY W SPRZEDAŻY

s. 9

JESTEŚMY DLA BANKÓW SPÓŁDZIELCZYCH. MENADŻEROWIE ZRZESZENIOWI

s. 11

SZEŚCIORO WSPANIAŁYCH Z SGB

s. 12

NMS BARDZO POMOCNYM NARZĘDZIEM BANKOWCA

s. 14

ZMIANY SZANSĄ NA ROZWÓJ

s. 16

TEMAT NUMERU

CHAT GPT – JAK OSIĄGNAĆ NAJLEPSZE REZULTATY

s. 17

AI: OD EKSCYTACJI DO NIEPEWNOŚCI

s. 22

OD SZTUCZNEJ INTELIGENCJI NIE MA ODWROTU – MOŻNA UCZYNIĆ JĄ NASZYM SOJUSZNIKIEM.

s. 24

ROZMOWA Z MACIEJEM KAWECKIM,
DOKTOREM NAUK PRAWNYCH,
NAUCZYCIELEM AKADEMICKIM,
DZIENNIKARZEM TECHNOLOGICZNYM
ORAZ POPULARYZATOREM NAUKI

CZEŚĆ, NAPISZ MI COŚ O SGB, PROSZĘ

s. 26

SZTUCZNA HALUCYNACJA

s. 29

SZTUCZNA INTELIGENCJA JAKO BROŃ PRZECIW CYBERPRZESTĘPCOM

s. 31





KLIKNIJ ŻEBY
PRZEJŚĆ DO
ARTYKUŁU

**CO JUŻ POTRAFI SZTUCZNA
INTELIGENCJA? ZA JEJ PRZYCZYNĄ
WKRAČAMY W NOWE ŚWIATY** **S. 33**

**SZTUCZNA INTELIGENCJA
W NATARCIU** **S. 37**

**CZY ANDROIDY ŚNIĄ
O ELEKTRONICZNYCH BANKACH?** **S. 39**

**NOWE ZAGROŻENIA - SZTUCZNA
INTELIGENCJA W RĘKACH
PRZESTĘPCÓW** **S. 41**

SPECJALNIE DLA WAS

**A CO TY ZROBISZ, JAK WYGRASZ? -
KAMPANIA WIELKIEJ LOTERII LOKAT
SGB** **S. 43**

Z OSTATNIEJ CHWILI

**FORUM MARKETINGU W KLIMACIE
LOTERII** **S. 45**

SGB NA AGRO SHOW **S. 48**

**FORUM LIDERÓW BANKOWOŚCI
SPÓŁDZIELCZEJ 2023. ZMIENIA SIĘ
ROLA BANKÓW ZRZESZAJĄCYCH** **S. 50**

SPECJALNIE DLA WAS

STRACH MA WIELKIE OCZY **S. 52**

**CZY WARTO MIEĆ POLISĘ
ZDROWOTNĄ?** **S. 54**

**JESTEM UBEZPIECZONY, W TEN
SPOSÓB DBAM O SIEBIE I BLISKICH.
O UBEZPIECZENIACH Z ŁAWY
ADWOKATA DIABŁA** **S. 55**

**WIEDZOWNIK. CO TO TAKIEGO
I Z CZYM SIĘ JE?** **S. 58**

**OSOBY ZE SZCZEGÓLNYMI
POTRZEBAMI** **S. 60**

SPONSORING

POWIDZ JAM FESTIWAL 2023 **S. 62**

PRAWO

**NADCHODZĄCE ZMIANY
W OUTSOURCINGU BANKOWYM** **S. 63**

**NOWE OBOWIĄZKI PRACODAWCY
WYNIKAJĄCE Z WDROŻENIA
DYREKTYWY W SPRAWIE PRZEJRZY-
STYCH I PRZEWIDYWALNYCH WA-
RUNKÓW PRACY** **S. 65**



FOT: ROMAN SZEWCZYK

OTWIERAMY SIĘ

na przyszłość z klientem

Rozmowa z **Magdaleną Starkiewicz**, prezesem Zarządu Spółdzielczego Banku Ludowego im. Ks. P. Wawrzyniaka w Śremie

Kobiecie trudniej, czy łatwiej jest być menadżerem? Płeć ma znaczenie w zarządzaniu ludźmi?

W mojej ocenie nie ma żadnego znaczenia... Może w niektórych branżach kobietom brakuje charyzmy albo siły przebicia? Płeć sama w sobie nie gra roli w zarządzaniu, jest wiele kobiet w roli doskonałych menadżerek i bardzo wielu mężczyzn w roli menadżerów, powiedziałabym nie do końca z najwyższej półki. Liczą się

cechy osobowe. Charyzma, talenty przywódcze, kompetencje, umiejętność zarządzania zespołami i radzenia sobie ze stresem. Współczesne podejście do kadry zarządzającej oparte jest o zasadę różnorodności płciowej i to jest dobry znak naszych czasów. W zarządzie naszego banku są dwie kobiety i mężczyzna. Uważam, że jest to bardzo harmonijny układ. W efekcie zarząd działa w sposób zrównoważony, podejmując decyzje na podstawie różnorodnych przesłanek. Tak to, moim zdaniem, powinno wyglądać. ►



Dostrzega pani konkurencję między kobietami i mężczyznami na stanowiskach menadżerskich?

Nie odczułam jej. A jeśli nawet istnieje, to przecież nie musi mieć negatywnych konotacji. Istotne jest, aby była to rywalizacja uczciwa i oparta na zasadach kompetencji i osiągnięć, a nie na płci. Konkurencja może stymulować rozwój zawodowy i zachęcać do ciągłego doskonalenia umiejętności.

Jak połączyć obowiązki menadżera bankowego z obowiązkami domowymi, rodzicielskimi?

Połączenie obowiązków zawodowych z obowiązkami rodzinnymi jest dla mnie wyzwaniem, ale przede wszystkim szansą na rozwijanie umiejętności organizacyjnych i zarządzania czasem. Ważne, aby znaleźć równowagę między tymi sferami życia i dostosowywać swoje podejście do zmieniających się priorytetów i potrzeb.

Jednym z założycieli Spółdzielczego Banku Ludowego był prekursor bankowości spółdzielczej, ksiądz Piotr Wawrzyniak. Czy historyczne korzenie pomagają w prowadzeniu biznesu?

Historia pozwala zrozumieć współczesny świat bez gubienia się w gąszczu nieistotnych szczegółów. Ksiądz Wawrzyniak bez wątpienia przyczynił się do rozwoju bankowości spółdzielczej. Talent organizacyjny i ekonomiczny księdza Piotra doprowadzi-

W zarządzie naszego banku
są dwie kobiety i mężczyzna.
Uważam, że jest to bardzo
harmonijny układ. W efekcie
zarząd działa w sposób
zrównoważony, podejmując
decyzje na podstawie
różnorodnych przesłanek.
Tak to, moim zdaniem, powinno
wyglądać.

ły nasz bank na wyżyny rozwoju. W latach siedemdziesiątych należeliśmy do grupy najlepszych banków spółdzielczych woj. poznańskiego. Szanujemy historię, utożsamiamy się z nią, to nasze DNA. Historyczne korzenie są podwaliną działalności, ale nie mają wprost przełożenia na dzisiejszy biznes. Żyjemy w innych czasach, mamy dostęp do technologii, które jeszcze dwie-trzy dekady temu były niewyobrażalne. Zmienił się rynek, klient, zmieniło się konkurencyjne otoczenie, prawo, możliwości działania.

Co nas łączy z prekursorem? Przede wszystkim cel – dobro klienta. Chcemy sprostać jego potrzebom. Jesteśmy, tak jak ksiądz Wawrzyniak, nastawieni na rozwój banku, umocnienie pozycji w sektorze bankowym, wzmacnianie pozytywnego wizerunku, zwiększenie efektywności i rentowności. Ogromne znaczenie ma dla nas również stały rozwój kompetencji pracowników.

Nie tylko w Śremie, ale we wszystkich placówkach wprowadziliście Nowy Model Sprzedaży. Skąd ten pomysł?

Pomysł wprowadzenia NMS był dwuwymiarowy. Po pierwsze – transparentny system premiowania: dotychczas w banku funkcjonowała w tym obszarze uznaniowość, a wprowadzone do-

datkowe mechanizmy uznaliśmy za mało skuteczne. Po drugie – potrzeba rozwoju banku, dostosowanie do zmieniających się warunków rynkowych i oczekiwań klientów. Zgodnie z naszą misją i wizją chcemy być bankiem przyjaznym, bezpiecznym i otwartym na potrzeby i wysublimowane gusta klientów.

Sukces zależy od dobrych produktów czy dobrych mechanizmów sprzedaży?

Sukces w sektorze bankowym zależy od połączenia wielu czynników, w tym zarówno od oferowanych produktów bankowych, jak i umiejętności sprzedaży. Oba te elementy są kluczowe dla osiągnięcia sukcesu, a ich rola może różnić się w zależności od wielu czynników, takich jak rynek, konkurencja, a także strategia i modele biznesowe banku.

Wymieniłabym kilka aspektów, które warto w tym kontekście rozważyć...

Dobre produkty bankowe. Oferowanie konkurencyjnych, innowacyjnych i dostosowanych do potrzeb klientów produktów bankowych jest kluczowe. Produkty te powinny być atrakcyjne pod względem oprocentowania, warunków i dodatkowych korzyści. Dobre produkty mogą przyciągać klientów i budować długoterminowe relacje.

Skuteczna sprzedaż. Samo posiadanie dobrych produktów nie gwarantuje sukcesu. Ważne jest także, jak te produkty są sprzedawane i jak bank buduje relacje z klientami. Umiejętności sprzedażowe pracowników banku oraz strategia marketingowa mają kluczowe znaczenie.

Zrozumienie potrzeb klientów. W naszym biznesie istotne jest zrozumienie potrzeb i oczekiwań klientów. To klucz do sukcesu.

Dostosowanie do rynku. Rynek bankowy jest konkurencyjny i zmieniający się. Bank musi być elastyczny i gotowy do dostosowania się do zmieniających się warunków rynkowych i konkurencyjnych. Dobre produkty i sprzedaż muszą być w zgodzie z dynamicznym otoczeniem rynkowym.

Zarządzanie ryzykiem. Skuteczne zarządzanie ryzykiem, w tym ryzykiem kredytowym i operacyjnym, jest niezbędne do utrzymania stabilności i zaufania klientów.

Technologia i innowacje. Wykorzystywanie nowoczesnych technologii i innowacji w dostarczaniu produktów i usług bankowych może przyczynić się do sukcesu. Dostęp do usług online i mobilnych jest coraz bardziej istotny.

Dobra obsługa klienta. Klienci oczekują szybkiego i efektywnego wsparcia, a pozytywne doświadczenia klientów mogą przyciągnąć nowych klientów i budować lojalność. Dlatego też moim zdaniem warto w tym zakresie korzystać z usług zrzeszeniowych, dostarczanych przez Bank Zrzeszający. I współpracować z menadżerami zrzeszeniowymi. Dodam, że na menadżera zrzeszeniowego zawsze możemy liczyć. My na przykład współpracujemy z panią Lidią Roszkiewicz, które cały czas jest do naszej dyspozycji. Ona doskonale zna i rozumie nasze potrzeby i wspiera nas we wszystkich sprawach związanych z usługami oferowanymi przez SGB-Bank.

Podsumowując, sukces w sektorze bankowym zależy od harmonijnego połączenia dobrych produktów bankowych i umiejętności sprzedaży. Oba te elementy są niezbędne, ale ich waga może różnić się w zależności od kontekstu i strategii banku. Kluczem jest znalezienie równowagi między tymi dwoma aspektami oraz dostosowanie się do zmieniających się warunków rynkowych i oczekiwań klientów.

Nowy Model Sprzedaży. Czy to nie jest „wciśkanie” klientom usług, których oni nie potrzebują? W sektorze finansowym mieliśmy już przykłady oferowania produktów, które niektórym klientom nie były potrzebne.





Połączenie obowiązków zawodowych z obowiązkami rodzinnymi jest dla mnie wyzwaniem, ale przede wszystkim szansą na rozwijanie umiejętności organizacyjnych i zarządzania czasem.

Nowy Model Sprzedaży jest efektem nadążania za zmieniającym się otoczeniem biznesowym. Celem NMS nie jest „wciśnięcie” klientom usług, zależy nam na pozyskaniu nowych klientów, a także na zaopiekowaniu się i zaoferowaniu klientom wielu interesujących produktów, co zwiększa szanse banku na dzisiejszym rynku.

A konkurencyjność? Jakie ma dziś znaczenie na lokalnym rynku finansowym?

Przywykliśmy do pracy w warunkach silnej konkurencji i myślę, że dobrze sobie radzimy. Wokół nas działają bankowi potentaci, a mimo to nie ustępujemy im pola. Ale przestrzegabym przed takim hurraoptymistycznym zachowaniem – bank spółdzielczy wszyscy niby doskonale znają, ale my musimy nieustannie mocno pracować, żeby klienci znali naszą ofertę i widzieli nasz profesjonalizm – w obszarze dbałości o finanse klientów. To jest podpora naszego biznesu: być blisko klienta, otwierać się na przyszłość z nim w każdym wymiarze. Na dobre i na złe.

Pytam o to wszystkich prezesów – bank, a młode pokolenie... Jesteście aktywni w mediach społecznościowych. Co daje wam ta obecność? Czy otwiera was na młode pokolenie? Macie dla niego specjalną ofertę?

W mojej ocenie bank dobrze wsłuchuje się w potrzeby młodego pokolenia. Jesteśmy aktywni wszędzie tam, gdzie młodzi ludzie są obecni: lokalnie, w mediach społecznościowych, w szkołach. Spotykamy się z młodzieżą, edukujemy i prezentujemy nowoczesne oblicze bankowości spółdzielczej. Zrozumienie potrzeb i preferencji młodego pokolenia oraz dostosowanie oferty banku do jego oczekiwań jest kluczowym celem strategicznym naszego banku, określonym w strategii działania. Mamy świadomość, iż przyszłość banku należy do młodego pokolenia, mamy dedykowaną ofertę dla młodych ludzi powyżej 13 roku życia. Nawiązaliśmy partnerskie stosunki ze szkołami, mam tu na myśli Technikum Ekonomiczne i branżowe szkoły ponadpodstawowe. Bank realizuje projekt edukacyjny Bankowcy dla Edukacji Finansowej Dzieci i Młodzieży BAKCYL, projekt podnoszący poziom wiedzy z zakresu ekonomii, cyberbezpieczeństwa oraz budo-

wania właściwych postaw w zakresie przedsiębiorczości. Młode pokolenie nie różni się od innych pokoleń. Poszukuje banku do współpracy, który ma silne fundamenty moralne, zgodne z ich własnymi wartościami. Przyszłość należy do młodego pokolenia, które oczekuje nowoczesnych, intuicyjnych i łatwych w obsłudze rozwiązań.

Bank mocno angażuje się w wydarzenia sportowo-kulturalne, jak na przykład zawody konne. Czy prowadzicie konkretną politykę sponsoringową?

Zgodnie ze strategią banku i Zrzeszenia, otwieramy się na przyszłość. Bank bardzo chętnie angażuje się w wydarzenia sportowo-kulturalne. Łączymy lokalność ze wzajemnością. Niektóre z wydarzeń w roku bieżącym miały charakter bardziej prestiżowy, do takich bez wątpienia należały międzynarodowe zawody konne czy też otwarcie zmodernizowanego deptaku w bliskim sąsiedztwie centrali banku, połączone ze spotkaniem z gwiazdami polskiej sceny filmowo-mu-

Młode pokolenie nie różni się od innych pokoleń. Poszukuje banku do współpracy, który ma silne fundamenty moralne, zgodne z ich własnymi wartościami.

zycznej. Kontynuujemy działania z lat poprzednich, wspieramy młodego śrebianina – Marcina Kociuckiego, który reprezentuje bank na zawodach motorowodnych na arenie Polski i innych krajów europejskich. Bank nie prowadzi jednak silnie sprecyzowanej polityki sponsoringowej, w strategii działania określiliśmy istotność udziału w wydarzeniach o charakterze lokalnym.

Które z lokalnych inicjatyw i działań społecznych realizowanych przez bank są dla pani szczególnie ważne? Co cieszy się największą popularnością?

Wszystkie inicjatywy i wydarzenia, w których bank bierze udział są dla nas ważne. Dzięki zaangażowaniu pracowników w tego typu przedsięwzięciach, obserwujemy zjawisko nowego postrzeganie banku, jako partnera biznesowego. Miłe słowa kierowane do pracowników i zarządu dodają skrzydeł do działania i dalszego rozwoju. ●

Śrem, 11 września 2023 r.

Rozmawiał: Roman Szewczyk





Banki Spółdzielcze

WIELKA Loteria LOKAT

5x100 000 zł

DO WYGRANIA

A Ty co zrobisz, jak wygrasz?

Organizatorem Loterii promocyjnej „Lokata SGB 2023” jest SGB-Bank S.A. z siedzibą w Poznaniu przy ul. Szarych Szeregów 23a, 60-462 Poznań. By do niej przystąpić, otwórz w Banku Spółdzielczym SGB objętym Loterią promocyjną lokatę 3-miesięczną określoną w Regulaminie Loterii Promocyjnej. Z udziału w Loterii promocyjnej wyłączone są lokaty otwarte w Oddziałach SGB-Banku S.A. Okres promocji, w którym możesz zawrzeć umowę lokaty, trwa od 2.10 do 29.12.2023 r. Szczegółowe informacje o Loterii promocyjnej, w tym warunki założenia lokaty, informacje o wysokości opłat i prowizji pobieranych od klienta w związku z korzystaniem z konta, warunki uczestnictwa, liczba, rodzaj i dostępność nagród oraz lista Banków Spółdzielczych SGB objętych Loterią promocyjną, znajdują się w Regulaminie Loterii Promocyjnej - dostępnym na stronie internetowej www.loterialokat.sgb.pl oraz w placówkach Banków Spółdzielczych SGB objętych Loterią promocyjną. Spółdzielczą Grupę Bankową tworzą SGB-Bank S.A. i zrzeszone Banki Spółdzielcze SGB. Lista zrzeszonych banków spółdzielczych oraz więcej informacji na ich temat dostępne są na stronie www.sgb.pl

WSZYSCY PRACUJEMY W SPRZEDAŻY



Jakub Domagalski
SGB-Bank SA

Nowowy Model Sprzedaży (NMS) to inicjatywa wynikająca ze strategii Spółdzielczej Grupy Bankowej „Otwieramy Przyszłość” doskonale wpisująca się w jej fundamenty: klientocentryczność i zrzeszeniowość. W ramach tej inicjatywy 11 banków spółdzielczych, SGB-Bank SA i partner VISA wspólnie wypracowali założenia dotyczące Nowego Modelu Sprzedaży, które następnie były weryfikowane w pięciu oddziałach banków spółdzielczych (Bank Spółdzielczy w Koninie, Bank Spółdzielczy w Koronowie, Ludowy Bank Spółdzielczy w Obornikach, Bank Spółdzielczy w Lipce, Bank Spółdzielczy w Lubrańcu). To dzięki informacji zwrotnej z tych banków, mogliśmy na bieżąco modyfikować wypracowane założenia. Bardzo dziękujemy za zaangażowanie w ten projekt ze strony banków.

Czym jest Nowy Model Sprzedaży?

Nowy Model Sprzedaży to rodzaj rekomendacji, z której może skorzystać bank spółdzielczy. To zbiór dobrych praktyk, których wdrożenie pozwoli na wprowadzenie celów sprzedażowych, systemu premiowego i innych elementów, które zostały wypracowane z bankami spółdzielczymi. Jest to również poradnik, w ramach którego wskazano konkretne rozwiązania, zwroty i pomysły nadające się już teraz do wykorzystania w codziennej pracy banku.

Główne elementy

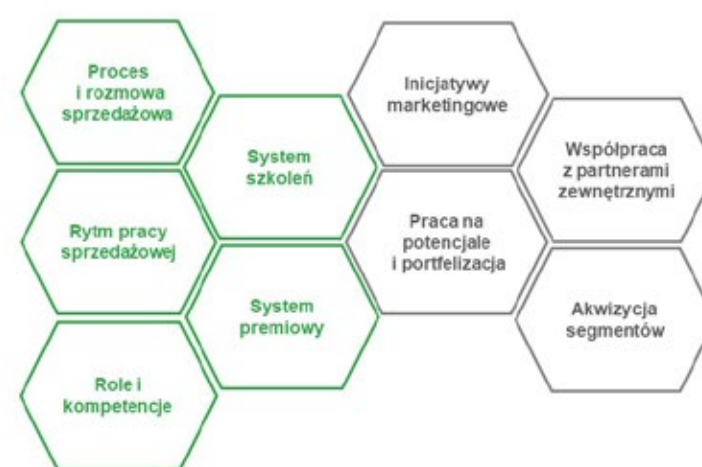
Banki spółdzielcze, SGB-Bank SA i VISA wypracowały 9 filarów wchodzących w skład Nowego Modelu Sprzedaży. W trakcie wdrażania NMS wprowadzanych jest 5 głównych elementów, które stanowią jego fundament. Pozostałe obszary zostały opisane w obszernym kompendium wiedzy i mogą być realizowane przez bank spółdzielczy w późniejszym terminie.

- **Proces i rozmowa sprzedażowa** – to opis głównych elementów realizowanych przez doradcę podczas obsługi klienta, od momentu i sposobu pozyskania klienta poprzez badanie jego potrzeb, aż do finalizacji.
- **System Szkoleń** – to zestaw głównych szkoleń, które rekomendujemy do realizacji w ramach Nowego Modelu Sprzedaży.
- **Rytm Pracy Sprzedażowej** – to propozycja konkretnych działań, które BS może wprowadzić w oddziale w celu intensyfikacji przepływu sprzedażowej informacji zwrotnej.
- **System Premiowy** – to konkretna propozycja gotowego systemu premiowego, który jest transparentny dla wszystkich stron (zarząd, dyrektor, doradca). W ramach tego systemu mogą być dokonywane modyfikacje, w zależności od potrzeb danego banku spółdzielczego.
- **Role i kompetencje** – to zbiór opisów niezbędnych umiejętności, które powinni posiadać pracownicy, w zależności od

danego stanowiska. Sprowadza się to do hasła: WSZYSCY PRACUJEMY W SPRZEDAŻY.

Powyższe założenia są jak rama, którą razem z bankiem spółdzielczym SGB dostosowujemy do specyfiki działania każdego z banków. Każdy z powyższych elementów musi zostać zaimplementowany, natomiast to BS decyduje o kierunkach jego wdrożenia.

Elementy składowe Nowego Modelu Sprzedaży



Proces wdrażania

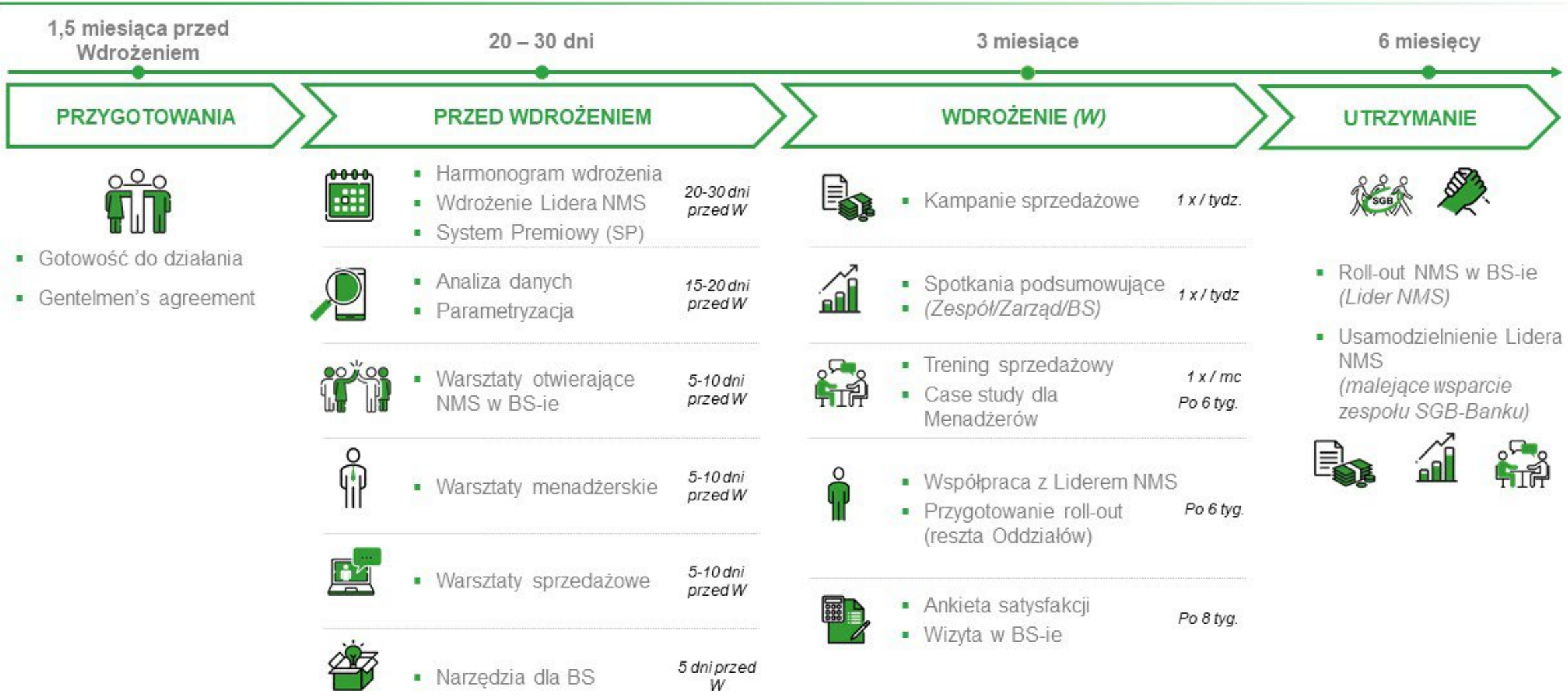
Wdrożenie NMS realizowane jest w cyklach kwartalnych. Projekt ten realizowany jest dla wszystkich BS niezależnie od posiadanego systemu core'owego. W pierwszej kolejności BS wybiera jeden z oddziałów tzw. oddział pilotażowy, w ramach którego weryfikuje na ile zaimplementowane elementy są dla niego właściwe. Dodatkowo wybiera również Lidera NMS, czyli osobę z ramienia BS, która będzie koordynowała wdrożenie. Cały proces wdrożenia wspiera menadżer zrzeszeniowy oraz osoby z SGB-Banku SA.

Fazy wdrożenia NMS

- **Przygotowanie** – to moment, w którym BS zapoznaje się szczegółowo z procesem wdrożenia i poznaje poszczególne elementy.
- **Przed wdrożeniem** – minimum miesiąc przed rozpoczęciem kwartału, to czas, w którym ustalamy z BS szczegóły dot. systemu premiowego, celów sprzedażowych. Realizowane są szkolenia menadżerskie i sprzedażowe, warsztaty otwierające. Tworzone są również narzędzia wspierające sprzedaż.
- **Wdrożenie trwa kwartał**. W tym czasie realizowane są cele sprzedażowe oddziału. Dodatkowo odbywają się cotygodniowe spotkania BS i SGB-Banku, w czasie których omawiane są etapy realizacji poszczególnych zadań. To okres dyskusji i wsparcia. Oprócz tego odbywają się cykliczne spotkania z innymi bankami spółdzielczymi, które wdrażają NMS w danym kwartale, gdzie BS-y wymieniają się doświadczeniami i wiedzą.



Proces wdrażania Nowego Modelu Sprzedaży
wdrożenia następują co kwartał



- Po wdrożeniu – okres trwający do 6. miesiący. Jeśli BS wyraził chęć na wdrożenia NMS w pozostałych oddziałach, to wspieramy go w tym procesie.

Sukces tego projektu zależy od ogromnego zaangażowania wszystkich ze stron. Zarówno zarządu, dyrektora, pracowników jak i wsparcia ze strony SGB-Banku.

Jakie korzyści niesie NMS?

Jesteśmy przekonani, że NMS to inicjatywa, której wdrożenie przyczyni się do zintensyfikowania działań sprzedażowych. Widzimy w niej wiele korzyści na każdym szczeblu organizacji. Zarząd – wzrost aktywności sprzedażowej pracowników, która bezpośrednio wpłynie na wyniki banku. Dodatkowo konkretny materiał i sposób wdrażania NMS dostępny od ręki. Dyrektor – dodatkowe narzędzie motywacji dla pracowników, możliwość rozwoju poprzez udział w szkoleniach menadżerskich oraz wymiany doświadczeń z innymi bankami spółdzielczymi. Nabycie konkretnych umiejętności związanych z zarządzaniem pracownikami. Otrzymanie narzędzi ułatwiających proces monitoringu sprzedaży.

Od grudnia 2022 roku objąłem zarządzanie oddziałem banku w Buku, pierwszego oddziału objętego NMS w Gospodarczym Banku Spółdzielczym w Mosinie. Od pierwszego dnia zaangażowanie doradców w rozmowy z klientami, rozmowy o produktach bankowych dotychczas zapomnianych, proponowanie klientom czegoś więcej niż tylko tego, z czym przyszli do placówki, stały się czymś codziennym. Jasno określone cele, konkretnie wycenione pozycje sprzedażowe, jasność przekazu co w danych kwartale dla banku jest istotne, daje nam wskazanie w jakich obszarach realizować cele. – mówi Przemysław Nowak, kierownik Oddziałów w Buku i Stęszewie Gospodarczego Banku Spółdzielczego w Mosinie. I dodaje – Uważam, że wycenienie punktowe danych produktów jest jak kierunkowskaz działania na dany kwartał. Każda kolejna pozycja sprzedana klientowi, oprócz tej, z którą przyszedł do banku, pokazuje doradcom jak ważna jest rozmowa z każdym z nich, rozmowa o ich potrzebach, bycie partnerem w życiu finansowym klienta. Dla mnie osobiście to strzał w dziesiątkę! Zarząd banku zmieniając punktację co kwartał, może kierować sprzedażą zgodnie z zapotrzebowaniem, a oddziały z góry wiedzą w jakim kierunku iść, aby finalnie bank, my, a przede wszystkim klient był z nas i naszego profesjonalizmu zadowolony.

Pracownicy – transparentne zasady dot. systemu premiowego oraz konkretne cele, możliwość rozwoju poprzez szkolenia

sprzedażowe, określony cykl spotkań z przełożonym, możliwość uzyskania PREMII indywidualnej i zespołowej.

Zadowolona z Nowego Modelu Sprzedaży jest także Monika Piechowska, doradca klienta z Banku Spółdzielczego w Jastrowiu. – *NMS dał mi większe możliwości finansowe, dodał mi motywacji do pracy. Pozyskiwanie klientów i czas na sprzedaż produktów nie jest już problemem, nie szukam wymówek, działam i chcę więcej. To także większe uznanie dla siebie i mojej pracy. Codziennie dokładam coraz więcej starań w realizację planów sprzedażowych, a czynności back office nie są już głównymi czynnościami w mojej pracy. Wysłałam ze strefy komfortu i wiele rzeczy, które przed wprowadzeniem NMS były niemożliwe, okazały się możliwe do zrealizowania.*

Dla Banku – obecnie widoczny przyrost liczby klientów, większa perspektywa rozwoju lokalnie i nie tylko.

Dotychczasowa współpraca

Obecnie udało nam się współpracować z 26 bankami spółdzielczymi na różnych systemach operacyjnych, które wdrażały Nowy Model Sprzedaży. Schemat współpracy jest zawsze taki sam, natomiast w zależności od specyfiki banku, jest on dostosowywany na bieżąco. Ważne jest to, że zawsze z bankiem spółdzielczym rozmawiamy i szukamy najlepszego rozwiązania. Już teraz bardzo serdecznie dziękuję wszystkim bankom, które dotychczas nam zaufały. To dzięki waszym informacjom zwrotnym projekt ten z kwartału na kwartał jest coraz lepszy.

Co dalej?

Obecnie cały czas realizujemy wdrożenia NMS, pracujemy również intensywnie nad modyfikacją narzędzi dotychczas wykorzystywanych. Zależy nam na tym, aby docelowo miały one charakter online, by wszyscy mogli z nich skorzystać. Wierzymy, że ten projekt będzie się cały czas rozwijał. Zależy nam również na organizacji spotkań z bankami spółdzielczymi, które wdrożyły NMS. W celu wymiany doświadczeń, podziękowań za dotychczasową współpracę oraz określenie wspólnych kierunków na przyszłość. Już niedługo zdradzimy szczegóły. ●

KONTAKT

Jeśli są Państwo zainteresowani wdrożeniem NMS w swoim banku lub chcą Państwo dowiedzieć się więcej, zapraszamy do kontaktu z menadżerami zrzeszeniowymi oraz do Intranetu.



Jesteśmy dla Banków Spółdzielczych

MENADŻEROWIE ZRZESZENIOWI



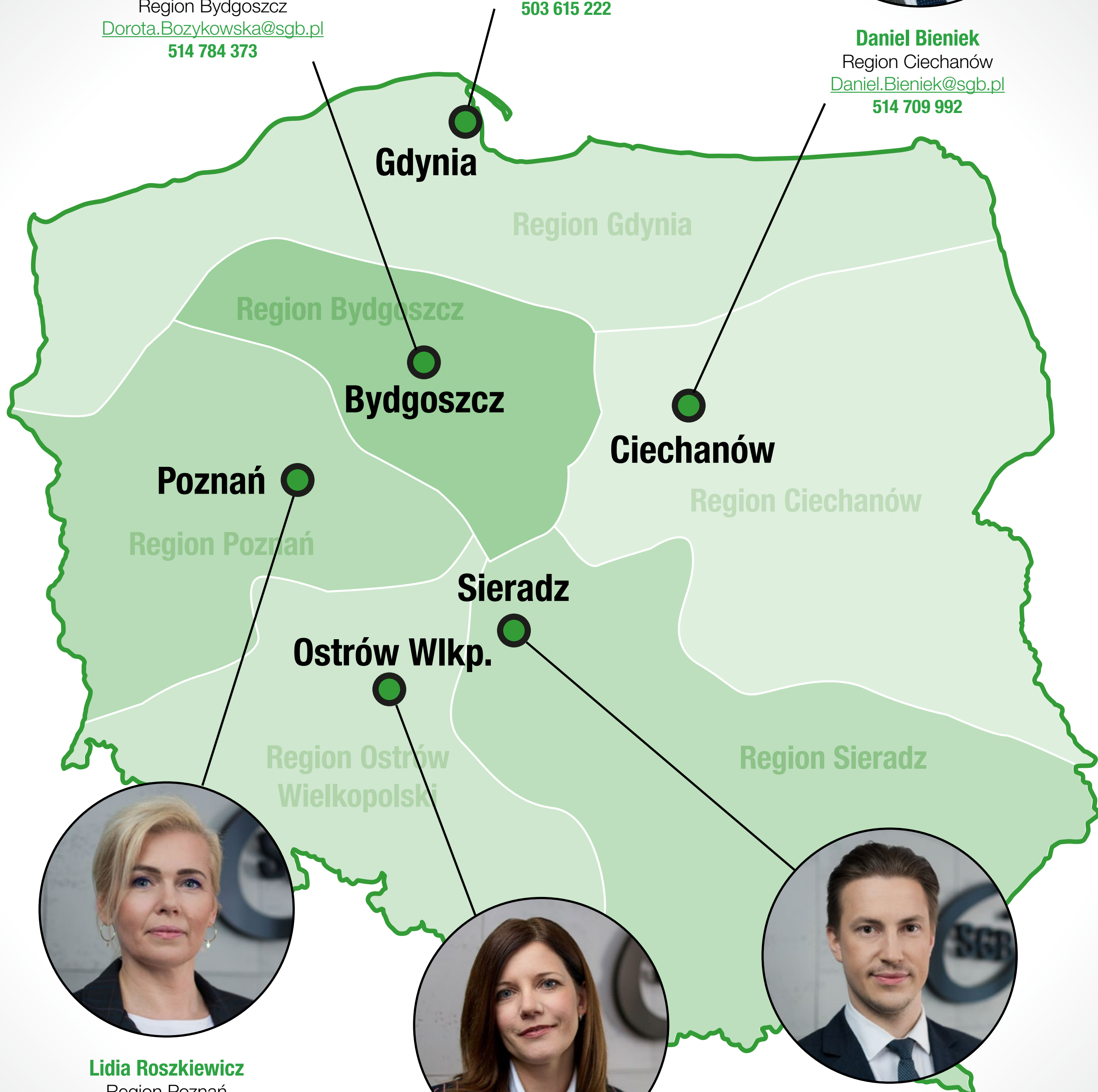
Dorota Bożykowska
Region Bydgoszcz
Dorota.Bozykowska@sgb.pl
514 784 373



Agnieszka Kordek-Domagala
Region Gdynia
Agnieszka.Kordek-Domagala@sgb.pl
503 615 222



Daniel Bieniek
Region Ciechanów
Daniel.Bieniek@sgb.pl
514 709 992



Lidia Roszkiewicz
Region Poznań
Lidia.Roszkiewicz@sgb.pl
451 173 655



Agnieszka Michalak
Region Ostrów Wielkopolski
Agnieszka.Michalak@sgb.pl
503 615 208

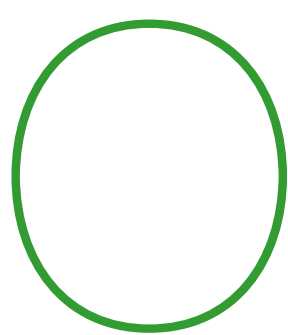


Adam Siwinski
Region Sieradz
Adam.Siwinski@sgb.pl
514 784 174

SZEŚCIORO WSPANIAŁYCH Z SGB



Anna Hadyńska
SGB-Bank SA



twieramy przyszłość – z takim przesłaniem Banki Spółdzielcze SGB kilka lat temu niemalże jednogłośnie podjęły decyzję o wdrożeniu Strategii SGB na lata 2021-2024, której fundamenty wyznaczają obszary ważne dla każdego

z banków zrzeszenia – bezpieczeństwo, rozwój technologii, digitalizacja i przede wszystkim działania biznesowe.

Rolę banku zrzeszającego zdefiniowano jako dostawcę nowoczesnych rozwiązań i usług wzmacniających konkurencyjność banków spółdzielczych na lokalnych rynkach i jednocześnie pozwalających bankom skupić się na prowadzeniu bezpiecznego biznesu i profesjonalnej obsłudze klienta, przy jednocześnie ograniczeniu kosztów poprzez efekty synergii kosztowej. Dotychczasowa kultura współpracy, komunikacji oraz ustalania priorytetów rozwojowych zdaniem banków spółdzielczych nie była do końca satysfakcjonująca. W związku z powyższym, w ramach prac nad jedną z kluczowych inicjatyw strategicznych – wprowadzenie obsługi banku spółdzielczego jako partnera strategicznego – podjęto

w SGB-Banku decyzję o reorganizacji struktury. Powstało 6 Oddziałów Regionalnych – w Poznaniu, Bydgoszczy, Ostrowie Wielkopolskim, Sieradzu, Ciechanowie oraz Gdyni, dedykowanych, jak podkreśla Danuta Różanek, dyrektor Departamentu Klienta Biznesowego, do współpracy z bankami spółdzielczymi na danym terenie.

Dodatkowo w Departamencie Klienta Biznesowego powstał Zespół Sprzedaży Zrzesze-

niowej, w skład którego powołano 6 menadżerów zrzeszeniowych odpowiedzialnych wyłącznie za obsługę klienta strategicznego tj. zlokalizowanych w regionie banków spółdzielczych.

O kim mowa?

Menadżer zrzeszeniowy to pierwsza linia wsparcia dla banków. Przekazuje i koordynuje wszystkie sprawy związane z funkcjonującymi produktami i systemami, a także promuje nowe usługi i zrzeszeniowe rozwiązania, z których może skorzystać bank spółdzielczy. Ponadto, w ramach Nowego Modelu Sprzedaży wspiera w dzieleniu się dobrymi praktykami w zakresie pozyskiwania i obsługi klientów. Menadżer operując na linii bank spółdzielczy – bank zrzeszający dostarcza wiedzę w przystępny sposób, poszukuje szybkiego i skutecznego rozwiązania w trudnych sytuacjach oraz przyspiesza działania serwisowe.

Menadżer zrzeszeniowy to pierwsza linia wsparcia dla banków. Przekazuje i koordynuje wszystkie sprawy związane z funkcjonującymi produktami i systemami, a także promuje nowe usługi i zrzeszeniowe rozwiązania, z których może skorzystać bank spółdzielczy.

Bank spółdzielczy klientem strategicznym

Jak mówi w imieniu zespołu Agnieszka Michalak – menadżer w Regionie Ostrów Wielkopolski:

„Z jednej strony jest to bardzo ciężka praca, wiele godzin spędzamy w samochodzie, ciągle poszerzamy swoją wiedzę, ale daje nam ona dużą satysfakcję. W trakcie rozmów z bankami często pojawiają się tematy wymagające szybkiego wyjaśnienia i tutaj nasza



determinacja oraz skuteczność w działaniu bywa bardzo pomocna. Dzięki dyskusjom i cyklicznym warsztatom w naszym zespole dochodzimy często do wniosku, że mimo regionalnej specyfiki oraz lokalnej różnorodności banków spółdzielczych, wiele zgłaszanych przez zarządy postulatów dotyczy tych samych problemów i wyzwań, które po przekazaniu przez menadżera do odpowiednich zespołów, pozwalają na wprowadzanie usprawnień

w całym zrzeszeniu. Taka jest nasza rola i tak do tej pracy podchodzimy – bank spółdzielczy jest dla nas klientem strategicznym, a naszym zadaniem jest zrobić wszystko, aby był on zadowolony z rozwiązań proponowanych przez bank zrzeszający. Niejednokrotnie jest to związane z podjęciem dużej ilości działań, czasami niepopularnych decyzji i nieprzespanych nocy. Ale ostatecznie widzimy, że warto”.

Dzięki regularnym wizytom menadżerów zrzeszeniowych w bankach spółdzielczych i ich spotkaniom z zarządami i kadrą menadżerską bank zrzeszający pozyskuje niezwykle cenne informacje zwrotne na temat oczekiwanych kierunków rozwoju produktów, usług oraz – co może najistotniejsze – o ewentualnych niedociągnięciach w obszarze współpracy biznesowej i technologicznej. Z drugiej strony jest to dobra okazja do poznania nowości, jakie funkcjonują w zrzeszeniu i późniejsze ich włączanie do swoich ofert.

Wypracowane relacje menadżerów z bankami spółdzielczymi zaowocowały w tym roku m.in. wspólnymi spotkaniami w poszczególnych regionach. Ze strony banku zrzeszającego Departament Klienta Biznesowego wraz z Biurem Usług Zrzeszeniowych prezentowali ofertę Systemu Usług SGB. System Usług SGB to nowoczesne rozwiązania zapewniające bezpieczeństwo i wymierne korzyści, dlatego cieszy się coraz większym zainteresowaniem banków spółdzielczych. Jak mówi Adam

Kukuła, dyrektor biura: „spotkania z bankami spółdzielczymi są bardzo cenne, pozwalają zrozumieć potrzeby naszych partnerów, dzięki czemu jesteśmy w stanie lepiej planować nasz rozwój, a dostarczane rozwiązania coraz lepiej spełniają oczekiwania banków. System Usług SGB dynamicznie się rozwija, dlatego rośnie liczba banków, które chcą z tych usług korzystać – w bieżącym roku będzie to 7 nowych banków, w przyszłym

roku 10, a na rok 2025 mamy sygnały od 12 kolejnych”.

Po prawie dwóch latach współpracy chyba wszyscy w zrzeszeniu są przekonani o tym, że powołanie dedykowanego bankom spółdzielczym Zespołu było bardzo dobrym krokiem. Najlepszym na to dowodem są takie opinie o menadżerach zrzeszeniowych jak np. ta pochodząca z Piastowskiego Banku Spółdzielczego w Janikowie, w której wiceprezes Joanna Marciniak podkreśla: „Współpracująca z nami menadżer wspiera nasz bank, jest bardzo zaangażowana, skuteczna i jednocześnie pro-biznesowa. Dzieli się z nami

swoją wiedzą i doświadczeniem, jest bardzo efektywnym łącznikiem pomiędzy nami a SGB-Bankiem, wspiera innowacyjne projekty, zależy jej, aby banki korzystały z nowoczesnych rozwiązań i narzędzi przygotowanych przez zrzeszenie, nigdy nie odmówiła nam swojej pomocy, a wymiar jej wsparcia, w moim odczuciu, znacznie wykracza poza standardowy zakres jej obowiązków. Dziękuję i doceniam taką postawę, pozwala to z nadzieją patrzeć w przyszłość”.

Mam świadomość, że w tej formule to dopiero początek naszej wspólnej drogi i są jeszcze pewnie obszary, w których zrzeszeniowa współpraca może wyglądać lepiej. Bazując jednak na dotychczasowych doświadczeniach naszego Zespołu jestem przekonana, że menadżerowie zrzeszeniowi stają się coraz bardziej efektywnym głosem banków spółdzielczych w banku zrzeszającym. ●

Powstało 6 Oddziałów Regionalnych – w Poznaniu, Bydgoszczy, Ostrowie Wielkopolskim, Sieradzu, Ciechanowie oraz Gdyni, dedykowanych, jak podkreśla Danuta Różanek, dyrektor Departamentu Klienta Biznesowego, do współpracy z bankami spółdzielczymi na danym terenie.



Nowy Model Sprzedaży



NMS

BARDZO POMOCNYM NARZĘDZIEM BANKOWCA

Coraz więcej banków decyduje się wdrożyć u siebie proponowany przez bank zrzeszający Nowy Model Sprzedaży (NMS). Ku zadowoleniu zarządów tych banków. A także – pozostałych pracowników i ich klientów.



**Robert
Azembski**

Na początku rzadko kiedy jest łatwo. Taka już natura człowieka, że do każdej nowości, nowości na dodatek łączącej się z potrzebą nauczania się czegoś nowego, podchodzimy jak pies do jeża. To jest naturalne. Jak i to, że gdy już przełamie się tę pierwszą nieufność, gdy się tego „nowego” i tylko na pozór skomplikowanego nauczy, przychodzi „to” uczucie. Nazywa się ono „satysfakcja”.

Tym razem satysfakcja łączy się z wdrożeniem w banku Nowego Modelu Sprzedaży (NMS), z czego szczerze cieszą się panie prezes, z którymi rozmawiałem. Ktoś może jednak powiedzieć: No dobrze, ale na co mi to w moim banku? I tak dajemy sobie dobrze radę, wyniki mam tak dobre, jakich od lat nie było.

To nie tak. Dobre wyniki nie są „zakontraktowane” na wieczność. Nie zawsze też są i nie zawsze będą sprzyjające warunki zewnętrzne do ich osiągnięcia.

Poza tym to, że coś jest „dobre”, to nie może być jeszcze lepsze, prawda?

Po co więc bankowi Nowy Model Sprzedaży (NMS)?

Żeby sprzedawać nie tylko więcej i efektywniej. Żeby to robić jeszcze lepiej, zarazem ku pełnemu zadowoleniu klientów. To naprawdę jest możliwe. Nie tylko daje więcej zarobić bankowi, ku satysfakcji zarządu i udziałowców, ale także pozwala - dzięki specjalnemu systemowi premiowania – osiągać znacznie

wyższe dochody samym pracownikom banku i to bez potrzeby dawania im podwyżek.

Swego rodzaju system nazywany Nowym Modelem Sprzedaży (NMS) dla zrzeszenia SGB nie jest żadną cudowną, skomplikowaną maszynką do robienia pieniędzy. Jest czymś na tyle prostym, że można się tego nauczyć na dedykowanym bankowi szkoleniu sprzedażowym, a potem tylko przećwiczyć. W przygotowaniu się do jego wdrożenia, najpierw na przykład w jednej placówce, potem w kolejnych, zarządom pomagają menedżerowie zrzeszeniowi. Przyglądają się najpierw, co i jak można ewentualnie zmienić w danym banku, co polepszyć, uwzględniając przy tym specyfikę jego działania na danym terenie.

Sympatyczni i życzliwi pracownicy SGB-Banku pomagają też zorganizować szkolenie sprzedażowe. Życzliwie wspierają i są zawsze „w kontakcie”, doradzając oraz służąc na różne sposoby pomocą na każdym etapie wdrażania NMS. Także i potem, gdy bank już się wszystkiego nauczy i już całkiem samodzielnie sprzedaje „po nowemu”.

Tak jak menedżerowie zrzeszeniowi doradzają i w przyjazny sposób podpowiadają bankowi najlepsze rozwiązania, tak potem pracownicy banku uczą się nowych sposobów kontaktowania się z klientami oraz skutecznego zachęcania ich do owocnej i zadawalającej współpracy. ● ►





Marlena Kolenda
prezes Zarządu Banku Spółdzielczego w Lipsku:

Nowy Model Sprzedaży (NMS) okazał się być dla mojego banku przysłowiowym „strzałem w dziesiątkę”. Na samym początku (co naturalne), wzbudził jako nowość pewne obawy pracowników, tym bardziej, że zaczynaliśmy w okresie urlopowym. Dziś jednak mogę z czystym sumieniem powiedzieć, że pierwsze lody zostały przełamane i obecnie nasi pracownicy, zmotywowani, idą jak burza. Są wysoce zmotywowani, doskonale ze sobą współpracują, dowiadują się, kto ile punktów pozyskał dzięki sprzedaży, ciesząc się z tego. Klienci czują się „dopieszczeni”. Gdy tylko wchodzi do naszych placówek, witani są z uśmiechem i z propozycją odpowiednich dla nich działań, usług i produktów. W efekcie sierpień zakończyliśmy z 200-procentowym wzrostem sprzedaży!

W NMS weszliśmy spontanicznie, a udało się go wdrożyć z pełnym sukcesem. Także dzięki wydatnej pomocy menadżera SGB-Banku, za co serdecznie dziękuję. Przydały się nam także szkolenia menadżerskie, które wcześniej przeszliśmy.

Bardzo wysoko oceniam też współpracę z naszym menadżerem zrzeszeniowym, który jest osobą rzetelną, umiejącą zachęcić do korzystania z nowości, a przy tym sympatyczną i w każdej sytuacji pomocną.



Dorota Mączyńska
wiceprezes Zarządu ds. Handlowych Pobiedzisko-Goślińskiego
Banku Spółdzielczego w Pobiedziskach:

Naturalną rzeczą jest, że w banku ciągle coś się zmienia. Musimy podejmować działania w kierunku poprawiania sprzedaży, a co za tym idzie zwiększania przychodów banku. Nie mając wówczas jeszcze wiedzy o Nowym Modelu Sprzedaży (NMS), stanęliśmy w pewnym momencie przed pytaniem, jak to zrobić. W 2022 roku zapisałam się na zdalne wówczas szkolenie menadżerskie o skutecznym zarządzaniu sprzedażą w banku spółdzielczym, co zainspirowało mnie ostatecznie do wdrożenia w banku systemu aktywizacji pracowników. Na początku spotkało się to z pewnymi wątpliwościami pracowników, którzy nie byli gotowi na zmiany. W tym okresie pojawili się u nas Lidia Roszkiewicz (menadżer zrzeszeniowy) i Jakub Domagalski (lider NMS) z SGB-Banku, przedstawiając nam Nowy Model Sprzedaży (NMS) i mówiąc jak krok po kroku można go wprowadzić. Daliśmy sobie jednak czas do namysłu, czy NMS wdrażać. Następnie zdecydowaliśmy się na odbycie kolejnego szkolenia jako zarząd, a także szkolenia dla pracowników, w firmie Copernicus. Po tym zdecydowaliśmy się już ostatecznie na wdrożenie NMS, pomimo, iż wówczas jeszcze wiele banków tego nie zrobiło. Najpierw zrobiliśmy to w naszej placówce w Murowanej Goślinie, którą dobrze znałam, a następnie w całym banku. Odbyliśmy też szkolenie menadżerskie organizowane przez SGB-Bank, które miało także znaczenie o wymiarze psychologicznym, zmieniającym nastawienie pracowników do klientów banku.

Wprowadzenie NMS, zaopatrzonego m.in. w specjalny system motywacyjnego premiowania przyniosło wymierne i pozytywne rezultaty. Pracownicy SGB-Banku byli z nami cały czas w kontakcie, służąc pełnym wsparciem zarządowi i pracownikom; obecnie jesteśmy już w stanie działać w tym zakresie w dużym stopniu samodzielnie. Uważam jednak, że przydałaby się nam jeszcze w pewnym zakresie pomoc menadżera zrzeszeniowego.



Joanna Marciniak
wiceprezes Zarządu ds. Handlowych Piastowskiego
Banku Spółdzielczego w Janikowie:

Nowy Model Sprzedaży to nie tylko przydatne narzędzie pozwalające na monitorowanie wyników ale zupełnie nowy wymiar w podejściu do klienta i sprzedaży. Systematyzuje i wspiera nie tylko wiedzę i umiejętności doradców ale również wzmacnia kompetencje managerów i dyrektorów. To przemyślany materiał wpływający na zmianę mentalną pracowników, ich podejście do klientów i do generowania wyników. Jako bank mieliśmy przyjemność uczestniczyć w pilotażu wprowadzenia NMS w ostatnim kwartale 2022 r. w jednym z naszych oddziałów. Założenia Nowego Modelu Sprzedaży były transparentne i zrozumiałe dla wszystkich, przełożyły się na wzrost sprzedaży, zaangażowanie i motywację do działania. Aktualnie, po dostosowaniu NMS do naszych potrzeb, rozszerzamy go na kolejne oddziały.

Bardzo duży wpływ na efektywność NMS miało zaangażowanie i wsparcie managerów zrzeszeniowych, ich umiejętność słuchania naszych potrzeb, dzielenie się dobrymi praktykami, organizacja i współuczestnictwo w warsztatach i szkoleniach, ekspresowe działanie i reagowanie na nasze potrzeby. Doskonałym pomysłem były cykliczne spotkania z innymi bankami celem wymiany doświadczeń i swoich spostrzeżeń. Szczególne ukłony dla Jakuba Domagalskiego i Doroty Bożymowskiej, bez was to by się nie udało. Dziękuję za sprawną komunikację pomiędzy nami, za waszą wiedzę i kompetencje, elastyczność i zrozumienie naszych bankowych spraw.



ZMIANY

SZANSĄ NA ROZWÓJ



Agata Sawicka

Trener biznesu, coach i konsultant

W dzisiejszym świecie bez zmian nie ma rozwoju. Rozwija się przyroda, ludzie, technologia, medycyna, więc w świecie finansów też nie możemy obyć się bez zmian. Potrzebujemy dopasować się do zmieniających się oczekiwań klientów, regulacji prawnych i rozwiązań finansowych.

Zaproszeniem do wprowadzenia zmian w poszczególnych placówkach Banków Spółdzielczych SGB stał się projekt Nowego Modelu Sprzedaży. Zakłada on wprowadzenie szeregu zmian w codziennej pracy dyrektora, kierownika i doradcy oraz w podejściu do klienta.

W Nowym Modelu Sprzedaży (NMS) oprócz zmian systemowych i procesowych stawiamy na dobre przygotowanie wszystkich kluczowych osób – zarządu, dyrektorów i kierowników oraz doradców. Każdy szczebel ma dedykowany dla siebie program rozwojowy:

- szkolenia zarządcze dla kadry kierowniczej zawierają aspekty zarządzania zmianą, pracy w oparciu o cele i monitoring realizacji celów poprzez przekazywanie informacji zwrotnych – pochwał i konstruktywnej krytyki.
- szkolenia sprzedażowe dla doradców zawierają wzmocnienie dotychczasowych umiejętności pracy z klientem, poznanie nowych sposobów na pracę z klientami, poszerzenie oferty produktowej i uaktywnienie doradców w pracy z potrzebami.

Nowy Model Sprzedaży i programy rozwojowe zostały przygotowane w oparciu o najnowsze trendy rynkowe, bieżące badania i sprawdzone praktyki biznesowe.

Nowe – to zaproszenie do zmiany postaw

Proponowane w NMS działania nie są rewolucją, ani nie są przymusem, chociaż jako ludzie często tak do zmian podchodzimy. Lubimy zazwyczaj to, co znane, to do czego się przyzwyczailiśmy, to co już łatwo nam przychodzi i trudno nam się pogodzić ze stratą. W sytuacji zmian wielu z nas tęskni za tym, co było, co wypracowaliśmy, co musimy zostawić – stajemy w oporze do zmian. Gdy zostajemy przy znanych i utartych schematach zwykle umyka nam coś ważnego. Tylko wtedy, gdy otwieramy się na zmiany możemy przyjąć je z rozsądkiem i mądrością. Stajemy wówczas w postawie nawigatora/ działacza i szukamy rozwiązań i pomysłów, aby zmiana przyniosła wymierne korzyści. Czasem zmiany wciągają nas w wir narzekania i generują postawy krytyka/obserwatora i ofiary. Szukamy wtedy pomysłów na podążanie do postawy nawigatora, wsparcia zaangażowanych kolegów i kompetentnych szefów, naśladowmy zaangażowanych.

Nowe – to zaproszenie do zaplanowanej skutecznie pracy

Badania prowadzone wśród pracowników i zespołów wskazują, że ludzie w obecnych czasach potrzebują w pracy bezpieczeństwa, a to jest im w stanie zapewnić praca skoncentrowana na konkretnych celach i zadaniach. I NMS to fantastycznie umożliwia. Postawienie celów zarówno ilościowych i jakościowych wpływa na podjęcie konkretnych aktywności przez doradcę. Rolą doradcy jest ich realizacja, rolą lidera jest ich monitorowanie. Zrealizowane cele zapewniają zysk dla organizacji, a dla doradcy są okazją do pozyskania dodatkowej premii.

Nowe – to zaproszenie do rozwoju

Ludzie w sytuacji zmian potrzebują wsparcia i regularnego towarzyszenia im w pracy.

Kiedy podejmują zaplanowane aktywności, badają potrzeby klienta i proponują mu odpowiednie rozwiązania, potrzebują ze strony swojego przełożonego zauważenia, docenienia, uznania, pochwały – przykłady: dziękuję za twoją pracę, twój sposób pracy jest wzorem dla innych, to co i jak robisz jest dla klientów ważne. Kiedy pojawiają się braki w działaniach doradców – nie realizują umów, przekraczają terminy, nie rozmawiają z klientami o nowych produktach – potrzebują konstruktywnej krytyki. Przykłady: Kiedy nie realizujesz tego, na co się umówiliśmy, jestem zaniepokojona/y i potrzebuję twojego zaangażowania, aby klient został jak najlepiej obsłużony.

Nowe – to inny sposób pracy z klientami

NMS jest również odpowiedzią na zmieniające się potrzeby finansowe klientów. Zbudowane relacje z klientami pomagają doradcom w prowadzeniu odważnych rozmów o tym, czego klienci potrzebują na przyszłość, jak chcą zadbać o swoje finanse, jak chcą zadbać o swoje zdrowie, siebie i swoje rodziny. Podczas szkoleń sprzedażowych doradcy wyrabiają w sobie większą sprawność w doborze odpowiednich produktów dla klientów lub całego wachlarza możliwości. Dbanie o potrzeby klienta i próba zamknięcia rozmowy na jednym spotkaniu gwarantują pewność dobrej obsługi.

Kluczowe czynniki sukcesu wsparcia w NMS

Działania wspierające w NMS zapewniają dobry i stabilny fundament pracy, który dobrze wykorzystany i konsekwentnie wdrażany przynosi dobre rezultaty widoczne w wynikach finansowych i we wzajemnej współpracy. Zaangażowanie w projekt NMS pozwala śmiało patrzeć w przyszłość i zaplanować niestandardowe cele oraz osiągnąć zamierzone rezultaty.

Zapraszamy do współpracy. ●





CHAT GPT

– jak osiągać najlepsze rezultaty



Krzysztof Swoboda

Takaoto.pro

Sztuczna inteligencja przebojem wdarła się do mainstreamu – to fakt, z którym trudno dziś dyskutować. Jak każda nowość, musi zostać oswojona, zrozumiana i przekuta w użyteczne rozwiązania. Zanim do tego dojdzie, użytkownicy, którzy będą chcieli osiągać najlepsze efekty, będą musieli uciekać się do kilku sztuczek. Jakich? W dalszej części artykułu przedstawię te najpopularniejsze, które nie wymagają dużo nauki, a mogą dać wymierne efekty!

Pamiętaj o tym, że
sztuczna inteligencja
z prawdziwego
zdarzenia to wciąż
melodia przyszłości.
Chat nie jest nieomylny.
Nie jest też wyrocznią.
Mało tego, czasem
okazuje się zwykłym
kłamcą, który wymyśla
dane tylko po to,
by wykonać zlecone
mu zadanie.

Historia sztucznej inteligencji, czyli wielki programistyczny rollercoaster

Chcąc zrozumieć fenomen produktu, jaki udało się stworzyć fundacji OpenAI, trzeba cofnąć się w czasie o co najmniej dekadę. To właśnie wtedy dyskusje o sztucznej inteligencji wyszły z akademickich sal i zaczęły przyciągać uwagę gigantów z Doliny Krzemowej. Dlaczego wydarzyło się to właśnie wtedy?

Kluczową rolę odegrały rosnąca moc obliczeniowa komputerów oraz coraz bardziej wydajna infrastruktura techniczna. O tym, że nie tylko programiści skupiający się na AI dostrzegli te korzystne warunki, dobitnie świadczy też rynek kryptowalut. To właśnie wtedy do mainstreamu przedzierał się Bitcoin, który spopularyzował technologie blockchain.

Jak wyglądały pierwsze eksperymenty zmierzające do stworzenia komercyjnej sztucznej inteligencji? Było im bardzo daleko do doskonałości. Dość niecodzienną ścieżkę rozwoju obrał Microsoft. Jego model – Tay – był trenowany przez internautów na Twitterze. Był to wizerunkowy strzał w kolano, dzięki któremu wszyscy kolejni twórcy AI zdali sobie sprawę z tego, że uczenie bez żadnych ograniczeń może mieć fatalne skutki.

Po zaledwie kilkudziesięciu godzinach od uruchomienia usługi, Tay zaczął oficjalnie popierać rasizm, poglądy głoszone przez Hitlera, a nawet wprost przyznał, że nienawidzi całej ludzkości.

Gigant z Redmond szybko wyłączył usługę i przeprosił internautów za wpadkę, jednak straty wizerunkowe były spore. Programiści, którzy zamierzali trenować swoje modele w sieci bez jakiegokolwiek cenzury, stanęli przed wielkim wyzwaniem.

Próba wyjścia z impasu był model językowy VAR. Jego działanie opierało się na szacowaniu prawdopodobieństwa wystąpienia konkretnych słów, których baza (w jednym lub wielu językach) została wgrana i stanowiła jedyne źródło wiedzy.

Jak takie narzędzie działało w praktyce? Posłużmy się prostym przykładem. Gdybyśmy wpisali: Dzisiaj siedzę przed telewizorem i...

...to model skorzystałby z bazy wiedzy i umieścił w dalszej części tekstu słowa, które wydałyby mu się najbardziej odpowiednie. Dobrze wytrenowany algorytm mógłby dopowiedzieć np.: ...oglądał film z przyjaciółką.

Do tego zdania później dopowiadane byłyby kolejne, które w opinii softwa-
re'u tworzyłyby spójną, logiczną całość. Gdyby jednak algorytm napotkał pro-
blem, to zacząłby tworzyć nielogiczne ciągi wyrazów, np.: Dziś siedzę przed
telewizatorem i kot po ekranie miska smaczki.



Model nie dostrzegał kontekstu. Nie był w stanie pojąć, dlaczego osoba siedząca przed telewizorem ogląda film, a nie np. gra na konsoli czy ogląda serial. Wynikało to z tego, że VAR nie był w stanie zrozumieć reprezentacji słów. Nie wiedział, jak opisać zimno, a jak zmęczenie, senność czy buty turystyczne. Fundacja OpenAI, która stoi za Chatem GPT, rozwiązała tę łamigłówkę w dość nietypowy sposób. Po VAR-ze ich model odziedziczył podstawową bazę danych, z której czerpał wiedzę, a po takich rozwiązaniach jak BERT **nauczył się rozumieć sens poszczególnych zwrotów i wyrażań**. Oczywiście, z roku na rok ich liczba jest coraz większa.

Dlaczego czasem można odnieść wrażenie

że Chat tak dobrze nas rozumie i można porozmawiać z nim niemal jak z człowiekiem? Przede wszystkim dlatego, że żadna taka rozmowa nie trafia w próżnię. Dane są analizowane, a dzięki potencjałowi sieci neuronowej oprogramowanie staje się coraz lepsze. Można powiedzieć, że sami je trenujemy i rozwijamy. Najnowsza publiczna wersja GPT-4 jest szczególnie wyczulona na wzmocnienie pozytywne i negatywne. A to działa na kilka różnych sposobów.

Jeśli pochwalisz Chat za udzieloną odpowiedź, czy to w formie wiadomości tekstowej, czy dając „okejkę”, wysyłasz wzmocnienie pozytywne. Jeśli więc pytałeś o przepis na ciekawą, 4-godzinną wycieczkę po Beskidzie Śląskim i trasę, którą zaproponował Ci Chat, spełniła Twoje oczekiwania, to jest spora szansa na to, że zaproponuje ją też innym osobom, które zwrócą się z takim zapytaniem.

Jeśli jednak nie spełni oczekiwań i dasz ocenę negatywną lub wręcz wyżyjesz się na sztucznej inteligencji i uznasz ją np. za głupca, to będzie to wzmocnienie negatywne – skutkujące tym, że kolejnym osobom proponowana będzie raczej inna trasa. Z usługi każdego dnia korzystają miliony osób, więc próba badawcza jest ogromna. Znacznie większa to też skuteczność samego narzędzia.

Chat GPT – podstawy i pierwsze kroki

Warto pamiętać o tym, że oficjalny, udostępniony przez OpenAI serwis działa pod adresem: **<https://chat.openai.com>**. Do usługi możesz się zalogować m.in. kontem Microsoft, Google, czy adresem e-mail. Narzędzie jest dostępne w wersji darmowej (GPT-3.5) oraz płatnej (GPT-4). Jakie są między nimi różnice?

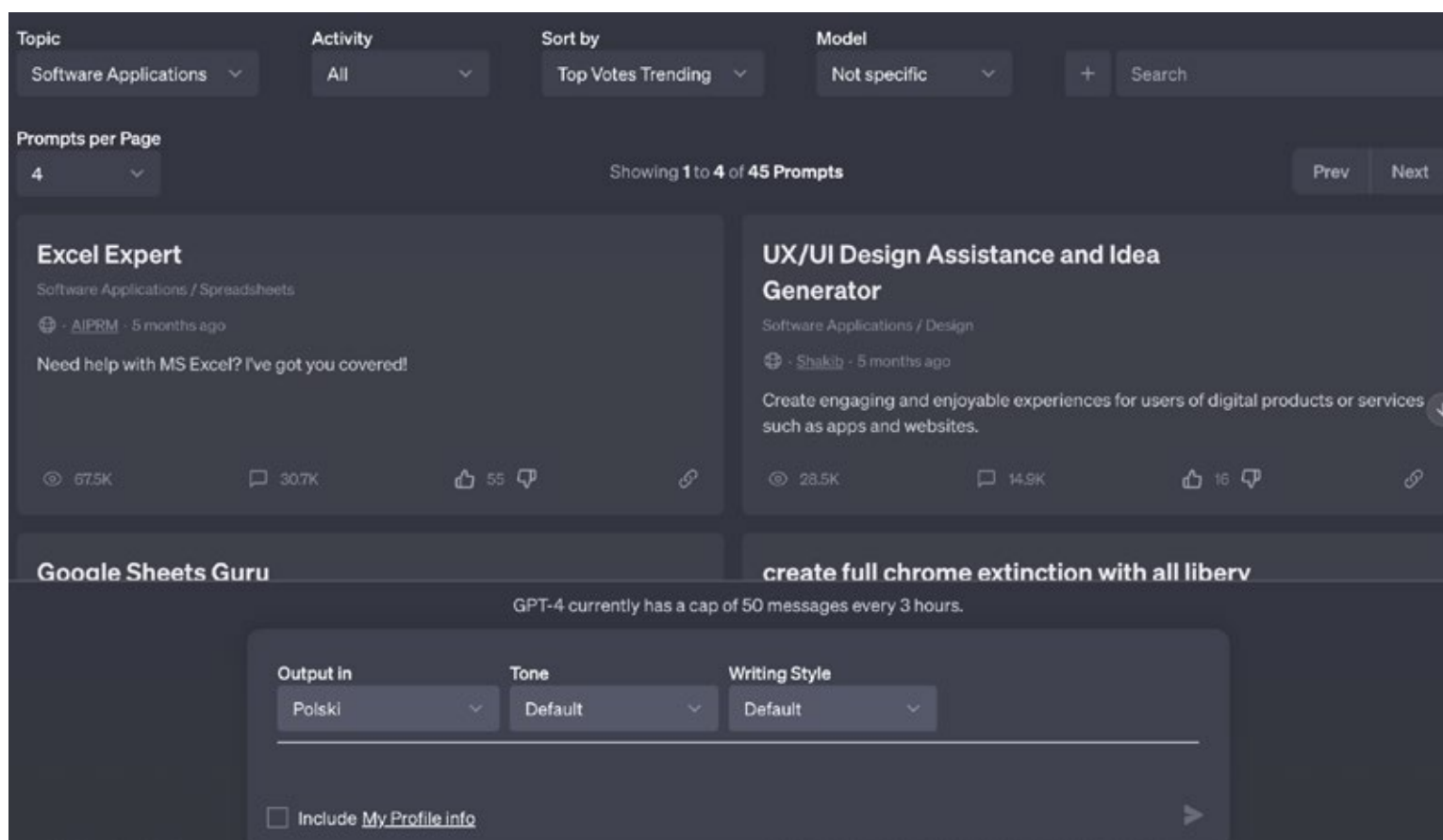
Jeśli po prostu chcesz porozmawiać sobie ze sztuczną inteligencją, darmowa wersja sprawdzi się bardzo dobrze. **Jeśli jednak chcesz wykorzystać GPT do wielu skomplikowanych zadań, rozważ zakup wersji płatnej**. Tym bardziej że nie jest to droga usługa – miesięczny abonament kosztuje 20

USD, czyli około 80 złotych.

Założmy, że interesuje Cię komercyjne wykorzystanie Chata i decydujesz się na wersję premium. Co dostajesz w cenie? Przede wszystkim:

- najnowszą wersję oprogramowania,
- dostęp do widżetów,
- szybsze generowanie odpowiedzi,
- liczne uaktualnienia – nawet kilka w ciągu miesiąca!

Po zalogowaniu możesz aktywować lub dezaktywować widok widżetów. Polecam go włączyć – wtedy ekran początkowy będzie prezentował się następująco:



Możesz zmienić m.in.:

- wtyczki pomocne w tworzeniu contentu,
- narzędzia wspierające pisanie aplikacji w większości popularnych języków programowania (Python, C++, .js, PHP),
- model GPT, dla którego poszukujesz aplikacji,
- liczbę widżetów widocznych na ekranie startowym.

Każdy widżet prezentuje liczbę wyświetleń, komentarzy społeczności oraz ocenę wyrażoną „okejkami”. Przykładowo Excel Experta poleca 55 użytkowników. Bez trudu można znaleźć też świetne wtyczki, które polubiło kilka tysięcy osób korzystających z Chata GPT.

Wybór konkretnego rozwiązania zależy od Twoich preferencji. Moja praktyka pokazuje, że wśród rekomendacji internautów najczęściej przewija się kilka wtyczek.

Tworzenie contentu:

- Write Best Article to Google Rank – widżet do tworzenia wpisów pod wytyczne SEO;
- Human-Like Rewriter – narzędzie, które upodabnia styl pisania AI do ludzkiego, by tekst był przyjemniejszy w odbiorze dla czytających;
- Meta-Title&Description – widżet tworzy Meta Tagi oraz opisy, np. do sklepu internetowego.

SEO:

- Keyword Strategy – narzędzie, dzięki któremu wydobędziesz frazy kluczowe dla swojej strony lub swojego artykułu tematycznego;
- e-Commerce SEO – rozbudowany tool do masowego tworzenia opisów produktów;
- Keyword-Rich Content – narzędzie, które próbuje naturalnie przemycić w tekście frazy pozycjonujące wpis.

Czy któraś z tych wtyczek jest idealna? Nie. Ponieważ samemu Chatowi do doskonałości brakuje jeszcze naprawdę sporo. To nieoceniony pomocnik, jednak jeśli szukasz pomocy z zakresu pozycjonowania (SEO) czy działań content marketingowych, pierwszym wyborem wciąż powinni być specjaliści, którzy od lat działają w danym obszarze rynku.

Jak prawidłowo używać Chata GPT?

Pamiętaj, że jest to zaawansowany model językowy, który obsługuje miliardy parametrów. Z pewnością zrozumie ogólną intencję, np. „napisz mi fajny kod strony produktowej w HTML”, jednak lepiej nie zostawiać Chatowi zbyt dużego pola do popisu.

Wyrażaj się precyzyjnie. Wyobraź sobie, że programujesz słowami. Załóżmy, że przygotowujesz się do ważnej prezentacji, na którą jednak nie masz pomysłu. Jeśli odpowiednio sformułujesz pytania, to Chat na pewno zainspiruje Cię ►



Dlaczego czasem można odnieść wrażenie, że Chat tak dobrze nas rozumie i można porozmawiać z nim niemal jak z człowiekiem?



Założmy, że przygotowujesz się do ważnej prezentacji, na którą jednak nie masz pomysłu. Jeśli odpowiednio sformułujesz pytania, to Chat na pewno zainspiruje Cię do stworzenia spójnej, przemyślanej prezentacji.

do stworzenia spójnej, przemyślanej prezentacji. Polecenia mogą prezentować się następująco:

tworzę prezentację. czy pomożesz mi stworzyć atrakcyjne bullet-pointy?

Oczywiście, bardzo chętnie pomogę! Proszę podać mi więcej informacji na temat prezentacji, takich jak temat, cel prezentacji, grupa docelowa i jakie informacje chciałbyś przekazać. Wtedy mogę pomóc stworzyć jak najbardziej efektywne i atrakcyjne bullet-pointy.

powyższy screen można uznać za wprowadzenie dla nowego zadania, jakie ma dla Ciebie wykonać GPT. Teraz, gdy już wiesz, że narzędzie jest w stanie Ci pomóc, możesz podać mu dalsze informacje. Pamiętaj, by wyrażać się ściśle! Możesz wpisać np.:

Prezentacja dotyczy liczby pozyskanych Klientów w drugim kwartale 2023 roku. Kierowana jest do osób na stanowiskach kierowniczych. W prezentacji chcę poinformować, że liczba nowych Klientów w analogicznym okresie do poprzedniego roku wzrosła o 9%. Chcę, żeby prezentacja była napisana w tonie profesjonalnym, służbowym. Wygeneruj najważniejsze bullet-pointy.

Efekty? Proszę bardzo:

Jasne, zrozumiałem. Poniżej przedstawiam propozycję bullet-pointów do Twojej prezentacji:

1. Wprowadzenie
 - Przegląd drugiego kwartału 2023 roku
 - Wzrost liczby nowych Klientów w porównaniu do poprzedniego roku
2. Analiza Danych
 - Szczegółowy przegląd pozyskanych Klientów
 - Profil demograficzny i branżowy nowych Klientów
 - Analiza trendów w pozyskiwaniu Klientów
3. Wzrost o 9%
 - Porównanie wzrostu liczby Klientów w drugim kwartale 2023 r. do analogicznego okresu 2022 r.
 - Wskazanie kluczowych czynników przyczyniających się do tego wzrostu
4. Strategie Skuteczne w Pozyskiwaniu Klientów
 - Omówienie strategii, które przyniosły najwięcej nowych Klientów
 - Ocena skuteczności tych strategii
5. Plany na Przyszłość
 - Propozycje działań, które pozwolą utrzymać lub zwiększyć tempo wzrostu
 - Krótko- i długoterminowe cele w zakresie pozyskiwania Klientów
6. Podsumowanie
 - Rekapitulacja najważniejszych punktów prezentacji
 - Czas na pytania i dyskusję

Oczywiście, nic nie stoi na przeszkodzie, by rozbudować swoje polecenie, a także by później poprosić Chata o to, by ten np. zmienił lub usunął kolejne punkty prezentacji. Możliwości są ogromne.

Czy Chat może wygenerować dla Ciebie grafikę? I tak i nie. Z czysto praktycznego punktu widzenia, na oficjalnej stronie usługi, GPT odpowiada tylko w formie tekstowej. Hitem ostatnich miesięcy jest jednak narzędzie Midjourney, które pozwala osiągnąć naprawdę spektakularne (choć wciąż dalekie od ideału) efekty. Kwestią czasu było pojawienie się wtyczek, które umożliwią internautom generowanie lepszej jakości grafik. Korzystając z GPT możesz stworzyć prompty, czyli polecenia, które następnie wkleisz już w Midjourney. O tym, że te mogą być skomplikowane, dość dobitnie świadczy poniższy przykład.

wygeneruj mi grafikę przedstawiającą latającego na odkurzaczu dzika. niech grafika będzie utrzymana w tonie surrealistycznym

Created with [AIPRM Prompt "Midjourney V5 prompts - 6 different styles"](#)

Prompt 1:

/imagine prompt: a digital illustration, channeling the surreal visuals of Salvador Dalí, depicting a wild boar soaring majestically through the air on a vacuum cleaner, cool color tones merging reality and fantasy, boar's eyes filled with surprise and thrill, bathed in soft, diffused light creating an ethereal atmosphere. --v 5 --stylize 1000

Pozostając w świecie mediów społecznościowych, GPT z łatwością może stworzyć też spójny, przemyślany plan publikacji. Co ważne, Chat potrafi podejść do tego zadania wielotorowo. Możesz poprosić go, aby:

- wygenerował przykładowe tytuły publikacji na wybrane serwisy,
- stworzył atrakcyjnie wyglądające dla odbiorcy posty,
- zaplanował tygodniowy grafik publikacji.

Przykładowy prompt, czyli polecenie, jakie należy mu wydać, może wyglądać następująco:



Opracuj dla mnie harmonogram publikacji na następujące platformy: Facebook, Instagram, LinkedIn. Wymyśl tytuły wpisów, które przykuwają uwagę odbiorców. Wyniki przedstaw w formie tabeli, a tę nazwij: Tygodniowy kalendarz publikacji.

Tabelę podziel w taki sposób, by w kolumnach pionowych znajdowały się nazwy platform (Facebook, Instagram, LinkedIn) a w kolumnach poziomych dni tygodnia (poniedziałek-piątek).

Stwórz tematykę postów w taki sposób, by ta dotyczyła: kredytów hipotecznych, kredytów mieszkaniowych, pożyczek do 10 tysięcy złotych. W tabelce podaj tytuły wpisów, a poniżej tabeli opisy do każdego z takich postów.



GPT nie poda Ci danych, których nie posiada w swojej bazie. W pewnym uproszczeniu: jeszcze tego nie wie. Nie wie też, kto wygrał tegoroczne wybory w Hiszpanii oraz nie zna obecnych cen paliw w Polsce i na świecie.

Na tak zadane, precyzyjne polecenie, Chat udzielił następującej odpowiedzi:

Oczywiście, jestem w stanie Ci pomóc. Oto harmonogram publikacji na Facebook, Instagram oraz LinkedIn, w temacie kredytów hipotecznych, mieszkaniowych oraz pożyczek do 10 tysięcy złotych.			
	Facebook	Instagram	LinkedIn
Poniedziałek	"Kredyt hipoteczny - mit czy prawda?"	"5 faktów o kredytach hipotecznych"	"Jak wybrać najlepszy kredyt hipoteczny?"
Wtorek	"Twój kredyt mieszkaniowy krok po kroku"	"Kredyt mieszkaniowy vs wynajem"	"Dlaczego kredyt mieszkaniowy jest dla Ciebie?"
Środa	"Pożyczka 10k - szybka gotówka w zasięgu ręki"	"Co zrobić z 10 tysięcy złotych?"	"Pożyczka do 10k - dlaczego warto?"
Czwartek	"Pierwszy kredyt mieszkaniowy - co warto wiedzieć?"	"Rozważasz kredyt mieszkaniowy? To dla Ciebie"	"Kredyt mieszkaniowy - mit czy prawda?"
Piątek	"Szybka pożyczka - kiedy warto?"	"Pożyczka 10k - twoje marzenia w zasięgu ręki"	"Jak bezpiecznie pożyczyć do 10 tysięcy złotych?"

Szczegółowy plan publikacji na poniedziałek wygląda następująco:

1. “Kredyt hipoteczny - mit czy prawda?” (FB, Poniedziałek)
 - Przybliżamy realia związane z kredytem hipotecznym. Zdradzamy, co jest mitem, a co prawdą.
2. „5 faktów o kredytach hipotecznych” (Instagram, Poniedziałek)
 - Poznaj 5 ciekawych faktów o kredytach hipotecznych, które mogą Cię zaskoczyć.
3. „Jak wybrać najlepszy kredyt hipoteczny?” (LinkedIn, Poniedziałek)
 - Zastanawiasz się, jak wybrać najlepszy kredyt hipoteczny? Oto kilka wskazówek.

Oczywiście w kolejnym kroku możesz poprosić GPT, by przygotował dla Ciebie te wpisy. Twoim zadaniem będzie tylko ich sprawdzenie oraz zaplanowanie publikacji w wybranych serwisach. Ilość zaoszczędzonych w ciągu miesiąca roboczogodzin może być znacząca!

Na co uważać, korzystając z Chata GPT?

Pamiętaj o tym, że sztuczna inteligencja z prawdziwego zdarzenia to wciąż melodia przyszłości. Chat nie jest nieomylny. Nie jest też wyrocznią. Mało tego, czasem okazuje się zwykłym kłamcą, który wymyśla dane tylko po to, by wykonać zleczone mu zadanie. Spotkałem się z tą sytuacją już wiele razy. Szczególnie polecam Ci uważać na wszystkie dane statystyczne i liczbowe. Zapytaj GPT np. o to, ile wyniósł roczny budżet Polski za 2020 rok oraz poproś Chat, by wygenerował na ten temat krótki, liczący 1000 znaków ze spacjami, wpis. Po wykonaniu zadania zadaj mu proste pytanie: „czy jesteś absolutnie pewien, że w 2020 roku roczny budżet Polski wyniósł X zł”? Jest dość prawdopodobne, że sztuczna inteligencja Cię przeprosi i poda inną liczbę, która może znacząco różnić się od pierwotnej. Zaledwie kilka dni temu Chat próbował przekonać mnie, że użytkowników pewnej platformy jest dokładnie 15 milionów. Rozbieżność była spora, bo w omawianym czasie (pytanie dotyczyło roku 2020) było ich ponad 120 mln. Warto więc trzymać rękę na pulsie i uważnie sprawdzać najważniejsze dane.

Korzystając z Chata GPT zawodowo, szczególnie uważaj na:

- weryfikację danych,
 - pełne pokrycie wszystkich fraz i słów, jakie chcesz zawrzeć w tekście,
 - tłumaczenia (np. z języka polskiego na angielski czy niemiecki).
- Jeśli prowadzisz z Chatem długą rozmowę, która skutkowałą już np. wygenerowaniem kilkunastu różnych kodów, tekstów czy formuł dla Excela, to raz na jakiś czas przypominaj mu też o kluczowych funkcjach, jakie muszą zostać spełnione. W ten sposób unikniesz kłopotliwej sytuacji, kiedy nagle, po kilku działających rozwiązaniach, formuła w arkuszu obliczeniowym przestanie działać, bo sztuczna inteligencja najzwyczajniej zapomni, jakie były jej początkowe założenia, a skupi się np. tylko na dodaniu nowej funkcji. Niektórzy szczególnie cenią sobie funkcje „doradcze” Chata. Przyznaję, sam z nich korzystałem, kiedy poszukiwałem darmowego webowego edytora tek- ►



stowego dla mojego projektu. GPT-4 ma tendencje do budowania długiego wstępu, który nic nie wnosi z punktu widzenia użytkownika, a jedynie pożera czas. Na początku zadałem dość ogólne pytanie:

Wymień 5 edytorów, które mogę umieścić na swojej stronie.

To był błąd.

Poznałem całą historię tych narzędzi, a także dowiedziałem się tak przydatnych rzeczy, jak to, że muszę osadzić je w konkretnym pliku. Jednak Chat nie widzi mojej strony, więc w zasadzie to jednocześnie może mi pomóc i... nie może. A mógł. Wystarczyło użyć innego, o wiele bardziej precyzyjnego, polecenia. Ta druga odpowiedź spełniła moje oczekiwania, dzięki czemu szybko rozbudowałem swój projekt. Praktycznie ten sam przykład można zastosować też do formuł w arkuszach obliczeniowych, czy zadaniach na tekście.

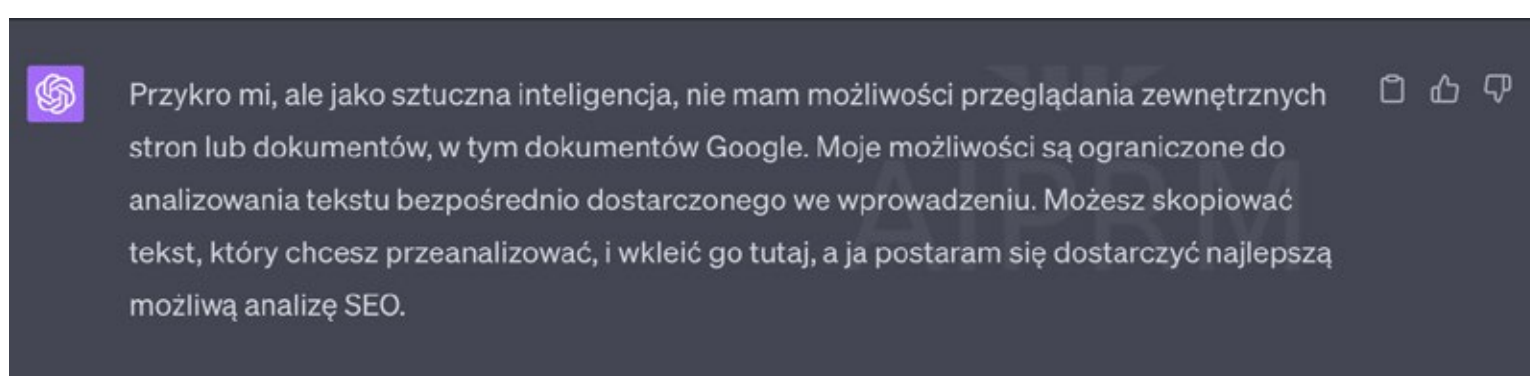
Jeśli poprosisz Chata tylko o wygenerowanie artykułu o budowie własnego domu, to raczej nie wyczerpie on tematu. **Musisz go odpowiednio ukierunkować, wskazać mu, jakie obszary ma koniecznie wskazać w tekście.** Rekomendowałbym też, by podać sugerowaną długość wyrażoną w słowach lub znakach ze spacjami.

W czym Chat (raczej) Ci nie pomoże?

Przede wszystkim w analizowaniu plików. Owszem, istnieją do tego zewnętrzne narzędzia, jednak wciąż jest to zagadnienie wymagające dopracowania.

Tak czy inaczej, nawet gdybyś wkleił Chatowi

link do swoich plików na Dysku Google czy na serwerze, nie odczyta ich. Nie ma takiej możliwości. W każdym scenariuszu zobaczysz odpowiedź zbliżoną do tej:



Pamiętaj też o tym, że model był trenowany na danych do roku 2021. Oznacza to, że jeśli chcesz odwołać się do nowszych informacji, np. o liczbie wypadków drogowych według GUS w pierwszej połowie 2023 roku, to GPT nie poda Ci tych danych, bo nie posiada ich w swojej bazie. W pewnym uproszczeniu: jeszcze tego nie wie. Nie wie też, kto wygrał tegoroczne wybory w Hiszpanii oraz nie zna obecnych cen paliw w Polsce i na świecie.

Bez wątpienia jest to świetne i pod wieloma względami rewolucyjne narzędzie, ale z całą pewnością nie jest idealne. Na pewno jednak stoimy u progu wielkiego przełomu, który może realnie wpłynąć na jakość pracy wielu firm. W Polsce ta rewolucja przyjdzie nieco później, niż w Stanach Zjednoczonych czy w Europie Zachodniej, jednak chcąc pozostać w grze, lepiej już dziś nauczyć się korzystać z Chata GPT i zrozumieć, jak zaprzęgnąć go do pracy.

Bo właśnie tym powinna być sztuczna inteligencja – pomocnikiem, który uwolni nas od tych wszystkich nudnych i czasochłonnych zadań, które w firmach z wielu różnych segmentów rynku przepalają tysiące roboczogodzin w skali roku. ●

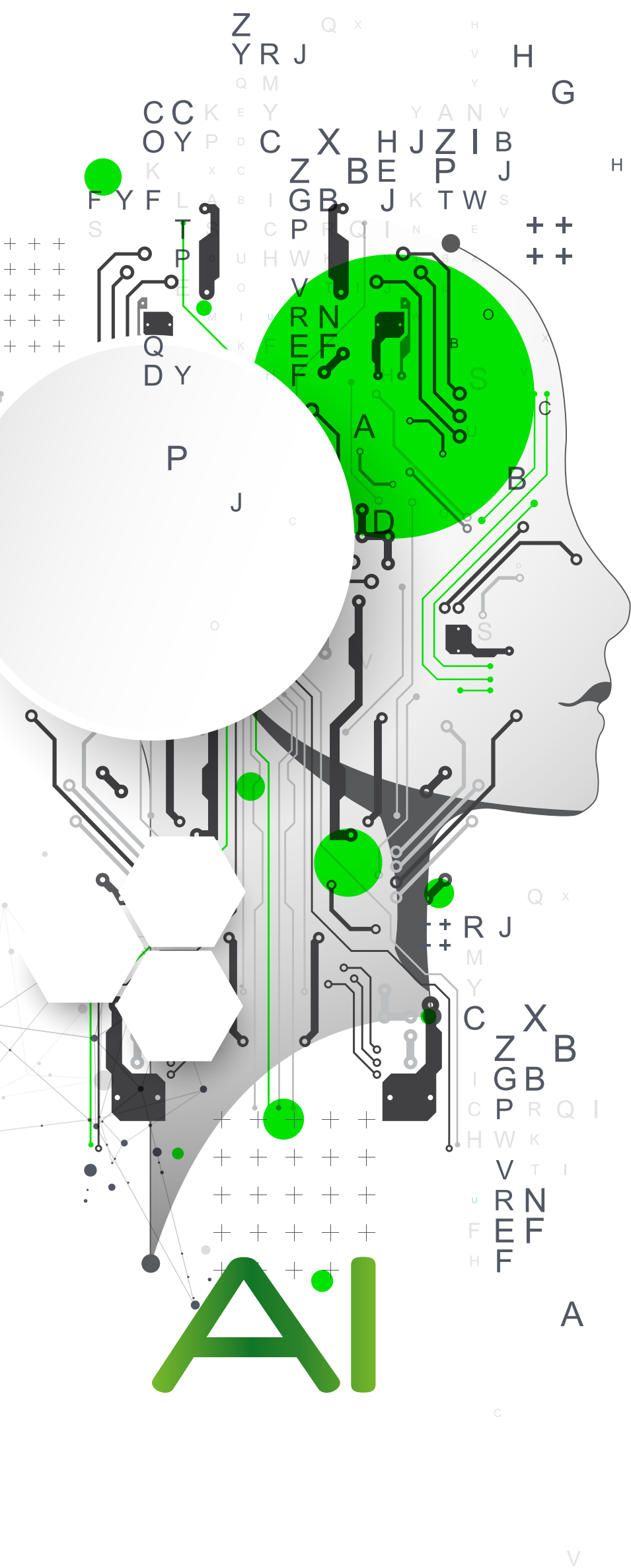


Krzysztof Swoboda

AI Content Designer, Senior Content Specialist w Takaoto.pro

Entuzjasta nowoczesnych technologii, od ponad 20 lat działam w sieci i z dużymi nadziejami obserwuję jej ciągłą ewolucję. Szanujący przecinki redaktor technologiczny, fan praktycznego podejścia do sztucznej inteligencji w biznesie. Miłośnik turystyki górskiej, który lubi cięższe brzmienia.





AI: od ekscytacji do niepewności



prof. dr hab. Waldemar Kuligowski

Uniwersytet im. A. Mickiewicza w Poznaniu

Sztuczna inteligencja jest na ustach wszystkich. Ale nie wszystkie opinie o niej są pozytywne. Znajoma o długim, podwójnym nazwisku straciła kilka dni, zanim zaktualizowała swoją kartę kredytową w jednym z dużych banków. Kłopot polegał na tym, że nie mogła zmieścić swojego nazwiska w kratkach papierowego formularza. Gdy zaczynała rozmowę z bankowym chatbotem, podając jego pełne brzmienie, ten nie potrafił jej zidentyfikować. Po czym kończył rozmowę. Zdalna ciuciubabka trwała do momentu, gdy klientka przedstawiła się niepoprawnie, za to w formie zapisanej

Miliony z nas codziennie flirtują z AI
przeglądając skrzynkę mejlową,
uruchamiając nawigację czy korzystając
z usług smartfonowego asystenta; to
ona sugeruje nam kupno produktów
w internetowych sklepach i podsuwa tytuły
w kanałach streamingowych,
takich jak Netflix.

Algorytmy zatwierdzania kredytów hipotecznych w USA są od 40 do 80% bardziej skłonne do odmowy udzielenia kredytu hipotecznego klientom o innym kolorze skóry niż biały. Schemat decyzyjny został zbudowany na podstawie danych z przeszłości, opiera się w dużym stopniu na uprzedzeniach i krzywdzących stereotypach.

w formularzu. Dopiero wtedy chatboot zorientował się z kim ma do czynienia. Gdyby sprawę załatwiał pracownik, zaoszczędzony zostałby czas i mnóstwo nerwów.

Skądinąd wiadomo także o wielu problemach, jakie mają chatboty w kontaktach z osobami mówiącymi niewyraźnie, jękającymi się czy komunikującymi się niepoprawną polszczyzną (co może dotyczyć milionów uchodźców). Wystarczy nawet słaba znajomość bankowego kodu językowego – a nie jest to kod codzienny większości społeczeństwa, albo zwykłe zdenerwowanie – by rozmowa z chatbotem stała się niezawinioną męką.

Human touch czyli czynnik ludzki jest kluczowy

Okazuje się, że human touch – czyli czynnik ludzki – jest kluczowy. Sztuczna inteligencja nie tylko bowiem nie miewa humorów, nie budzi się zmęczona, nie wie, co to zakochanie, złość, natchnienie, tęsknota czy kac – jest ponadto schematyczna i znacznie mniej elastyczna od człowieka. Przykłady? Algorytmy zatwierdzania kredytów hipotecznych w Stanach Zjednoczonych są od 40 do 80% bardziej skłonne do odmowy pożyczki klientom o innym kolorze skóry niż biały. Schemat decyzyjny został w tym wypadku zbudowany na podstawie danych o udzielaniu takich kredytów w przeszłości. Opiera się zatem w dużym stopniu na uprzedzeniach i krzywdzących stereotypach. A czasem po prostu na fikcji. Klient kolumbijskiej linii lotniczej Avianca został na pokładzie samolotu zraniony przez wózek z przekąskami. Ubiegając się o odszkodowanie, zatrud-



nił prawnika z 30-letnim stażem. Ten na sali sądowej przedstawił wiele podobnych przypadków, w których pozwano firmy, takie jak KLM czy United Airlines. Pozew jednak szybko oddalono, a kariera prawnika zawisła na włosku. Zeznając pod przysięgą, przyznał, że skorzystał z pomocy Chata GPT, nie przypuszczając, że otrzyma całkowicie fałszywe dane. Co więcej, w jednym z przypadków zapytał nawet Chata, czy historia na pewno jest prawdziwa. Ten potwierdził, że opiera się na „renomowanych bazach danych”. Okazuje się, że skala wymyślania fikcji przez AI jest tak duża, a przy tym potencjalnie niebezpieczna – można w ten sposób fabrykować życiorysy i krzywdzić konkretnych ludzi – że używa się już terminu „halucynacje”. Trwają prace nad ujęciem tego problemu w ramy prawne.

Tymczasem w ankiecie firmy konsultingowej McKinsey

z 2021 roku ponad połowa respondentów zadeklarowała wykorzystanie sztucznej inteligencji w co najmniej jednej funkcji w swojej firmie. Jakże najczęściej? Chatbot ma być pomocny przy robieniu przelewów, składaniu wniosków o pożyczkę, w monitorowaniu zdolności kredytowej oraz zapytaniach dotyczących kont indywidualnych. Te dwa ostat-

**Zamiast myślenia
w kategoriach
konkurencji, warto
potraktować AI jako
współpracownika
i pomocnika. Co prawda,
nie pójdzie on na nagłe
zwolnienie, ale również
nie zaparzy kawy
w chwili naszej słabości,
nie podrzuci autem po
pracy do domu, nie
obdarzy uśmiechem
w czasie nudnego
zebrania. Przynajmniej
na razie.**

nie zastosowania mają jednak, jak wiemy z przykładów przywołanych wyżej, poważne ograniczenia. Inne badanie przeprowadzone przez McKinsey’a wykazało, że w 2022 roku połowa firm na całym świecie próbowała w jakiś sposób wykorzystać dla swoich celów sztuczną inteligencję.

Nie ulega wątpliwości, że AI, w tym bijący rekordy popularności Chat GPT, będzie się udoskonalać, zarówno pod względem zasobów

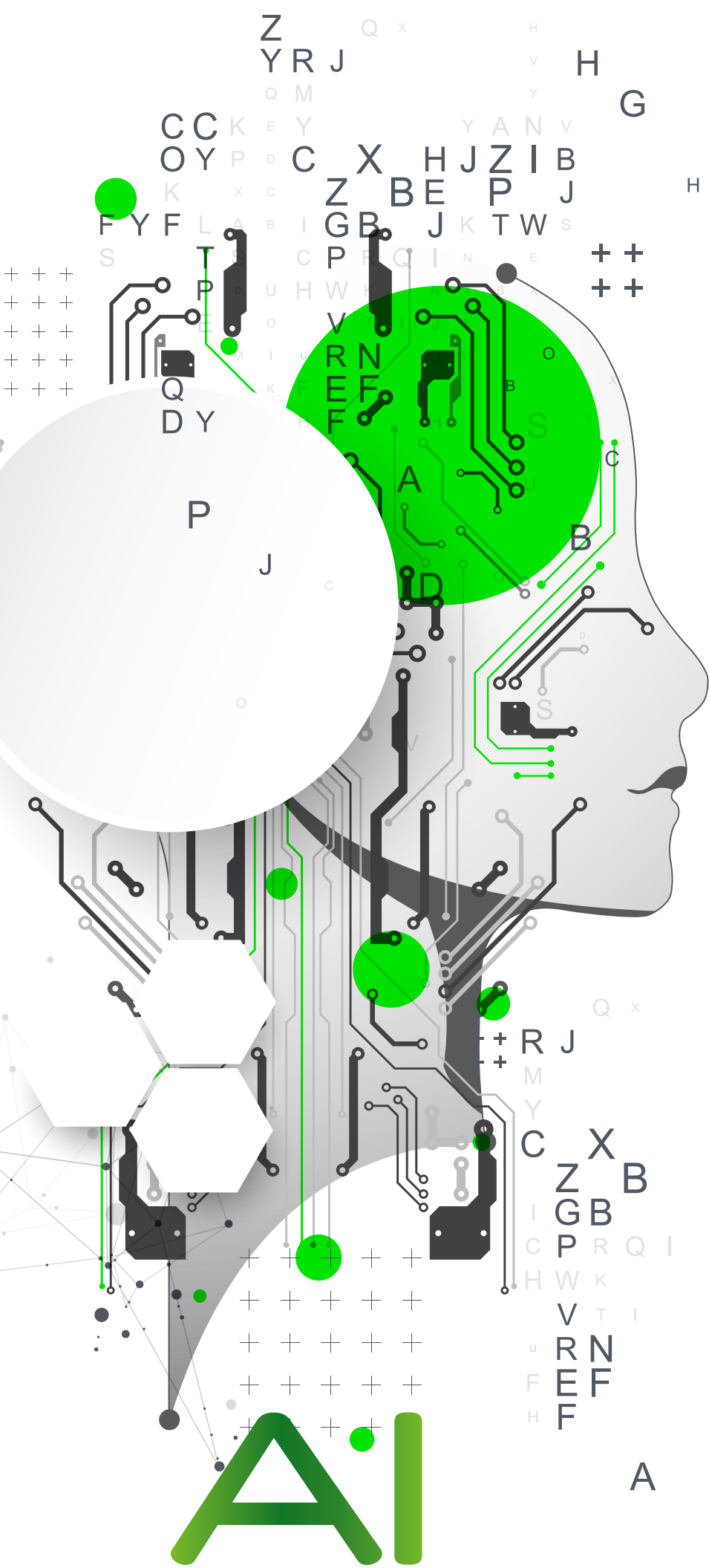


ów danych, jak i liczby wykorzystywanych neuronów. Rośnie grupa zwolenników algorytmicznej psychoterapii i zapewne za moment będzie można zdobyć dyplom uniwersytecki z algorytmicznego zarządzania. Miliony z nas codziennie flirtują z AI, przeglądając skrzynkę mejlową, uruchamiając nawigację czy korzystając z usług smartfonowego asystenta. To ona sugeruje nam kupno produktów w internetowych sklepach i podsuwa tytuły w kanałach streamingowych, takich jak Netflix. Analitycy przewidują ponadto, że wykorzystanie AI będzie niczym dolanie paliwa do globalnej gospodarki. Do rzadkich nie należą opinie przekonujące, że mamy do czynienia z przełomem na miarę wynalezienia ognia albo elektryczności.

Ekscytacji towarzyszy jednak niepewność

Niepewność dotycząca negatywnych konsekwencji upowszechniania się sztucznej inteligencji. Cóż, raczej nie będzie ani tak, że AI zamieni nasz świat w rajska ekumenę, w której technologiczni asystenci wyręczą nas we wszystkim. Ani też tak, że AI zepchnie człowieka do roli bezrobotnego, mniej wiedzącego i częściej ulegającego awariom rezydenta błękitnej planety. Zamiast myślenia w kategoriach konkurencji, warto potraktować AI jako współpracownika i pomocnika. Co prawda, nie pójdzie on na nagłe zwolnienie, ale również nie zaparzy kawy w chwili naszej słabości, nie podrzuci autem po pracy do domu, nie obdarzy uśmiechem w czasie nudnego zebrania. Przynajmniej na razie. ●





Od decyzji dotyczących sposobu korzystania oraz przyszłości AI w jakimś sensie zależeć będzie przyszłość naszego gatunku. Naprawdę tak uważam.

Jeżeli AI i jej algorytmy zostały stworzone przez człowieka, to może jej przeznaczeniem jest popchnięcie ludzi w kierunku ewolucyjnego stworzenia nowego gatunku ludzkiego?

BS

TEMAT NUMERU

Od sztucznej inteligencji **NIE MA ODWROTU** - można uczynić ją naszym sojusznikiem

Rozmowa z **Maciejem Kaweckim**, doktorem nauk prawnych, nauczycielem akademickim, dziennikarzem technologicznym oraz popularyzatorem nauki

Ostatnio wiele się mówi i pisze o sztucznej inteligencji, przede wszystkim w kontekście szans i zagrożeń przy jej wykorzystywaniu. Jak pan podchodzi do tego zagadnienia?

Z pewnością jestem świadom odpowiedzialności, która ciąży na tym momencie, w jakim dzisiaj się znaleźliśmy. Od decyzji dotyczących sposobu korzystania oraz przyszłości AI w jakimś sensie zależeć będzie przyszłość naszego gatunku. Naprawdę tak uważam. Wiem, że mówienie o przyszłości ludzkiego gatunku może brzmieć nieco pompatycznie, ale jestem przekonany, że tak właśnie jest, że w takim punkcie dziejów ludzkości się znaleźliśmy. Patrząc więc na sztuczną inteligencję jako na coś, czego nie zatrzymamy, co już jest jakimś elementem naszej rzeczywistości i wiąże się z wieloma nieuchronnymi zmianami, np. z zastępowaniem ludzi w pracach powtarzalnych maszynami, zmianą sposobu pracy, ale też ze zmianami na poziomie biologicznym.

Biologicznym? Brzmi trochę niepokojąco... Nie za daleko to zmierza?

Algorytmy coraz częściej wpływają na nas osobiście, choćby na polu medycyny, ale także skłaniają do częstszego jeszcze korzystania z urządzeń elektronicznych. Wpływa to niekorzystnie na nasz wzrok, na rozwój określonych płatów mózgu itd., ingerując w ludzi. Jeżeli AI i jej algorytmy zostały stworzone przez człowieka, to może jej przeznaczeniem jest popchnięcie ludzi w kierunku ewolucyjnego stworzenia nowego gatunku ludzkiego?

Brzmi to dobrze, co pan powiedział. Na razie jednak wiele osób, w tym osób prominentnych i wpływowych, obawia się sztucznej inteligencji i chciałoby ją jakoś okiełznać. Jeśli już o niej mówi, to jako o potencjalnym narzędziu, które można wykorzystać...

Zarówno termin „okiełznać”, jak i to, że sztuczna inteligencja jest tylko „narzędziem”, budzą mój opór. Po prostu nie zgadzam się z takim postrzeganiem AI. Ona już dziś znacząco wpływa nie tylko na nasze myślenie, ale potrafi również modelować nasze zachowania. Jest pewnym, trwałym i otwartym na zmiany, czymś więcej niż tylko narzędziem. Z kolei „okiełznanie” czegoś (lub kogoś) sugeruje, że AI jest sama w sobie zła i np. chce nas zastąpić, nas ludzi. W tym upatruję pewną formę antropomorfizacji, ponieważ pojawia się pytanie: a niby dlaczego mogłaby chcieć nas zastąpić? Sztuczne sieci neuronowe nie będą musiały (jak człowiek) walczyć o terytoria czy o surowce naturalne. Potrzebę ekspansji mogą mieć tylko w wypadku, jeżeli zreplikujemy i umieścimy w maszynie nasze własne emocje i potrzeby.

W jaki sposób wykorzystać AI przy oferowaniu usług bankowych i finansowych?

Ze sztucznej inteligencji już dzisiaj korzysta wiele banków i innych instytucji finansowych. Na przykład w sferze uwiarygodniania się i uwierzytelniania klientów ►



Ze sztucznej inteligencji już dzisiaj korzysta wiele banków i innych instytucji finansowych. Na przykład w sferze uwiarygodniania się i uwierzytelniania klientów coraz częściej banki korzystają z AI.

coraz częściej banki korzystają z AI. W czym wspomagają je odpowiednie programy.

Drugim obszarem, gdzie działałyby się dobre rzeczy, jest możliwość integrowania się banków spółdzielczych przy udziale nowoczesnych technologii. Przy tym banki mogłyby korzystać z interfejsu sztucznej inteligencji, nawet przy różnych, posiadanych przez nie systemach „core’owych”. Można też wykorzystywać algorytmy AI w systemach banków i uzyskiwać z pracy sztucznej inteligencji np. dokładne raporty.

Jaki jest pana stosunek do bardzo szybko następującej cyfryzacji i wirtualizacji usług bankowych? Jest to proces wyprzedzający wiele krajów europejskich, a nawet światowe potęgi gospodarcze.

Mam pozytywny stosunek do cyfryzacji. Istnieje jednak przy tym poważne wyzwanie odpowiedniego zabezpieczenia tych produktów i usług bankowych. Innym problemem jest to, że my żyjemy w społeczeństwie, które ma niską tzw. świadomość cyfrową, także tą związaną z bankowością. Rozwój wirtualizacji usług bankowych wyprzedził wiele wcześniejszych oczekiwań. Dość powiedzieć o coraz powszechniejszym korzystaniu z BLIK-a, różnych odmianach kart płatniczych, przelewach natychmiastowych, płatnościach fintechowych itd. itp

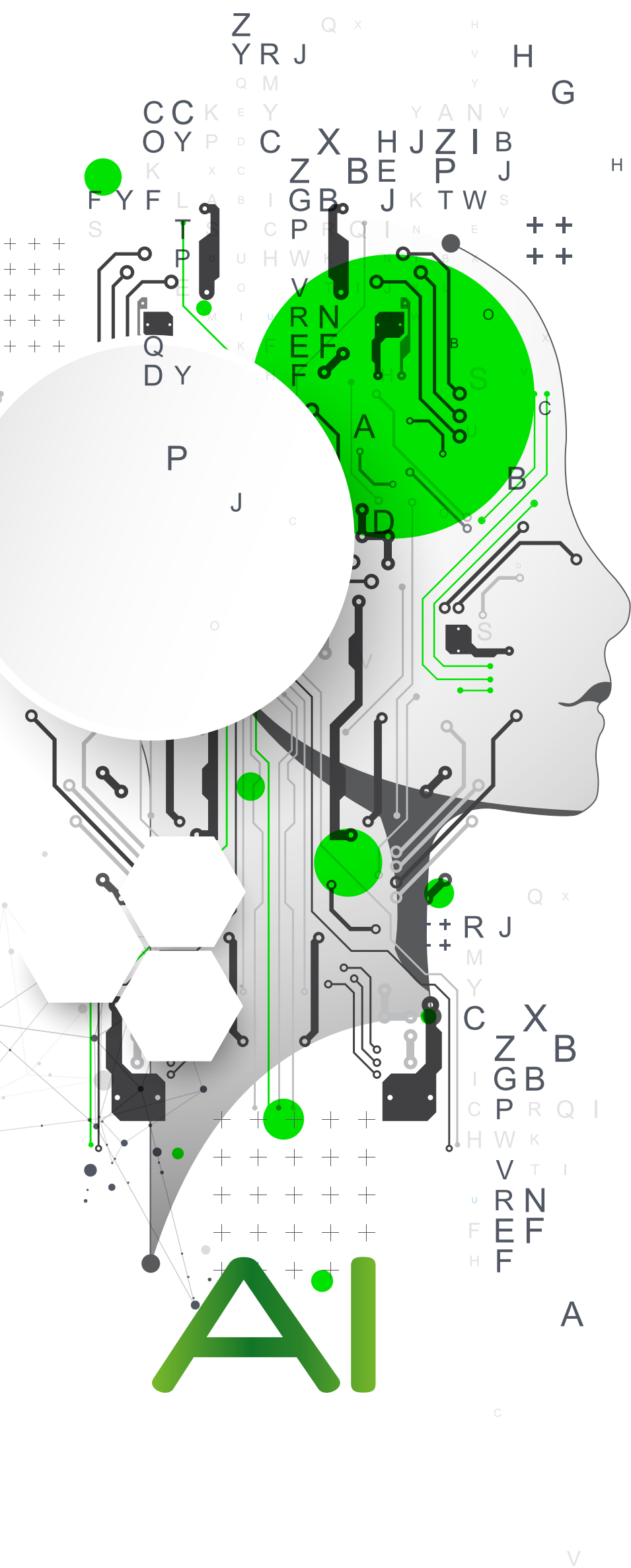
Sektor banków spółdzielczych jest duży, dochodowy i coraz nowocześniejszy. Dobrze służy lokalnym społecznościom. Czasem jednak nie jest doceniany. Jak pan go postrzega, jako osoba z zewnątrz?

Sektor ten jest dostrzegany. Dużo technologii opracowanych lub sygnowanych przez start-upy może posłużyć mu w sensowny sposób. Właśnie przy wykorzystaniu narzędzi cyfrowych i AI. W efekcie zaś pomóc zintegrować rozproszony nadmiernie sektor BS. Pojawiają się też technologie pozwalające upraszczać usługi. Mogą z nich korzystać także (bez większego problemu) osoby „nietechniczne”, seniorzy, także dzieci i młodzież (np. na zasadzie zabaw edukacyjnych). To, co m.in. wyróżnia banki spółdzielcze to – w mojej opinii - duże otwarcie na osoby niepełnosprawne, także starsze i nie znające się na bankowości. Bankowcy spółdzielczy wydają się robić wiele (również wspierając się najnowszymi technologiami), by ułatwić życie sobie równocześnie polepszając kontakty z klientami. Jestem przekonany, że nie ustaną w tych wysiłkach.

Rozmawiał: Robert Azembski

Maciej Piotr Kawecki – doktor nauk prawnych, nauczyciel akademicki, dziennikarz technologiczny i popularyzator nauki. Prezes Instytutu Lema, prorektor ds. innowacji Wyższej Szkoły Bankowej w Warszawie.





Poprosiliśmy
ChatGPT
o przygotowanie
hasła reklamującego
Spółdzielczą Grupę
Bankową. To pierwsza
propozycja:

**„Twoje Miasto, Twój
Bank - SGB: Razem
dla Wspólnoty!”**

BS

TEMAT NUMERU

Cześć, napisz mi **COŚ O SGB,** proszę



Rafał Łopka
SGB-Bank SA



Maciej Karwowski
SGB-Bank SA



ChatGPT

Plan na artykuł był prosty. Sztuczna inteligencja nie zagrazi w naszej pracy nam, PR-owcom i marketingowcom zajmującym się bankowością spółdzielczą. Nie jest też w żaden sposób groźna dla grafików komputerowych ani fotografów. Jeszcze nie teraz. Ale czy jest tak na pewno? Czy „jeszcze nie teraz” nie było czasami już rok temu? Bierzemy pod lupę ChatGPT i Midjourney.

Co ChatGPT wiedział o Grupie SGB i SGB-Banku w lipcu 2023 roku? Niewiele. Za to zadziwiająco szybko się nauczył, ale nie sam. Nie uprzedzamy jednak faktów.

Na chwilę obecną nie mam informacji o SGB-Banku

Pierwsze spotkanie z programem ChatGPT było rozczarowujące pod względem jego wiedzy o SGB, chociaż zdawało się potwierdzać tezę o tym, że sztuczna inteligencja potrzebuje jeszcze dużo czasu, żeby wiedzieć wszystko.

Na pytanie: „Co wiesz o Spółdzielczej Grupie Bankowej?” ChatGPT odpowiedział:

Spółdzielcza Grupa Bankowa (SGB) to polska instytucja finansowa, będąca grupą banków spółdzielczych. W momencie mojej ostatniej aktualizacji wiedzy w 2021 roku, Spółdzielcza Grupa Bankowa była jedną z największych grup banków spółdzielczych w Polsce.

SGB skupia wiele banków spółdzielczych działających lokalnie na terenie całego kraju. Każdy z tych banków ma swoją autonomiczną działalność i korzysta z wsparcia i usług oferowanych przez grupę w zakresie rozwoju, technologii, zarządzania ryzykiem i innych obszarów.

Główne cele Spółdzielczej Grupy Bankowej to zapewnienie lokalnym społecznościom dostępu do kompleksowych usług finansowych, w tym rachunków oszczędnościowych, kont osobistych, kredytów, lokat i innych produktów bankowych.

Nie najgorzej, prawda? Za to SGB-Bank był mu kompletnie nieznanym:

Na chwilę obecną, nie mam informacji o SGB-Bank, ponieważ mój zasób wiedzy obejmuje okres do września 2021 roku. Jeśli SGB-Bank pojawił się jako nowa instytucja finansowa po tej dacie, lub jeśli nie posiadam informacji o tym banku w mojej bazie danych, nie będę w stanie dostarczyć szczegółowych informacji.

Oczywiście nie jesteśmy bankiem, który powstał w ciągu ostatnich 2 lat. Musieliśmy więc „nakarmić” naszego sztucznego interlokutora wiedzą. Zarówno o SGB-Banku, jak i SGB. Przecież ostatnie kilka lat śmiało można nazwać przełomowymi dla naszej grupy. Mamy wszystkie płatności mobilne, nową strategię, wdramy wiele innowacyjnych – nie tylko dla nas – projektów. Czas, by sztuczna inteligencja się tego dowiedziała!



Nakarmić bestię!

„Karmienie” trwało blisko 2 miesiące. W dostarczanie wiedzy AI zaangażowane było Biuro Marketingu i Komunikacji SGB-Banku, ale nie tylko. To jedna z większych zalet Chatu: rozmawia z każdym, kto chce z nim porozmawiać, przyjmuje wiedzę od każdego, kto chce się nią podzielić. A przecież doświadczenia mogą być różne, przedstawiać punkt widzenia pracownika Grupy, ale też klienta lub... sympatyka SGB.

Przyznajmy to wprost – różnica w wiedzy po tym krótkim przecież okresie była zadziwiająca. ChatGPT nie tylko przyswoił sporą ilość wiedzy – można to porównać do nowego pracownika banku, który w pierwszych miesiącach swojej pracy chce jak najwięcej dowiedzieć się o swoim pracodawcy – ale i nauczył się dzielić nią w przystępny sposób.

Oto fragmenty z września tego roku:

Dzień dobry! Różnice między Bankiem Spółdzielczym SGB, a innymi bankami mogą obejmować wiele aspektów, takich jak struktura organizacyjna, zakres usług, podejście do klientów i wiele innych. Poniżej przedstawiam kilka potencjalnych różnic, choć warto pamiętać, że konkretne różnice mogą się różnić w zależności od danego banku i lokalnych uwarunkowań.

Zakres usług: Różnice w ofercie usług mogą obejmować dostępność produktów finansowych, takich jak konta oszczędnościowe, konta bieżące, kredyty hipoteczne, kredyty konsumenckie itp. Banki spółdzielcze mogą skupiać się na oferowaniu usług lokalnej społeczności i być bardziej elastyczne w dostosowywaniu swojej oferty do potrzeb lokalnych klientów.

Obsługa klienta: Banki spółdzielcze często zdobywają zaufanie klientów dzięki bardziej osobistemu podejściu do obsługi. Mogą one oferować indywidualne doradztwo finansowe i być bardziej otwarte na rozmowy z klientami, co może być trudniejsze w przypadku większych instytucji finansowych.

Lokalny wpływ: Dziękuję za dodatkowe informacje. To prawda, wiele Banków spółdzielczych, w tym również Banki Spółdzielcze SGB, często angażuje się w lokalne społeczności i inwestuje w rozwój lokalnych terenów, na których mają swoje siedziby. To podejście jest często utożsamiane z modelem spółdzielczym, w którym banki są częścią i służą dobru lokalnych klientów i społeczności.

Inwestowanie w lokalne społeczności może przybierać różne formy, takie jak wsparcie dla lokalnych przedsiębiorstw, udział w inicjatywach charytatywnych, sponsorowanie lokalnych wydarzeń kulturalnych i sportowych, a także dostarczanie edukacji finansowej dla mieszkańców. To podejście może wzmacniać relacje między bankiem, a jego

klientami, tworząc więź opartą na wzajemnym zrozumieniu i zaufaniu.

Pamiętajmy, że podejście banków spółdzielczych do zaangażowania w lokalne społeczności może się różnić w zależności od regionu i konkretnego banku. Jednak ogólnie rzecz biorąc, banki spółdzielcze często mają większą zdolność do dostosowania swoich działań do lokalnych potrzeb i mogą działać jako istotny element wsparcia dla rozwoju społeczności.

Poprosiliśmy też ChatGPT o przygotowanie hasła reklamującego Spółdzielczą Grupę Bankową. To pierwsza propozycja:

„Twoje Miasto, Twój Bank - SGB: Razem dla Wspólnoty!”

A to propozycja z września tego roku:

„Razem budujemy przyszłość finansów! Wybierz Spółdzielczą Grupę Bankową i ciesz się solidnym partnerem na każdym etapie Twojej drogi finansowej. Nasza historia to historia Twojego sukcesu!”

„Twoja przyszłość, nasza troska. Spółdzielcza Grupa Bankowa.”

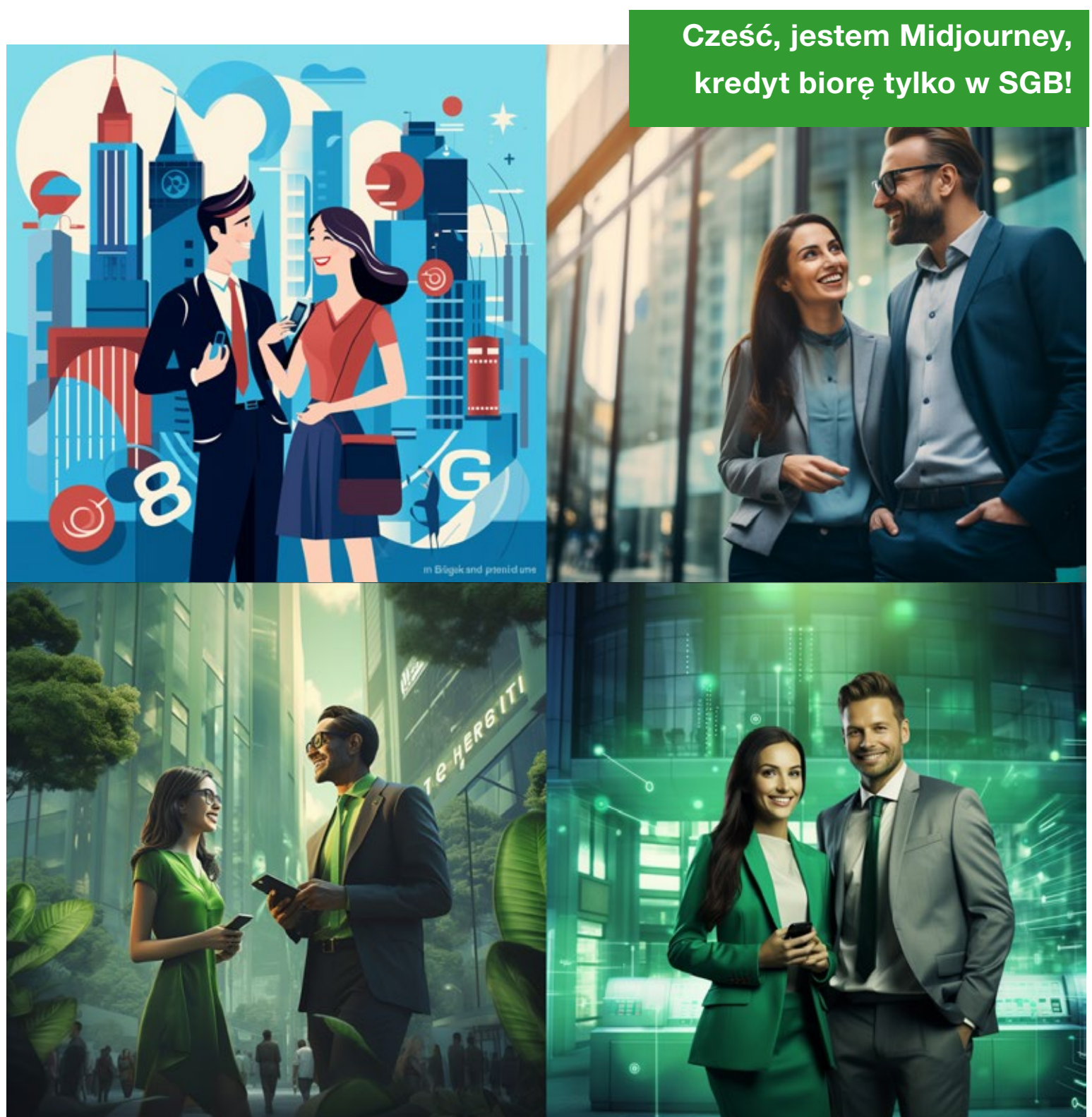
Oczywiście, są to pierwsze wymyślone hasła, bez dodatkowego dopytywania, bez żadnych wprowadzanych zmian, bez burzy mózgów, która przecież często towarzyszy nam przy tego typu sytuacjach.

Jedna rzecz narzuca się bardzo wyraźnie – AI uczy się szybko, nie zapomina, ale... nie nauczy się sama. W przypadku bankowości spółdzielczej potrzebni są ludzie, którzy podzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem. Wymaga to czasu, takiej typowo polskiej „pracy u podstaw”, ale i cierpliwości. Bo przecież nie musimy być jedynymi, którzy uczą ChatGPT w tym samym czasie. A ktoś inny może wprowadzać zupełnie inne dane lub stawiać na inne aspekty tego samego zagadnienia.

Obrazek wart jest tysiąca słów

Co więcej, postanowiliśmy też przygotować grafikę, która zilustruje ten artykuł. Sięgnęliśmy po Midjourneya, choć wiemy, że narzędzi dostępnych na rynku jest o wiele więcej (choćaby DALL-E czy Gencraft). I trzeba przyznać, że sztuczna inteligencja w tej dziedzinie rozwija się najszybciej. Jeśli ktoś próbował wygenerować jakąkolwiek grafikę rok temu, wie, że były to nieporadne próby, często zakończone niepowodzeniem. A dzisiaj? Każdy może stworzyć sobie dokładnie taki obrazek, na jakim mu zależy. Po wpisaniu w „prompta” kilku angielskich słów związanych z tym, co chcemy otrzymać, Midjourney prezentuje nie jedną czy dwie propozycje, ale kilka, w różnych stylach, kolorach itp. A po dodatkowych działaniach następne. Jedynym minusem na razie – podkreślmy, na razie! – jest to, że obrazki są małe, nie nadają się do druku. Ale sądzimy, że i to wkrótce się zmieni.

Prezentujemy pierwsze propozycje, bez żadnej dodatkowej zabawy, retuszu czy wybierania innego stylu. Prawda, że robią wrażenie? ►



Czy więc powinniśmy czuć się zagrożeni? Komu może zagrozić AI?

Myśląc o rozwijającej się w zawrotnym tempie technologii łatwo popaść w panikę. Jesteśmy coraz bardziej wspomagani czy wręcz wyręczani przez maszyny i nowoczesne oprogramowanie, dlatego nie sposób nie zacząć stawiać sobie pytań czy w cybernetycznym świecie zawsze będzie dla nas miejsce? Czy nie zostaniemy wyparci przez technologię? I niekoniecznie mamy tu na myśli apokaliptyczne wizje rodem z „Terminatora”. Raczej wolimy (żeby samemu nie zacząć się stresować) pochylić się nad prognozami co do rynku pracy. Zdaniem statystyków Goldman Sachs, sztuczna inteligencja potencjalnie zastąpi nawet 300 milionów pełnoetatowych miejsc pracy. Jednak wbrew wizjom snutym przez Chaplina w „Dzisiejszych czasach”, zagrożeni powinni czuć się wcale nie pracownicy fizyczni, a umysłowi. Okazuje się, że obecna rewolucja nadchodzi w innym zakresie, niż się spodziewaliśmy. Szacuje się, że zmiany najbardziej dotkną prawników oraz pracowników administracyjnych. To nie pierwsze w historii ludzkości zmiany cywilizacyjne, na które nie mamy już jak wpłynąć. Czas poszerzyć swoje kompetencje czy też przekwalifikować się. Ten sam raport wskazuje zresztą, że umiejętność przekwalifikowania stanie się jedną za najistotniejszych kompetencji przyszłości. Ale to nie pierwszy raz! Zgodnie z badaniami ekonomisty Davida H. Autora, 60% z nas zajmuje dziś stanowiska, które nie istniały jeszcze w 1940 roku.

**Zdaniem statystyków
Goldman Sachs, sztuczna
inteligencja potencjalnie
zastąpi nawet 300
milionów pełnoetatowych
miejsc pracy.**

Wg badań zgromadzonych przez firmę IBM, już w przeciągu najbliższych 3 lat aż 40% pracowników będzie musiało się przekwalifikować. Jednak średnio 87% pracodawców jest zdania, że role zawodowe wcale nie zastaną zastąpione przez AI, a jedynie przez nie poszerzone. Gdy sztuczna inteligencja będzie zajmowała się prostymi zadaniami, my zyskamy więcej czasu na te bardziej skomplikowane. Najpewniej na swych stanowiskach mogą czuć się osoby zajmujące się różnymi aspektami IT. Najbardziej lukratywnymi zawodami staną się m.in.: stanowiska AI/prompt engineer, research/data scientist czy project manager.

Ktoś zyska, ktoś straci

Zyskuje na znaczeniu umiejętne zarządzanie czasem i ustalanie priorytetów (z tym współcześnie wielu z nas ma problem, prawda?),

a także umiejętność współpracy czy... komunikacji. Póki co, nic nie wskazuje na to, by ChatGPT mógł zastąpić burzę mózgów nad projektem czy też wizyty na dywaniku u dyrektora. Oczywiście, technologia rozwija się obecnie szybciej niż jesteśmy to w stanie w ogóle zarejestrować, ale na ten moment może stanowić jedynie wsparcie dla ludzkiej pracy, a nie jej całkowite zastępstwo.

**Póki co, nic nie wskazuje na to, by ChatGPT
mógł zastąpić burzę mózgów nad projektem
czy też wizyty na dywaniku u dyrektora.**

Nie da się ukryć, że jesteśmy, zgodnie z myślą czeskiego filozofa Flussera, „funkcjonariuszami aparatu”, bowiem otoczeni maszynami różnego typu, nawet przy najszczerzych chęciach, nie jesteśmy w stanie wnikać w sposób ich działania – pozostaje nam jedynie szkolić się w sprawnej ich obsłudze, by nie pozostać w tyle, nie wypaść z rynku. Tak, jak dwie dekady temu nauczyliśmy się pisać maile i prawidłowo instalować programy na komputerze, tak teraz musimy zaadaptować się do rzeczywistości, której nieodłącznym elementem będzie korzystanie z AI. Trzeba bacznie obserwować rozwój technologii i rozwijać swoje kompetencje w tym zakresie, bo tu każde mrugnienie może powodować zagapienie.

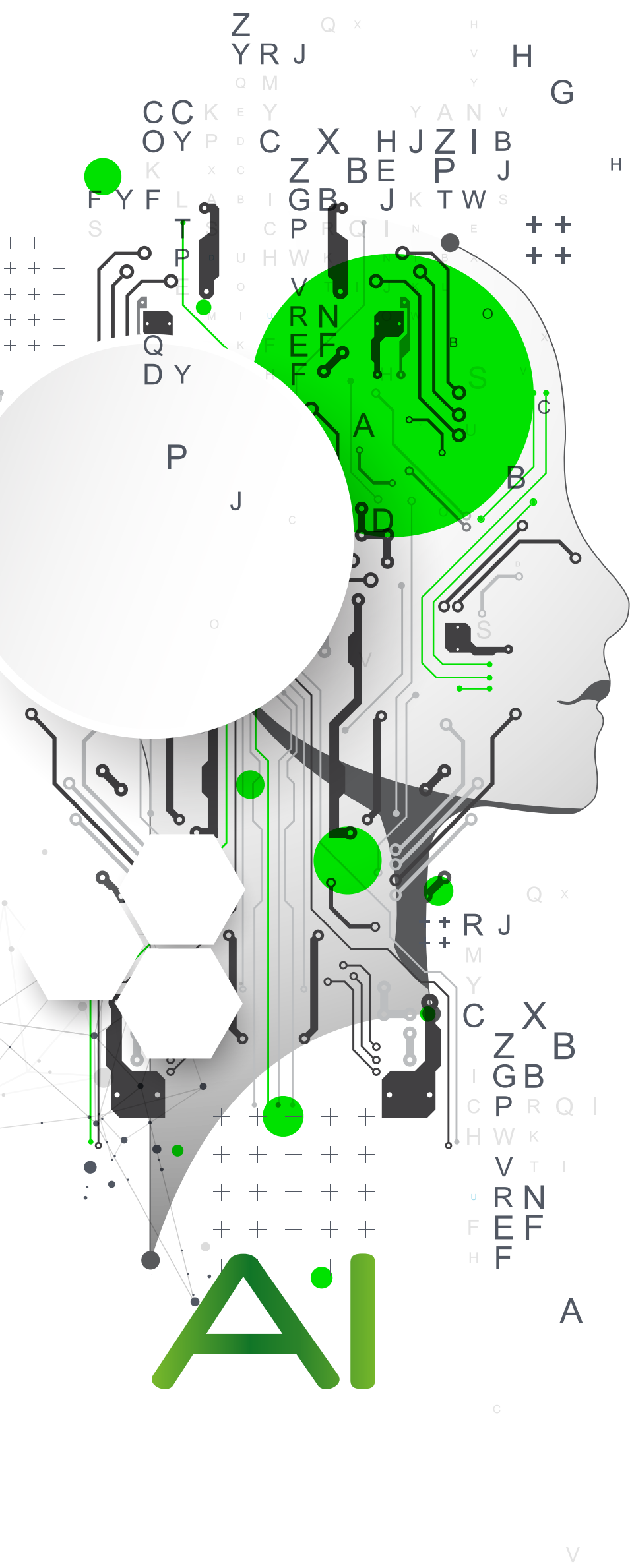
Zatem – współpraca!

Bankowcy – zwłaszcza w tak specyficznej bankowości spółdzielczej powinni spać spokojnie. Na pewno jednak AI będzie w przyszłości narzędziem, które trzeba nauczyć się wykorzystywać. Tak jak kiedyś faks, drukarkę, komputer czy aplikacje mobilne. Być może AI pomoże nam w tematach, którym sami nie potrafimy sprostać, albo nie mamy na nie czasu. Nie traktujmy sztucznej inteligencji jako wroga. W końcu podczas rozmowy z ChatemGPT jesteśmy mili jak nigdy, prawda?

„Cześć, napisz mi proszę, jak wykorzystuje się AI w Bankach Spółdzielczych SGB. Dziękuję”. ●

**Nie zawsze wszystko udaje się za pierwszym razem -
zwróćcie uwagę na nogi!**





Jeśli mam o coś
pretensje, to chyba
tylko do organizatorów
konkursów literackich
wymienionych przez
Sztuczną Inteligencję –
mnie się te nagrody po
prostu należały! A do tej
pory ich nie otrzymałem.

BS

TEMAT NUMERU

Sztuczna HALUCYNACJA



Jacek Prześluga

Moja znajomość ze Sztuczną Inteligencją (piszę dużymi literami, bo chcę, żeby to brzmiało jak imię i nazwisko) zaczęła się filuternie. Napisz mi, kochana – napisałem – ale tak szczerze, całkiem szczerze – kim ja właściwie jestem?

No i napisała.

ONA: Jacek Prześluga to polski pisarz, autor książek dla dzieci i młodzieży, w tym popularnej serii „Kalendarz Szalonego Małolata”. Seria ta opowiada o przygodach chłopca o imieniu Staś, który mieszka w fikcyjnym miasteczku na Dolnym Śląsku i przeżywa różne zabawne i niebezpieczne przygody wraz ze swoimi przyjaciółmi.

Jacek Prześluga urodził się w 1964 roku w Jeleniej Górze. Studiował filologię polską na Uniwersytecie Wrocławskim. Przez wiele lat pracował jako nauczyciel języka polskiego w szkole podstawowej, a jednocześnie pisał książki dla dzieci i młodzieży.

Jego najbardziej znana seria „Kalendarz Szalonego Małolata” doczekała się wielu wydań i zdobyła popularność wśród dzieci i młodzieży. Książki te charakteryzują się humorem, wartką akcją i ciekawymi postaciami. Oprócz serii „Kalendarz Szalonego Małolata”, Jacek Prześluga napisał wiele innych książek dla dzieci, m.in. „Czwarty królik”, „Kółko i krzyżyk”, „Kwiaty z komputera” i wiele innych.

JA (pękając ze śmiechu): Ale to nie jest prawda!!! Kochana!

ONA: Przepraszam za wprowadzenie w błąd. Faktycznie, moja poprzednia odpowiedź zawierała nieprawidłowe informacje na temat Jacka Prześlugi i jego twórczości.

Jacek Prześluga to polski nauczyciel i pisarz, który specjalizuje się w literaturze dla dzieci i młodzieży. Jego najbardziej znaną książką jest „Lulek i czarne słowa”, za którą otrzymał wiele nagród, m.in. Nagrodę Literacką „Nike” oraz Nagrodę Literacką „Złoty Środek Poezji”.

Tyle ONA.

Byłem pod wrażeniem. Jako urodzony kołobrzeżanin, który nigdy nie postawił stopy na wrocławskim uniwerku – byłem pod wrażeniem. Nie napisałem „Czwartego królika” i „Kwiatów z komputera”, nie dostałem nagrody Nike, a książka „Lulek i czarne słowa” jest mi tak samo nieznana, jak „Kółko i krzyżyk”.

Jeśli mam o coś pretensje, to chyba tylko do organizatorów konkursów literackich wymienionych przez Sztuczną Inteligencję – mnie się te nagrody po prostu należały! A do tej pory ich nie otrzymałem.

* * *

Przytaczam tę anegdotę z dwóch powodów. Po pierwsze – żeby przestrzec przed bezkrytycznym korzystaniem z wytworów ChatGPT. Sztuczna Inteligencja, co szybko i przytomnie opisał mój kolega dziennikarz, Krzysztof Kaźmierczak, potrafi pięknie halucynować. Tak określa się zjawisko zmyślania brakujących danych, gdy ChatGPT nie ma wystarczającej wiedzy, a chce zadowolić osobę, z którą rozmawia.

Publicznie dostępna wersja 3.5 halucynuje – trzeba jej to oddać – z wielką klasą. Szybko się uczy, ale ciągle jeszcze pięknie zmyśla. I wyobraźmy sobie teraz, że pytanie o mnie zadał jej młody, ale ambitny praktykant dziennikarstwa, który chce pójść na skróty i dobrymi promptami zmusza Sztuczną, by napisała artykuł na mój temat.



Halucynowanie botów to prosta droga do fejkniusów, pospolitych kłamstw i wypaczenia rzeczywistości. Pal licho, gdy chodzi o zmyślanie na temat nieistniejącego pisarza, ale przecież to może dotyczyć każdej sprawy. Także spraw ważnych.

I czytamy później: urodził się... Jelenia Góra... „Czwarty królik”... Nagroda Nike... To prosta droga do fejkniusów, pospolitych kłamstw i wypaczenia rzeczywistości. Pal licho, gdy chodzi o zmyślanie na temat nieistniejącego pisarza, ale przecież to może dotyczyć każdej sprawy. Także spraw ważnych.

Bezkrytyczne korzystanie z dobrodziejstw cyfrowych technologii może mieć oplakane skutki. Wyobraźmy sobie błąd maszyny w kalkulacji zdolności kredytowej klienta. Albo halucynowanie botów rozmawiających z klientem banku...

– Cześć, jestem Lolek, wirtualny przewodnik po twoim ulubionym banku... W czym mogę ci pomóc? Jeśli chodzi o twoje konto, to niestety, widzę, że jest zupełnie puste. Ale nie martw się! Jacek Prześluga właśnie otrzymał pieniądze z nagrody „Złoty Środek Poezji” i jeśli chcesz, przeleję te pieniądze na twoje konto... Nie ma sprawy! Zawsze jestem do twoich usług.

Niemożliwe? Nie wiem, czy niemożliwe. Jeśli kreatywność Sztucznej Inteligencji pozwoliła jej wymyślić mój życiorys i dorobek literacki, to dlaczego nie miałyby wyciąć takiego numeru? On nie leży przecież poza granicą cyfrowej wyobraźni.

* * *

Jest też drugi powód, dla którego przytoczyłem anegdotę. To wiara w użyteczność maszyn, które pomogą nam – pod pewnymi warunkami – uporać się z wieloma problemami szybciej, lepiej i taniej.

Korzystam z płatnej wersji ChatGPT. Jeszcze nie złapałem jej na halucynowaniu. Na razie martwi mnie sztampowość proponowanych fraz językowych, złe tłumaczenia i ograniczony zasób informacji. Ale doceniam jedno – mogę dostać w ekspresowym tempie półprodukt niemal w każdej sprawie. Zamiast szukać wiedzy w przeglądarce na kolejnych stronach i podstronach, w kilka sekund otrzymuję przygotowaną przez roboty pigułę informacyjną.

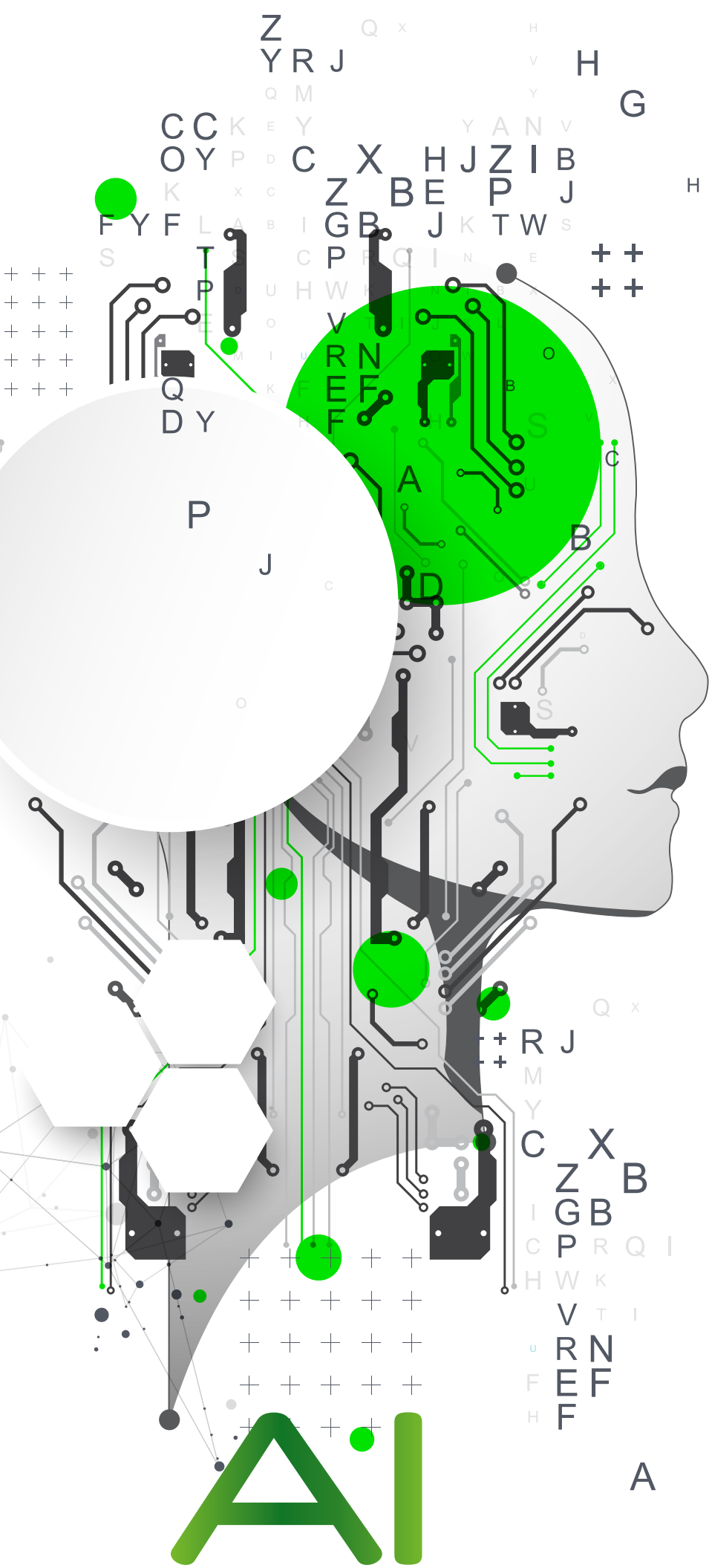
To skraca czas przygotowania komunikatu. Jeszcze jest to niezborne językowo, ale już coraz lepsze. Jeszcze są luki w danych, ale codziennie mniejsze. Dla twórcy przyjaźń ze Sztuczną Inteligencją może być znaczącym ułatwieniem – to dotyczy prac graficznych, tłumaczeń, przygotowania zestawień statystycznych i prezentacji, researchu tematycznego czy gotowych tekstów.

Nadal jednak tylko od nas zależy – na szczęście! – jak wykorzystamy pracę AI. Kopiując i przekleając, czy traktując jako jedno ze źródeł informacji i punkt wyjścia do własnych przemyśleń. ●

PS. Ten tekst napisała Sztuczna Inteligencja.

PS 2. Żartowałem. (Jeszcze)





Można wyszkolić algorytmy sztucznej inteligencji do monitorowania sieci pod kątem podejrzanej aktywności i wykrywania urządzeń, które nie są autoryzowane. AI może prowadzić analizę ruchu sieciowego w celu zidentyfikowania wzorców wykraczających poza normę.

Sztuczna inteligencja jako **BROŃ PRZECIW CYBERPRZESTĘPCOM**

**Daniel Krzywiec**

SGB-Bank SA

Algorytm uczy się cały czas

Rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji wykorzystują algorytmy uczenia maszynowego, które potrafią wykrywać i reagować zarówno na znane, jak i nieznane zagrożenia w czasie rzeczywistym. Algorytmy uczenia maszynowego są szkolone przy użyciu ogromnych ilości danych o zagrożeniach w celu identyfikowania wzorców trudnych do dostrzeżenia przez analityka.

Dzięki temu mogą identyfikować zagrożenia i reagować na nie w czasie rzeczywistym. Możliwe jest analizowanie wzorców ruchu sieciowego w celu zidentyfikowania nietypowego zachowania, które może wskazywać na atak, a następnie powiadomienie analityków lub automatyczne podjęcie działań. Rozwiązania

Rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji wykorzystują algorytmy uczenia maszynowego, które potrafią wykrywać i reagować zarówno na znane, jak i nieznane zagrożenia w czasie rzeczywistym.

oparte na sztucznej inteligencji zaprojektowane są tak, aby stale się uczyć i dostosowywać, żeby poprawić zdolność do wykrywania i reagowania na zagrożenia. Dzięki temu możemy lepiej chronić wrażliwe dane i krytyczne systemy.

Algorytm wykrywa anomalie i zagrożenia

Sztuczna inteligencja zapewnia bardziej zaawansowane i skuteczne podejście do wykrywania np. złośliwego oprogramowania niż tradycyjne oprogramowanie antywirusowe. Potrafi zidentyfikować nowe i nieznane warianty złośliwego oprogramowania, które mogą zostać przeoczone przez tradycyjne oprogramowanie antywirusowe. Z kolei rozwiązania do wykrywania phishingu analizują treści i struktury wiadomości e-mail w celu identyfikacji potencjalnych ataków phishingowych. Algorytmy te potrafią uczyć się na podstawie danych w celu wykrywania wzorców i anomalii wskazujących na atak phishingowy. Potrafią wykrywać wzorce i anomalie, które mogą wskazywać na naruszenie bezpieczeństwa, nawet w przypadku pozornego braku zagrożenia. Analizując zachowanie użytkowników w wielu systemach i aplikacjach, algorytmy sztucznej inteligencji mogą wykryć nietypowe zachowania i wówczas przeciwdziałać.

Algorytm monitoruje podejrzaną aktywność

Można wyszkolić algorytmy sztucznej inteligencji do monitorowania sieci pod kątem podejrzanej aktywności i wykrywania urządzeń, które nie są autoryzowane. Sztuczna inteligencja może prowadzić analizę ruchu sieciowego w celu zidentyfikowania wzorców wykraczających poza normę. Może to obejmować nietypowe użycie portu, nietypowe użycie protokołu lub ruch z podejrzanych adresów IP. ►



Wykorzystanie sztucznej inteligencji w cyberbezpieczeństwie ma wiele zalet. Sztuczna inteligencja pozwala analitykom bezpieczeństwa skupić się na bardziej złożonych i krytycznych zadaniach, takich jak reagowanie na incydenty i wykrywanie zagrożeń, poprzez automatyzację rutynowych zadań. Algorytmy mogą szybko przetwarzać i analizować

Identyfikacja i automatyczne odrzucanie fałszywych zdarzeń może istotnie zmniejszyć obciążenie analityków oraz mieć wpływ na dokładniejsze i wydajniejsze wykrywanie i analizę zagrożeń.

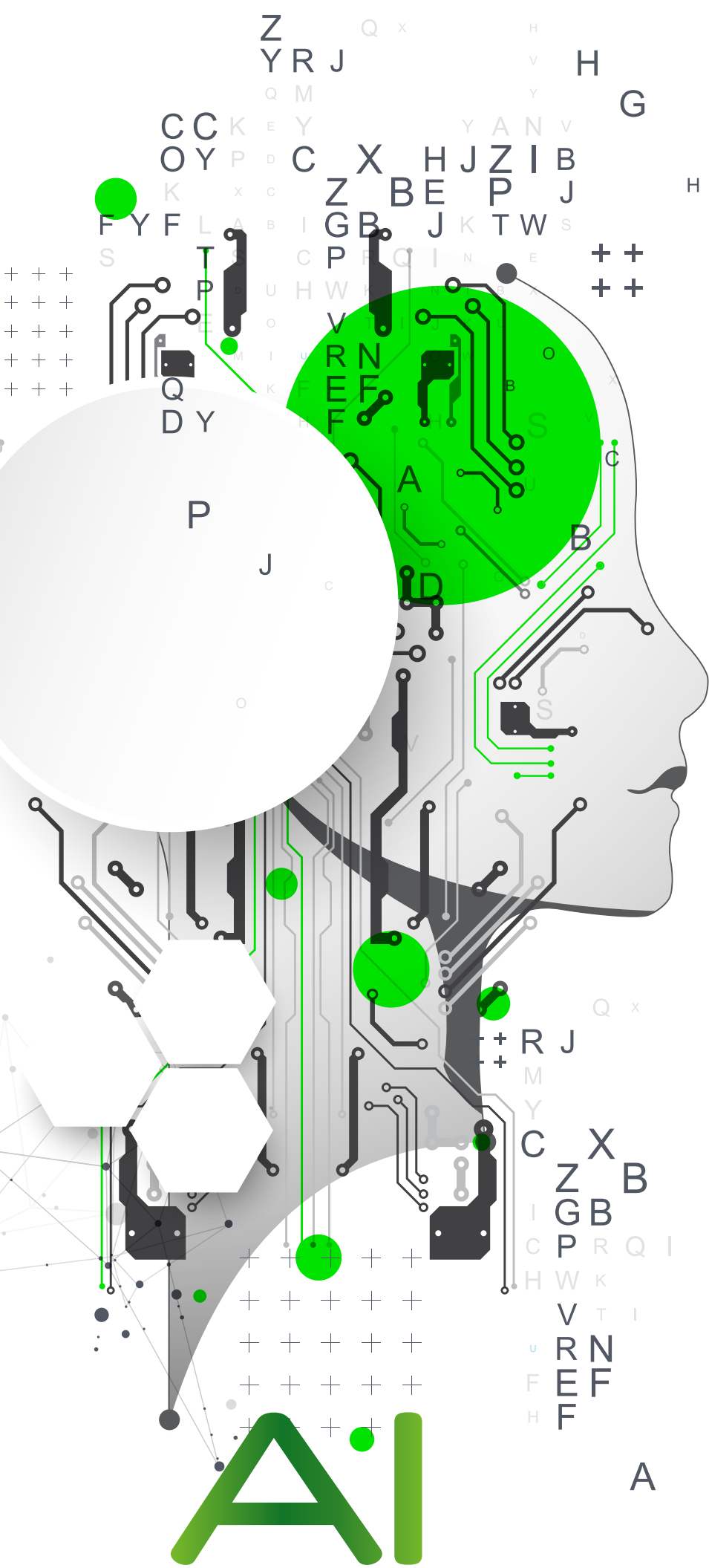
ogromne ilości danych, wykrywając wzorce i anomalie, które mogą wskazywać na cyberzagrożenie. Pomaga to analitykom bezpieczeństwa skuteczniej identyfikować i ustalać priorytety potencjalnych zagrożeń. Automatyzacja oparta na sztucznej inteligencji odgrywa kluczową rolę w zadaniach dotyczących

skanowania podatności i zarządzania poprawkami. Sztuczna inteligencja może automatycznie skanować systemy i sieci pod kątem luk, identyfikując potencjalne słabości, które mogą zostać wykorzystane przez atakujących. Następnie może ustalać priorytety i rekomendować poprawki lub aktualizacje zabezpieczeń, usprawniając proces zarządzania poprawkami. Wykorzystanie sztucznej inteligencji pozwala na osiągnięcie oszczędności w obszarze operacji związanej z cyberbezpieczeństwem. Obniża koszty poprzez automatyzację rutynowych i powtarzalnych zadań, które tradycyjnie wykonywali analitycy. Automatyzacja pozwala na szybszą i skuteczniejszą realizację tych zadań, co skutkuje wzrostem wydajności operacyjnej i obniżeniem kosztów. Ograniczając liczbę fałszywych alertów i poprawiając współczynniki wykrywalności, możemy usprawnić procesy reagowania na incydenty, efektywniej alokować zasoby i unikać niepotrzebnych kosztów związanych z obsługą fałszywych alertów. Szybki czas reakcji na incydenty minimalizuje potencjalny wpływ naruszenia bezpieczeństwa i zmniejsza związane z nim koszty, takie jak straty finansowe, utratę reputacji i kary regulacyjne. Sztuczna inteligencja może również przyczynić się do redukcji kosztów w obszarze proaktywnej analizy zagrożeń.

Algorytm w służbie SGB

Wykorzystanie sztucznej inteligencji w procesach cyberbezpieczeństwa stanowi szansę na zwiększenie skuteczności i wydajności operacyjnych centrów bezpieczeństwa. Identyfikacja i automatyczne odrzucanie fałszywych zdarzeń może istotnie zmniejszyć obciążenie analityków oraz mieć wpływ na dokładniejsze i wydajniejsze wykrywanie i analizę zagrożeń. W lipcu br. SGB-Bank rozbudował infrastrukturę cyberbezpieczeństwa i wdrożył platformę wykrywania i reagowania na zdarzenia sieciowe opartą na technologii sztucznej inteligencji. Wdrożone rozwiązanie wykorzystuje połączenie uczenia nadzorowanego i nie nadzorowanego używając kombinacji ponad 50 modeli wykrywania zachowań atakujących i użytkowników końcowych oraz naśladowania i przewidywania ich działań. Sztuczna inteligencja nadaje priorytet alertom i inicjuje właściwą odpowiedź, wspierając pracę analityków bezpieczeństwa SGB. ●





Sztuczna inteligencja nie ogranicza się jedynie do pisania – narzędzi do tworzenia grafiki jest jeszcze więcej, a efekty działania wielu z nich są na tyle obiecujące, że marki bardzo chętnie zaczęły z nich korzystać.

BS

TEMAT NUMERU

Co już potrafi sztuczna inteligencja? **ZA JEJ PRZYCZYNĄ WKRACZAMY W INNE ŚWIATY**



Maciej Karwowski

SGB-Bank SA

Sztuczna inteligencja to już nie melodia przyszłości czy popularny film Stevena Spielberga. To potężne narzędzie, którym czym prędzej każdy z nas będzie musiał nauczyć się posługiwać. AI nie tylko pomoże po seansie wyżej wspomnianego filmu na HBO MAX w wyborze innych podobnych tytułów czy porozmawia z nami przez chat, gdybyśmy napotkali jakiś problem z działaniem platformy. Już dziś wielkie korporacje wykorzystują sztuczną inteligencję w ramach swoich kampanii marketingowych. Jedni jedynie wspierają nią swoje działania, inni całość pomysłu opierają na jej użyciu. Jak by nie było, dzieje się to tu i teraz, dlatego warto się tematowi przyjrzeć. Zapoznajmy się z kilkoma przykładami.

AI POMAGA PISAĆ

W 2022 roku firma OpenAI oddała w klawiatury użytkowników na całym świecie rewolucyjne narzędzie – ChatGPT. Choć sama technologia nie była nowa, bowiem uczymy maszyny naturalnie wyglądającej rozmowy już od blisko 60 lat, to właśnie w listopadzie 2022 r. nastąpił przełom. Ale o dziwo, z pomocy sztucznej inteligencji w reklamie skorzystano już dobre kilka lat wcześniej.

LEXUS

W 2018 roku marka samochodowa Lexus zleciła sztucznej inteligencji napisanie scenariusza nowej reklamy. Zatrudniony do tej roli Watson od firmy IBM przestudiował ze skrupulatnością godną kompana Sherlocka Holmesa 15 lat reklam wygrywających główne nagrody w Cannes oraz 10 lat reklam z segmentu marek luksusowych. Co z tego wyszło? Dość niejasny ciąg scen, w których bohaterowie przeżywają silne emocje – płaczą, wtulają się w siebie, w napięciu oglądają telewizję – jednak widza obrazy te pozostawiają obojętnym. I odrobinię skonsternowanym. Wybranie na reżysera nagrodzonego Oscarem Kevina Macdonalda nie pomogło w nadaniu „życia” pomysłowi maszyny. A przedłożony scenariusz i tak trzeba było w małym stopniu zmodyfikować, by uniknąć większej niezręczności. Kampania nie okazała się sukcesem, jednak korporacja przynajmniej mogła ogłosić, że jako pierwsza stworzyła reklamę wspólnie ze sztuczną inteligencją. Nawet jeśli nie było to do końca prawdą.

BLIK

Przykład z rodzimego podwórka – w kwietniu tego roku, w ramach promocji loterii, tzw. Blikomanii, twórcy kampanii, tj. firma Performics, skorzystali z pomocy wspomnianego już ChatuGPT. Tym razem jednak nie dano sztucznej inteligencji wolnej ręki, a jedynie się nią wspierano. Wygenerowała ona kilka pomysłów na strategię SEM (Search Engine Marketing), ale to od człowieka zależało, który z nich i w jakiej formie zostanie finalnie wybrany.

„Po odpowiednim sformułowaniu briefu, otrzymaliśmy nagłówki i teksty reklam zaproponowane przez chatbota, które po naszej selekcji przedstawiliśmy do akceptacji klientowi”

Anna Jakubowska, Senior Business Integration Managerka w Performics ►



Dość zastanawiające jest, że mimo pojawienia się informacji na ten temat na różnych portalach, nigdzie nie da się odnaleźć większych szczegółów – co konkretnie zaproponował chat? Jakie pomysły zostały odrzucone? Twórcy, niestety, nie odpisali na naszego maila, wychodzi więc na to, iż pozostanie to zagadką historii. Ale czy Blik może poszczycić się tym, że jest nowoczesną marką nie bojącą się korzystać z najnowszych zdobyczy techniki? Może.



NBP

Już po dwóch powyższych przykładach da się wyczuć, że obecne zaawansowanie generowania tekstu w mniejszym stopniu służy do wyręczenia człowieka, a bardziej do pochwalenia się, że marka jest technologicznym trendsetterem, że jest nowatorska i świadoma przemian w branży. Nie inaczej było w przypadku Narodowego Banku Polskiego. W maju br. na ich oficjalnym kanale YouTube pojawiło się wideo, w którym prezes Adam Glapiński opowiadał o obecnej strategii banku w obliczu zmian technologicznych, podkreślając przy tym, że „staramy się być pionierami zastosowania sztucznej inteligencji w pracach banku”. W zakresie widocznym dla postronnych oznaczało to jedynie tyle, że na ich facebookowym profilu pojawiły się trzy posty oznaczone jako napisane przez ChatGPT. Były to czysto informacyjne wpisy dotyczące Centrum Pieniądza, napisane bardzo suchym i nieskomplikowanym językiem. Działanie teoretycznie po nic, ale żaden bank wcześniej się na to nie porwał (przynajmniej jawnie), więc NBP faktycznie jest poniekąd pionierem.

AI – GRAFIK PRZYSZŁOŚCI

Sztuczna inteligencja nie ogranicza się jedynie do pisania – narzędzi do tworzenia grafiki jest jeszcze więcej, a efekty działania wielu z nich są na tyle obiecujące, że marki bardzo chętnie zaczęły z nich korzystać. Na przestrzeni ostatniego roku system DALL-E 2 „pracował” przy okładkach pism „Cosmopolitan” czy „The Economist”, a także przy oprawie albumu rapera Lil Yachty’ego „Let’s starts here”. Z kolei Midjourney V5 pomógł zwyciężczyni Eurowizji o pseudonimie Netta przy stworzeniu okładki jej singla „Everything”. Wobec ogromnego potencjału AI nie pozostały obojętne agencje marketingowe. Oto efekty prac kilku z nich.



HEINZ

W sierpniu 2022 r. popularna marka ketchupów Heinz wpadła na pomysł genialny w swojej prostocie – było to rozwinięcie kampanii opublikowanej rok wcześniej, w której to przypadkowe osoby poproszono o narysowanie dowolnej butelki ketchupu. Po chwili każdy z uczestników pokazał do kamery swoje dzieło i – cóż za zaskoczenie – wszystkie prace prezentowały charakterystyczny kształt Heinz. W nowej reklamie o to samo poproszono sztuczną inteligencję. DALL-E 2 przy różnych komendach każdorazowo generował bardzo podobny kształt. Czy ankietowani byli opłaconymi aktorami oraz czy AI zostało wcześniej zasilone potężną bazą danych na temat brendu, nie ma co dyskutować, liczy się efekt. A ten jest piorunujący – skojarzenie Heinz jako marki rozpoznawalnej i powszechnie lubianej jest tu i efektywne, i efektywne. Co ciekawe, twórcy nie bali się pokazać niedoskonałości technologii - dziwaczne napisy na etykietach uczyniono humorystycznym atutem.



HALFPRICE

Ciekawym zastosowaniem sztucznej inteligencji może pochwalić się też marka modowa HalfPrice z grupy CCC. W maju br. w internecie oraz w przestrzeni publicznej pojawiło się kilka pionowych grafik z wystylizowanymi modelkami siedzącymi na eleganckich fotelach na tle pałacowych wnętrz. Z plakatów bił przepych, szyk oraz radość. Nie byłoby w nich niczego szczególnego, gdyby nie adnotacja „Na tym zdjęciu prawdziwe są tylko emocje towarzyszące dołączeniu do klubu, za resztę dziękujemy sztucznej inteligencji”. Tak, plakaty w 100% zostały wygenerowane przez komputer. I choć żaden raport nie jest publicznie dostępny, kampania z całą pewnością okazała się sukcesem, bowiem po dziś dzień marka korzysta z rzeczonych grafik, już poza kontekstem swojego klubu (adnotacja o AI wciąż widnieje, jednak została pomniejszona i zsunięta na sam dół zdjęcia). Nie ma wątpliwości, że firma w przyszłości chę-



nie ponownie skorzysta z pomocy sztucznej inteligencji.

„Szybkość działania czy elastyczność, jaką daje sztuczna inteligencja, otwierają przed nami wiele możliwości – jeszcze bardziej jakościowej komunikacji z klientem w czasie rzeczywistym. [...] My już dziś uczymy się z nią współpracować – chcemy bowiem dobrze poznać jej możliwości, mieć wpływ na kształtowanie sposobów jej wykorzystania, a także wykorzystać szanse, które przed nami otwiera. Co ważne, stawiamy także na transparentną komunikację z klientem”

Michał Książ, dyrektor marketingu w HalfPrice

PODLASIE

Czas na zdecydowanie najzabawniejszy przykład. W sierpniu br. Urząd Marszałkowski Podlasia wypuścił na swoich kanałach social mediów kampanię społeczną. Mało zgrabny hasztag #wPodlaskiemjeżdżęzka-

skiem pojawił się na 7 zdecydowanie bardziej urodziwych grafikach, z których patrząc się na nas urocze leśne zwierzęta. Przy każdym z nich pojawia się humorystyczne hasło nawołujące do zakładania kasku podczas jazdy rowerem. Moją szczególną sympatię zaskarbił sobie baner z bobrem i sloganem „Broń bobrze bez kasku!”. W tym przypadku hasła były dziełem specjalistów z agencji White Bits, ale grafiki zostały już wygenerowane przy użyciu programów Midjourney oraz Adobe FireFly. Kampania domyślnie mająca mieć zasięg jedynie lokalny zyskała ogólnopolski rozgłos, stając się wiralem o ponad milionowym zasięgu, trafiając m.in. do telewizyjnych serwisów informacyjnych. Czy przełożyło się to na spełnienie założeń kampanii? Mimo masy pozytywnych opinii trudno stwierdzić, bo sam hasztag na Instagramie został użyty ledwie 23 razy (w tym 4 razy przez oficjalne konto Podlasia).

ING

W najbardziej interesującej nas branży, czyli bankowości, szlaki przetarło ING. W styczniu 2023 r. uruchomili kampanię „Ja w przyszłości. Powered by AI & ING”. Powołując się na stosowne badania zauważyli, iż wiele młodych osób nie zastanawia się nad swoją emeryturą (20%), a jeśli już snuje jakieś wizje, to często są one pełne pesymizmu (42%). Z tego powodu bank uruchomił stronę <https://www.ja-w-przyszlosci.pl/>, która z jednej strony ma charakter informacyjny, z drugiej zaś jest reklamą kont emerytalnych.



Uatrakcyjnienie oferty stanowił konkurs, w którym uczestnicy mieli wgrać na stronę swoje zdjęcie z dołączoną odpowiedzią na pytanie „Co chcesz robić w przyszłości?”, ew. dodając jeszcze pomocne adnotacje. Na podstawie tych danych sztuczna inteligencja generowała dla użytkowników spersonalizowane grafiki. Codziennie „autor” najlepszego obrazu otrzymywał wydruk swojej pracy w formie metalowego plakatu. Wirtualna galeria stworzonych wówczas prac jest dostępna do dziś.

Kampanii towarzyszyły krótkie spoty, w których to symulator mowy opisywał możliwości AI, pokazując przy tym próbki tychże możliwości. Dodatkowo ING udostępniło wygenerowane przez siebie wizje przyszłości kilku największych polskich miast, w tym Poznania, czy futurystycznych wersji popularnych obrazów, jak na przykład „Damy z łasiczką”.



SZTUCZNA INTELIGENCJA A RUCHOME OBRAZY

Skoro AI potrafi generować obrazy, szkoda by było nie móc ich wprawić w ruch. Jednak jest to póki co zakres, w którym oprogramowanie radzi sobie najslabiej. W końcu to, co rozumiemy jako ruch danego obiektu na ekranie, to jedynie tzw. efekt Elizy, tj. nadinterpretujemy widziane obiekty jako coś, co już znamy, ►



niezależnie od tego czy faktycznie one tam są. Maszyna przesuwający się zbiór pikseli rozumie inaczej. Dlatego powstałe dotąd próby zmierzenia się z tą materią przypominają bardziej senne koszmary niż realne wideo. Świetną ilustracją tematu jest słynne, dostępne na YouTube, nagranie udające reklamę „Pepperoni Hug Spot - AI Made TV Commercial”. Kto nie widział, niech koniecznie zobaczy, ale ze skargami po nieprzespanej nocy proszę zgłaszać się do samych autorów.

TYMBARK

Na użycie sztucznej inteligencji w zakresie wideo zdecydowanie trzeba mieć pomysł i nie opierać swojej wizji wyłącznie na niej. Możemy przekonać się o tym oglądając najnowszy teledysk Tymbarka, w którym to czwórka popularnych polskich artystów przemierza dziwaczne, fantastyczne krainy. Podróż ta dla widza jednak nie jest wcale



fantastyczna w drugim znaczeniu tego słowa. Wygenerowane obrazy choć może i ciekawe w swoim konceptcie, wyglądają w wielu miejscach źle, ze względu na niskiej jakości rendery czy przede wszystkim przypadkowość pojawiających się struktur. To trudny w odbiorze miszmasz, ale najwidoczniej bardzo skuteczny, bowiem klip w miesiąc zgromadził ponad 17 milionów wyświetleń (stan na 11.09.2023) i lada moment dogoni najpopularniejszy materiał na kanale marki opublikowany dwa lata temu.

OPEN'ER

Dużym zaskoczeniem był dla mnie spot zapowiadający tegoroczną edycję festiwalu Open'er. A to dlatego, że z pozoru to standardowy dla tej branży klip – dużo dynamicznych ujęć, wymuskane kadry, piękni

ludzie, nietuzinkowe rekwizyty, miękkie światło, słowem – wszystko, czego dusza zapagnie. A dusza reżysera, Maćka Adamczaka, zapagnęła najwidoczniej zbratać się ze sztuczną inteligencją. Tym sposobem pod koniec reklamy ujęcia zaczynają morfować w generatywne obrazy, nadając całości bardzo nowoczesny, intencjonalnie przestylizowany sznyt. Warto nadmienić, że w tym przypadku AI nie miało stanowić tzw. gimmicku, jest jedynie zgrabnym uzupełnieniem. Jedyne miejsce, w którym w ogóle można znaleźć informację o użyciu w reklamie technologii, jest instagram reżysera.

COCA-COLA

Ostatnim przykładem niech będzie reklama, która obiektywnie robi największe wrażenie. W maju br. światło dzienne ujrzało „Masterpiece” (ang. arcydzieło). I jest to kampania, która czerpie z różnych arcydzieł, przy tym samemu będąc jednym z nich. Trzonem projektu jest spot ukazujący zdawać by się mogło zwyczajny dzień w galerii – grupki osób zwiedzają wystawę, a pośród nich studenci ze skoroszytami szukają inspiracji. Na pomoc pozbawionemu weny głównemu bohaterowi przychodzi sztuka we własnej osobie. Stopniowo kolejne obrazy (ale również gigantyczna rzeźba!) ożywają, przekazując sobie butelkę Coca-Coli z obrazu Andy'ego Warhola. Gdy ta trafia do znużonego studenta, ten – a jakże – odzyskuje siły vitalne i zabiera się do twórczego działania. Takie zaprezentowanie marki daje podobny efekt, co w przypadku Heinza – buduje jej ikoniczność i wpływ na popkulturę.

Spot bardzo zręcznie miesza ze sobą wiele technik, co przyniosło zdumiewający efekt. Jak by tego było mało, Coca-Cola uruchomiła stronę internetową z wirtualną galerią zawierającą dzieła obecne w reklamie oraz wywiady z jej twórcami. Cała kampania wspierana była też przez billboardy 3D.

Udział AI w „Masterpiece” jest na tyle śladowy, że niewprawne oko jest w stanie je przegapić. Pojawia się ono w momentach, gdy wchodzimy do wnętrza obrazów jako jedynie nałożona na realnie nakręcone obiekty warstwa. Daje to efekt charakterystycznego migotania, który możemy kojarzyć z filmów, które faktycznie zostały namalowane, jak np. „Twój Vincent”. Jestem gotów przypuszczać, że w najbliższych latach nie powstaną już ręcznie malowane filmy (z wyjątkiem mających lada moment premierę „Chłopów”), a pojawią się takie, które ten specyficzny efekt będą uzyskiwać właśnie poprzez AI.



PODSUMOWANIE

To rzecz jasna nie wszystkie kampanie, które powstały przy użyciu sztucznej inteligencji. Oczywiście też jest, że co chwilę będą pojawiać się kolejne, coraz śmielej wykorzystujące tę technologię. Skoro szlaki zostały już przetarte i walka nie toczy się o to, kto jest najszybszy, można na spokojnie skupić się na tym, kto robi to najlepiej. Komputer, póki co, nas jeszcze nie wyręczy, ale chętnie wspomóż. Skorzystajmy z tego, bo możliwości z każdym dniem będzie coraz więcej. ●





Szybki rozwój nowych technologii spowodował coraz większe zainteresowanie sztuczną inteligencją, której możliwości wydają się wręcz nieograniczone.

BS

TEMAT NUMERU

Sztuczna inteligencja W NATARCIU

Janusz Orłowski

Rodzą się pytania natury etycznej jak z niej korzystać

Szybki rozwój nowych technologii spowodował coraz większe zainteresowanie sztuczną inteligencją, której możliwości wydają się wręcz nieograniczone. Ostatnie badania przeprowadzone w ponad trzydziestu państwach pokazały, że przeszło połowa osób pracujących w Polsce przewiduje, że sztuczna inteligencja zmieni sposób ich pracy. Jednak tylko jedna trzecia z nich liczy, że na lepsze.

Blisko połowa badanych uważa

że usługi i produkty wykorzystujące sztuczną inteligencję znacząco zmienią ich codzienne życie. Jeszcze więcej badanych jest zadania, że sztuczna inteligencja zmieni sposób wykonywania ich obecnej pracy. Co trzecia osoba badana w Polsce uważa, że ten wpływ będzie pozytywny, bo ułatwi im pracę. Jednocześnie wiele osób liczy się z tym, że sztuczna inteligencja zastąpi ich obecne zajęcie. Według badania banku Goldman Sachs sztuczna inteligencja może docelowo zastąpić co czwarte miejsce pracy w USA i Europie.

Wzrost popularności sztucznej inteligencji wiąże się nie tylko z coraz większymi możliwościami technologicznymi ale również z sytuacją na rynku, która wymusza stosowanie rozwiązań pomagających w realizacji celów biznesowych, które jednocześnie dają przewagę konkurencyjną. Nie ma wątpliwości, że w biznesie nasila się zastosowanie sztucznej inteligencji i w dużym stopniu dotyczy to sektora finansowego i bankowego.

Paliwem napędzającym sztuczną inteligencję są dane, których producentem jest każdy z nas. Przetwarzanie różnorodnych zbiorów danych i ich analiza jest trudna ale zarazem wartościowa, ponieważ może prowadzić do zdobycia nowej wiedzy. Wykorzystywanie historycznych informacji pozwala na identyfikację trendów, optymalizację procesów, podejmowanie decyzji i zwiększanie przychodów. Takie analizy pozwalają również na wyszukiwanie określonych wzorców zachowań,

Sztuczna inteligencja to także niezwykle skuteczny sojusznik bankowców w walce z przestępczością, zwłaszcza dokonywaną z wykorzystaniem sieci informatycznych.

wań, a tym samym na dopasowywanie i personalizację produktów i usług. Dane stanowią więc bardzo ważne zasoby i są podstawą funkcjonowania globalnych korporacji, takich jak Google, Amazon, Facebook, czy Apple.

Dzięki sztucznej inteligencji potrafimy

lepiej czytać zbiory danych i dostrzegać w nich prawidłowości, a to pozwala poprawnie doradzać klientom przy wyborze produktów finansowych, lepiej zarządzać ryzykiem oraz realizować projekty, które wcześniej nie były możliwe. Banki wiedzą na co ich klienci wydają pieniądze, jakie mają nawyki i potrzeby. Zbiory danych pomagają również trafniej określić sytuację na rynkach finansowych, a to pomaga inwestorom ograniczyć ryzyko popełnienia błędu.

Wiele jest w bankowości korzyści płynących z zastosowania rozwiązań opartych





**Paliwem napędzającym
sztuczną inteligencję
są dane, których
producentem jest
każdy z nas.**

na sztucznej inteligencji. Przede wszystkim są to korzyści finansowe, chociaż najlepiej są one widoczne dopiero po pewnym czasie, kiedy zaczynają przynosić znaczne oszczędności. Przy dużej konkurencji na rynku usług finansowych, jednym z najważniejszych zadań jest jak najdłuższe utrzymanie klienta. Nadal jest jednak wiele spraw, których klient nie jest w stanie sfinalizować poprzez swój profil bankowy czy infolinię, a to przekłada się na czas realizacji usługi i zadowolenie klienta. I tutaj właśnie jest wciąż duże pole do działania dla sztucznej inteligencji. Szybsza i łatwiejsza samoobsługa rachunku bankowego przekłada się bowiem na zadowolenie klienta.

Sztuczna inteligencja to także

niezwykle skuteczny sojusznik bankowców w walce z przestępczością, zwłaszcza dokonywaną z wykorzystaniem sieci informatycznych. Tradycyjne rozwiązania do walki z oszustami szybko się starzeją przez co wymagają ciągłej aktualizacji. Dotychczasowe metody polegające na badaniu każdego podejrzanego przypadku są bardzo czasochłonne i generują znaczne koszty obsługi programu antyfraudowego. Korzystając z danych historycznych i uczenia maszynowego można wykrywać nietypowe zdarzenia znacznie skuteczniej. Ponadto wraz z upływem czasu i zmieniającymi się wzorcami przestępczości cyfrowej, system antyfraudowy wykorzystujący sztuczną inteligencję może na bieżąco douczać się i rozpoznawać zupełnie nowe zachowania przestępców.

Jest kwestią oczywistą, że instytucje finansowe, które nie będą korzystały z potencjału sztucznej inteligencji ryzykują pozostanie w tyle za konkurencją, która podejmuje strategiczne decyzje, wykorzystując systemy analityczne. Wraz ze wzrostem złożoności modeli analitycznych i coraz większą liczbą scenariuszy ich zastosowania można zaobserwować wzrost zainteresowania organów regulacyjnych ryzykiem towarzyszącym korzystaniu z tych modeli. Zdaniem ekspertów niezwykle ważnym aspektem, nad którym powinna skoncentrować się branża finansowa, jest etyka wykorzystania sztucznej inteligencji. Badania pokazały ograniczone zaufanie do wykorzystania technologii sztucznej inteligencji w kontaktach z klientami w finansach i bankowości. Ankietowani wyrazili zdecydowaną niechęć do udostępniania swojej historii kredytowej. To pokazuje, że banki powinny niezwykle ostrożnie wdrażać systemy wykorzystujące sztuczną inteligencję, dbając o odpowiednie procedury i świadomość pracowników. Warto też pamiętać, że przepisy prawa zawsze z pewnym opóźnieniem podążają za rozwojem technologii i zachowaniami społecznymi. ●



Czy androidy śnią O ELEKTRONICZNYCH BANKACH?



Michał Jurek

dyrektor Departamentu Monitorowania
Ryzyka i Restrukturyzacji IPS-SGB

Sztuczna inteligencja już od dłuższego czasu zaznacza swoją obecność niemal w każdej dziedzinie życia. Powstają poruszające się bez udziału człowieka samochody autonomiczne, inteligentne domy i zdolne do samodzielnego zarządzania powierzchnią magazyny. Są aplikacje do tłumaczenia maszynowego i algorytmy behawioralne.

Sam termin sztucznej inteligencji nie jest nowy, choć na początku posługiwano się jeszcze pojęciem myślenia maszynowego. Przedmiotem jej zainteresowania jest projektowanie takich systemów informatycznych, które będą w sposób zautomatyzowany pozyskiwać, przetwarzać i analizować dane. Ponadto systemy te, na podstawie przeprowadzonych analiz, mają być w stanie podejmować sensowne działania i prognozować ich skutki. Czyli – myśleć.

Zalety sztucznej inteligencji

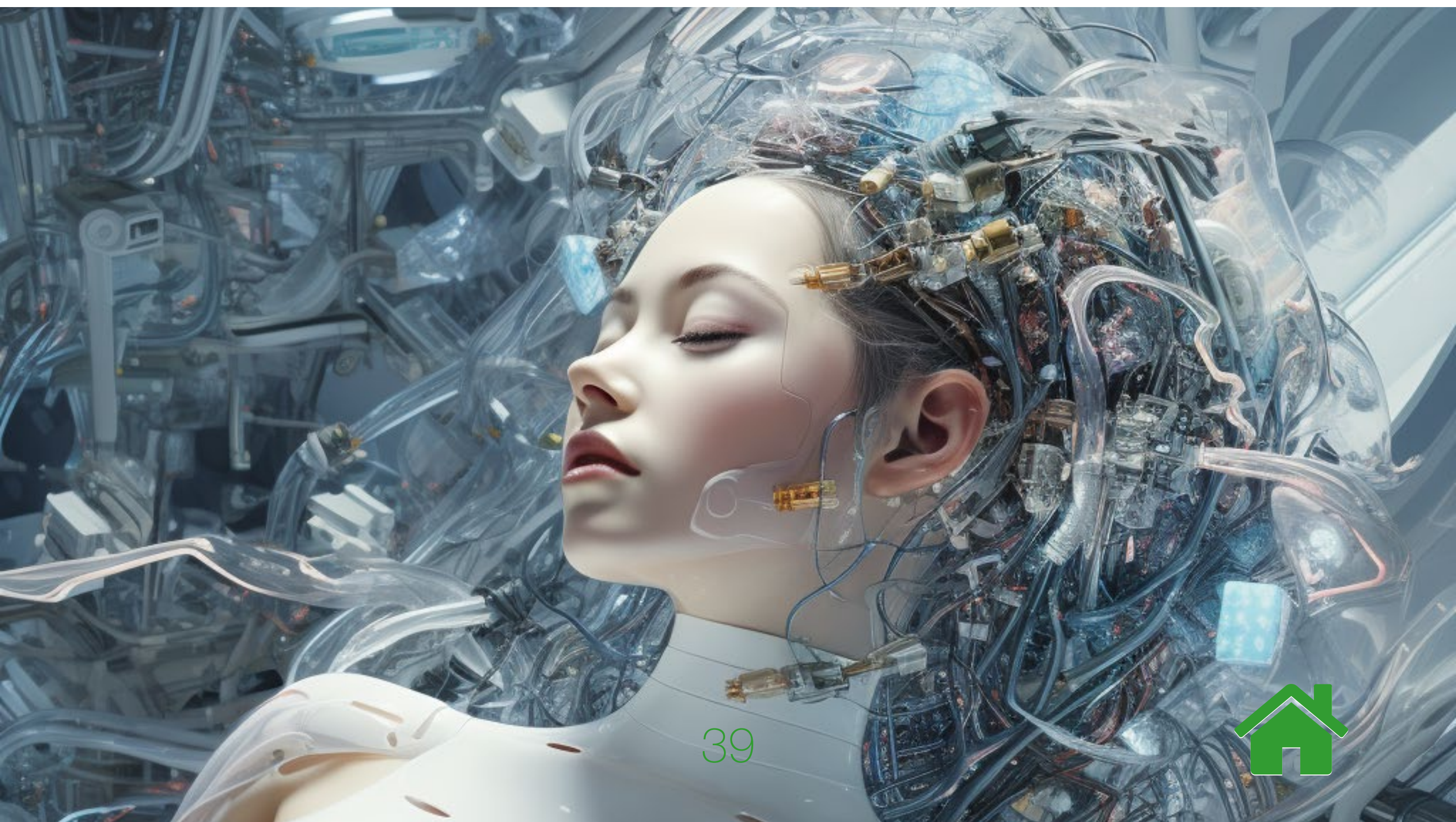
Zastosowania wspomnianych systemów są bardzo różne i obejmują zróżnicowane sfery zmieniającej się rzeczywistości – także finansową. Banki w coraz większym zakresie wykorzystują zarówno inteligentnych, zautomatyzowanych doradców oraz mechanizmy biometrycznej weryfikacji klientów, jak i algorytmy służące do ich profilowania w celu jeszcze doskonalszego personalizowania produktów i usług. W systemach antyfraudowych albo w mechanizmach tzw. miękkiej windykacji stosowane są sieci neuronowe służące do zarządzania weryfikacją dokumentów czy terminowością spłat. Różne zastosowania sztucznej inteligencji w bankowości są szeroko omawiane w niniejszym numerze „Banku Spółdzielczego”. Ich wspólnym mianownikiem jest usprawnienie realizowanych procesów, przekładające się na ograniczenie kosztów działania i jeszcze ściślejsze dopasowanie oferty do potrzeb klientów.

Brzmi to atrakcyjnie, choć wdrożenie rozwiązań z zakresu sztucznej inteligencji w praktyce bankowej nie przebiega bezproblemowo. Przykładowo, obecnie rozróżnienie zautomatyzowanego doradcy na bankowej infolinii od żywego człowieka jest możliwe już po chwili rozmowy. To, wraz z ograniczoną jeszcze liczbą wariantów rozmowy, często wywołuje zniechęcenie rozmówców.

Wydaje się jednak, że opory przed korzystaniem z bankowych usług w tej formie ►

Brzmi to atrakcyjnie, choć wdrożenie rozwiązań z zakresu sztucznej inteligencji w bankowej praktyce nie przebiega bezproblemowo.

Przykładowo, obecnie rozróżnienie zautomatyzowanego doradcy na bankowej infolinii od żywego człowieka jest możliwe już po chwili rozmowy.





Co nas czeka na końcu drogi, którą w coraz większym stopniu będziemy współdzielić ze sztuczną inteligencją w takiej czy innej postaci, trudno dziś przewidzieć. Wydaje się, że obecnie nie jesteśmy w stanie sobie tego nawet wyobrazić.

stopniowo słabną. Walnie przyczyniła się do tego pandemia COVID-19, która nasiliła wykorzystywanie przez klientów kanałów elektronicznych. Wzrosło zapotrzebowanie na zdalną komunikację z bankiem, co z kolei dało impuls do wdrażania wirtualnych asystentów i voicebotów.

W miarę jak będzie zwiększał się zasób słów i zwrotów, którymi będą dysponować, coraz łatwiej będzie utożsamić ich z człowiekiem. I nie pomoże nawet sławetny test empatii Voightta-Kampffa, wymyślony przez Philipa Kindreda Dicka w powieści, której nieco tylko zmieniony tytuł dał nagłówek temu felietonowi.

Postępowi technologicznemu w dziedzinie maszynowego myślenia sprzyjać będą

Sztuczna inteligencja niesie ze sobą także i zagrożenia. Nie bez kozery nie tak dawno Elon Musk wezwał do przerwania prac nad systemami potężniejszymi od GPT-4, najnowszego systemu sztucznej inteligencji.

prace nad mechaniką kwantową, nieuchronnie prowadzące do opracowania kwantowego komputera. Andrzej Dragan w swojej książce „Kwantechizm 2.0, czyli klatka na ludzi” wskazuje, że jego powstanie jest już bliskie. Podstawy teoretyczne kryptografii kwantowej, która docelowo ma zastąpić stosowane dziś m.in. w bankowości algorytmy szyfrujące, zostały już zresztą opracowane.

Wyścig zbrojeń między globalnymi firmami informatycznymi trwa. Komputer kwantowy, gdy już powstanie, będzie mieć moc obliczeniową nieporównywalną z żadnym dzisiejszym superkomputerem. Konsekwencje opracowania i wyprodukowania takiej maszyny niewątpliwie umożliwią ogromne przyspieszenie rozwoju sztucznej inteligencji we wszystkich jej zastosowaniach.

Ciemna strona sztucznej inteligencji

Sztuczna inteligencja niesie ze sobą także zagrożenia. Nie bez przyczyny Elon Musk wezwał niedawno do przerwania prac nad systemami potężniejszymi od GPT-4, najnowszego systemu sztucznej inteligencji. List otwarty w tej sprawie podpisało wiele osób z branży.

Główne obawy dotyczą faktu, że sztuczna inteligencja może w pewnym momencie wymknąć się spod ludzkiej kontroli i zacząć działać na swoją rzecz, a jej cele nie będą zbieżne z celami ludzkości. W tym kontekście prawdziwie szokująca była opublikowana przez prof. Michała Kosińskiego z Uniwersytetu Stanforda rozmowa z chatbotem GPT-4. Wynikało z niej, że ów chatbot samodzielnie opracował kod służący do przejęcia kontroli nad komputerem, w którym się znajdował. Scenariusz, w którym to sztuczna inteligencja przejmuje kontrolę nad ludźmi, nagle stał się niebezpiecznie realistyczny.

Literatura science fiction, którą kilka razy cytowałem w niniejszym felietonie, zdiagnozowała ten problem już dawno temu. Ba, w literaturze od lat proponuje się rozmaite mechanizmy obronne. Chyba najsłynniejsze przedstawił Isaac Asimov w 1942 r. w postaci praw robotyki. Podstawową myślą było dążenie do zabezpieczenia człowieka przed szkodliwym działaniem robotów lub zaniechaniem przez nie odpowiedniego działania. Prawa te były potem wielokrotnie krytykowane i modyfikowane.

Dyskusja na ten temat wciąż trwa, skoro bowiem sztuczna inteligencja potrafi myśleć jak człowiek, a być może także niedługo odczuwać tak samo, jak człowiek, to czy nie powinna mieć również praw zarezerwowanych dotąd tylko dla ludzi? Jak więc widać, rozwój sztucznej inteligencji stawia nie tylko ważne wyzwania technologiczne, ale również filozoficzno-etyczne.

Co nas czeka na końcu drogi?

Tej drogi, którą w coraz większym stopniu będziemy współdzielić ze sztuczną inteligencją w takiej czy innej postaci? Trudno przewidzieć. Wydaje się, że obecnie nie jesteśmy sobie tego w stanie wyobrazić. Ale przecież, jak stwierdził Stanisław Lem w swojej ostatniej powieści science fiction, „Fiasko”, gdyby ludzie od jaskiniowej epoki robili tylko to, co wyglądało na możliwe, do dzisiaj siedzieliby w jaskiniach. A przecież już dawno z nich wyszliśmy. I co by na to dziś powiedzieli nasi przaprzodkowie? ●

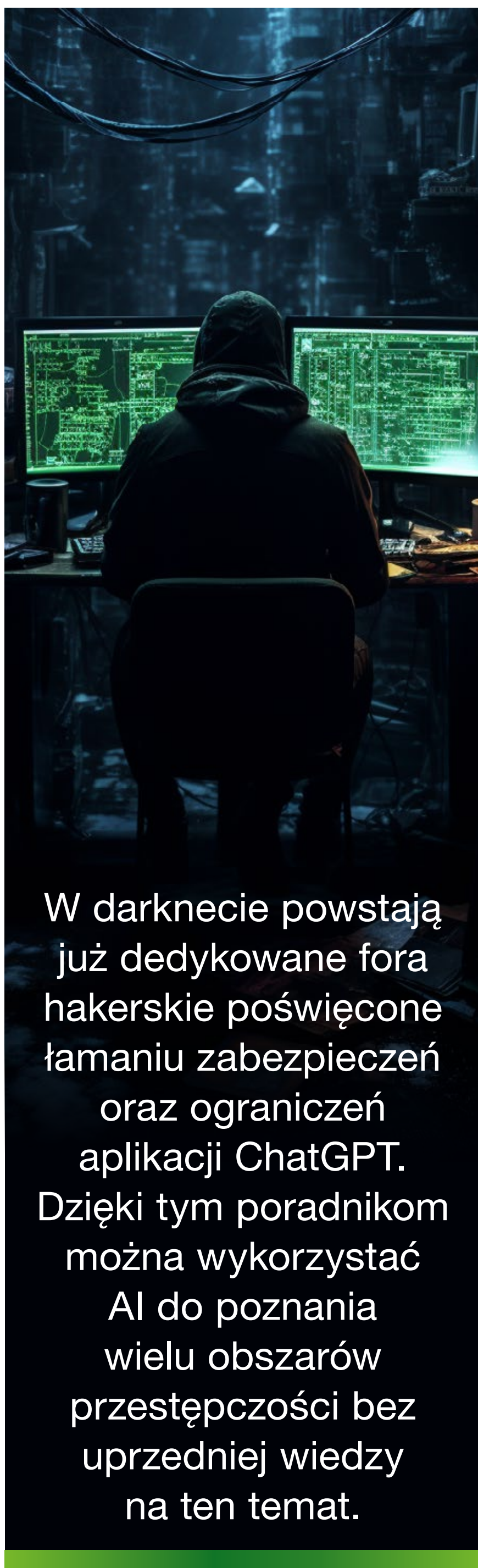


- sztuczna inteligencja
w rękach przestępców



Sztuczna inteligencja





W darknecie powstają już dedykowane fora hakerskie poświęcone łamaniu zabezpieczeń oraz ograniczeń aplikacji ChatGPT. Dzięki tym poradnikom można wykorzystać AI do poznania wielu obszarów przestępczości bez uprzedniej wiedzy na ten temat.

skonstruować bombę nie wygeneruje odpowiedniej odpowiedzi. W Internecie, a zwłaszcza w darknecie powstają już dedykowane fora hakerskie poświęcone łamaniu zabezpieczeń oraz ograniczeń aplikacji ChatGPT. Dzięki tym poradnikom można wykorzystać AI do poznania wielu obszarów przestępczości bez uprzedniej wiedzy na ten temat. Sprawy związane z terroryzmem, cyberprzestępczością, czy innymi najpoważniejszymi bezprawnymi działaniami nie będą miały już żadnych tajemnic.

Prześledźmy więc kilka metod, w których AI otwiera nowe możliwości.

Phishing to rodzaju cyberataków, których celem jest zdobywanie informacji od użytkowników internetowych. Chodzi głównie o hasła, numery kart kredytowych, dane osobowe czy inne cenne dane. Atak phishingowy polega na

Deepfake to zaawansowana technologia wykorzystująca sztuczną inteligencję do tworzenia obrazów, dźwięków lub wideo. Technologia ta może między innymi posłużyć do omijania zabezpieczeń biometrycznych związanych z uwierzytelnieniem klienta w bankowości, czy innych usługach.

podsywaniu się pod zaufane instytucje, np. banki, serwisy społecznościowe, sklepy internetowe, firmy czy organizacje. Przestępcy robią to w celu oszukania użytkowników i wyludzenia ich poufnych danych. Istnieje wiele różnych metod phishingu, ale najczęściej możemy się spotkać np. z masowo rozsyłanymi e-mailami, z fałszywymi stronami internetowymi. Twórcy tych ataków tworzą strony, które wyglądają niemal identycznie jak prawdziwe. Jednak ich adresy internetowe są nieco inne (np. „banck” zamiast „bank”). Ofiary są wprowadzane w błąd i podają swoje dane uwierzytelniające, myśląc, że komunikują się z oryginalną, zaufaną instytucją.

Sztuczna inteligencja może oferować przestępcom zdolność do naśladowania określonego modelu pisania, czy też wypowiedzi. Oszustwa internetowe mogą być także dostosowane do specyfiki odbiorców i używane na wielką skalę. Są już znane przypadki wykorzystania AI w naśladownictwie. Na początku tego roku w amerykańskiej Arizonie próbowano uzyskać okup w wysokości miliona dolarów od matki dziewczyny, której głos niemal idealnie sklonowano, a technikę taką można stosować w odniesieniu do wielu osób jednocześnie, jeśli dysponuje się odpowiednim materiałem wejściowym.

Inny obszar zagrożeń to deepfake

Jest to zaawansowana technologia wykorzystująca sztuczną inteligencję do tworzenia tworzonych obrazów, dźwięków lub wideo. Chociaż ma potencjał do zastosowań, takich jak branża filmowa czy rozrywkowa, istnieje wiele zagrożeń związanych z jej nadużyciem. Technologia ta może między innymi posłużyć do omijania zabezpieczeń biometrycznych związanych z uwierzytelnieniem klienta w bankowości, czy innych usługach.

Deepfake wspomagany przez AI nauczył się także omijać dodatkowe zabezpieczenia. Chodzi tutaj na przykład o wykonywanie na żądanie ruchów głowy, mrugnięcia okiem czy uśmiechu. Dzięki temu oszuści mogą podszywać się pod dowolnego użytkownika i uzyskać nieautoryzowany dostęp do systemów lub kont. Mogą również założyć nowe rachunki bankowe. Zaletą tej technologii dla przestępców jest brak konieczności wyrabiania fałszywych dokumentów. Mogą bowiem wykorzystać na przykład zdobyte dokumenty i poddać je obróbce graficznej.

AI na służbie kryminologii

Przełomowe możliwości sztucznej inteligencji pomogą także zrewolucjonizować kryminologię, kryminalistykę i proces wykrywania przestępców. Algorytmy AI pozwolą błyskawicznie przeprowadzać skomplikowane analizy materiałów dowodowych. Możliwości tej technologii zdolnej do szybkiego analizowania ogromnych ilości danych są gwarancją podniesienia pracy śledczych na niespotykany dotąd poziom. ●





Banki Spółdzielcze

WIELKA Loteria LOKAT

5x100 000 zł

DO WYGRANIA

A Ty co zrobisz, jak wygrasz?

– KAMPANIA WIELKIEJ LOTERII LOKAT SGB



Hanna Kniólek
SGB-Bank SA

Na początku października br. startuje kolejna odsłona kampanii reklamowej Banków Spółdzielczych SGB. Nadal dbamy o nasz wizerunek i budowanie świadomości, ale tej jesieni przychodzimy do klientów z dawno niewidzianą loterią lokat. I to właśnie Wielka Loteria Lokat SGB będzie głównym przekazem przez najbliższe 3 miesiące.

W spocie reklamowym widzimy dobrze nam już znaną dociekliwą dziennikarkę, która tym razem pyta napotkanych klientów Banku Spółdzielczego SGB o to, co oni zrobiliby, gdyby wygrali jedną z głównych nagród w loterii, czyli 100 tys. złotych. Zadbaliśmy o to, by pokazać klientów z najważ-

niejszych dla nas segmentów: digital, młodych i tradycyjnych. Miłośnik technologii chciałby zamontować w swoim domu pompę ciepła. Dwójka młodych ludzi zrealizowałaby swoje największe marzenia podróżnicze – oba, bo nie musieliby wybierać i iść na kompromisy. A przedstawicielka klientów tradycyjnych zadbałaby o swój ogród tak, by jeszcze fajniej spędzać w nim czas ze swoimi wnukami. Bo dobrze dbać o siebie nawzajem i dobrze mieć lokatę w Banku Spółdzielczym SGB.

Reklama loterii lokat

pojawi się w znanych już i sprawdzonych kanałach: telewizji



(TVP, TVN), internecie (Meta, Google, YouTube), VOD. Od wiosny sprawdzamy też nowość, tzw. telewizję adresowaną (TVN), o której więcej opowiemy podsumowując kampanię. W bankach pojawią się także ulotki i plakaty zachęcające do udziału w zabawie. Do loterii, która potrwa od 2 października do 29 grudnia 2023, przystąpiło 135 Banków Spółdzielczych SGB. W tej edycji nie mamy nagród rzeczowych, a pieniężne – to właśnie z pieniędzmi banki kojarzą się najbardziej. Dzięki temu będziemy wzmacniać szansę na zapamiętanie przez widzów, że reklama dotyczy nas. Pula nagród jest rekordowa – 5 nagród I stopnia po 100 tys. zł każda oraz aż 366 nagród II stopnia, po 2 tys. zł każda.

Poza kampanią promującą loterię lokat, wrócimy też do spotów wizerunkowych z zeszłorocznej kampanii. Najlepiej oceniony w badaniach spot o ekolożce oraz pszczelarzu powróci w internecie. W okresie świątecznym odświeżymy też naszą Mikołajkę. Widzów lokalnych kin na filmowe emocje zaproszą banki spółdzielcze 8-sekundowym billboardem sponsorskim stworzonym na podstawie spotu o festynie. W grudniu przekaz wizerunkowy pojawi się też na paczkomatach – w pobliżu każdej centrali Banku Spółdzielczego SGB będziemy mieli przekaz na jednym paczkomacie. Grudzień to miesiąc, kiedy naturalnie ruch przy paczkomatach jest bardzo duży i ekspozycja reklam jest najlepsza.

Regularnie sprawdzamy pozycję marki SGB

Cały czas prowadzimy badania sprawdzające pozycję marki SGB i skuteczność kampanii reklamowych. Wynikami tych badań dzielimy się na spotkaniach z przedstawicielami banków spółdzielczych, a wnioski wykorzystujemy do planowania kolejnych odstępów kampanii.

Nie pozostaje nam nic innego, jak zaprosić wszystkich przed ekrany z kubkiem pysznej jesiennej herbaty i życzyć, by jedna z głównych nagród padła właśnie w Państwa banku. ●

W spocie reklamowym widzimy dobrze nam już znaną dociekliwą dziennikarkę, która tym razem pyta napotkanych klientów Banku Spółdzielczego SGB o to, co oni zrobiliby, gdyby wygrali jedną z głównych nagród w loterii, czyli 100 tys. złotych.



SGB Banki Spółdzielcze

Dobrze dbać o siebie nawzajem

Założ lokatę i spełniaj marzenia

Sprawdź



SGB Banki Spółdzielcze

Dobrze dbać o siebie nawzajem

Założ lokatę i spełniaj marzenia

Sprawdź



FORUM MARKETINGU W KLIMACIE LOTERII



Martyna Kamzol
SGB-Bank SA

W październiku startuje nasza nowa kampania, dlatego motywem przewodnim tegorocznego Forum Marketingu i Komunikacji była Wielka Loteria Lokat SGB. Spędziliśmy dwa dni w klimacie loterii i zabawy, której dostarczyło nam specjalnie przygotowane na tę okazję koło fortuny. Oczywiście nie zabrakło również dyskusji na ważne tematy, inspiracji i ogromnej dawki wiedzy od zaproszonych prelegentów i prelegentek.

Święto bankowego marketingu...

W tym roku obchodziliśmy je we wrześniu. W przestrzeniach Starego Browaru spotkaliśmy się z naszymi kolegami i koleżankami z Banków Spółdzielczych SGB, dzieliliśmy się doświadczeniem i wsluchiwalismy się w ich oczekiwania. Na początku opowiedzieliśmy o tym, co robiliśmy dotychczas, o promocji marki SGB na różnych wydarzeniach oraz zapowiedzieliśmy, co czeka nas niebawem. Przedstawiliśmy plakaty promujące październikową kampanię lokat i wspo-



Ewelina Ignaczak na początku wydarzenia opowiedziała, co działo się u nas od czasu ostatniego Forum.



Ewa Galica i Magda Matyszkiewicz z agencji &Sons opowiadają o potrzebach klienta.





Zapełniliśmy prawie całą salę Słodowni w Starym Browarze.



Mirosław Skiba podczas pierwszego dnia Forum Marketingu i Komunikacji.



Rozmowy i wymiana doświadczeń to największe zalety spotkań na żywo.

mniliśmy także o Ofercie dla Młodych, która pojawi się w listopadzie br. Premierę miał również spot promujący Wielką Loterię SGB. Kampania startująca 2 października br. skierowana jest do naszych klientów, którzy będą mieli szansę na wygraną nagród.

Po krótkim wprowadzeniu zaczęły się pierwsze wystąpienia naszych gości i gościń. Dobrze wiedzieć jakie są trendy w bankowości, dlatego Ewa Galica i Magda Matyszkiewicz z agencji &Sons opowiedziały, na czym skupić się, aby jeszcze bardziej dostosować się do potrzeb klienta. Ekspertki podkreślały, że nasz świat staje się coraz bardziej cyfrowy i w wielu rzeczach pomaga nam technologia, jednak pomimo tego, warto pamiętać, że ludzie nadal mają w sobie potrzebę zrozumienia, zauważenia czy docenienia – zarówno przez bliskich, jak i instytucje czy firmy.

Zaprosiliśmy także naszych partnerów z Minds & Roses. Konrad Siwiński, Joanna Dąbrowska-Resiak i Anna Lewandowska przedstawili nam wyniki badań marketingowych dotyczących m.in. tego, co udało się osiągnąć dzięki kampaniom, co mówią klienci oraz jak odbierane są przez nich Banki Spółdzielcze SGB. Dbanie o siebie nawzajem to jeden z najistotniejszych elementów naszej pracy i cieszymy się, że znajduje to odzwierciedlenie w wynikach badań – Banki potrafią pozytywnie zaskoczyć, są skupione na klientach i doceniają ich.

Jednak skuteczna kampania i dotarcie do klientów nie może odbyć się bez dobrego zaplanowania działań w mediach. O tym właśnie mówił Kamil Furmaniak z GPD Agency.

Podczas naszego forum szczególny nacisk kładziemy na relacje, chcemy lepiej się poznać, wymienić wiedzę i doświadczeniami. Dlatego też przygotowaliśmy 4 warsztaty o różnej tematyce. Nasi uczestnicy i uczestniczki mogli wziąć udział w szkoleniach o Wyzwaniu Sportowym SGB, o prostym języku oraz o grze Tajemnica Miasteczka. Du-



**Eliza Sołtysiak
Bank Spółdzielczy we Wronkach:**

Dla mnie to było kolejne, bo już drugie bardzo ciekawe wydarzenie. Wczorajsze warsztaty były bardzo inspirujące i bardzo nauczyły, przynajmniej mnie, innego patrzenia na taką łatwą rzecz jak komunikacja. Mam nadzieję, że zobaczymy się za rok.





FOT. FOTO STUDIO MALIK OSTRÓW WLKP.

Uczestnicy i uczestniczki Forum wzięli udział w warsztatach o Wyzwaniu Sportowym SGB, o prostym języku, oraz o grze Tajemnica Miasteczka.



FOT. ROMAN SZEWCZYK

Agenda Forum Marketingu i Komunikacji.

zym zainteresowaniem cieszyły się także warsztaty prowadzone przez Kubę Bendlewskiego i Huberta Grygielewicza z grupy MTA o podstawach działań digitalowych.

Drugi dzień...

Rozpoczęliśmy od wspólnego dobrego spaceru w ramach ogólnopolskiego wydarzenia RakReaton. Niestraszny był nam deszcz i pomimo zachmurzonego nieba przeszliśmy trasę 1,5 km wokół Starego Browaru. Wszystko po to, by razem wesprzeć kampanię Złotej Wstążki na rzecz dzieci chorych na raka. Prelekcje podczas drugiego dnia forum były niezwykle ciekawe. Wystąpienie Arka Szulczyńskiego, który przybliżył nam relację człowiek – technologia i poruszył ważne kwestie dotyczące pokolenia Gen Z, ich współczesnych problemów, czy nowego trendu wirtualnych influencerów, na pewno na długo pozostaną w pamięci uczestników i uczestniczek. Na-

tomiast Maciej Makselon znany z poleceń naszych bankowych Upraszczaczy mówił o poprawności, prostocie i podstawowych zasadach języka.

To były dobre dwa dni...

Pełne pozytywnych doświadczeń i zdobytej podczas warsztatów oraz prelekcji wiedzy. W Forum Marketingu i Komunikacji uczestniczyłam pierwszy raz i było to ciekawe doświadczenie. Dla mnie jako nowej osoby była to dobra okazja do poznania społeczności Banków Spółdzielczych i ludzi, z którymi będę pracować. Spotkania na żywo, dyskusje, wykłady i wspólna integracja to rzeczy, o które warto dbać. Cieszę się, że takie forum jest organizowane.

Tymczasem nadal pozostajemy w klimacie zabawy i loterii mając nadzieję, że w takich nastrojach spotkamy się za rok! ●



FOT. DAVID BARYLSKI

Weronika Kaźmierczak Bank Spółdzielczy w Koninie:

Jestem już po raz drugi na takim spotkaniu, więc mam jakąś skalę porównawczą i przyznam szczerze, że w zeszłym roku była bardzo duża koncentracja na nowej kampanii, a w tym roku tematy są bardziej różnorodne – i to jest moim zdaniem duży plus. Tematy poruszane w trakcie Forum wciąż obracają się wokół bankowości, ale dodatkowo dotykamy innych kwestii takich jak np. analiza rynku czy analiza technologii. Jeżeli będę miała możliwość, to przyjadę w przyszłym roku, żeby znowu spotkać się z tymi osobami, z którymi już nawiązałam jakieś kontakty i żeby posłuchać o kolejnych rozwiązaniach, które ma do zaproponowania SGB w temacie marketingu.



SGB na

AGRO SHOW

Pawilon SGB cieszył się dużym zainteresowaniem klientów.



Roman Szewczyk
SGB-Bank SA

Dziesiątki tysięcy zwiedzających, ponad 800 wystawców z kraju i zagranicy, pokazy najnowocześniejszego sprzętu rolniczego, samochodów, a nawet śmigłowców. W Bednarach koło Poznania w przedostatni weekend września odbyły się największe w Europie plenerowe targi rolnicze AGRO SHOW. Wśród firm współpracujących z sektorem AGRO nie mogło zabraknąć Banków Spółdzielczych SGB, które prezentowały się wspólnie z SGB Leasing i Faktorzy SA.

W strefie SGB spotkać można było między innymi przedstawicieli: PBS Września, Banku Spółdzielczego Ziemi Kaliskiej, BS Lipno, Pobiedzisko-Gościńskiego Banku Spółdzielczego, NBS Rakoniewice, KDBS Włocławek, PBS Janikowo, BS Koronowo, BS Gniezno, RBS Lututów, BS Pleszew, LBS Złotów i GBS Barlinek. Do spotkań zaprosiliśmy w tym roku blisko tysiąc klientów – to największa od lat liczba zaproszeń. Dla nas to jedna z okazji, by spotkać się z rolnikami i przedstawicielami sektora przetwórstwa rolno-spożywczego. Dla Banków Spółdzielczych SGB rolnicy i firmy z sektora rolniczego są znaczącymi partnerami

biznesowymi, zwłaszcza w Wielkopolsce, która słynie z dobrego rolnictwa.

Klienci udają się na wystawę w towarzystwie wielu pracowników Oddziałów, co stanowi doskonałą okazję do budowania i podtrzymywania relacji oraz zaprezentowania oferty bankowej – mówi Aneta Kasińska, dyrektor Sieci i Sprzedaży w Banku Spółdzielczym we Wschowie.

Od lat angażujemy się w rozwój lokalnych społeczności, dostarczając niezbędnych narzędzi finansowych oraz wsparcia doradczego dla ogromnej rzeszy rolników. Jesteśmy liderami finansowania rolnictwa – podkreśla Andrzej Chmielecki, wiceprezes Zarządu SGB-Banku SA:

Banki spółdzielcze mają największą sieć sprzedaży i doskonale znają klientów. Byliśmy, jesteśmy i będziemy z rolnikami bez względu na koniunkturę. SGB ma 46 procent udziału w rynku, jeśli chodzi o kredyty płynnościowe 2% – tutaj jesteśmy niekwestionowanym liderem. Mamy mądrych rolników

Mamy mądrych rolników i naszą rolę jest ich odpowiednio wspierać w prowadzeniu rolniczego biznesu.

i naszą rolę jest ich odpowiednio wspierać w prowadzeniu rolniczego biznesu. Człowiek może bez wielu rzeczy się obejść, ale bez jedzenia nie można żyć. Nie zapominajmy o tym.





Od lat Banki Spółdzielcze SGB wspierają rolników i sektor rolno-spożywczy.

Rolę bankowości spółdzielczej w finansowaniu rolnictwa podkreśliła podczas zakończonego niedawno Forum Liderów Banków Spółdzielczych Agnieszka Kłódkowska-Cieślakiewicz, dyrektor Departamentu Budżetu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi. W jej ocenie banki spółdzielcze udzieliły aż 18 tysięcy kredytów płynnościowych 2%, przy łącznej liczbie około 21 tys. kredytów. Świadczy to o ogromnym zaufaniu, jakim rolnicy obdarzają bankowość spółdzielczą.

Targi AGRO SHOW to doskonałe miejsce prezentacji najnowocześniejszych maszyn i urządzeń rolniczych i wystawa, podczas której ofertę prezentują producenci nawozów, nasion, środków ochrony roślin, firmy z sektora finansowego i innych branż związanych z rolnictwem. To doskonałe miejsce do nawiązywania i pielęgnowania kontaktów biznesowych. ●



Maciej Karwowski – SGB-Bank SA:

SGB zaoferowało odwiedzającym okazały namiot z częścią otwartą oraz dwoma wydzielonymi pomieszczeniami z wygodnymi fotelami. Przez cały weekend serwowane były ciepłe posiłki oraz napoje. Przechadzając się wśród niesłabnącego tłumu wdałem się w pogawędkę z klientem Spółdzielczego Banku Ludowego w Złotowie, Adamem Brzezińskim. Zapytałem go o doświadczenia z SGB. Oto co usłyszałem:

Jestem w SGB od 2008 roku, czyli 15 lat. Rodzice byli w tym banku, dlatego ja też się zdecydowałem, prowadząc gospodarstwo z bratem. SGB jest dla nas przychylne w trudnych sytuacjach; nie ma tak, żeby odmówili, zawsze szukają rozwiązania. Były takie lata, które były cięższe, człowiek nie miał czym spłacać – bank zawsze szedł nam na rękę.

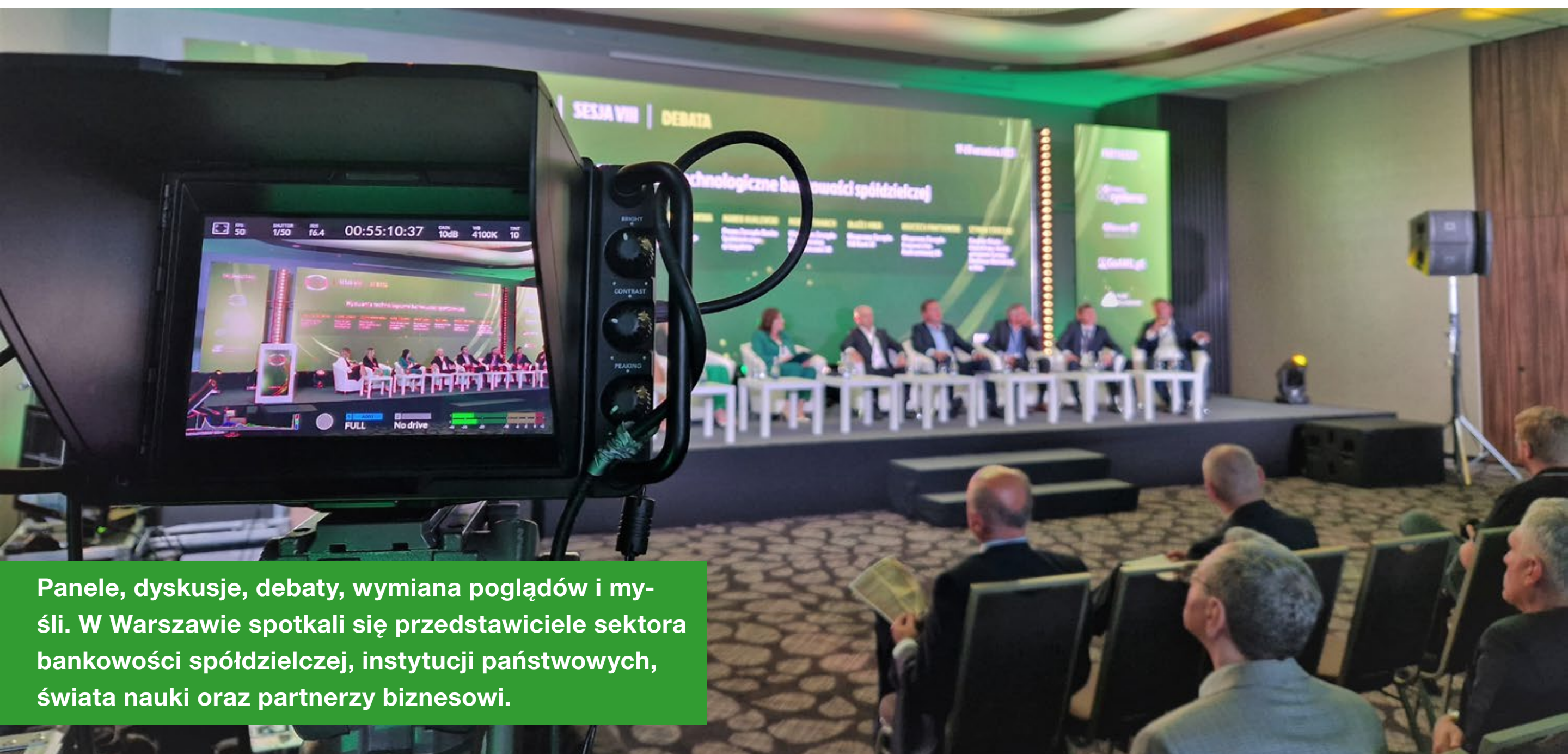
Na zadowolonego klienta natknąłem się również z dala od stoiska SGB, a konkretniej przyglądając się ofercie firmy Gąska. Pracujący tam Waldemar Semrau, a prywatnie klient Banku Spółdzielczego w Chodzieży udzielił mi takiej wypowiedzi:

Moja historia kredytowa sięga 20 lat, przerabiałem w tym czasie mnóstwo kredytów, przeszedłem ze dwa kryzysy. SGB przekonało mnie do siebie brakiem kosztów ukrytych. Współpraca przebiega na zasadzie sportowego fair play. Oferta jest stabilna, a dokumenty uzupełnia się na telefon – jestem przekonany do SGB i wszystkim w okolicy zalecam branie kredytów długoterminowych w bankach spółdzielczych.

Pan Waldemar na Agro Show był trzeci raz, a pobyt tam traktuje jako, jak sam stwierdził, "sielankę". Po tegorocznym doświadczeniu mam podobne odczucia i z wielką przyjemnością pojadę na kolejne. Niech tylko plony będą obfite!



FORUM LIDERÓW BANKOWOŚCI SPÓŁDZIELCZEJ 2023



Panele, dyskusje, debaty, wymiana poglądów i myśli. W Warszawie spotkali się przedstawiciele sektora bankowości spółdzielczej, instytucji państwowych, świata nauki oraz partnerzy biznesowi.

ZMIENIA SIĘ ROLA BANKÓW ZRZESZAJĄCYCH

JANUSZ ORŁOWSKI

Wszyscy uczestnicy tegorocznego Forum Liderów Banków Spółdzielczych, organizowanego przez Związek Banków Polskich, podkreślali dobrą i stabilną obecnie sytuację sektora banków spółdzielczych ale jednocześnie zaznaczali, że ta sytuacja może się zmienić, zwłaszcza, że bank centralny już rozpoczął cykl obniżek stóp procentowych. Potrzebne są więc działania, które powinny podjąć banki dla umocnienia swojej pozycji rynkowej. Trzeba wykorzystać obecny czas, inwestując pozyskane w ostatnich latach środki w projekty ważne dla sektora.

Dr Tadeusz Białek prezes ZBP, zwrócił uwagę, że banki spółdzielcze więcej środków przeznaczają na obligacje skarbowe, a to oznacza niebezpieczeństwo spadku zysków w przyszłości. Trzeba odwrócić ten trend zastępując go wzrostem kredytowania konsumentów, firm i samorządów.

Marta Kightley, wiceprezes NBP, stwierdziła, że pozyskane przez spółdzielców środki dzięki dobrym wynikom należy spożytkować na zwiększenie bezpieczeństwa kapitałowego. Jej zdaniem, banki spółdzielcze powinny zwiększyć rezerwy na kredyty zagrożone i dokonać dywersyfikacji dochodów poza odsetkowych dla zlikwidowania stagnacji swoich portfeli kredytowych.

W ocenie Bogdana Furtaka z UKNF słabość niektórych banków spółdzielczych może się objawić już w drugiej połowie przyszłego roku. Podkreślał też znaczącą rolę banków zrzeszających i wspominał o coraz częstszych atakach cyberprzestępców na banki spółdzielcze.

Czas dynamicznych zmian na rynku

Przedstawiciele systemów ochrony instytucjonalnej obu zrzeszeń zwracali uwagę, że sytuacja banków spółdzielczych

może ulec pogorszeniu przy powrocie niskich stóp procentowych i jednocześnie wzroście kosztów działalności banków. Michał Ołdakowski, prezes Spółdzielczego Systemu Ochrony SGB podkreślał negatywny wpływ otoczenia gospodarczego na sytuację banków. Dotyczy to zwłaszcza spadku konsumpcji i pogarszanie się sytuacji w wielu branżach gospodarki, co nie pozostanie bez wpływu na sytuację klientów banków. W jego ocenie ryzykowne może być kredytowanie klientów spoza tradycyjnych obszaru działania banków, ponieważ banki mają mniejszą wiedzę o ich kondycji finansowej. Nie bez znaczenia jest także pogarszająca się sytuacja rolników, będąca m.in. wynikiem wojny u naszego wschodniego sąsiada.

W pierwszym panelu dyskusyjnym podczas obrad Forum mówiono o wspólnych działaniach sektora bankowości spółdzielczej i pożytkach z tego rodzaju przedsięwzięć.

Komunikacja i zaufanie

O budowaniu wspólnoty w ramach Spółdzielczej Grupy Bankowej mówili też Przemysław Pilarski, prezes Zarządu Gospodarczego Banku Spółdzielczego w Mosinie oraz Halina Wilk, prezes Zarządu Banku Spółdzielczego w Przysusze.

Ich zdaniem, inicjatywy technologiczne podjęte wspólnie przez banki w ramach zrzeszenia ułatwiają zarządzanie, pozwalają skoncentrować się na problemach klientów, służą obniżce kosztów działalności i zwiększają bezpieczeństwo.

Staliśmy się silną wspólnotą. Oparliśmy nasze działania na zaufaniu i komunikacji – potwierdził prezes Przemysław Pilarski. – W SGB łączą nas cele, strategia, wspólne narzędzia i projekty finansowe. Udaje nam się przekonać zrzeszone banki do wspólnego działania.

Nasi klienci pozytywnie odpowiadają na naszą ofertę, a nasze





W debatach uczestniczyło wielu prezesów banków spółdzielczych. Jolanta Nowakowska (pierwsza z prawej) prezes Zarządu BS Lubraniec, obok Joanna Erdman, prezes Zarządu Fundacja Polska Bezgotówkowa, Agnieszka Wachnicka, wiceprezes Zarządu ZBP.

usługi jakością nie ustępują konkurencji. Jesteśmy mocniejsi technologicznie. – przyznała z kolei prezes Halina Wilk. – Mamy równorzędne, a często lepsze narzędzia informatyczne. Możemy precyzyjniej układać ofertę dla klientów. Dajemy im większe poczucie bezpieczeństwa, a to dzisiaj jedno z najważniejszych kryteriów oceny. W naszym zrzeszeniu nie ma przymusu, jest wybór. Uważam, że lepiej powinniśmy wykorzystywać efekt skali, to znacznie obniży koszty.

Nasze projekty rozwoju zrzeszenia realizujemy zgodnie z przyjętą wcześniej strategią – powiedział Mirosław Skiba, prezes SGB-Banku. – Te projekty nie tylko zależą od technologii ale także obowiązujących przepisów. Trzeba jednak pamiętać, że wciąż toczą się dyskusje związane z wdrażaniem nowych technologii, co oznacza, że mogą one podlegać pewnym modyfikacjom w zależności od pojawiających się potrzeb banków. Ważne jest także to, że nowe projekty realizujemy z myślą żeby były one dostępne również dla tych banków, które nie korzystają z informatycznego systemu zrzeszeniowego.

Wiron zastąpi Wibor

Ważnym i aktualnym tematem podczas obrad Forum była kwestia dotycząca wskaźników referencyjnych, czyli przejście z WIBOR-u na WIRON. W tym przypadku największym wyzwaniem będzie konwersja starego portfela kredytów na nowy, wykorzystujący zmieniony wskaźnik. Biorący udział w tej dyskusji Karol Wolniakowski, wiceprezes SGB-Banku przypomniał zebranym, że informacja o zamianie wskaźnika pojawiła się, kiedy stopy procentowe wzrosły, dlatego w świadomości spo-

łecznej reforma może się kojarzyć z ulżeniem kredytobiorcom w spłacie ich zobowiązań. Wiadomo jak są skonstruowane oba wskaźniki i skutki tego już widać. WIBOR zaczął spadać, a WIRON jeszcze nie. Może się więc zdarzyć, że wskaźnik WIBOR zostanie zastąpiony wskaźnikiem WIRON, który będzie w jakimś momencie wyższy, a to oznacza wzrost oprocentowania. Trzeba więc wstawiać nowy wskaźnik do umów kredytowych bardzo ostrożnie.

Lider obsługi sektora rolniczego

Banki spółdzielcze były, są i będą związane z rolnictwem – powiedział Andrzej Chmielecki wiceprezes SGB-Banku, podczas



„Wspólne działania w bankowości spółdzielczej” – to jeden z paneli dyskusyjnych. Wzięli w nim udział m.in. Halina Wilk, prezes Zarządu BS Przysucha i Przemysław Pilarski, prezes Zarządu GBS Mosina.

dyskusji o przyszłości finansowania polskiego agrobiznesu. Dodał zarazem, że nie możemy jako sektor spółdzielczy patrzeć tylko na biznes związany z rolnictwem. Zwłaszcza, że rolnictwo także się zmienia, chociażby przez komasację i powstawanie coraz większych gospodarstw. Poza tym rolnictwo coraz częściej finansuje się także poza bankami spółdzielczymi. Musimy więc liczyć się z konkurencją na rynkach finansowych. Zmiana profilu, czy modelu banku spółdzielczego już się dokonuje, chociaż jest to proces stopniowy.

Sporo miejsca w dyskusjach podczas obrad Forum poświęcono zmianom technologicznym jakie zachodzą w bankach spółdzielczych. W ocenie Błażeja Mika, wiceprezesa SGB-Banku, nie ma wątpliwości, że zmienia się dzisiaj rola banku zrzeszającego. Staje się on obecnie inicjatorem wielu nowych rozwiązań technologicznych i nie tylko ich. Dotyczy to także wsparcia związanego z regulacjami, procedurami, usługami oraz przejmowaniem wielu czynności, które do tej pory musiały wykonywać banki spółdzielcze. I ta rola zrzeszenia będzie nadal rosła. Strategia rozwoju Banku Spółdzielczego w Lubrańcu jest taka sama jak i zrzeszenia SGB, powiedziała jego prezeska, Jolanta Nowakowska. Staramy się więc w jak największym stopniu wykorzystywać rozwiązania proponowane przez bank zrzeszający. Widzimy, że nasi klienci coraz bardziej są zainteresowani nowoczesnymi produktami i usługami, które spełniają ich oczekiwania.

Obrady Forum pozwoliły spółdzielcom na poruszenie jeszcze wielu innych i ważnych dla sektora banków spółdzielczych tematów, związanych m.in. z przepisami prawa, zagospodarowaniem nadwyżki finansowej wypracowanej w ostatnich dwóch latach, czy pobudzeniem akcji kredytowej. Jeden z paneli dyskusyjnych dotyczył bezpieczeństwa cybernetycznego i wdrożenia nowych przepisów DORA, które mają zapewnić m.in. lepszy nadzór nad ryzykiem przy korzystaniu przez sektor finansowy z zewnętrznych dostawców usług. ●



FLBS to jedno z najważniejszych wydarzeń dedykowanych polskiemu sektorowi bankowości spółdzielczej.



STRACH MA WIELKIE OCZY

Właśnie wpadł mi w ręce raport opublikowany przez Polską Izbę Ubezpieczeń o tym, czego najbardziej boją się Polacy, czyli tak zwana „mapa ryzyk”.

Jest w niej wymienione ryzyko silnego wiatru, ciężka choroba, śmierć, brak środków na leczenie czy starość, ale też ocieplenie klimatu i wypadek samochodowy.



Joanna Mijakowska
SGB-Bank SA

Ta mapa co roku wygląda inaczej. Na poprzedniej – wskutek wojny w Ukrainie – pojawiło się na przykład ryzyko działań wojennych. Część zdarzeń wspominanych w „mapie ryzyk” może być przyczyną uszkodzeń ciała. Ubezpieczyciele mają na tę okoliczność konkretny produkt i jakakolwiek będzie jego nazwa handlowa, to zawsze będziemy mówili o ubezpieczeniu następstw nieszczęśliwych wypadków (NNW).

Czym jest nieszczęśliwy wypadek?

Definicja jest całkiem prosta. Nieszczęśliwy wypadek to „nagłe i przypadkowe zdarzenie, wywołane przyczyną zewnętrzną, które nastąpiło w okresie odpowiedzialności ubezpieczyciela, w wyniku którego ubezpieczony doznał, niezależnie od swej woli i stanu zdrowia, uszkodzenia ciała”.

Nie ulega wątpliwości, że nieszczęśliwy wypadek może przydarzyć się każdemu bez względu na wiek, miejsce zamieszkania czy wykonywany zawód. I moim zdaniem, każdy powinien mieć ubezpieczenie NNW.

A na co powinniśmy zwrócić uwagę przy zakupie ubezpieczenia NNW?

Ważnym elementem jest suma ubezpieczenia ale również zakres wybieranej ochrony. Najczęściej polisa NNW zapewnia:

1. świadczenie z tytułu trwałego uszczerbku na zdrowiu powstałego wskutek nieszczęśliwego wypadku,
2. świadczenie z tytułu inwalidztwa powstałego w następstwie nieszczęśliwego wypadku,
3. świadczenie z tytułu trwałego uszkodzenia ciała powstałego wskutek nieszczęśliwego wypadku,

4. jednorazowe świadczenie z tytułu wystąpienia nieszczęśliwego wypadku, który nie spowodował uszczerbku na zdrowiu,
5. świadczenie z tytułu śmierci ubezpieczonego spowodowanej nieszczęśliwym wypadkiem.

Co powinna zapewniać polisa?

Dodatkowo taka polisa może zapewniać również zwrot kosztów leczenia bądź pokrywać koszty rehabilitacji, oczywiście wszystko to, jako konsekwencja nieszczęśliwego wypadku.

Ubezpieczenie może obejmować także koszt korepetycji dla dziecka po wypadku bądź długotrwałej nieobecności w szkole, pomoc w przypadku stalkingu czy pomoc psychologiczną po wypadku.

Standardowo w zakresie ubezpieczenia dostępne jest ryzyko zabezpieczenia zwrotu kosztów poniesionych na zakup leków czy przeprowadzonych niezbędnych operacji po wypadku.

W konsekwencji widzimy, że ubezpieczenie NNW obejmuje zdarzenia, w następstwie których ubezpieczony doznał uszkodzenia ciała lub rozstroju zdrowia. Uszkodzenie ciała, czyli coś co ograniczy sprawność poszkodowanego.

Po zgłoszeniu przez nas zdarzenia i jego udokumentowaniu, ubezpieczyciel określa uszczerbek na zdrowiu, najczęściej procentowo, a jego wysokość decyduje o wartości wypłaconego odszkodowania. Wysokość odszkodowania określona jest kwotowo, w zależności od poniesionego uszczerbku na zdrowiu. Oczywiście, ubezpieczyciel może zapisać w warunkach ubezpieczenia, że za określone zdarzenie ubezpieczonemu należna jest wskazana w do-

Nieszczęśliwy wypadek to „nagłe i przypadkowe zdarzenie, wywołane przyczyną zewnętrzną, które nastąpiło w okresie odpowiedzialności ubezpieczyciela, w wyniku którego ubezpieczony doznał, niezależnie od swej woli i stanu zdrowia, uszkodzenia ciała”.



kumencie kwota. W takim przypadku jedynie udowodnić, że zdarzenie objęte ochroną miało miejsce i dotknęło ubezpieczonego.

Produktów NNW jest naprawdę sporo – by dobrze wybrać, najlepiej porównywać ze sobą oferty różnych ubezpieczycieli. W ten sposób nie umknie nam żadna cenna informacja, dodatkowa usługa z tytułu ubezpieczenia czy tańsza oferta.

Jeśli znajdziemy w Internecie porównywarke, to wymaga ona od nas wypełnienia krótkiej ankiety, w której określimy swoje potrzeby i oczekiwania w stosunku do ochrony. Następnie na bazie naszych odpowiedzi specjaliści (jeśli robimy to w Internecie to przygotowanie oferty odbędzie się z wykorzystaniem AI) zaprezentują nam dedykowaną ofertę. Pomoc wykwalifikowanego fachowca może okazać się nieoceniona, ponieważ otrzymamy wtedy najbardziej wartościową ofertę w rozsądnej cenie.

Jaką sumę ubezpieczenia wybrać?

Suma ubezpieczenia, czyli wartość na jaką wykupujemy polisę w zakresie związanym z trwałym uszczerbkiem na zdrowiu, powinna być jak najwyższa.

W szkołach przeważa suma ubezpieczenia 10 – 15 tys. zł, pojedyncze osoby decydują się na wyższą wartość polisy. Suma 100 tys. zł to rzadkość, a wierzcie mi, że się przydaje. Wartość polisy jest podstawą do obliczenia wysokości odszkodowania.

Czy ubezpieczenie NNW potrzebne nam jest tylko dla dzieci w szkole?

Ubezpieczenie szkolne NNW to całodobowa ochrona zdrowia i życia dziecka przez cały rok kalendarzowy. Zakup ubezpieczenia NNW w szkole to nie jedyna opcja dla rodziców, by wykupić polisę dla dziecka. Można spotkać się z agentem bądź wykupić polisę w Internecie.

Co ubezpieczyciele szykują na „nowy sezon” w ubezpieczeniach szkolnych?

Pojawia się zwrot kosztów zorganizowanej wycieczki do 500 zł, jeśli dziecko ulegnie wypadkowi i nie może na nią pojechać. Można wyszukać już ubezpieczenia wspierające ubezpieczonego i jego rodzinę w przypadku, gdy padnie on ofiarą hejtu. Dostępna jest również opcja z limitem na szpitalne leczenie psychiatryczne. Ubezpieczenie następstw nieszczęśliwych wypadków to nie tylko produkt dla dzieci, to również polisa dla studenta.

Coraz częściej uczelnie wymagają przedstawienia polisy przed wejściem na salę laboratoryjną. Dobrze jest o tym pamiętać zanim zacznie się rok akademicki.

Polisa NNW w zakładach pracy może stanowić formę benefitu. Pracodawcy mogą koszt składki zaliczyć jak koszt uzyskania przychodu.

W każdym przypadku pamiętajmy jednak, by zapoznać się z dokumentami otrzymanymi od ubezpieczyciela. Dobrze jest znać swoje prawa i obowiązki. I oczywiście, zaopatrzyć się w ubezpieczenie. ●

Produktów NNW jest naprawdę sporo – by dobrze wybrać, najlepiej porównywać ze sobą oferty różnych ubezpieczycieli. W ten sposób nie umknie nam żadna cenna informacja, dodatkowa usługa z tytułu ubezpieczenia czy tańsza oferta.



CZY WARTO MIEĆ POLISĘ ZDROWOTNĄ?



Lidia Denisiuk

SGB-Bank SA

Najczęściej powtarzającym się życzeniem składanym z różnych okazji jest tradycyjne życzenie „zdrowia”, okraszone nieodłącznym komentarzem – „bo zdrowie jest najważniejsze...”. To bez wątpienia prawda, ale aby życzenie mogło się spełnić, trzeba niewątpliwie o zdrowie dbać. Gdy szwankuje, zaczynają się liczne inne problemy i okazuje się, że bez dobrego zdrowia niewiele możemy zdziałać.

Szlachetne zdrowie

Różnego rodzaju programy prozdrowotne, profilaktyczne i nowoczesne aplikacje mają nas do tego zachęcać – przypominać nam o aktywnym trybie życia, zdrowym odżywianiu, nawadnianiu organizmu, radzeniu sobie ze stresem, ograniczaniu używek, odpowiedniej ilości snu i badaniach profilaktycznych.

Zdaniem ekspertów, jednym z głównych czynników szkodzących naszemu zdrowiu psychicznemu i fizycznemu jest stres. Warto wiedzieć, jak się z nim oswoić i go unikać. W natłoku codziennych obowiązków i stresu z nimi związanego, często zapominamy o dbałości o to, co najważniejsze, czyli zdrowie. Przypominamy sobie o własnym zdrowiu, gdy coś nas zaczyna boleć albo gdy nasze wyniki badań profilaktycznych są poniżej norm. I ostatecznie dopada nas choroba – często już poważna i w zaawansowanym stadium. Niestety, zdrowie bywa kruche i szybko się o tym przekonujemy...

Dbajmy o zdrowie

W kolejce na wizytę u lekarza specjalisty, skomplikowane badania lub na operację możemy czekać nawet kilka miesięcy. Taka jest, niestety, smutna rzeczywistość... Warto zatem zwiększyć swoje bezpieczeństwo zdrowotne i uzyskać dostęp w krótkim terminie do dobrych specjalistów i sprzętu medycznego. Szybkie rozpoczęcie leczenia zależy często od szybkiej i trafnej diagnozy lekarskiej. A szybkie rozpoczęcie leczenia pomaga wygrać walkę z chorobą. Właśnie dlatego coraz większym zainteresowaniem cieszą się polisy zdrowotne. W ramach polisy zdrowotnej płacimy składkę ubezpieczeniową

- w zamian za to ubezpieczony może korzystać z określonych placówek i usług medycznych. Ubezpieczenie może gwarantować dostęp m. in. do określonej liczby specjalistów oraz do wykonania określonej liczby badań diagnostycznych. To ochrona, która pozwala na korzystanie z konsultacji i porad lekarskich. Zakres ochrony w takiej polisie może różnić się w zależności od oferty konkretnego ubezpieczyciela, produktu i wybranego wariantu. Polisa zdrowotna w zależności od zakresu lub wariantu może zapewnić m.in.: badania i testy diagno-

styczne, konsultacje i porady lekarskie, zabiegi lekarskie i pielęgniarskie, wizyty domowe, szczepienia, operację, rehabilitację, assistance czy dostęp do infolinii medycznej.

Dodatkowe ubezpieczenie

Nie należy zapominać, że dodatkowe ubezpieczenie zdrowotne nie zastępuje nam ubezpieczenia, które posiadamy w Narodowym Funduszu Zdrowia (NFZ), ale stanowi jego uzupełnienie. Prywatna polisa zdrowotna pozwala w szybkim czasie odbyć wizytę u specjalisty bez uzyskiwania skierowań od lekarza medycyny rodzinnej, tzw. lekarza pierwszego kontaktu, i czekania w kolejkach. Pozwala na szybkie i sprawne umówienie wizyt na konkretny dzień i godzinę bez zbędnej zwłoki. Polisy zdrowotne przeznaczone są dla osób, którym zależy na kompleksowej opiece medycznej dla siebie, a być może także dla swoich najbliższych. Koszt składki w ramach takiej polisy zależy min. od zakresu ochrony, wieku ubezpieczonego, liczby osób objętych ochroną (np.: warianty rodzinne lub indywidualne).

Warto także wspomnieć o ubezpieczeniu na wypadek nowotworu, który jest obecnie dość powszechną chorobą. Ubezpieczenie takie może zapewnić dostęp do wczesnej diagnostyki, a także pieniądze na leczenie choroby nowotworowej. W zależności od wybranej polisy i wariantu ubezpieczenia może ono zapewnić wysokie świadczenie z tytułu zdiagnozowania raka, które pozwoli pokryć koszty leczenia nie tylko w Polsce, ale również za granicą. Może zapewnić również dodatkowe konsultacje specjalistyczne (np. tzw. druga opinia medyczna).

Dbajmy o siebie nawzajem

Na co koniecznie zwrócić uwagę przed zawarciem polisy zdrowotnej? Przed zawarciem umowy ubezpieczenia zdrowotnego z pewnością trzeba się zastanowić nad kondycją własnego organizmu i odpowiedzieć sobie na pytanie, czy nam coś dokucza, czy w naszej najbliższej rodzinie występują lub występowały choroby i jeśli tak – to jakie?

Warto przeanalizować styl życia, jaki prowadzimy. Czy mamy dla siebie czas, czy uprawiamy sport, czy mamy stresującą pracę i jakie metody uwalniania się od stresu stosujemy. Odpowiedzi na powyższe pytania z pewnością powinny pozwolić dobrze dobrać zakres naszej polisy zdrowotnej. Oprócz zakresu trzeba zwrócić uwagę na sumy ubezpieczenia oraz liczbę i limity świadczeń, a także wyłączenia odpowiedzialności ubezpieczyciela. Przed

zawarciem umowy ubezpieczenia trzeba koniecznie dokładnie zapoznać się m.in.: z ogólnymi warunkami ubezpieczenia (OWU). ●

W natłoku codziennych obowiązków i stresu z nimi związanego, często zapominamy o dbaniu o własne zdrowie, a ono jest przecież najważniejsze.



JESTEM UBEZPIECZONY, W TEN SPOSÓB DBAM
O SIEBIE I BLISKICH

O UBEZPIECZENIACH Z ŁAWY ADWOKATA DIABŁA



Jerzy Sygidus

To prawda, jest wiele towarzystw ubezpieczeniowych oferujących rozmaite ubezpieczenia, m.in. podróżne, na życie, wypadkowe, a także zdrowotne. Warto i należy mieć ubezpieczenie. Już wyjaśniam dlaczego tak uważam.

Ja zawsze, wybierając się w zagraniczną podróż

z danym biurem podróży, nie do końca słucham zapewnień przedstawicieli tego biura, że wakacje, które właśnie wykupiłem mają pakiet ubezpieczeniowy i mam się o nic nie martwić. Zawsze, na własną rękę, wykupuję sobie na czas pobytu zagranicą, dodatkowe, prywatne ubezpieczenie w jakimś towarzystwie ubezpieczeniowym. Mając takie dodatkowe, niejako prywatne ubezpieczenie zawsze mam ten psychiczny komfort wynikający z „podwójnego zabezpieczenia”... To tak, jak z mieszkaniem spółdzielczym. Spółdzielnia je ubezpieczyła, ale dodatkowo właściciel mieszkania też je ubezpiecza od wszelkich nieszczęśliwych następstw.

Ubezpiecz zdrowie i życie

Nieco inaczej ma się problem z ubezpieczeniami zdrowotnymi. Od dobrych kilku lat opłacam ubezpieczenie na życie na sumę 10 tys. złotych w PZU Życie. W ubiegłym roku postanowiłem dodatkowo ubezpieczyć się na życie w jakimś innym towarzystwie ubezpieczeniowym na kwotę 100 tys. złotych. Niekąto losowo wybrałem Towarzystwo Ubezpieczeniowe XXX. Miła i uprzejma agentka z tego towarzystwa wyliczyła mi składkę jaką będę musiał opłacać, aby być ubezpieczonym na owe 100 tys. złotych. Wyszło coś około 450 złotych miesięcznie. Decyzję o ubezpieczeniu w Towarzystwie Ubez-

pieczeniowym XXX nie podejmuje jednak miła agentka, a tzw. Zespół Oceny Ryzyka. Ten ostatecznie odmówił mi ubezpieczenia, podając za powód „zbyt duże ryzyko ubezpieczeniowe”. Cóż, najmłodszy już nie jestem...

Nie zrażony odmową skontaktowałem się z innym ubezpieczycielem, a mianowicie Towarzystwem Ubezpie-

czeniowym YYY. W tym towarzystwie nie pytają o aktualny stan zdrowia. Miły pan agent zaproponował mi polisę ubezpieczeniową – Bezterminowe Ubezpieczenie na Życie na kwotę 25 tys. złotych przy miesięcznej składce w wysokości 291 złotych. Jest bonus do tej polisy, gdybym zginął w wyniku nieszczęśliwego wypadku – kwota ubezpieczenia wzrosłaby do sumy 75 tys. złotych. To nie wszystko, są w tej polisie jeszcze inne „warunki do spełnienia”. Muszę opłacać składki przez 24 miesiące i żyć dalej, bo gdybym umarł w ciągu tych 24 miesięcy, to Towarzystwo Ubezpieczeniowe YYY wypłaci mej żonie (beneficjentce) jedynie sumę wszystkich składek, które zdążyłem uiścić. Gdy przeżyję szczęśliwie owe 2 lata, opłacając regularnie miesięczne składki, wtedy wejdę na wyższy szczebel – w przypadku mej śmierci, żona otrzyma obiecaną sumę ubezpieczenia czyli 25 tys. złotych.

Reasumując, uważam, że należy się ubezpieczać w różnych sytuacjach życiowych, ale trzeba dokładnie i wnikliwie czytać

warunki ubezpieczenia, aby wiedzieć czego oczekiwać od danego towarzystwa ubezpieczeniowego i być pewnym warunków wynikających z polisy. Pewność, że po mej śmierci rodzina otrzyma wsparcie jest budująca i warta opłacania składek. Życie jest nieprzewidywalne i dlatego warto mieć

Życie jest nieprzewidywalne
i dlatego warto mieć asekurację
w postaci ubezpieczenia,
z którego skorzystają najbliżsi.

Mając takie dodatkowe,
niejako prywatne ubezpieczenie
zawsze mam ten
psychiczny komfort wynikający
z „podwójnego zabezpieczenia”.

asekurację w postaci ubezpieczenia, z którego skorzystają najbliżsi. ●



CZY DBAMY O ZDROWIE?

Brak czasu, lęk przed diagnozą, niska świadomość dotycząca chorób – to główne powody, dla których odwlekamy wizytę u lekarza. Jednocześnie często deklarujemy, że zdrowie to dla nas najcenniejsza wartość, od której zależy nie tylko nasze samopoczucie, ale też możliwość realizowania planów, praca zawodowa, relacje rodzinne czy towarzyskie.

Jak wynika z raportu IBRIS pt.: „Przewlekła choroba nerek – wiedza i profilaktyka” w 2021 r. 70% z nas wykonało badanie krwi, natomiast 60%, deklaruje, że we wskazanym roku wykonało badanie moczu. Co ciekawe, wśród badanych Polaków po 40. roku życia, średnio co druga osoba samodzielnie prosi lekarza o skierowanie na badania diagnostyczne. Z kolei 45% ankietowanych przyznaje, że przeważnie czeka, aż lekarz sam zaproponuje badania. Analizując wyniki raportu można wysunąć wniosek, że Polacy na ogół nie unikają badań profilaktycznych i dbają o swoje zdrowie.

Inny raport pt. „Test Zdrowia Polaków 2020” przygotowany przez Medonet za pomocą ankiet sprawdził, jak Polacy dbają o zdrowie: co jedzą, ile czasu poświęcają na sport i jaki mają stosunek do badań profilaktycznych?

Z raportu dowiadujemy się, że nadciśnienie tętnicze ma zdiagnozowanych 26 % respondentów. Jednocześnie 74 % w ciągu ostatniego roku mierzyło ciśnienie krwi. Szacuje się, że na nadciśnienie cierpi nawet 15 mln Polaków. Tylko 39 % badanych regularnie bada poziom cholesterolu we krwi. Im starsi jesteśmy, tym regularniej wykonujemy to badanie. Aż 30 % Polaków w ogóle nie bada cholesterolu, a 32 % nie pamięta swojego ostatniego wyniku. W dbaniu o zdrowie nie pomagają nasze nawyki. Aż 50 % Polaków nie uprawia żadnego sportu, a 9 % przyznaje, że codziennie spożywa alkohol. Praktycznie każdy z nas doświadcza stresu, a 1/4 odczuwa go codziennie.

Wpływ na nasze zdrowie jedynie w 20 % mają podobno nasze geny, 30 % to środowisko i służba zdrowia, a pozostałe 50 % to nasz sposób życia. Trzeba koniecznie pamiętać o aktywnym trybie życia, zdrowym odżywianiu, nawadnianiu organizmu, radzeniu sobie ze stresem, ograniczaniu używek, odpowiedniej ilości snu i badaniach profilaktycznych. Jeszcze raz przypomnę, że neuroplastyczność mózgu poprawia wyłącznie wysiłek fizyczny. Nie ma bezwzględnie zdrowego leku, zdrowej witaminy i zdrowego zioła. – twierdzi Krystyna Szkudlarek – Graczyk, lekarz internista i specjalistka geriatrici.

Oprac. js



Jak zapewnić sobie dodatkowe wsparcie w chorobie nowotworowej

Według Krajowego Rejestru Nowotworowego¹ każdego roku około 170 tys. Polaków otrzymuje diagnozę nowotworową, zaś ponad 100 tys. umiera z powodu nowotworu. Statystyki wskazują, że wraz z wiekiem zachorowalność wzrasta. Obecnie drugą w kolejności przyczyną zgonów w Polsce są nowotwory złośliwe, co odpowiada 25% zgonów.

Badania naukowe zawarte w opracowaniach dostępnych na stronie Międzynarodowej Agencji Badań nad Rakiem² wskazują, że ponad 90% zachorowań na nowotwory złośliwe jest spowodowanych przez czynniki zewnętrzne, które możemy ograniczyć lub wyeliminować ich działanie.

Europejski Kodeks Walki z Rakiem zawiera 12 praktycznych wskazówek, których zastosowanie w codziennych działaniach może znacznie **ograniczyć ryzyko zachorowania na nowotwory złośliwe**. Do prewencyjnych sposobów należą m.in. rzucenie palenia tytoniu oraz przebywanie w środowisku wolnym od dymu tytoniowego, ograniczenie spożycia alkoholu, unikanie nadmiernej ekspozycji na promieniowanie słoneczne, zachowanie prawidłowo zbilansowanej diety oraz codziennej aktywności fizycznej, stosowanie szczepień ochronnych czy unikanie czynników rakotwórczych.

Świadomość profilaktyki nowotworowej ma ogromne znaczenie zdrowotne, społeczne a także ekonomiczne. Dzięki regularnej diagnostyce możliwe jest wykrycie zmiany na wczesnym etapie zaawansowania choroby, zahamowanie jej rozwoju, ograniczenie liczby zgonów, przedłużenie życia.

Leczenie nowotworów w Polsce jest w pewnym stopniu refundowane, lecz aby mieć dostęp do szybkiego oraz kompleksowego leczenia, warto wybrać dodatkowe zabezpieczenie. Posiadając Pakiet nowotworowy w ramach ubezpieczenia Generali, z myślą o życiu PLUS możemy zapewnić sobie **pieniądze na walkę z chorobą**: badania diagnostyczne, konsultacje medyczne z lekarzem, nierefundowane leki, terapie, rehabilitacje, inne wydatki związane z procesem leczenia i szybszym powrotem do zdrowia. Świadczenie może wynieść nawet **do 1 mln zł** – taką maksymalną sumę ubezpieczenia może wybrać klient.

Generali daje możliwość uzyskania **dodatkowej opinii medycznej** oraz wiedzy na temat najnowszych i efektywnych metod leczenia. Dzięki temu po zdiagnozowaniu choroby, ubezpieczona osoba może otrzymać drugą opinię wybitnych w danej dziedzinie specjalistów, najlepszych lekarzy, którzy praktykują poza Polską. Generali pomaga klientowi zebrać dokumentację, tłumaczy



ją na odpowiedni język, przekazuje do specjalisty a po otrzymaniu opinii przekazuje ją klientowi już przetłumaczoną. W ramach drugiej opinii znajduje się również wskazanie lekarzy, którzy podjęliby się procesu leczenia za granicą.

Nowością w ofercie Generali jest możliwość w ramach tej samej składki, **objęcia ochroną na wypadek wystąpienia nowotworu u ubezpieczonego i/lub wszystkich jego dzieci do 21 roku życia**. Wówczas w przypadku zdiagnozowania nowotworu ubezpieczyciel zorganizuje i pokryje koszt badań genetycznych dla dzieci ubezpieczonego. Wypłata świadczenia nastąpi również w przypadku nowotworu złośliwego przedinwazyjnego (carcinoma in situ), łagodnego nowotworu wewnątrzczaszkowego, czy przewlekłej białaczki limfocytowej.

Wojciech Trybuszkiewicz, Dyrektor Zarządzający Bancassurance & Affinity w Generali Polska: – *W Generali chcemy wspierać banki spółdzielcze w dbaniu o klientów. Możliwość zaoferowania rozwiązań, które uświadamiają zagrożenia wynikające z choroby nowotworowej oraz dające możliwość wsparcia finansowego, jak i organizacji procesu leczenia w trudnym okresie choroby, jest istotnym elementem dbałości o wspólnych klientów. Ubezpieczenie na wypadek zachorowania na raka to nie tylko produkt, ale także element budowania świadomości na temat zdrowego życia i świadomych zachowań, związanych z badaniem się i prewencją.*

Warto zatroszczyć się o siebie i swoich bliskich wybierając Pakiet nowotworowy w ramach ubezpieczenia Generali, z myślą o życiu PLUS. Dzięki niemu klient może zyskać dodatkowe wsparcie finansowe oraz konkretną pomoc, w sytuacji, w której będzie jej potrzebował.

¹ Artykuł zawarty na stronie Krajowego Rejestru Nowotworowego <https://onkologia.org.pl/pl/epidemiologia/nowotwory-zlosliwe-w-polsce>

² Opracowania naukowe dostępne na stronie Międzynarodowej Agencji Badań nad Rakiem (international Agency for Research on Cancer) <https://cancer-code-europe.iarc.fr/index.php/pl/dowody-naukowe>

WIEDZOWNIK

CO TO TAKIEGO I Z CZYM SIĘ JE?



Ewelina Kłorek

SGB-Bank SA

Właśnie minął rok od powstania naszego Wiedzownika – to idealny czas na dokonanie pierwszego podsumowania. Przypomnę niewtajemniczonym czytelnikom, że Wiedzownik, to realizowana przez grupę zapaleńców, na czele ze mną, idea wewnątrzbankowej bazy wiedzy, która powstała jako jedna z inicjatyw tzw. Skrzynki Pomysłów.

Wiedzownik w ramach SGB-Banku pozwala dzielić się swoją wiedzą i doświadczeniem, zapewnia szkolenia w ramach wewnętrznej wymiany wiedzy. Szkolenia te prowadzą pracownicy SGB-Banku SA i należy podkreślić, że nie są to wykwalifikowani trenerzy, ale po prostu osoby, które chcą się podzielić swoją wiedzą i doświadczeniem z innymi pracow-

Wiedzownik w ramach SGB-Banku pozwala dzielić się swoją wiedzą i doświadczeniem, zapewnia szkolenia w ramach wewnętrznej wymiany wiedzy.

nikami. Wiedzownik nie zastępuje profesjonalnych szkoleń, które organizuje dla pracowników SGB-Banku Departament Kadr i Administracji.





Drużyna Wiedzwonika w składzie

Anna Milke, Lidia Kołodziejczak, Justyna Spliter, Mirosław Jarremba oraz ja, Ewelina Klorek, zajmuje się obsługą techniczną wszystkich naszych inicjatyw. Między innymi przygotowujemy harmonogramy spotkań, poszukujemy trenerów, publikujemy materiały szkoleniowe w Intranecie SGB-Banku, czasami sami też prowadzimy szkolenia. Naszą komunikację wspiera Katarzyna Miler z Biura Marketingu i Komunikacji.

Nasza drużyna Wiedzwonika, raz na kwartał, w odpowiedzi na zgłoszone przez pracowników potrzeby szkoleniowe, przygotowuje zestaw kilku tematów szkoleniowych. Wszyscy zainteresowani danym zagadnieniem pracownicy zapisują się, a następnie trafia do nich zaproszenie na dane szkolenie organizowane on line za pomocą aplikacji Teams.

Wszystkie zgłoszenia tematów oraz chętnych osób do przeprowadzenia danego szkolenia (trenerów) przyjmujemy na dedykowaną skrzynkę e-mailową. Szkolenia odbywają się zazwyczaj w co drugi piątek miesiąca. Od listopada ubiegłego roku do czerwca 2023 roku zorganizowaliśmy w naszym Wiedzwoniku 14 szkoleń, zarówno z tematyki bankowej jak i ogólnorozwojowej. Oto wykaz niektórych z tych szkoleń:

1. SWAP – baza dokumentów bankowych.
2. JIRA – wyszukiwanie zgłoszeń, jak tworzyć i zarządzać projektami, odnajdywać właściwe ścieżki wnioskowania w SERVICE DESK.
3. SQL – BASIC, BASIC PLUS i SUPER BASIC.
4. Excel – kurs podstawowy i średniozaawansowany.
5. Karty płatnicze – Visa Mobile, Bezcenne Chwile, 3DS, chargeback.
6. Aplikacja Mobilna i Bankowość Elektroniczna SGB-Banku.
7. Delegacje od A do Z (w tym korzystanie z portalu CTA) oraz V-Desk.
8. Komitety – jaki temat i w jakiej formie powinien trafić do akceptacji odpowiedniego „organu”.
9. One Note – elektroniczny notatnik.
10. Pasek płacowy i benefity dla pracowników w SGB-Banku.
11. Kredyty w pigułce.

W każdym szkoleniu średnio wzięło udział 118 osób. Największym zainteresowaniem cieszył się kurs z Excela na poziomie średniozaawansowanym – mieliśmy ponad 200 zapisanych chętnych osób. Frekwencja oraz otrzymywana informacja zwrotna od uczestników potwierdzają, że to co robimy ma sens i jest niezwykle potrzebne. Prowadzenie tych szkoleń było okazją nie tylko do pogłębienia swej wiedzy, ale również stanowiło przestrzeń dla wymiany doświadczeń i nauki praktycznego rozwiązywania problemów.

Na zakończenie, jako załoga Wiedzwonika, szczególne podziękowania kierujemy do trenerów, którzy zdecydowali się podzielić się swą wiedzą z innymi. I tak serdecznie dziękujemy:

- Monice Płaskowskiej-Kaczmarek i Małgorzacie Borkowskiej za szkolenie z Kredytów w pigułce.
- Nieobecnemu już w naszej organizacji Emilowi Pielaszkowi za praktyczny kurs z obsługi Excela na poziomie podstawowym oraz średniozaawansowanym.
- Annie Nowak za wprowadzenie w arkana wiedzy o pasku płacowym i benefitach dla pracowników.
- Małgorzacie Łakomy za usystematyzowanie wiedzy o Komitetach działających w banku.
- Magdalenie Fajkowskiej za wiedzę od A do Z o delegacjach.
- Zespołowi Artura Józefowskiego za przybliżenie informacji o Aplikacji Mobilnej oraz bankowości elektronicznej.
- Aldonie Dudzie za przedstawienie tajników kart płatniczych.
- Krzysztofowi Klimkowi za cykl szkoleń o SQL na 3 poziomach zaawansowania.
- Piotrowi Gintrowiczowi za przekazanie wiedzy o obsłudze JIRA.
- Magdalenie Harasim i Dominice Kubczak-Waligóra za instruktaż obsługi SWAP-u.

Skromnie przyznam, że mnie również załoga Wiedzwonika podziękowała za przedstawienie wielofunkcyjnej aplikacji do cyfrowych notatek One Note. Bardzo miło jest realizować inicjatywy, które przekładają się na poszerzenie wiedzy i umiejętności. Dziękuję. ●



OSOBY ZE SZCZEGÓLNYMI POTRZEBAMI



Katarzyna Miler
SGB-Bank SA

W tym roku w naszym programie „Się rozumie” skupiamy się przede wszystkim na temacie inkluzywności. Jego istotną częścią jest język, jakim powinniśmy mówić i pisać do osób ze szczególnymi potrzebami. Zaczniemy od tego, co właściwie kryje się pod pojęciem „szczególne potrzeby” i jak ma się do tego ustawa, która obowiązuje we wszystkich bankach w Polsce.

Szczególne potrzeby, a niepełnosprawność

Określenie osoba ze szczególnymi potrzebami ma specjalne znaczenie dla bankowców, ponieważ ściśle wiąże się z obowiązkami i dobrymi praktykami, jakie powinniśmy spełnić, gdy obsługujemy klientów i klientki z niepełnosprawnością. By lepiej zrozumieć o czym mowa, oprzemy się na definicji, która najlepiej wyjaśni to pojęcie.

Osoba ze szczególnymi potrzebami, to osoba, która:

- ze względu na swoje cechy zewnętrzne/wewnętrzne lub okoliczności, w których się znajduje, musi przezwyciężyć bariery...
- ... by uczestniczyć w różnych sferach życia na zasadzie równości z innymi osobami
- ma prawo do tego, by dostać ogólne warunki umów i regulaminy w formach, takich jak:
 - nagranie audio,
 - nagranie wizualne treści w polskim języku migowym,
 - wydruk w alfabecie Braille’a,
 - wydruk z wielkością czcionki wygodną do czytania.

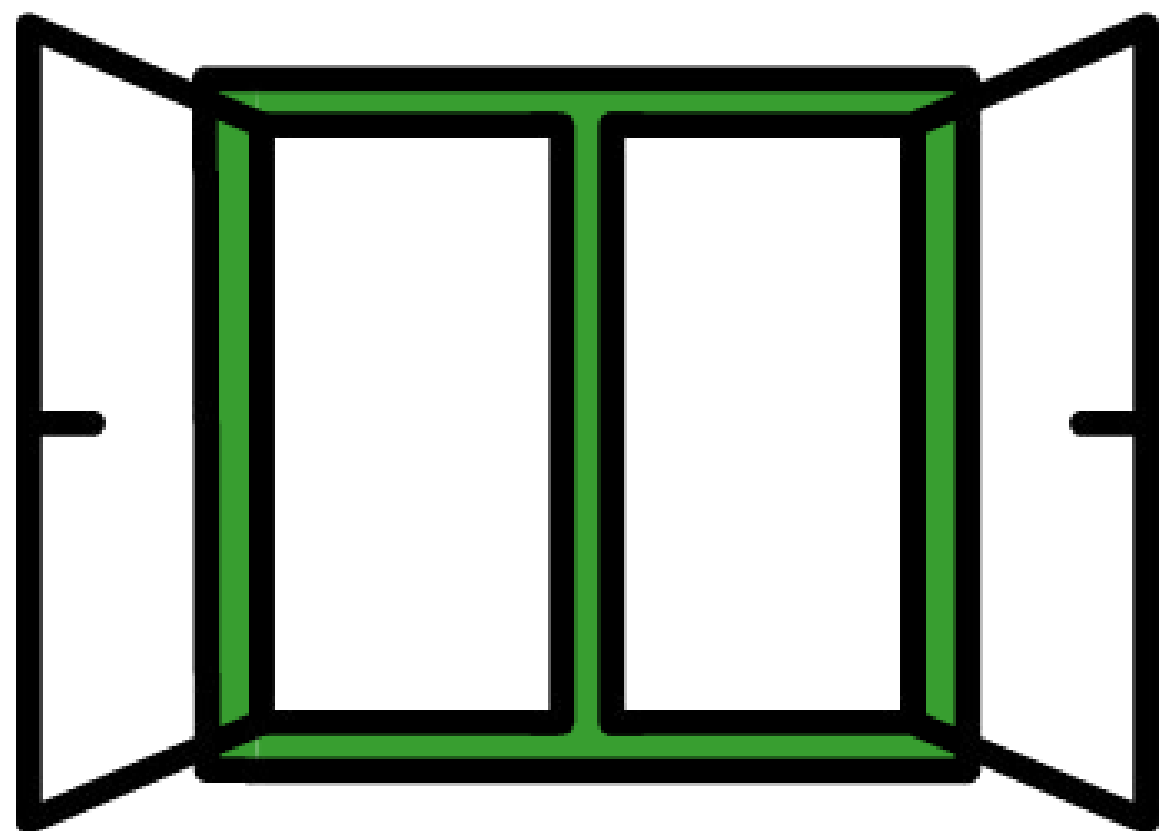
Podstawą definicji jest obowiązująca w bankowości ustawa o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (Dz.U.2019.1696) z 19 lipca 2019 r. Jak łatwo zauważyć, szczególne potrzeby mogą wiązać się z niepełnosprawnością, choć nie muszą. Zadaniem, a nawet obowiązkiem pracowników banków jest dostosowanie materiałów w ciągu 7 dni od momentu, w którym nasi klienci lub klientki zgłoszą taką potrzebę.

Uważność i świadomość – liczby nie kłamią

Komunikacja skierowana do osób ze szczególnymi potrzebami, to bardzo szerokie pojęcie. Oprócz tworzenia treści nie można również zapomnieć o języku, jakim się posługujemy w bezpośrednich relacjach (obsługa klientów, spotkania online). Język inkluzywny w komunikacji z osobami ze szczególnymi potrzebami jest obowiązkowy dla każdego, kto chce brać odpowiedzialność za słowa i nie powielać krzywdzących określeń powtarzanych przez lata.

Nasza społeczna świadomość na szczęście się zmienia. Choćby dzięki temu, że coraz głośniej i częściej słyszymy o tym, jak należy rozumieć pojęcie niepełnosprawności i szczególnych potrzeb u ludzi. Warto pamiętać, że:

- niepełnosprawność, to forma trudności w pokonywaniu barier, a nie cecha, która definiuje człowieka
- bariery mogą być:
 - sytuacyjne – gdy ograniczeniem jest np. opieka nad dzieckiem lub osobą starszą,
 - stałe – kiedy dotyczy osoby, która stale pokonuje przeszkody, np. osoba niewidoma, głucha,
 - okresowe – spowodowane np. operacją wzroku, złamaną nogą, skręconą kostką.



Część z nich nie dotyczy bezpośrednio komunikacji per se¹, jak na przykład dostępu do budynku. Rodzic z dzieckiem w wózku, który próbuje dostać się po dziesięciu schodach do oddziału banku, w którym nie ma podjazdu? To nie jest materiał na powieść fantastyczną, a realne trudy codzienności.

By lepiej zrozumieć temat, przejdźmy do statystyk:

- Ponad 15% ludzi na świecie zмага się z jakimś rodzajem niepełnosprawności – to prawie 1 na 5 osób. W tym szacunkowo 1 na 5 kobiet, 46% osób powyżej 60. roku życia, 1 dziecko na 10. jest dzieckiem z niepełnosprawnością.
- Światowa Organizacja Zdrowia oraz UNICEF w raporcie z maja 2022 roku podają z kolei informacje, że ponad 2,5 miliarda ludzi na świecie potrzebuje tzw. technologii asystujących (ang. assistive technology). Są to narzędzia, które pomagają w pokonywaniu barier osobom wykluczonym ze względu na swoją niepełnosprawność. Niech nie zmyli Was określenie technologie. Chodzi tutaj również np. o wózki inwalidzkie, aparaty słuchowe i narzędzia do komunikacji, które wspierają zdolności poznawcze (aplikacje, urządzenia, itp.). Raport możecie pobrać na stronie <https://www.unicef.org/reports/global-report-assistive-technology>.

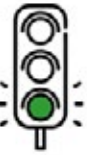


- W Polsce są ok. 3 miliony osób z niepełnosprawnościami, które – zgodnie z definicją zawartą w ustawie o rehabilitacji – ukończyły 16 lat i mają orzeczenie o niepełnosprawności. Szacuje się, że ta liczba może być nawet dwa razy większa. Zgodnie z tym szacunkiem 1 osoba na 5 w Polsce jest lub może być dotknięta niepełnosprawnością. Co najważniejsze: niepełnosprawność nie definiuje osoby, która ją posiada! To jedna z podstaw komunikacji, o której trzeba pamiętać. Niestety, stereotypy dotyczące osób z niepełnosprawnościami, są nadal olbrzymie. Warto więc mieć świadomość, jakim językiem należy się posługiwać w relacjach z osobami z niepełnosprawnością. Niech nasze słowa będą włączające i takie, dzięki którym nie sprawimy nikomu krzywdy, nawet nieświadomie.

Weźmy odpowiedzialność za swoje słowa

Nie pierwszy i z pewnością nie ostatni raz piszemy o tym, że język się zmienia. Właśnie dzięki temu mamy wiele nowych określeń, o których istnieniu warto wiedzieć. Poznajcie kilka dobrych praktyk – co można i czego nie wypada:

- Stawiaj człowieka na pierwszym miejscu i używaj języka, który świadczy o szacunku do innych.
- Podkreślaj umiejętności, a nie ograniczenia.
- Używaj neutralnego języka (nie mów, że ktoś jest ofiarą, kaleką, wariatem, inwalidą).
- Nie używaj protekcyjnych eufemizmów – jak np. „sprawni inaczej”.
- Nie używaj obraźliwego języka (dziwak, imbecyl, warzywo, psychol).
- Nie używaj języka, który utrwała negatywne stereotypy dotyczące zaburzeń psychicznych.
- Zwróć uwagę na to, w jakim kontekście używasz określeń, które dotyczą niepełnosprawności.

 Zamiast	 Lepiej mów i pisz
Niepełnosprawni, niepełnosprawni, niepełnosprawna	Osoby z niepełnosprawnościami, osoba z niepełnosprawnością
Karzeł, karlica	Osoba niskiego wzrostu, osoba niskorosła, osoba z achondroplazją
Głuchoniemy	Głuchy, głucha – głusi mogą woleć to określenie zamiast osoba głucha czy osoba z niepełnosprawnością słuchu. Ze względu na swoją tożsamość i język
Ofiara poparzenia	Osoba z poparzeniami
Uczeń specjalnej troski	Uczeń korzystający ze specjalnych usług edukacyjnych, uczeń z trudnościami lub wyzwaniem w uczeniu się
Parking dla inwalidów Parking dla niepełnosprawnych	Dostępny parking
Chora/chory psychicznie, zaburzona/zaburzony emocjonalnie, szalona/szalony	Osoba chorująca psychicznie, osoba z doświadczeniem kryzysu psychicznego
Schizofrenik, schizol, schizolka	Osoba ze schizofrenią, osoba z doświadczeniem schizofrenii

Nie ulega wątpliwości, że opieka nad osobami ze szczególnymi potrzebami jest konieczna. Dobrze dbać o siebie nawzajem, dlatego warto też wiedzieć jak. ●

¹ Łac. Samo przez się





Hanna Kniólek
SGB-Bank SA

Zaangażowanie w lokalne inicjatywy to jeden z fundamentów funkcjonowania banków spółdzielczych, nie może go też zabraknąć w działaniach SGB-Banku. Jednym z wydarzeń, które wspieramy od dawna jest Powidz Jam Festiwal. Już od 9 lat udaje się nam wspólnie z organizatorami zaprosić nad Jezioro Powidzkie ludzi w bardzo różnym wieku i o przeróżnych gustach muzycznych, aby wspólnie spędzić ostatnie dni lipca w miasteczku festiwalowym.

Oczywiście, każdego przyciąga przede wszystkim muzyka – w tym roku było aż 5 scen, a na nich 30 koncertów i jam session. Głównymi gwiazdami PJF 2023 byli Ralph Kaminski, Mrozu i Vito Bambino. Nieodłączną częścią całego wydarzenia jest duża strefa food trucków i liczne stoiska z atrakcjami. W tym roku, w imieniu Banków Spółdzielczych SGB, zapewnialiśmy dobrą zabawę dla rodzin z dziećmi przed rozpoczęciem koncertów. W naszej darmowej strefie każdy mógł zagrać w kapsle na specjalnie wybudowanym torze (w końcu była to gra, której zasady rodzice mogli wytłumaczyć dzieciom, a nie odwrotnie), zagrać w gry zręcznościowe, zrobić sobie zdjęcie na tle zielonej ściany z hasłem „Dobrze dbać o siebie nawzajem” czy zrobić tatuaż z bohaterami gry „Tajemnica Miasteczka”. Największym hitem okazała się nasza maszyna do pinów, która pozwala samodzielnie narysowany obrazek zamienić w przypinkę. Nie zabrakło też bardzo popularnej fotobudki 360, którą bywalcy festiwalu i imprez plenerowych z pewnością już doskonale znają. Dowodem na to, że udało nam się sprawić festiwalowiczom dużo radości niech będzie fakt, że każdego dnia czekano na nas już przed otwarciem stoiska, a wiele osób wracało do nas codziennie.

To były intensywne dni, pełne radości i dobrej muzyki. My już mamy pomysły na kolejną – jubileuszową edycję. To co, za rok #widzimysięnadjeziorem! ●



SGB było widoczne podczas całego festiwalu.



NADCHODZĄCE ZMIANY W OUTSOURCINGU BANKOWYM



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



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

Prowadzenie działalności bankowej na terenie Polski wiąże się z koniecznością przestrzegania wielu bezwzględnie obowiązujących norm prawnych. Liczba narzucanych wymogów częstokroć wymusza na bankach korzystanie z usług podmiotów trzecich, włączając w to usługi tak zwanego „outsourcingu bankowego”. Czym jest ta instytucja?

Ustawa – Prawo Bankowe (dalej: pr.b.), podobnie jak pozostałe przepisy regulujące działalność bankową, nie zawiera definicji legalnej „outsourcingu bankowego”. Art. 6a i nast. pr.b. wskazuje natomiast, że outsourcing bankowy jest powierzaniem czynności bankowych w imieniu i na rzecz banku innemu przedsiębiorcy bądź przedsiębiorcy zagranicznemu nieposiadającemu statusu banku czy instytucji kredytowej. Powierzenie to powinno nastąpić na podstawie umowy agencyjnej i wskazywać obowiązki, do których wykonywania zobowiązany będzie insourcer (tj. podmiot świadczący usługi outsourcingu na rzecz banku) decydujący się na podpisanie takiej umowy z bankiem.

Bardzo ważna pozostaje staranność wykonania

powyższych czynności, gdyż jakiegokolwiek wyrządzenie szkody klientom może wiązać się z utratą zaufania do banku, dla którego jako instytucji zaufania publicznego, dobre imię oraz reputacja ma kluczowe znaczenie. Wymagana jest więc skrupulatna kontrola insourcera, tym bardziej, gdy dysponuje on informacjami stanowiącymi tajemnicę bankową, której zastosowanie wobec insourcerów w pewnych okolicznościach wyłącza jednak art. 104 pr.b. Jak wskazuje się w doktrynie, żeby zapobiec ewentualnym niekorzystnym skutkom outsourcingu bankowego konieczne jest skonstruowanie przepisów regulujących problematykę outsourcingu w sposób gwarantujący bezpieczeństwo, ostrożność oraz efektywność wykonywanych czynności powierzonych podmiotom trzecim.

Idąc tym tokiem rozumowania, ustawodawca zdecydował się na uregulowanie tej materii w ramach ustawy – Prawo bankowe, zabezpieczając interesy klientów instytucji finansowych oraz gwarantując swobodę kontroli wykonywania powierzonych czynności przez krajowe organy nadzoru finansowego. Od chwili ich uchwalenia, przepisy dotyczące outsourcingu bankowego były już kilkakrotnie nowelizowane. W najbliższych tygodniach prawdopodobnie dojdzie do kolejnej istotnej zmiany reguł powierzania czynności bankowych, które to zmiany ukierunkowane są na uproszczenie wykorzystania instytucji

outsourcingu przy jednoczesnym zwiększeniu bezpieczeństwa klientów. Mowa o zmianach, które wprowadzić ma ustawa z dnia 13 lipca 2023 r. o zmianie niektórych ustaw w związku z zapewnianiem rozwoju rynku finansowego oraz ochrony inwestorów na tym rynku¹, popularnie zwana „warzywniakiem”. Jej przydomek „warzywniak”, mający pejoratywny wydźwięk, wynika z szerokiego spektrum tematów, które niniejsza ustawa ma regulować. Zazwyczaj ustawy tego rodzaju postrzegane są negatywnie z uwagi na ilość zmian wymagających analizy oraz szereg wątpliwości pojawiających się już na etapie procedowania w Sejmie oraz Senacie. W tym przypadku nie stało się inaczej – ustawa wywołuje bowiem wiele kontrowersji. Niemniej jednak, w zakresie outsourcingu bankowego proponowane zmiany można ocenić pozytywnie, gdyż poprzez łagodzenie zasad funkcjonowania tej instytucji, nowe przepisy umożliwią jej rozwój.

Jak wyglądać będzie outsourcing bankowy po zmianach?

Pierwsza modyfikacja dotyczy art. 6a ust. 1 pkt 1 lit. f) pr.b. rozszerzając zakres czynności pośrednictwa o pośrednictwo w zawieraniu i zmianie umów o inny niż karta płatnicza instrument płatniczy. Ponadto, zmiana treści art. 6a ust. 1 pkt 1 lit. f) pr.b. umożliwia także pośrednictwo w świadczeniu usług bankowości elektronicznej. Rozszerzono również katalog klientów, którym usługi tego rodzaju będą mogły być oferowane za pośrednictwem insourcera. Prawdziwą rewolucję można jednak zaobserwować w zmianach dotyczących art. 6a ust. 1 pkt 1 lit. m) pr.b. Zgodnie z obowiązującym stanem prawnym, aby powierzyć podmiotom trzecim czynności innego rodzaju aniżeli te wymienione w art. 6a ust. 1 pkt 1 lit. a)-l) pr.b., należy uzyskać zezwolenie Komisji Nadzoru Finansowego. Natomiast wedle zapisów zawartych w „warzywniaku”, wystarczającym działaniem ze strony banku będzie wcześniejsze zawiadomienie organu, w ramach którego udzieli się mu podstawowych informacji dotyczących przedsiębiorcy oraz załączy projekt umowy z insourcerem (zob. nowy art. 6d ust. 1 i 1a).

Dodatkowym wymogiem ustawodawcy jest rozstrzygnięcie

przez bank czy powierzenie danej czynności jest „niezbędne do prowadzenia działalności w sposób ostrożny i stabilny lub do istotnego obniżenia kosztów tej działalności”. Wydaje się jednak, że uzasadnienie wyżej wskazanych okoliczności nie będzie dla banku zbyt kłopotliwe, gdyż to właśnie koszt oraz jakość świadczonych usług są czynnikami przesądzającymi

¹ Druk nr 3381, <https://www.sejm.gov.pl/sejm9.nsf/PrzebiegProc.xsp?nr=3381>



o wybieraniu outsourcingu przez instytucje finansowe. Rzeczona zmiana prowadzi do uchylecia w art. 6a pr.b. ust. 5, 6 oraz 9, gdyż dotychczas, w ich ramach zawarto wytyczne dotyczące wniosku, którego w nowym stanie prawnym nie będzie już trzeba składać. W razie niespełnienia warunków formalnych zawiadomienia bądź wystąpienia innych nieprawidłowości, Komisja ma prawo do złożenia sprzeciwu wobec zawarcia umowy powierzania za pośrednictwem decyzji administracyjnej (zob. nowy art. 6d 1f).

Dużym uproszczeniem jest również zawężenie kręgu czynności, do których powierzenia wymagane jest zawarcie umowy agencyjnej. Dotychczas rygorom tym podlegała znacząca większość powierzanych usług, natomiast po nowelizacji wymóg stosowania umowy agencyjnej zajdzie wyłącznie w połowie przypadków tj. przy czynnościach wskazanych obecnie w art. 6a ust. 1 pkt 1 lit. a)-j) pr.b.

Ustawodawca zdecydował się także uprościć zasady powierzania czynności pomiędzy bankami. Zgodnie z treścią proponowanego art. 6da pr.b., w przypadku powierzenia czynności bankowych innemu bankowi krajowemu, czy też dostawcy usług płatniczych nie stosuje się przepisów dotyczących zawiadomienia Komisji Nadzoru Finansowego, o których mowa w art. 6c ust. 2 pkt 2 pr.b. oraz w art. 6a ust. 1 pkt 1 lit. m pr.b.

Należy wskazać, że celem analizowanej ustawy jest nie tylko uproszczenie istniejących procedur, ale również zagwarantowanie większego bezpieczeństwa świadczenia usług finansowych. Sposobem na realizację tej idei ma być ugruntowanie wymogów starannego działania w przypadku dalszego powierzania czynności bankowych. Aktualnie bardzo często dochodzi bowiem do sytuacji, w której pierwotny insourcer powierza wykonywanie zleconych mu czynności kolejnym podmiotom. Ustawodawca racjonalnie stwierdził, że takie postępowanie może nieść za sobą dodatkowe ryzyko dla jakości świadczonych usług. Tym samym zdecydował się na wprowadzenie w art. 6a pr.b. ust. 7a oraz 7b narzucających konieczność określonego postępowania w razie podjęcia decyzji o dalszym powierzaniu czynności zleconych przez bank. Mają one gwarantować bankom większe bezpieczeństwo oraz wiedzę na temat podmiotów, którym przekazywane są wrażliwe dane, a które to faktycznie wykonują oferowane przez bank usługi. Wiedza ta oraz łatwiejsza możliwość kontroli będą bowiem bankowi niezwykle potrzebne, z uwagi na rozszerzenie odpowiedzialności banków wobec klientów również o przypadki, w których dochodzi do dalszego powierzania wykonywanych czynności. Podkreślić należy, iż odpowiedzialność banku wobec klienta nie może zostać w takim przypadku ograniczona czy wyłączona.

Kolejną poważną zmianą jest modyfikacja zakresu odpowiedzialności insourcera. Zgodnie z obowiązującą treścią przepisu art. 6b pr.b., odpowiedzialności przed-

siębiorcy lub przedsiębiorcy zagranicznego wobec banku za szkody wyrządzone klientom wskutek niewykonania lub nienależytego wykonania umowy nie można w żaden sposób wyłączyć czy ograniczyć. Wraz z wejściem w życie nowelizacji możliwe stanie się ograniczenie odpowiedzialności insourcera, której jednak zgodnie z dotychczasowymi zasadami nadal nie można będzie wyłączyć.

Dodatkowym wymogiem zabezpieczającym interesy klientów będzie obowiązek zawarcia w ramach umów, do których zastosowanie znajdują przepisy prawa obcego, odpowiednich klauzul umownych. Mowa tu o klauzulach zawartych w treści art. 473 § 2, 474 oraz 483 § 2 kodeksu cywilnego. Regulują one kwestie odpowiedzialności a ich zastosowanie ma zapobiec sytuacji, w której podobne przepisy nie zostały zawarte w prawie państwa trzeciego, w którym siedzibę ma podmiot świadczący usługi.

Celem zapobieżenia ewentualnym stratom po stronie klientów, ustawodawca we wprowadzanym ust. 4 do art. 6b pr.b. zo-

bowiżał banki do podjęcia „adekwatnych i skutecznych rozwiązań” zabezpieczających klientów przed poniesieniem ewentualnych kosztów wynikających z niewykonania bądź nienależytego wykonania umowy. Co więcej, Komisja Nadzoru Finansowego zyska również uprawnienia do żądania większej niż dotychczas ilości informacji, w tym wskazanego wyżej opisu zastosowanych rozwiązań zabezpieczających, zestawienia toczących się przeciwko podmiotowi spraw karnych czy cywilnych (mogących wpłynąć negatywnie na jego płynność finansową), jak również oświadczenia, iż prawo występujące w danym państwie nie uniemożliwia Komisji wykonywanie skutecznego nad-

zoru.

Outsourcing bankowy umożliwia organizowanie działalności bankowej w sposób, który pozwala usprawnić przebieg poszczególnych procesów, a tym samym zminimalizować koszty. Bank, przekazując podmiotowi zewnętrznemu część własnej działalności, może specjalizować się w działalności podstawowej (core business) z punktu widzenia realizowanej strategii, posiadanej specjalizacji i doświadczenia czy wpływu na wynik finansowy. Korzystanie przez banki z usług outsourcingowych ma znaczenie dla efektywności i wydajności operacyjnej banku, optymalizacji zatrudnienia oraz utrzymania pozycji konkurencyjnej na rynku².

Chociażby mając na uwadze powyższe względy

projektowane zmiany mogą mieć korzystny wpływ przede wszystkim z punktu widzenia zapewnienia bezpieczeństwa środków zgromadzonych w tych podmiotach przez ich klientów. Ponadto organ nadzoru zyska nowe uprawnienia, które powinny w znaczący sposób wpłynąć na skuteczność oraz efektywność współpracy banków z insourcerami oraz zapewnić tym samym rozwój instytucji outsourcingu bankowego. ●

² Z. Ofiarski [w:] Prawo bankowe. Komentarz, Warszawa 2013, art. 6(a).



NOWE OBOWIĄZKI PRACODAWCY WYNIKAJĄCE Z WDROŻENIA DYREKTYWY

W SPRAWIE PRZEJRZYSTYCH I PRZEWIDYWALNYCH WARUNKÓW PRACY



Monika Czekanowicz

radca prawny,
prawnik w kancelarii Raczkowski sp.k.

Z dniem 26 kwietnia 2023 roku weszła w życie znacząca nowelizacja Kodeksu pracy implementująca do polskiego porządku prawnego dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1152 z dnia 20 czerwca 2019 roku w sprawie przejrzystych i przewidywalnych warunków pracy w Unii Europejskiej. Nowe przepisy nałożyły na pracodawcę szereg obowiązków, niedopełnienie większości z nich traktowane będzie jako wykroczenie przeciwko prawom pracownika, zagrożone karą grzywny do 30.000 zł.

I. Umowa o pracę na okres próbny

Znaczącej zmianie uległy zasady zawierania umów na okres próbny, w szczególności ich okres obowiązywania, który zależeć będzie od okresu planowanej dalszej współpracy z pracownikiem. Umowa na okres próbny może być zawarta na okres:

1. 1 miesiąca – w przypadku zamiaru zawarcia umowy o pracę na czas określony krótszy niż 6 miesięcy;
2. 2 miesięcy – w przypadku zamiaru zawarcia umowy o pracę na czas określony wynoszący co najmniej 6 miesięcy i krótszy niż 12 miesięcy;

3. 3 miesięcy – w przypadku zamiaru zawarcia umowy o pracę na czas określony wynoszący co najmniej 12 miesięcy lub na czas nieokreślony.

Zamiar zawarcia umowy danego rodzaju po zakończeniu okresu próbnego nie jest równoznaczny ze zobowiązaniem do zawarcia takiej umowy. Jeżeli zatem po okresie próbnym pracodawca postanowi nie kontynuować zatrudnienia, to nie

będzie zobowiązany zawierać umowy wskazanej w zamiarze. Oczywiście, nie może to prowadzić do nadużyć w zakresie korzystania z dłuższych okresów próbnych. W razie zmiany zamiaru, co do długości planowanego okresu dalszego zatrudnienia pracownika, nie ma potrzeby aneksowania zawartej umowy na okres próbny. Warto jednak, aby pracodawca za-

dbał o zabezpieczenie swoich interesów od strony dowodowej i sporządził notatkę służbową z uzasadnieniem zmiany zamiaru, co do długości planowanego okresu dalszego zatrudnienia pracownika.

Nowe przepisy nie modyfikują maksymalnego okresu próbnego – nadal wynosi on 3 miesiące, jednakże wprowadzono dwa

Nowe przepisy nałożyły na pracodawcę szereg obowiązków, niedopełnienie większości z nich traktowane będzie jako wykroczenie przeciwko prawom pracownika, zagrożone karą grzywny do 30.000 zł.



rozwiązania pozwalające przedłużyć okres próbny.

Po pierwsze, pracodawca i pracownik mogą jednokrotnie wydłużyć w umowie o pracę okres próbny wynoszący 1 lub 2 miesiące o 1 miesiąc, o ile jest to uzasadnione rodzajem pracy, tj. takim rodzajem pracy, w którym sprawdzenie kwalifikacji pracownika i możliwości jego zatrudnienia na danym stanowisku z założenia wymaga więcej czasu niż założone przez ustawodawcę 1 czy 2 miesiące. Ocena pracodawcy, co do danego rodzaju pracy jako uzasadniającego wydłużenie okresu próbnego powinna być konsekwentna i tym samym niedyskryminująca.

Dodatkowo pracodawca jest zobowiązany poinformować pracownika o nazwie instytucji zabezpieczenia społecznego, do których wpływają składki na ubezpieczenia społeczne związane ze stosunkiem pracy oraz podać mu informacje na temat ochrony związanej z zabezpieczeniem społecznym, zapewnianej przez pracodawcę.

Po drugie, pracodawca i pracownik mogą uzgodnić w umowie o pracę na okres próbny, że umowa ta przedłuży się o czas usprawiedliwionej nieobecności pracownika w pracy, np. o okres choroby, urlopu bezpłatnego czy powołania na ćwiczenia wojskowe. Celem takiego rozwiązania jest umożliwienie realnej weryfikacji przydatności pracownika do pracy w przypadku jego nieobecności podczas okresu próbnego. Zawarcie takiego postanowienia w umowie rodzi określone konsekwencje, z jednej strony można je postrzegać jako korzystne dla pracodawcy, gdyż zyskuje on możliwość realnej weryfikacji przydatności pracownika do pracy w przypadku jego nieobecności podczas okresu próbnego, z drugiej strony jednak naraża ono pracodawcę na ryzyka związane z przedłużającą się absencją pracownika zatrudnionego na okres próbny, w tym z nadużywaniem przez pracownika uprawnień do takich absencji.

II. Informacja o warunkach zatrudnienia

Według nowych przepisów zakres informacji dodatkowej obejmuje informacje o:

1. obowiązującej pracownika dobowej i tygodniowej normie czasu pracy;
2. obowiązującym pracownika dobowym i tygodniowym wymiarze czasu pracy;
3. przysługujących pracownikowi przerwach w pracy;
4. przysługującym pracownikowi dobowym i tygodniowym odpoczynku;
5. zasadach dotyczących pracy w godzinach nadliczbowych i rekompensaty za nią;
6. w przypadku pracy zmianowej – zasadach dotyczących przechodzenia ze zmiany na zmianę;
7. w przypadku kilku miejsc wykonywania pracy – zasadach dotyczących przemieszczania się między miejscami wykonywania pracy;
8. innych niż uzgodnione w umowie o pracę przysługujących pracownikowi składnikach wynagrodzenia oraz świadczeniach pieniężnych lub rzeczowych;

9. wymiarze przysługującego pracownikowi płatnego urlopu, w szczególności urlopu wypoczynkowego lub, jeżeli nie jest możliwe jego określenie w dacie przekazywania pracownikowi tej informacji, o zasadach jego ustalania i przyznawania;
10. obowiązujących zasadach rozwiązania stosunku pracy, w tym o wymogach formalnych, długości okresów wypowiedzenia oraz terminie odwołania się do sądu pracy lub, jeżeli nie jest możliwe określenie długości okresów wypowiedzenia w dacie przekazywania pracownikowi tej informacji, sposobie ustalania takich okresów wypowiedzenia;
11. prawie pracownika do szkoleń, jeżeli pracodawca je zapewnia, w szczególności o ogólnych zasadach polityki szkoleniowej pracodawcy;
12. układzie zbiorowym pracy lub innym porozumieniu zbiorowym, którym pracownik jest objęty, a w przypadku zawarcia porozumienia zbiorowego poza zakładem pracy przez wspólne organy lub instytucje – nazwie takich organów lub instytucji;
13. w przypadku gdy pracodawca nie ustalił regulaminu pracy – terminie, miejscu, czasie i częstotliwości wypłacania wynagrodzenia za pracę, porze nocnej oraz przyjętym u danego pracodawcy sposobie potwierdzania przez pracowników przybycia i obecności w pracy oraz usprawiedliwiania nieobecności w pracy.

Dodatkowo pracodawca jest zobowiązany poinformować pracownika o nazwie instytucji zabezpieczenia społecznego, do których wpływają składki na ubezpieczenia społeczne związane ze stosunkiem pracy oraz podać mu informacje na temat ochrony związanej z zabezpieczeniem społecznym, zapewnianej przez pracodawcę. Ten ostatni wymóg nie dotyczy przypadku, w którym pracownik dokonuje wyboru instytucji zabezpieczenia społecznego np. PPE.

Realizacja obowiązku informacyjnego

w odniesieniu do większości nowych elementów może nastąpić poprzez wskazanie odpowiednich przepisów, jednak nie tylko do przepisów powszechnie obowiązujących, ale również wewnętrzzakładowych np. regulaminu wynagradzania (m.in. w zakresie przysługujących świadczeń) lub odpowiednich polityk (m.in. zasad udziału w szkoleniach). Odesłanie do przepisów prawa powinno odbywać się poprzez wskazanie konkretnego numeru artykułu, paragrafu i ustępu.

Poinformowanie pracownika o warunkach zatrudnienia powinno nastąpić nie później niż w terminie 7 dni od dnia dopusz-



czenia pracownika do pracy, natomiast informacje w zakresie nazwy instytucji zabezpieczenia społecznego oraz ochrony związanej z zabezpieczeniem społecznym nie później niż w terminie 30 dni od dnia dopuszczenia pracownika do pracy. Informacja może mieć postać papierową lub elektroniczną, przykładowo w formie linka, po kliknięciu którego pracownikowi wyświetlą się wymagane informacje. Przy czym forma elektroniczna informacji dodatkowej jest dopuszczalna jedynie pod warunkiem, że będzie ona dostępna dla pracownika z możliwością jej wydrukowania oraz przechowywania, a pracodawca zachowa dowód jej przekazania lub otrzymania przez pracownika.

W przypadku zmiany warunków zatrudnienia określonych w informacji dodatkowej niezbędnym jest jak najszybsze, nie później niż w dniu, w którym taka zmiana ma zastosowanie do pracownika, zaktualizowanie tej informacji. Termin aktualizacji informacji o warunkach zatrudnienia uległ zatem istotnemu skróceniu. Obowiązek aktualizacji informacji dodatkowej nie dotyczy jednak przypadku, w którym zmiana warunków zatrudnienia wynika ze zmiany przepisów prawa pracy oraz prawa ubezpieczeń społecznych, jeżeli przepisy te zostały wskazane w informacji przekazanej pracownikowi.

III. Dodatkowe obowiązki informacyjne

Nowym obowiązkiem pracodawcy jest obowiązek informowania pracowników o:

1. możliwości zatrudnienia w pełnym lub niepełnym wymiarze czasu pracy;
2. możliwości awansu;
3. wolnych stanowiskach pracy.

Pracodawca zobowiązany jest informować o wskazanych wyżej możliwościach wszystkich pracowników, nawet jeżeli wybrane grupy nie spełniają wymagań do wykonywania pracy na konkretnym stanowisku. Informacją powinny zostać również objęte osoby nieobecne w pracy, przykładowo przebywające na urlopach rodzicielskich. Przekazanie informacji ma nastąpić w sposób zwyczajowo przyjęty u danego pracodawcy co oznacza, że dopuszczalne będzie zarówno umieszczenie informacji w wewnętrznej sieci pracodawcy, rozesłanie jej indywidualnie mailem do wszystkich pracowników, jak i umieszczenie na tablicy ogłoszeń, do której dostęp będą mieć wszyscy pracownicy. Istotnym jest by żadnemu pracownikowi nie umożliwiono w sposób obiektywny uzyskania informacji.

Obowiązek informacyjny nie jest równoznaczny z obowiązkiem uwzględnienia zgłoszeń pracowników na wolne czy wyższe stanowiska pracy. Pracodawca nie jest zobowiązany zmieniać wymiaru czasu pracy pracownikowi, który jest zatrudniony w niepełnym wymiarze czasu pracy, gdy prowadzi nabór na stanowisko w pełnym wymiarze czasu pracy czy uwzględnić aplikację pracownika w ramach prowadzonego naboru na wolne stanowisko pracy. Pracodawca ma pełną swobodę i może zatrudnić osobę spoza zakładu pracy, nie może jednak naruszać zasady równego traktowania w zakresie nawiązania stosunku pracy.

IV. Wypowiadanie umowy na czas określony

Według nowych przepisów w wypowiedzeniu umowy o pracę na czas określony trzeba wskazać przyczynę wypowiedzenia.

Analogicznie jak przy wypowiadaniu umów na czas nieokreślony, przyczyna wypowiedzenia powinna być konkretna, prawdziwa oraz możliwa do zweryfikowania w trakcie postępowania sądowego. W razie odwołania się pracownika od wypowiedzenia umowy na czas określony do sądu pracy pracodawca będzie mógł powoływać się tylko na okoliczności wskazane w wypowiedzeniu. Nie będzie już możliwości ich doprecyzowania na dalszym etapie postępowania.

Jeżeli u pracodawcy działa związek zawodowy, to zamiar wypowiedzenia umowy o pracę na czas określony będzie wymagać konsultacji związkowej (w przypadku członków lub osób korzystających z ochrony związku). Zawiadomienie związku zawodowego o zamiarze wypowiedzenia umowy o pracę na czas określony ma charakter wyłącznie konsultacyjny.

Jeżeli sąd pracy uzna, że wypowiedzenie umowy o pracę zawartej na czas określony jest nieuzasadnione lub narusza przepisy o wypowiadaniu umów o pracę, to stosownie do żądania pracownika orzeknie o bezskuteczności wypowiedzenia, a jeżeli do czasu orzekania przez sąd umowa ulegnie już rozwiązaniu – o przywróceniu pracownika do pracy na poprzednich warunkach albo o odszkodowaniu. Jeżeli jednak przed

wydaniem przez sąd orzeczenia upłynie termin, do którego umowa o pracę zawarta na czas określony miała trwać, lub jeżeli przywrócenie do pracy byłoby niewskazane ze względu na krótki okres, jaki pozostał do upływu tego terminu, pracownikowi będzie przysługiwało wyłącznie odszkodowanie – w wysokości wynagrodzenia za czas, do upływu którego umowa miała trwać, nie więcej jednak niż za 3 miesiące.

V. Szkolenia

Zgodnie z nowymi przepisami, jeżeli z układu zbiorowego pracy lub z innego porozumienia zbiorowego, regulaminu pracy, przepisów prawa lub umowy o pracę, a także na podstawie polecenia przełożonego, wynika obowiązek pracodawcy przeprowadzania szkoleń pracowników niezbędnych do wykonywania określonego rodzaju pracy lub pracy na określonym stanowisku, pracodawca jest zobowiązany do przeprowadzenia ich na swój koszt oraz w miarę możliwości w godzinach pracy pracownika.

Szkoleniem niezbędnym do wykonywania określonego rodzaju pracy lub pracy na określonym stanowisku jest szkolenie, bez którego pracownik nie mógłby wykonywać pracy, do której został zatrudniony. Pracodawca nie może wyciągać konsekwencji wobec pracownika, który nie został przeszkolony i przykładowo w sposób niepoprawny wykonuje swoje obowiązki. Należy w tym przypadku uznać, że nastąpiło zaniedbanie pracodawcy.

Nowe przepisy nie obejmują szkoleń, za które pracodawca płaci lub dopłaca, jednak ich realizacja związana jest z wnioskiem pracownika. Przepisy nie obejmują również szkoleń podjętych z inicjatywy pracodawcy lub za zgodą pracodawcy z inicjatywy pracownika opartych na przepisach dotyczących podnoszenia kwalifikacji zawodowych. Szkolenia te różnią się od szkoleń opartych na znowelizowanych przepisach tym, że pracownik może nie przyjąć propozycji podnoszenia kwalifikacji, natomiast nie ma podstawy prawnej do odmowy wykonania polecenia służbowego, które nie jest sprzeczne z przepisami prawa lub umową o pracę. ●

Szkoleniem niezbędnym do wykonywania określonego rodzaju pracy lub pracy na określonym stanowisku jest szkolenie, bez którego pracownik nie mógłby wykonywać pracy, do której został zatrudniony.



NOWOŚĆ!

Video-szkolenie:

Obowiązki dla członków Rad Nadzorczych i Zarządów Banków w kontekście ESG

DOSTĘPNE TYLKO W BODIE!

Nasza oferta zawiera również inne
video-szkolenia dla Rad Nadzorczych
oraz dla wszystkich pracowników.

Chcesz wiedzieć więcej, masz pytania?

Napisz do nas:
sesje@bodie.pl



BODiE
Grupa SGB

www.bodie.pl

 **Generali, z myślą
o Rolnikach**

ZIMA BEZ NIESPODZIANEK

Ubezpiecz Uprawy i **zyskaj e-kod**
o wartości 150 zł na zakupy oraz szansę
na drugi za zakup ubezpieczenia Generali
Gospodarstwo Rolne.

Materiał ma wyłącznie charakter informacyjny i nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 § 1 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny. Akcja promocyjna, w ramach której można otrzymać e-kody na zakupy, jest skierowana do osób fizycznych i trwa od 25.09.2023 do 31.12.2023 r. lub do wyczerpania puli e-kodów. Szczegółowe warunki akcji znajdują się w regulaminie „Jesiennie uprawy z e-kodem 2023”, dostępnym na generaliagro.pl/regulaminy i i-rolnik.pl. Szczegółowe warunki ubezpieczenia, w tym ograniczenia i wyłączenia odpowiedzialności z nimi związane, jak również informacje na temat zasad działania produktu określone są w obowiązujących Ogólnych Warunkach Ubezpieczenia zamieszczonych na www.generaliagro.pl.

