ŚWIAT BANKOWOŚCI SPÓŁDZIELCZEJ
NR 4/602 PAŹDZIERNIK-GRUDZIEŃ 2021
ISSN 2719-4515

BANK SPÓŁDZIELCZY

Bank zawsze na czasie

rozmowa
z Adamem Nowakowskim
s. 5

SGB W MEDIACH

w 2021 r. **S. 14**

PODCAST SPÓŁDZIELCZY SGB

Łączenia banków w SGB

Tylko razem. Większi, silniejsi, lepsi
s. 8

BS

OD REDAKCJI

MIMO PANDEMII, ZGODNIE Z PLANEM

Kończy się kolejny rok kowidowy. Jednak pandemia wciąż zbiera żniwo, mimo, że mamy już szczepionkę, więcej wiemy o wirusie i zdobyliśmy więcej doświadczeń. Pomimo koronakryzysu, niskich stóp procentowych (zaczęły rosnąć dopiero w IV kwartale br.) i zawirowań w gospodarce, banki spółdzielcze SGB kończą 2021 rok z podniesionym czołem.

Sprostaliśmy wyzwaniom, zrealizowaliśmy cele, które sobie na ten rok postawiliśmy. Co było najważniejsze? Myślę, że kamieniem milowym w rozwoju Grupy SGB było przyjęcie wiosną tego roku strategii „Otwieramy przyszłość". Strategia rodziła się przy wspólnej wymianie poglądów, przekonań i wizji. Jest dla nas drogowskazem na przyszłość. Jednym z filarów strategii jest Cyfrowa Moc.

Dziś już nikt nie ma wątpliwości, że sprzedaż usług i produktów bankowych musi się odbywać w powiązaniu z technologią. Sprawne i szybkie przetwarzanie gigantycznej liczby danych daje szansę na sprostanie konkurencji. Ile powinniśmy płacić za nowe technologie? Czy to, co tanie, może być dobre? Czy najlepsze rozwiązania muszą być najdroższe?

– *Z rozwiązaniami informatycznymi zawsze jest tak, że można znaleźć coś tańszego, innego, a może i nawet lepszego. Powinno się jednak podchodzić do rozwiązań informatycznych systemowo i strategicznie. Myślę, że każdy z zarządów banków spółdzielczych i komercyjnych zdaje sobie doskonale sprawę z tego, że bez technologii nie da się oferować usług finansowych* – mówi Adam Nowakowski, prezes Zarządu Banku Spółdzielczego w Dzierżoniowie.

Minęły trzy lata odkąd wdrożył u siebie jedno z lepszych rozwiązań systemowych def3000. Jakie korzyści odniósł bank z tego wdrożenia? O tym przeczytacie Państwo w wywiadzie z prezesem Nowakowskim.

Wiele się działo w mijającym roku, zwłaszcza pod kątem wdrożeń… nie tylko systemu def3000. Nasze rozwiązania związane z aplikacją SGB-Mobile były jednymi z pierwszych na rynku. Mam tu na myśli zarządzanie subskrypcjami, czy wprowadzenie możliwości umówienia się na szczepienie przeciw COVID-19 za pomocą naszej aplikacji. Te funkcje budziły zainteresowanie opinii publicznej. Nic zatem dziwnego, że przedstawiciele Grupy SGB byli zapraszani na kongresy i wydarzenia o randze międzynarodowej.

– *Banki mają pomysł na siebie i doświadczenia w bezpośrednich relacjach z klientami. Poziom technologiczny banków spółdzielczych, przyjęte przez nie systemowe rozwiązania i nowoczesne podejście do rynku zaskakuje najlepszych znawców naszej branży* – mówił na Forum Ekonomicznym w Karpaczu prezes Mirosław Skiba.

Warto dodać, że reprezentanci Grupy SGB byli obecni też na Impact 2021, Europejskim Kongresie Finansowym, o swoich doświadczeniach opowiadali też w czasie światowego webinarium zorganizowanego przez Międzynarodowe Stowarzyszenie Bankowości Spółdzielczej. Więcej informacji na ten temat w artykule Piotra Orlika.

Te działania zostały również zauważone przez ekspertów i znawców rynku. Nasza aplikacja SGB Mobile otrzymała kilka znaczących nagród, np. Lider Roku 2020 w konkursie technologicznym Techno Biznes, organizowanym przez „Gazetę Bankową".

Nasze wysiłki zauważają też media. Polecam wnikliwy raport pod tytułem „Mocny kurs na relacje" pióra Marleny Sosnowskiej z Press-Service Monitoring Mediów. Autorka analizuje informacje o naszym sektorze, wskazuje gdzie się pojawiły i jaki miały wydźwięk.

– *Inwestycje w nowe technologie pozwoliły bankom spółdzielczym SGB pozostać w czasach pandemii blisko klientów. Zdalny dostęp do kont oraz programów pomocowych dla mieszkańców miast i mniejszych miejscowości, działalność doradcza banków w zakresie funduszy unijnych oraz zaangażowanie w ekologię stanowiły pożądaną przez klientów odpowiedź na ich potrzeby* – pisze Marlena Sosnowska.

Dodajmy, że wśród licznych publikacji w 2021 roku przeważała tematyka związana z aplikacją SGB Mobile, ofertą oraz procesami konsolidacyjnymi.

Mijający rok przyniósł wiele fuzji w sektorze bankowości spółdzielczej. Procesy integracyjne przebiegają sprawnie, zgodnie z przyjętymi harmonogramami. Piszą o tym Karolina Jankowiak z SGB-Banku i Stanisław Kolasiński z IPS-SGB. Polecam ich tekst pod tytułem „Tylko razem. Więksi, silniejsi, lepsi".

W mijającym roku jednym z wiodących tematów było cyberbezpieczeństwo. Banki bardzo dobrze radzą sobie z atakami hakerów. Zespoły praktyków codziennie zapobiegają tysiącom niepożądanych zdarzeń. Nadal jednak, jeśli chodzi o ataki cyberprzestępców, najsłabszym ogniwem jest człowiek, czyli klient. Złodzieje stosują najróżniejsze socjotechniczne manipulacje. Gdy piszę ten tekst, otrzymuję SMS następującej treści: *„Nie możemy dostarczyć twojej świątecznej przesyłki. Szczegóły w linku"*. Nie dajmy się nabierać na takie „sztuczki", usuwajmy podobne wiadomości natychmiast, jako zwykły spam. W tym kontekście warto zwrócić uwagę na artykuł Andrzeja Borowiaka. Autor opisuje jeden z nowszych sposobów okradania klientów: SIM Swapping.

To ostatni w 2021 roku numer naszego magazynu. Przed zbliżającym się Nowym Rokiem pragnę złożyć naszym Czytelnikom serdeczne życzenia – życzę przede wszystkim zdrowia, bo w kontekście kolejnej fali epidemii ma ono największe znaczenie, a także wielu zawodowych i prywatnych sukcesów. Niech rok 2022 będzie rokiem pozytywnego przełomu!

Roman Szewczyk
Redaktor Naczelny

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

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

BS

SPIS TREŚCI

KLIKNIJ ŻEBY PRZEJŚĆ DO ARTYKUŁU

s. 8

s. 5

BANK ZAWSZE NA CZASIE
ROZMOWA Z ADAMEM NOWAKOWSKIM, PREZESEM ZARZĄDU BANKU SPÓŁDZIELCZEGO W DZIERŻONIOWIE — s. 5

TYLKO RAZEM. WIĘKSI, SILNIEJSI, LEPSI — s. 8

FUZJA, CZYLI WYKORZYSTAJ ZMIANĘ — s. 11

W POGONI ZA EFEKTYWNOŚCIĄ — s. 12

MOCNY KURS NA RELACJE — s. 14

MAMY TU WSZYSTKO! — s. 17

PAMIĘTAĆ O BLISKOŚCI KLIENTA, NIE ZANIEDBAĆ LOKALNYCH POTRZEB — s. 18

STAWIAMY NA PARTNERSKĄ WSPÓŁPRACĘ. LESING WAŻNYM PRODUKTEM W STRATEGII SGB
ROZMOWA Z KATARZYNĄ KAREPIN Z SGB-BANKU I SZYMONEM STRYJSKIM Z SGB LEASING — s. 20

GRUPA SGB. NA KONFERENCYJNEJ ARENIE BIZNESOWEJ — s. 22

BS

SPIS TREŚCI

KLIKNIJ ŻEBY PRZEJŚĆ DO ARTYKUŁU

SGB Się rozumie

s. 41

SPECJALNIE DLA WAS

ZAMKNIĘTY ŚWIAT LINKEDIN. JAK PISAĆ NA LINKEDIN? CZ. 2 s. 27

TYM ŻYJE BANKOWOŚĆ

MSP. POMOC PUBLICZNA POZYTYWNIE WPŁYNĘŁA NA ZDOLNOŚĆ SPŁATY ZOBOWIĄZAŃ s. 29

PRZEDSIĘBIORCY ZWRACAJĄ UWAGĘ NA KONDYCJĘ PSYCHICZNĄ PRACOWNIKÓW s. 31

POTĘGA CYFROWEJ TRANSFORMACJI s. 33

PASŁĘK POSTAWIŁ NA FOTOWOLTAIKĘ. ENERGIA ZE SŁOŃCA s. 36

RESTRUKTURYZACJA I WINDYKACJA – OTWIERAMY PROGRAM SZKOLEŃ DLA BANKÓW SPÓŁDZIELCZYCH s. 39

JAK CZŁOWIEK Z CZŁOWIEKIEM. UPRASZCZAMY KOMUNIKACJĘ s. 41

DYREKTYWA PSD 2. BLASKI I CIENIE TRANSFORMACJI CYFROWEJ s. 43

SIM-SWAPPING I ZNIKAJĄCE PIENIĄDZE s. 45

PRAWO

OPINIA EBA W ZAKRESIE OCHRONY ŚRODKÓW KLIENTÓW PRZEZ SYSTEMY GWARANTOWANIA DEPOZYTÓW s. 47

WHISTLEBLOWING, CZYLI NAGŁAŚNIANIE NIELEGALNYCH DZIAŁAŃ s. 49

BANK ZAWSZE NA CZASIE

ROZMOWA Z ADAMEM NOWAKOWSKIM,
PREZESEM ZARZĄDU BANKU SPÓŁDZIELCZEGO W DZIERŻONIOWIE

Stopy procentowe idą w górę, przed nami święta, klienci są bardziej skłonni do wydawania pieniędzy. Banki mogą więcej zarobić i polepszyć wyniki finansowe?

Wzrost stóp procentowych dla większości banków jest szansą na poprawę rentowności. Oczywiście ogromne znaczenie mają tu decyzje podjęte w okresie rekordowo niskiego oprocentowania. Mam na myśli banki, które zaangażowały się w instrumenty finansowe na stałą stopę na długi okres. Zarządy z pewnością analizują, co w tej sytuacji zrobić i jak to wpłynie na ich rentowność. Kolejną kwestią jest struktura oprocentowania kredytów. Ile stanowią te o stałej stopie, które na stałej stopie pozostaną, a ile te na zmiennej i czy droższy kredyt dla klientów nie spowoduje zaległości w spłacie? Droższy kredyt to również mniejsza skłonność do jego zaciągania, zwróćmy więc uwagę, że także i tu mogą stanąć przed nami dodatkowe wyzwania. Nie bez znaczenia jest również odpowiednie zarządzanie oprocentowaniem depozytów, szczególnie stała obserwacja rynku.

Podobnie ma się sytuacja w przypadku poziomu inflacji, która będzie miała szczególne znaczenie, zwłaszcza, gdy weźmiemy pod uwagę wspomnianą przez pana skłonność do przedświątecznego maksymalizowania zakupów przez klientów. A inflacja wciąż rośnie. W listopadzie była najwyższa od 20 lat i wynosiła 7,7 % w stosunku do listopada 2020 r. Owszem, okres świąt jest specyficzny, ale myślę, że większość klientów już zaczyna odczuwać skutki inflacji i zapewne zaczynają się zastanawiać, czy w dłuższym okresie będzie ich stać na życie na obecnym poziomie. Z jednej strony mogą więc przyspieszyć swoje decyzje zakupowe, obawiając się drożyzny, ale z drugiej mogą zacząć zastanawiać się nad próbami ograniczania tych wydatków, które nie są niezbędne do życia. Myślę zatem, że na koniec tego roku większość banków polepszy wyniki, choć nie oznacza to końca wyzwań, które stoją przed bankami spółdzielczymi.

Dziś sprzedaż usług musi być związana z technologią. Same produkty finansowe nie wystarczą. Ostatnio bank przeszedł na system def3000. Co wam to daje?

Def3000 jest z nami już trzy lata. 17 listopada br. minęła rocznica. Jest tylko jednym z elementów rozwiązania zrzeszeniowego i pełni funkcję systemu core'owego. Owszem, jest on dziś również podstawowym systemem, w którym pracują pracownicy, ale po pełnym wdrożeniu Platformy SGB będzie tak naprawdę wielką bazą, w której zapisywane będą wszystkie dane. Ważniejsze jest to, że wszelkie oferowane rozwiązania okołosystemowe dla def3000 wdrażane są najszybciej. To daje nam możliwość szybkiego wdrażania najnowszych rozwiązań udostępnianych przez bank zrzeszający. Do tego wdrożenia są prostsze i szybsze, nie są obarczone wieloma pracami integracyjnymi, testowymi, koncepcyjnymi itp. W zasadzie wdrożenie to przeprowadzenie krótkich testów w naszych warunkach, czyli na naszej bazie klientów, i podpisanie odpowiedniej umowy. Dostajemy gotowy pakiet, który wymaga jedynie drobnych personalizacji. Oczywistym jest, że dostarczane pakiety rozwiązań wymagają pewnej elastyczności, ponieważ rozwiązania nie są szyte specjalnie dla Banku Spółdzielczego w Dzierżoniowie, lecz dla wszystkich banków, ale nasza praktyka wskazuje, że w wielu wypadkach nie są to duże odstępstwa. Tylko w ten sposób możemy mieć dostęp do najnowszych zdobyczy techniki, które są tak istotne w kontekście świadczenia nowoczesnych usług finansowych.

Niektórzy twierdzą, że są na rynku lepsze i tańsze rozwiązania...

Z rozwiązaniami informatycznymi jest zawsze tak, że można znaleźć coś tańszego, innego, a może i nawet lepszego. Powinno się jednak podchodzić do rozwiązań informatycznych systemowo i strategicznie. Myślę, że każdy z zarządów banków spółdzielczych i komercyjnych zdaje sobie doskonale sprawę z tego, że bez technologii nie da się oferować usług finansowych. Zarządy również zdają sobie sprawę z kosztów, jakie wiążą się z wdrażaniem rozwiązań informatycznych. Wdrażanie informatyki na wysokim poziomie wymaga dostępu do odpowiednich zasobów sprzętowych i kadrowych. Często zapewnienie takich zasobów na poziomie poszczególnych BS-ów jest fizycznie niemożliwe, ponieważ nie ma kadry na lokalnym rynku, a jeżeli już ją znajdziemy, to często jest to nieuzasadnione ekonomicznie.

System zrzeszeniowy pozwala zredukować koszty dla pojedynczego banku, dając mu dostęp do rozwiązań, których prawdopodobnie nigdy nie byłby w stanie samodzielnie wdrożyć. Oczywiście pojawiają się głosy, że takie rozwiązanie ktoś już ma w obecnym systemie i jest ono znacznie tańsze. Sądzę, że wynika to z faktu, że nie oceniamy tej dostępności i użyteczności w sposób globalny, tylko patrzymy na opłaty licencyjne lub serwisowe, nie biorąc pod uwagę aspektu odtworzenia infrastruktury informatycznej, kosztów związanych z czasem pracy potrzebnym na serwisowanie, testowanie i utrzymanie aktualności oprogramowania czy samego bezpieczeństwa systemów. Dodatkowo zakładając, że każdy bank korzysta z tego samego systemu, oszczędności pojawiają się również na poziomie banku zrzeszającego, bo nie ma konieczności dostosowywania rozwiązań do zewnętrznych interfejsów integrujących, jak np. API. Wówczas same koszty wdrożeń, co ma bezpośredni wpływ na wyceny poszczególnych rozwiązań, mogą być niższe.

Zapewne wiele zarządów może mieć obawy czy te rozwiązania nie są zbyt odległe od oczekiwań naszych klientów, czy nie są zbyt mało spersonalizowane, bo przecież my zawsze potrafimy uszyć produkty na miarę; obawiają się także, czy nie zgubimy swojej tożsamości… Z naszego doświadczenia wynika, że takie obawy są nieuzasadnione. Po pierwsze, w wielu wypadkach mamy możliwość konsultowania projektowanych rozwiązań, po drugie – możliwość personalizacji parametrów produktowych jest wystarczająca i możemy dostosować, uszyć produkty pod potrzeby naszych klientów. I wreszcie po trzecie: dostajemy rozwiązania najnowocześniejsze i coś, o czym czasem zapominamy, czyli bezpieczeństwo.

W ofercie macie aplikację SGB Mobile? Pan też jej używa?

Oczywiście, że używam aplikacji mobilnej SGB Mobile. Jestem jej wielkim propagatorem. Już w fazie testów wraz z pracownikami banku bardzo aktywnie uczestniczyliśmy w jej wdrażaniu. Aplikacja mobilna dla zrzeszenia to duży projekt, który został świetnie zrealizowany. Sama aplikacja jest ładna, przejrzysta i prosta w obsłudze, a w połączeniu z def3000 ma wiele możliwości i opcji dla klientów. Cieszę się, że stale się rozwija. Tak to powinno wyglądać.

> Wszelkie oferowane rozwiązania okołosystemowe dla def3000 wdrażane są najszybciej. To daje nam możliwość szybkiego wdrażania najnowszych rozwiązań udostępnianych przez bank zrzeszający.

A jak klienci banku oceniają aplikację?

Klienci bardzo ją polubili. Do tego stopnia, że zdarzają się przypadki, iż zapominają hasła do bankowości internetowej, tej w trybie online, bo w zasadzie wszystko robią w swojej apce. Teraz czekamy i kibicujemy bankowi zrzeszającemu w działaniach zmierzających do uruchomienia aplikacji dla klientów firmowych. Część naszych biznesowych klientów, którzy korzystają z aplikacji, jako klienci prywatni, już nie może się doczekać, kiedy aplikacja będzie dostępna dla firm.

Bank jest obecny na Facebooku. Co państwu daje obecność w mediach społecznych? Czy jest to odpowiedni kanał do promocji mobilności?

Oczywiście że jest to kanał do promocji mobilności, ale nie tylko i nie jedyny. Profil banku dostępny jest na Facebooku od nieco ponad pół roku. To jeden z etapów, które wdrażamy w ramach strategii marketingowej zakładającej szerszą obecność w Internecie. Dzisiaj większość z nas szukając informacji sięga właśnie do Internetu. My wdrażamy coraz to nowsze rozwiązania i powinniśmy się nimi chwalić, pokazywać klientom, co mamy do zaoferowania. Internet daje nam szerokie możliwości w szczególności w docieraniu do klientów na lokalnym rynku i – co ważne – jest atrakcyjny, jeżeli chodzi o koszty. Również tutaj korzystamy z propozycji i rozwiązań przygotowywanych przez bank zrzeszający, zarówno w sferze wykorzystania materiałów, jak również uczestniczenia w globalnych akcjach marketingowych zrzeszenia. To bardzo duży potencjał, który wciąż nie jest w pełni wykorzystywany. Obecność w szeroko rozumianym Internecie pozwala również odmłodzić bazę klientów: docieramy do osób, które nie wyobrażają sobie życia bez smartfona. Mamy również takie przypadki, że klienci, którzy skorzystali już z usług konkurencji, gdy dowiadują się o szczegółach naszej oferty, postanawiają do nas powrócić… Dziś mamy dla nich wiele propozycji, a Facebook i inne media społecznościowe to idealne miejsce, by im to zakomunikować.

> Wdrażanie informatyki na wysokim poziomie wymaga dostępu do odpowiednich zasobów sprzętowych i kadrowych. Często zapewnienie takich zasobów na poziomie poszczególnych BS-ów jest fizycznie niemożliwe.

Nie mogę się jednak oprzeć wrażeniu, że ciągle – jako bank i całe zrzeszenie – ponosimy relatywnie niskie nakłady na promocję naszych ofert, na marketing, media społecznościowe. Mamy naprawdę wiele doskonałych produktów, ale rynek o nich nie wie! Jak dotrzeć do klientów, jeśli nie planujemy gło-

śnych kampanii reklamowych? Jak powiedzieć im, że mamy ofertę często lepszą od komercyjnej konkurencji, skoro sami nie potrafimy się nią pochwalić? Na tym polu jest jeszcze wiele do zrobienia. To dotyczy zarówno banku, którym mam zaszczyt zarządzać, jak i naszej Grupy oraz – szerzej – bankowości spółdzielczej. Wiedzą o nas tylko ci, którzy są z nami od lat. Nowi klienci poznają nas zbyt wolno…

Jak pan ocenia mijający rok? Zwłaszcza, że jest to dla pana rok szczególny: zarządza pan bankiem od kwietnia...

Owszem, jest to rok szczególny, zarówno ze względu na sytuację na rynku, a także pod względem wyzwań, które wiążą się z zarządzaniem bankiem w tak zmiennym i nieprzewidywalnym czasie. Przede wszystkim nasz bank miał i ma stabilną sytuację finansową. To duży komfort w tak trudnych czasach. Myślę, że dobrze dostosowaliśmy się do zmian, które nas dotknęły. Od samego początku założyliśmy, że musimy być bardzo aktywni na rynku kredytowym, bo tylko w ten sposób jesteśmy w stanie zapewnić odpowiednią rentowność. Pozyskaliśmy nowych klientów, którzy ze względu na usztywnienie się banków komercyjnych w kredytowaniu, skorzystali z naszej oferty.

Tylko nieznacznie zaangażowaliśmy się w rynek obligacji, poprawiając nieco rentowość środków niezaangażowanych w akcję kredytową i wiele uwagi poświęciliśmy rozwojowi technologicznemu, bez którego w dzisiejszych warunkach nie ma mowy o rozwoju. Warunki pracy w systemie online, większa skłonność klientów do obsługi zdalnej i korzystania z nowoczesnych rozwiązań technologicznych już stały się standardem i muszę przyznać, że sporo naszych klientów, którzy byli nieco sceptyczni w zakresie korzystania z kart płatniczych czy bankowości elektronicznej lub mobilnej, zdecydowało się z tych rozwiązań skorzystać. Gdybym więc miał podsumować wydarzenia jednym słowem, powiedziałbym, że był to rok wymagający. Wszystkim nam postawił poprzeczkę bardzo wysoko.

Co jest dla pana głównym wyzwaniem?

Jako główne wyzwanie stawiam sobie zapewnienie stabilnego rozwoju banku, bo tylko w ten sposób możemy zrealizować nasz cel strategiczny, czyli być bankiem oferującym nowoczesne i profesjonalne usługi finansowe. Chcemy być partnerem, z którym nasi klienci będą mogli związać się na dłużej, wiedząc, że znaleźli się w nowoczesnym i bezpiecznym banku.

A pierwszoplanowe cele? Co jest najważniejsze?

Skupiamy się na budowaniu i promocji produktów, dzięki którym nasza oferta prezentuje się jako nowoczesna i atrakcyjna dla poszczególnych segmentów rynku, co – mam nadzieję – pozwoli pozyskać młodszych klientów, bardziej wymagających i bardziej aktywnych. Oni oczekują od banku sprawnych rozwiązań technologicznych, które pozwalają na co dzień bankować bez ograniczeń, ale liczą też na to, że w najbardziej skomplikowanych sytuacjach będą mogli porozmawiać z życzliwym i kompetentnym doradcą. Oczywiście, tsunami prawne, z którym musimy się mierzyć oraz stale rosnące wymogi regulacyjne dotyczące naszej działalności powodują konieczność szukania większej efektywności poprzez stałe usprawnianie naszych procesów wewnętrznych. Musimy skupiać się na sprawniejszym i szybszym realizowaniu codziennych czynności. Ponieważ jesteśmy uczestnikiem Rozwiązania Zrzeszeniowego, stale współpracujemy nad rozwojem rozwiązań informatycznych, ale również procesowych z bankiem zrzeszającym i aktywnie korzystamy z wszelkich nowości, które są wprowadzane.

Aplikacja mobilna dla zrzeszenia
to duży projekt, który
został świetnie zrealizowany.
Sama aplikacja jest ładna,
przejrzysta i prosta w obsłudze,
a w połączeniu z def3000
ma wiele możliwości
i opcji dla klientów.

„Zawsze na czasie” – to hasło reklamowe banku. Rzeczywiście jesteście na czasie? Co bank może zaoferować coraz bardziej wymagającym klientom?

Hasło „Zawsze na czasie” związane jest z tym, że już od ponad 70 lat funkcjonujemy na lokalnym rynku, oferując naszym klientom takie rozwiązania, które spełniają ich aktualne potrzeby finansowe. Myślę, że wszystko to, co wdrażamy, zmieniamy i rozwijamy jest związane z naszą aspiracją, by zawsze być na czasie. Mieć właściwe rozwiązania, produkty i usługi w odpowiednim dla naszego klienta momencie. Jak już wcześniej wspomniałem, jesteśmy uczestnikiem systemu zrzeszeniowego, dzięki czemu mamy możliwość szybko i efektywnie wprowadzać praktycznie wszystkie rozwiązania informatyczne, które udostępnia nam bank zrzeszający. Dzięki optymalnej strategii zrzeszenia tych rozwiązań pojawia się coraz więcej. Wdrożyliśmy wszystkie płatności mobilne, poszerzyliśmy bankowość elektroniczną o kantor walutowy online i sprzedaż ubezpieczeń, wdrożyliśmy z wielkim sukcesem aplikację mobilną, z której korzysta już około 2000 naszych klientów, jesteśmy też u progu uruchomienia platformy SGB i trwałego nośnika. Dzisiaj bank to technologia, bez tego nie da się funkcjonować i jest to nasz kolejny etap „bycia na czasie”. Ale technologia jest bezużyteczna bez ludzi. Zawsze powtarzam, że bankowość to przede wszystkim ludzie. Stabilnie się rozwijamy, dzięki naszym pracownikom. To im zawdzięczamy sukces. Dzisiaj trudno o dobrych, lojalnych pracowników, dlatego perełki rekrutujemy wewnątrz banku. Dbamy o rozwój pracowników.

Mijający rok to rok pandemiczny, ale na szczęście mamy szczepionkę, gospodarki wielu krajów wychodzą z marazmu. Czego życzyłby pan klientom banku i jego pracownikom?

Wszystkim życzę przede wszystkim zdrowia, bo to jest wartość bezcenna, o czym tak mocno przypomniała nam pandemia. Myślę, że wszystkim przydałaby się również odrobina stabilizacji, ponieważ zmienność otoczenia to wciąż czynnik, który w znaczący sposób utrudnia planowanie. Mam również nadzieję, że uda się w jak najkrótszym okresie uporać się z wysoką inflacją i nie ucierpi na tym nasza gospodarka i nasze portfele. Pozostaje nam życzyć sobie, aby przyszły rok był spokojniejszy, bardziej przewidywalny i wolny od pandemii. ●

Rozmawiał: Roman Szewczyk
Dzierżoniów, 10 grudnia 2021

TYLKO RAZEM.
WIĘKSI, SILNIEJSI, LEPSI

Karolina Jankowiak
SGB-Bank SA

Stanisław Kolasiński
IPS-SGB

Mijający rok, oprócz wielu innych zdarzeń, okazał się w bankowości spółdzielczej również rokiem konsolidacji. Skala łączeń banków spółdzielczych nie jest tak duża, jak na przełomie XX i XXI wieku, ale z pewnością zauważalna. Przypomnijmy tylko, że w samym 1999 roku w bankowości spółdzielczej nastąpiło 406 łączeń. Przypomnieć należy również, że większość przeprowadzonych wtedy procesów łączeniowych wiązała się z koniecznością osiągnięcia przez banki spółdzielcze odpowiednich wymogów kapitałowych określonych przepisami prawa.

To, co różni obecne procesy łączeniowe od wcześniejszych, to autonomiczne decyzje podejmowane przez członków banków spółdzielczych i ich organy statutowe wynikające z wizji budowania banków silnych kapitałowo i organizacyjnie; zdolnych do obsługi klientów w coraz bardziej wymagających warunkach rynkowych.

Zmiany wymusza rynek

Dziś banki spółdzielcze chcąc być konkurencyjnymi na rynku muszą dostarczać klientom produkty i usługi na miarę XXI wieku. Dostarczanie rozwiązań budowanych w oparciu o najnowocześniejsze technologie wymaga zdeterminowanej i profesjonalnej kadry, ale również odpowiednich zasobów finansowych przeznaczanych na rozwój. Sytuacja ta sprzyja budowaniu silniejszych organizacji bankowych przez jednoczenie wysiłków banków spółdzielczych.

Oczywiście, żeby osiągnąć sukces łączeniowy, każdy proces powinien być profesjonalnie zaplanowany i przygotowany. Ze względu na złożoność procesu i wymagania zarówno formalne, jak i biznesowe, należy stwierdzić, że od wspólnej woli organów łączących się banków spółdzielczych po finalizację procesu obejmującego rejestrację połączenia w Krajowym Rejestrze Sądowym, integrację organizacyjno-operacyjną oraz migrację systemów informatycznych, upływa około 7 do 9 miesięcy.

Wola stron – która jest najważniejsza i fundamentalna – jest początkiem i rozpoczyna proces łączeniowy, ale żeby okazał się on sukcesem, wymagane jest wysokie zaangażowanie, właściwe zrozumienie przebiegu procesu i celu przez wszystkie strony w nim uczestniczące.

Ze względu na złożoność procesów łączeniowych banki spółdzielcze podejmujące decyzje konsolidacyjne mogą korzystać ze wsparcia spółdzielczych systemów ochrony, jak i banków zrzeszających.

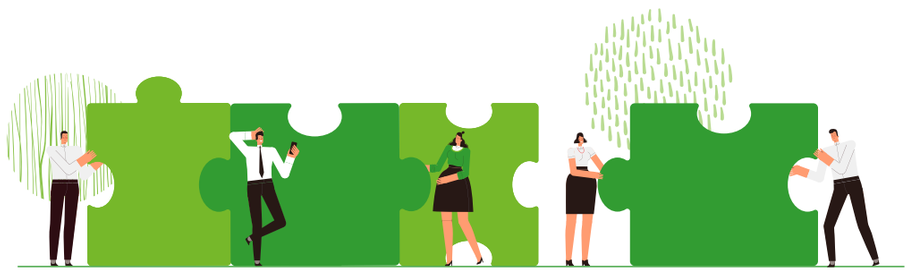
Zgodnie z wypracowanymi standardami

W Zrzeszeniu SGB, Spółdzielczy System Ochrony SGB realizując swoją rolę od początku powstania rozwija mechanizmy wsparcia banków spółdzielczych, w tym banków realizujących procesy łączenia. W ramach tych prac m.in.:

- ✓ Przygotowano specjalne badanie należytej staranności (due diligence), obejmujące swoim zakresem zarówno badanie aktywów, gospodarki własnej, zobowiązań publiczno-podatkowych, kadr, kwestii członkowskich, jak i obszaru prawnego. Badanie due diligence prowadzone jest przez Spółdzielczy System Ochrony SGB w każdym przyłączanym banku spółdzielczym i stanowi podstawę do opracowania planu łączenia, który jest podstawą wydawania opinii Spółdzielczego Systemu Ochrony SGB – dotyczącej łączenia się banków – dołączanej do wniosku składanego do KNF o wydanie zezwolenia na połączenie.
- ✓ Wypracowano, w oparciu o kilkuletnie doświadczenia, metodykę prowadzenia procesów łączeniowych, w tym organizację przebiegu tych procesów oraz przygotowano pakiet materiałów wspierających łączenia, m.in.: – szablony dokumentów dla organów banków wraz z szablonem projekcji finansowej; – projekty uchwał intencyjnych, kierunkowych i łączeniowych dla banku przyłączającego i przyłączanego oraz projekty komunikatów dla interesariuszy łączących się banków.

W zależności od stopnia skomplikowania konkretnych łączeń, w zakresie uzgodnionym z łączącymi się bankami, Spółdzielczy System Ochrony SGB i SGB-Bank świadczą wsparcie procesu łączeniowego obejmujące w szczególności: przygotowanie propozycji organizacji i przebiegu procesu łączenia, przygotowanie projekcji finansowej, a także weryfikację wartości aktywów i potencjału odzysków z portfela kredytów zagrożonych oraz wsparcie prawne. W trudnych lub skomplikowanych procesach łączeniowych, Spółdzielczy System Ochrony SGB zapewnia ich operacyjne prowadzenie, najczęściej w formie cyklicznych warsztatów łączeniowych.

> Dziś banki spółdzielcze chcąc być konkurencyjnymi na rynku muszą dostarczać klientom produkty i usługi na miarę XXI wieku.



Niewątpliwie ważnym etapem procesu łączeniowego jest przegląd i przygotowanie zmian modelu biznesowego, mających na celu zapewnienie efektywnego działania banku po połączeniu. W tym zakresie Spółdzielczy System Ochrony SGB świadczy wsparcie doradcze w ramach warsztatów łączeniowych obejmujące m.in. ocenę potencjału rozwoju banku po połączeniu (przy uwzględnieniu poszerzonego terenu działania) dokonywaną z uwzględnieniem informacji na temat benchmarków rynkowych i analiz geograficznych BIK, określenie efektów synergii oraz opracowanie projekcji finansowej uwzględniającej wypracowane założenia i szczegółowe warunki porozumienia.

SGB-Bank SA wspiera łączące się banki spółdzielcze w przygotowaniu działalności operacyjnej banku po połączeniu tj. po dokonaniu wpisu połączenia w Krajowym Rejestrze Sądowym. Uzgodnień, odpowiednich decyzji i działań wymaga wiele obszarów, wymienić należy chociażby obszar sprawozdawczości, rozliczeń, bankowości internetowej, mobilnej, kartowo-bankomatowej. Istotne w procesie jest odpowiednie zadbanie o obszar HR, obszary związane z przeciwdziałaniem praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu, obszar ochrony danych osobowych itd. W działaniach na tym etapie procesu istotne jest wypracowanie i przygotowanie banku do prowadzenia działalności zwłaszcza w okresie pomiędzy połączeniem, a migracją systemów informatycznych.

Kolejny bardzo ważny etap w procesie łączeniowym to migracja systemów informatycznych. Tutaj również banki spółdzielcze mogą korzystać ze wsparcia SGB-Banku SA. Procesy migracji systemów informatycznych do Systemu SGB realizowane są przy współpracy dedykowanego w SGB-Banku SA zespołu specjalistów. Jeśli banki decydują się na rozwiązania innych dostawców wówczas również wsparcie SGB-Banku SA jest udzielane w tych obszarach na etapie migracji, gdzie zachodzi taka potrzeba.

W zależności od stopnia skomplikowania konkretnych łączeń, w zakresie uzgodnionym z łączącymi się bankami, Spółdzielczy System Ochrony SGB i SGB-Bank świadczą wsparcie procesu łączeniowego.

Nie do przecenienia w procesie konsolidacji banków jest szeroko rozumiana komunikacja. Realizowana w przemyślany i zaplanowany sposób, przy wykorzystaniu różnych środków przekazu zarówno tradycyjnych, jak i nowoczesnych np. komunikatorów społecznych wspiera i promuje proces. Tutaj również SGB-Bank SA przygotował do wykorzystania przez łączące się banki spółdzielcze odpowiednie propozycje, wykorzystywane już na etapie podejmowania uchwał łączeniowych.

W Zrzeszeniu SGB w bieżącym roku procesy konsolidacyjne rozpoczęła fuzja czterech banków spółdzielczych – połączenie nastąpiło 30 kwietnia 2021 roku, kolejne połączenie dwóch banków spółdzielczych nastąpiło 30 czerwca 2021 roku. We wrześniu 2021 roku nastąpiły łączenia kolejnych trzech banków spółdzielczych, natomiast w listopadzie nastąpiło jedno połączenie. Kolejne trzy procesy łączeniowe są w trakcie. Zebrania przedstawicieli banków podjęły uchwały w sprawie połączenia. Obecnie banki oczekują na decyzje Komisji Nadzoru Finansowego w tej sprawie. Planowana data łączenia w dwóch przypadkach to koniec bieżącego roku, w trzecim przypadku początek przyszłego roku. Pracujemy również wspólnie z kolejnymi bankami spółdzielczymi, które planują procesy łączeniowe w przyszłym roku.

Na zakończenie – bardzo inspirująca jest postawa banków spółdzielczych, które podjęły trud łączeń z przesłanek związanych z inicjatywą budowania silnych biznesowo podmiotów, mogących skutecznie reagować na wyzywania rynku, udostępniających najnowocześniejsze produkty i usługi swoim coraz bardziej wymagającym klientom.

Mijający rok jest właśnie takim rokiem, w którym konsolidacje mają charakter biznesowy dla partnerów, którzy wspólnie chcą rozwijać swoje banki zgodnie z wizją określoną w Strategii Zrzeszenia SGB – *Nowoczesny i solidny partner finansowy wspierający społeczności lokalne w realizacji ich celów, marzeń i ambicji.*

Łączymy **siły**

Łódzki Bank Spółdzielczy
Bank Spółdzielczy w Strykowie
Bank Spółdzielczy w Bełchatowie
Bank Spółdzielczy w Krośniewicach

Bank Spółdzielczy Ziemi Kaliskiej
PA-CO-Bank w Pabianicach

Żuławski Bank Spółdzielczy
w Nowym Dworze Gdańskim
Bank Spółdzielczy w Nowym Stawie

Bank Spółdzielczy w Skórczu
Bank Spółdzielczy w Lubichowie

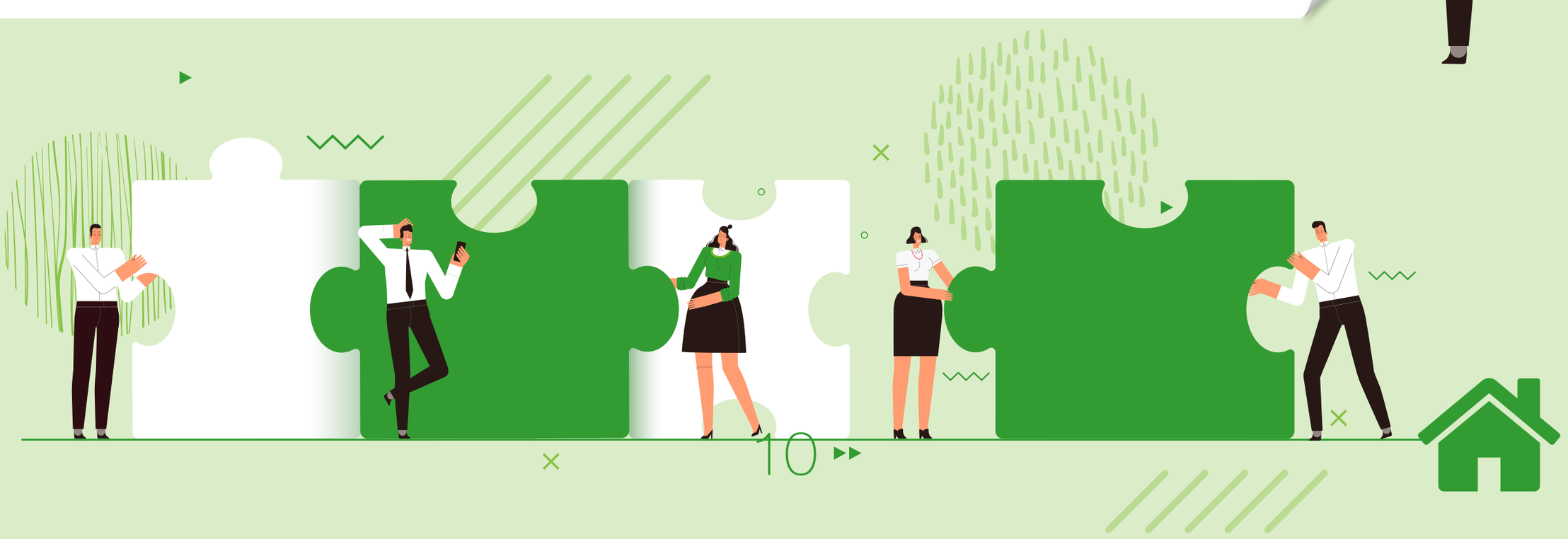
Pyrzycko-Stargardzki
Bank Spółdzielczy
Bank Spółdzielczy w Gryfinie

Bank Spółdzielczy w Witkowie
Bank Spółdzielczy w Grabowie

ESBANK Bank Spółdzielczy
w Radomsku
Bank Spółdzielczy w Kleszczowie

Bank Spółdzielczy
Ziemi Łowickiej w Łowiczu
Bank Spółdzielczy w Wiskitkach

Zjednoczony Bank Spółdzielczy
Bank Rumia Spółdzielczy
Bank Spółdzielczy w Łebie



FUZJA, CZYLI WYKORZYSTAJ ZMIANĘ

TOMASZ CZAJA

Integracja banków nie jest zjawiskiem nietypowym w polskiej rzeczywistości gospodarczej. Nie jest też zjawiskiem nowym: w roku 1997 działały w naszym kraju 83 banki komercyjne, obecnie jest ich mniej niż 30. To zmniejszenie liczby działających banków jest między innymi efektem licznych przejęć i fuzji.

Kiedy duża firma „zjada" małą lub kiedy łączą się ze sobą podmioty o podobnych parametrach, podstawowym celem jest zwiększenie wartości nowej marki oraz wzmocnienie jej pozycji na rynku. Kiedy w Hiszpanii łączyły się CaixaBank i Bankia, trzeci i czwarty największy krajowy bank, powstała instytucja finansowa zarządzająca majątkiem przekraczającym 600 mld euro. Zaraz po fuzji CaixaBank stał się największym podmiotem w hiszpańskim sektorze bankowym pod względem posiadanych aktywów.

Wykorzystuj każdą okazję, by komunikować zmianę. Zrób przegląd wszystkich produktów i wprowadź nowe, lepsze! Zlikwiduj to, co nie działa i spróbuj lepszych metod.

Ogromna liczba globalnych integracji i przejęć dotknęła także sektor technologiczny, motoryzacyjny, energetyczny i farmaceutyczny. Największa w historii USA fuzja wydarzyła się w 1998 roku, gdy połączyły się dwa koncerny działające na rynku ropy i gazu – Exxon i Mobile. Powstał koncern Exxon Mobil Corporation, dziś według rankingów „Forbesa" siódma największa firma na świecie. „Wreszcie przestali zawzięcie konkurować, a zajęli się wspólnie tym, co umieją najlepiej" – pisała o tej transakcji amerykańska prasa.

Czy tylko A + B?

Na lokalnym podwórku połączenie dwóch lub kilku banków spółdzielczych wywołuje zapewne dużo mniejsze emocje i zainteresowanie mediów, ale również ma ogromne znaczenie. Bez względu na to, czy mamy do czynienia z gigantami rynku, czy małymi przedsiębiorstwami, konsolidacje i przejęcia były i pozostaną z ogromnym wpływem na lokalną społeczność.

Powstaje nowy podmiot, o szerszej skali działania, większej puli aktywów i dużo większą strukturą. Zmiany organizacyjne i kadrowe stają się niezbędne; zmiany sposobów pozyskiwania klientów również mogą ulec istotnym przeobrażeniom. Jak bowiem wytłumaczyć konsumentom z miasta A, że od jutra będzie się nimi opiekował bank z miasta B? Co zrobić, jeśli obie społeczności od lat ze sobą rywalizują? Jak przenieść się na rynek wiejski, jeśli do tej pory naszymi klientami byli mieszkańcy dużej aglomeracji miejskiej? Jak zająć się przedsiębiorcami, jeśli mieliśmy pomysł głównie na obsługę rolników?

Integracja ma sens tylko wówczas, jeśli w jej wyniku powstaje podmiot silniejszy kapitałowo, ale też bardziej zwinny, sprytnie odnajdujący sobie drogę w nowej rzeczywistości i potrafiący dostosować się do zmienionych warunków. Fuzja przedsiębiorstw to nie tylko suma aktywów A+B, to idealny pretekst do nowej aktywności, do zbudowania sobie jeszcze lepszej pozycji na poszerzonym rynku działania.

Zapomniany element strategii

W takich chwilach warto przywołać podstawowe zasady marketingu: wykorzystuj każdą okazję, by komunikować zmianę. Zrób przegląd wszystkich produktów i wprowadź nowe, lepsze! Zlikwiduj to, co nie działa i spróbuj lepszych metod. Zbuduj nowy system sprzedaży i promocji. Użyj innych narzędzi. Zacznij nową opowieść o swojej marce! Wszystko – pod pretekstem i przy okazji wielkiej zmiany.

W bankowości może się to przełożyć np. na nowy pakiet ofert dla klienta, uruchomienie kolejnego kanału sprzedaży i nowych kanałów komunikacji, choćby w social mediach. Efektem fuzji może być kompleksowy rebranding – zmiana nazwy, wizualizacji, modyfikacja strony internetowej (kiedy wasza strona internetowa przeżyła ostatnią metamorfozę i czy przypadkiem nie w roku 2005 albo wcześniej?), czy wreszcie nowa aranżacja placówek.

Łączące się marki, jeśli chcą utrwalić efekt integracji, powinny to zrobić w jak najkrótszym czasie po połączeniu. W przeciwnym razie rynek w ogóle jej nie zauważy. Zwykło się z tej okazji mówić o efekcie pierwszych 100 dni – tyle mamy czasu, by przekonać klientów, że ostatnia zmiana właścicielska miała pozytywny wpływ na sytuację naszej marki. Jeśli opóźnimy ten proces, związek jakiejkolwiek zmiany z decyzją o integracji pozostanie wątpliwy.

Dlatego – równolegle z działaniami prawnymi, organizacyjnymi i strukturalnymi warto szykować strategię komunikacji. Wiedzieć: co, w jakim terminie, w jaki sposób i komu będziemy chcieli opowiedzieć. Mieć odpowiedź na wszystkie dociekliwe pytania i znaleźć nowy sposób dialogu z klientami. Nie codziennie przecież łączą się z sobą ważne, lokalne podmioty. Nie codziennie zdarza się okazja, by zaprezentować prawdziwą wartość integracji, jej sens dla rynku i udowodnić, że warto ją było inicjować.

Fuzja przedsiębiorstw to nie tylko suma aktywów A+B, to idealny pretekst do nowej aktywności, do zbudowania sobie jeszcze lepszej pozycji na poszerzonym rynku działania.

Marketing i komunikacja zmiany to zagubiony w strategiach działania motyw, niedoceniany lub pomijany, ale ciągle niezmiernie ważny…

W POGONI ZA EFEKTYWNOŚCIĄ

Ryzykowne rozdrobnienie rynku

Jednym z podstawowych warunków osiągnięcia efektów skali, niezbędnych do poprawy efektywności, jest głęboka integracja sektora bankowości spółdzielczej w Polsce, przy pełnym poszanowaniu konieczności wypełniania zadań spółdzielczych wobec gospodarki oraz samych spółdzielców. Wstrzymanie tego procesu i utrzymywanie silnego rozdrobnienia rynku stanowi działanie wysoce ryzykowne w zmieniającym się otoczeniu gospodarczym. Takie są wnioski z raportu zatytułowanego „Optymalne ścieżki dojścia do zbudowania efektywności banków spółdzielczych", przygotowanego na zlecenie Fundacji Warszawski Instytut Bankowości.

Zdaniem autorów opracowania, podobnie jak w bankowości europejskiej, widoczny jest bardzo silny wpływ stóp procentowych oraz poziomu wskaźników kapitałowych na efektywność banków spółdzielczych. Wielkość banku ma więc wpływ niemal na wszystkie wskaźniki pokazujące efektywność działania. Mniejsze banki za główne źródło oddziaływania na efektywność wciąż uważają i wykorzystują różnicę w stopach procentowych kredytów i depozytów. Pomimo jednak osiągania wyższego poziomu rentowności w tym obszarze, małe banki nie są w stanie skutecznie walczyć o wyższe wartości pozostałych wskaźników, a przy obecnych warunkach polityki pieniężnej będzie to prawdopodobnie jeszcze bardziej utrudnione.

> Zdaniem autorów raportu, polski rynek banków spółdzielczych ma potencjał do zwiększenia swojej roli w gospodarce. Wieloletnie doświadczenia, znacząca liczba spółdzielców, lokalna obecność oraz elastyczność działania stanowią fundament dla jego dalszego rozwoju.

Badania pokazują

że w przypadku zdrowych i silnych podmiotów spółdzielczych, presja na poprawę efektywności pochodzi bezpośrednio z banków oraz ich spółdzielców. Zdrowe podmioty upatrują w procesach reorganizacji szansę na dalszy rozwój i dlatego podejmują działania ukierunkowane na utrzymanie silnej pozycji rynkowej zbudowanej przez lata funkcjonowania. Nowa strategia okazuje się konieczna w sytuacji rosnącej presji konkurencyjnej zarówno ze strony banków komercyjnych, jak i nowych instytucji spoza tradycyjnego sektora bankowego. Presja na zmianę modeli funkcjonowania pojawiła się dodatkowo ze strony nadzorców i regulatorów rynku. W skrajnych przypadkach integracja została wymuszona, jako jedyny scenariusz umożliwiający przetrwanie i ochronę interesu członków.

W ocenie autorów raportu, dobrze przygotowane procesy fuzji i przejęć powinny zmierzać do poprawy efektywności finansowej nowo powstałych banków spółdzielczych. Trzeba jednak podkreślić, że ocena efektywności fuzji banków spółdzielczych w Polsce powinna być rozpatrywana przez pryzmat dotychczasowych uwarunkowań i przyczyn konsolidacji, mających przede wszystkim podłoże ratunkowe. Jednocześnie w aspektach konsolidacji należy uwzględnić zaufanie, solidarność i szeroko rozumianą lojalność, jako dodatkowe obszary oceny zasadności fuzji banków spółdzielczych w naszym kraju.

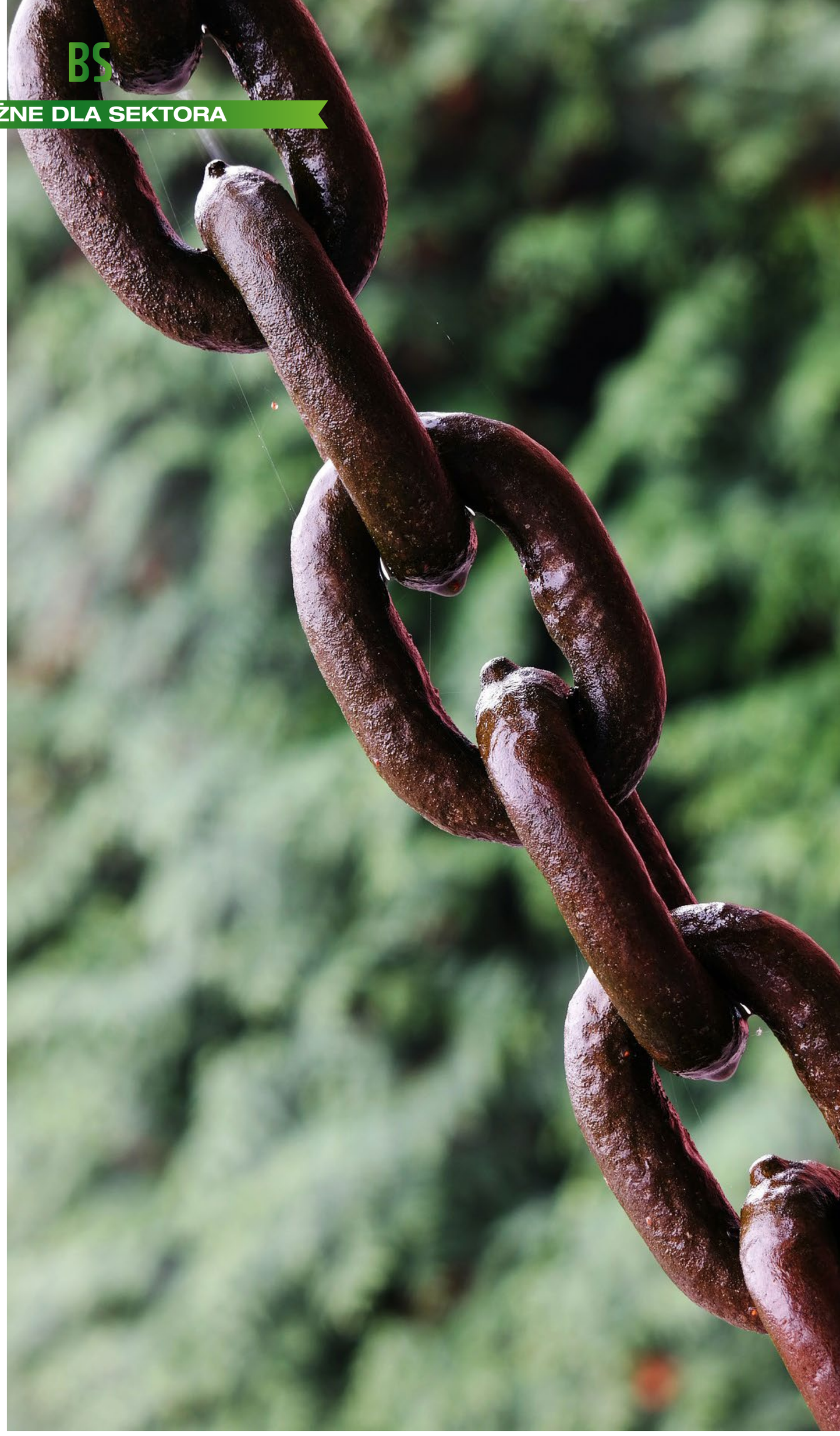
Badanie pokazało

że banki przejmowane są statystycznie słabsze, mniej rentowne, a ich sytuacja ekonomiczna systematycznie się pogarszała. Poza tym, czynników determinujących wystąpienie problemów ekonomicznych nie należy upatrywać w zarządzaniu marżowością produktów. Powodem braku efektywności była zbyt mała skala biznesu, która uniemożliwiała pokrycie kosztów działalności, w tym tak ważnych, jak koszty pracownicze, w takim stopniu jak w przypadku większych konkurentów.

Doświadczenia ostatnich lat związane z procesem konsolidacji w bankowości spółdzielczej nie stanowią najlepszego wzorca w zakresie skuteczności działań wspierających poprawę efektywności, uważają autorzy raportu. Wynika to przede wszystkim ze zbyt późnego podejmowania działań w zakresie fuzji i przejęć, wynikających bardziej z chęci zapobiegania upadłości, niż poszukiwania rzeczywistych obszarów synergii kosztowych lub przychodowych.

Kolejny wniosek płynący z badania wskazuje na zbyt późno przeprowadzone transakcje, kiedy siła ekonomiczna banku przejmowanego jest zdecydowanie obniżona. Do połączenia powinno dojść, póki przejmowany bank jest silny ekonomicznie i utrzymuje przewagę konkurencyjną, która może ułatwić proces integracji. Tym samym zasadna jest rekomendacja, aby przyspieszyć proces integracji.

Pomimo trudnych dotychczasowych doświadczeń należy zgodzić się z opinią wyrażoną w raportach o stabilności finansowej, uważają autorzy badania, w myśl których priorytetowym działaniem w najbliższym czasie powinna być konsolidacja małych banków w celu poprawy ich efektywności. Jednocześnie należy wskazać, że fuzje kapitałowe bez konsolidacji i centralizacji procesów mogą okazać się rozwiązaniem tymczasowym i w długim okresie mogą mieć ograniczony wpływ na uzyskanie efektu skali, zarówno dla pojedynczych banków przejmujących, jak i tym bardziej dla całego sektora. Fuzje kapitałowe powinny być przeprowadzane wówczas, gdy dostrzegalne będą korzy-



ści z perspektywy obu banków, a sam proce będzie oceniony z perspektywy stabilności sektora.

Zmiana preferencji klientów w kierunku digitalizacji usług bankowych i coraz powszechniej stosowane mobilne rozwiązania w usługach finansowych może stanowić kluczowe wyzwanie dla banków spółdzielczych w utrzymaniu swojej pozycji na rynku w najbliższym czasie.

Rozdrobnienie sektora banków spółdzielczych

może mieć kluczowy wpływ na możliwość i szanse budowania optymalnych ścieżek dojścia do efektywności tego sektora. Większość banków uważa, że standaryzacja usług może podnieść konkurencyjność banku spółdzielczego i obniżyć koszty prowadzenia działalności. Ale jednocześnie pojawiają się opinie, że może to prowadzić do utraty klientów, którzy są zainteresowani spersonalizowaną ofertą bankową. Warto jednak zastanowić się, czy digitalizacja usług i wprowadzanie nowych rozwiązań technologicznych nie wpływa właśnie na coraz to większe spersonalizowanie oferty. Dlatego autorzy opracowania, szukając optymalnej ścieżki dojścia do efektywności banków spółdzielczych, sugerują standaryzację usług na poziomie zrzeszeń.

Taka standaryzacja może mieć korzystny wpływ na zwiększenie efektywności poprzez niższe koszty wdrożenia innowacyjnych rozwiązań i lepiej dopasowaną ofertę produktową dla potrzeb klientów. Konieczność standaryzacji usług może także wynikać z braku wystarczającego kapitału w bankach spółdzielczych i bardziej konkurencyjnej oferty banków komercyjnych, jak i niewłaściwej struktury klientów.

Zdaniem autorów raportu, liczne banki spółdzielcze już prowadzą działalność podobną do banków komercyjnych, a świadczenie usług bankowych przez elektroniczne kanały dostępu może podważać konieczność ich dystrybucji tylko na określonym terenie. Zniesienie ograniczeń terytorialnych wiązałoby się w pewnym stopniu z zatraceniem lokalnego charakteru bankowości spółdzielczej. Jednocześnie dla ludzi młodych lokalny charakter instytucji ma już coraz mniejsze znaczenie.

W raporcie podkreślono, że bankowość relacyjna, oparta na lokalnym zaangażowaniu społeczeństwa, w zmieniającym się otoczeniu na rynku finansowym nie przynosi bankom spółdzielczym już takich korzyści, jak dotychczas. Zauważalny spadek udziałowców nie wpływa jeszcze w istotny sposób na ich efektywność, ale może stanowić kluczowe wyzwanie w najbliższej przyszłości. Posiadanie udziałów w banku spółdzielczym nie jest popularne, zwłaszcza wśród ludzi młodych, a przez to banki te mogą mieć trudności w przekonaniu klienta do lokalnego modelu bankowości.

Zdaniem autorów raportu, liczne banki spółdzielcze już prowadzą działalność podobną do banków komercyjnych, a świadczenie usług bankowych przez elektroniczne kanały dostępu może podważać konieczność ich dystrybucji tylko na określonym terenie.

Raport pokazuje

że charakterystyczną cechą bankowości spółdzielczej jest wysoki poziom zatrudnienia, który w relacji do skali działalności jest bardzo wysoki. Biorąc pod uwagę zmiany technologiczne, tak wysoki poziom zatrudnienia nie jest optymalny. Z pewnością wpłynie na ten poziom konsolidacja sektora, z którą mamy obecnie coraz częściej do czynienia. Spółdzielcy widzą też, że istotny wpływ na efektywność ma poziom wskaźnika kosztów pracy przypadającego na jednego zatrudnionego. Jest to kluczowa informacja w zakresie poszukiwania ścieżek efektywności banków. Dlatego też poszukiwanie optymalnego poziomu zatrudnienia – być może poprzez konsolidację – jest koniecznością.

Zdaniem autorów raportu, polski rynek banków spółdzielczych ma potencjał do zwiększenia swojej roli w gospodarce. Wieloletnie doświadczenia, znacząca liczba spółdzielców, lokalna obecność oraz elastyczność działania stanowią fundament dla jego dalszego rozwoju. W obecnej sytuacji nie ma też potrzeby konsolidacji całego sektora w ramach jednej centralnej instytucji. Na rynku jest miejsce na funkcjonowanie kilku silnych banków spółdzielczych oraz dwóch grup bankowych stworzonych na bazie istniejących zrzeszeń. ●

Opr.JOR

MOCNY KURS NA **RELACJE**

Marlena Sosnowska
rzecznik prasowy
PRESS-SERVICE Monitoring Mediów

Inwestycje w nowe technologie pozwoliły bankom spółdzielczym SGB pozostać w czasach pandemii blisko klientów. Zdalny dostęp do kont oraz programów pomocowych dla mieszkańców miast i mniejszych miejscowości, działalność doradcza banków w zakresie funduszy unijnych oraz zaangażowanie w ekologię stanowiły pożądaną przez klientów odpowiedź na ich potrzeby. Działania te doceniły media, co potwierdza raport PRESS-SERVICE Monitoring Mediów.

Analizą medialną objęto publikacje, które ukazały się od 1 stycznia do 31 października 2021 roku. Materiały zebrano w wyniku monitoringu ponad 1 100 tytułów prasowych, 5 mln polskojęzycznych portali internetowych oraz 100 stacji radiowych i telewizyjnych.

W porównaniu do analogicznego okresu w ubiegłym roku liczba informacji na temat banków spółdzielczych SGB wzrosła z 18,8 tys. do 22 tys. Wskaźnik dotarcia przekazu wynosił 154,3 mln potencjalnych kontaktów odbiorców z informacjami. Ekwiwalent reklamowy zweryfikowany, uwzględniający udział procentowy analizowanej frazy w zmonitorowanej informacji oszacowano na 11,3 mln zł. Głównymi źródłami takiego wyniku były publikacje w serwisie Bankier.pl (1,4 mln zł), Biznes.interia.pl (1,2 mln zł) oraz Parkiet.com (0,9 mln zł).

Z analizy wydźwięku materiałów wynika, że 83 proc. przekazu miała charakter neutralny. Publikacje o pozytywnym dla bankowości spółdzielczej wydźwięku stanowiły 14 proc.

Aż 95 proc. publikacji (20,8 tys.) dotarło do odbiorców za pośrednictwem Internetu. W prasie ukazało się 1 tys. materiałów, w radiu i telewizji – 153. Informacje z sieci wygenerowały dotarcie na poziomie 119 mln potencjalnych kontaktów.

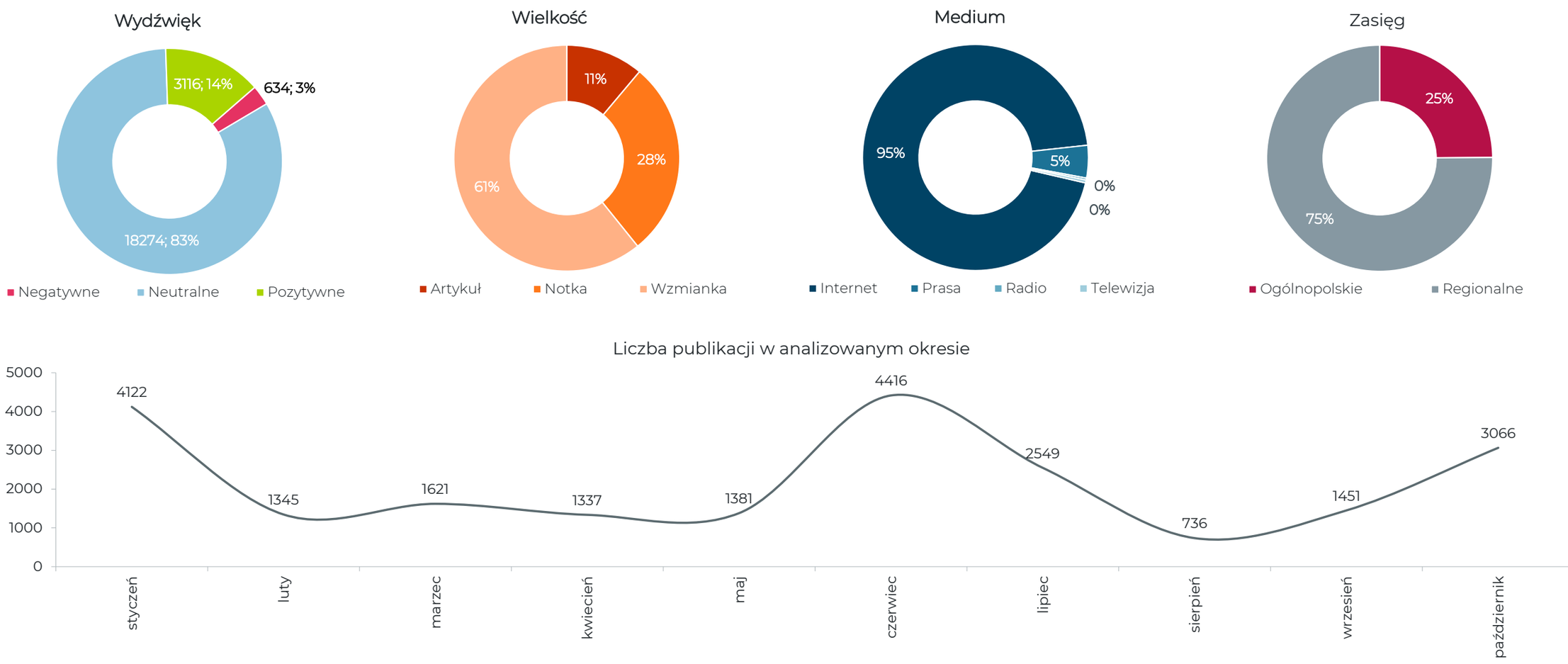
Z 67 proc. do 75 proc. wzrósł względem ubiegłego roku udział mediów regionalnych w przekazie. 16,5 tys. materiałów osiągnęło dotarcie na poziomie 22 mln potencjalnych kontaktów.

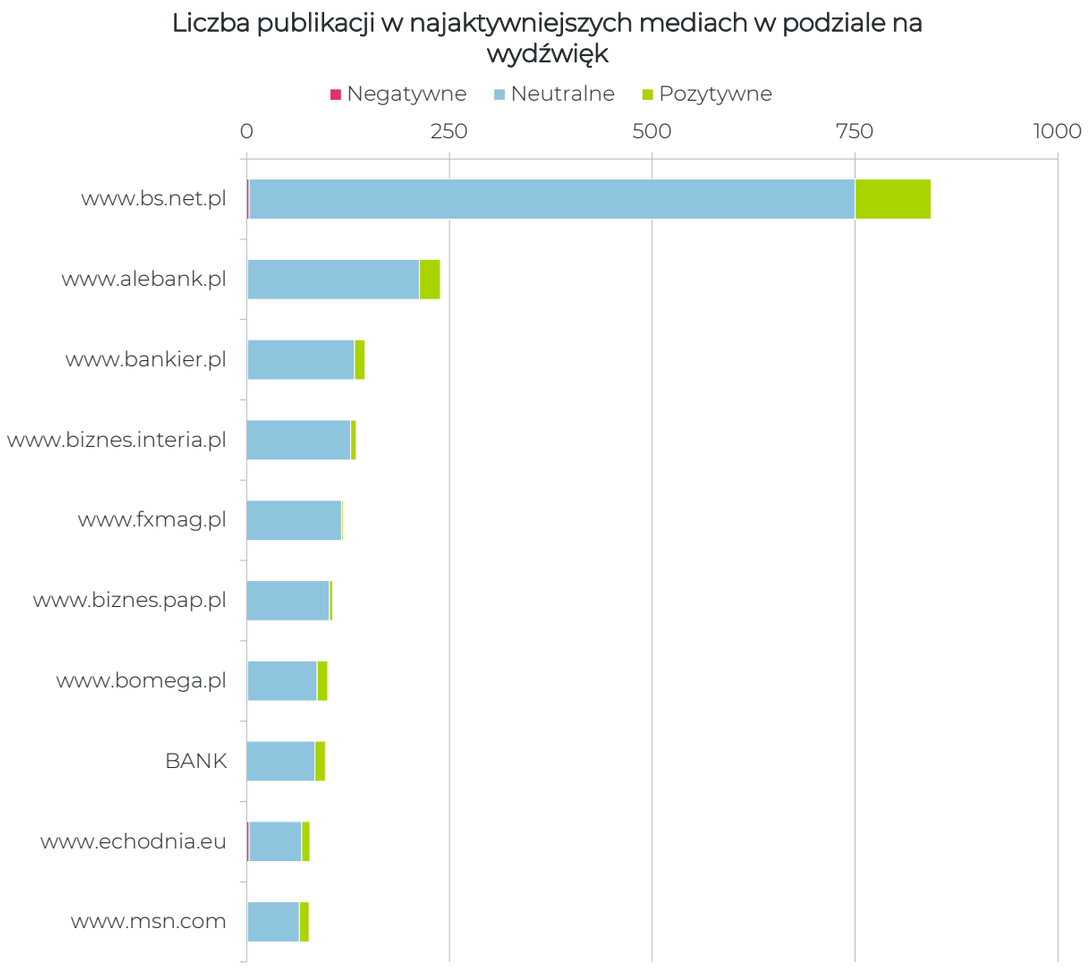
Najwięcej uwagi sektorowi bankowości spółdzielczej media poświęciły w czerwcu 2021 r. Ukazało się wówczas 4,4 tys. materiałów, głównie za sprawą informacji na portalach Grupy Polska Press/Naszemiasto.pl, w których wyjaśniano, czym jest Internetowe Konto Pacjenta i jaką rolę pełni SGB w jego obsłudze. Niewiele mniej publikacji odnotowano w styczniu br. (4,1 tys.), kiedy banki spółdzielcze SGB rozpoczęły przyjmowanie wniosków o dofinansowanie z tzw. tarczy finansowej. W tym miesiącu przekaz miał także najwyższe dotarcie – 24,5 mln potencjalnych kontaktów. W kwietniu SGB ogłosiła strategię „Otwieramy Przyszłość", w której nacisk położono przede wszystkim na rozwój technologiczny i nowe możliwości, m.in. w zakresie rozwiązań mobilnych. W lipcu na uwagę zasługuje seria publikacji Grupy Polska Press/Naszemiasto.pl na temat udziału sektora spółdzielczego w programie „Czyste Powietrze".

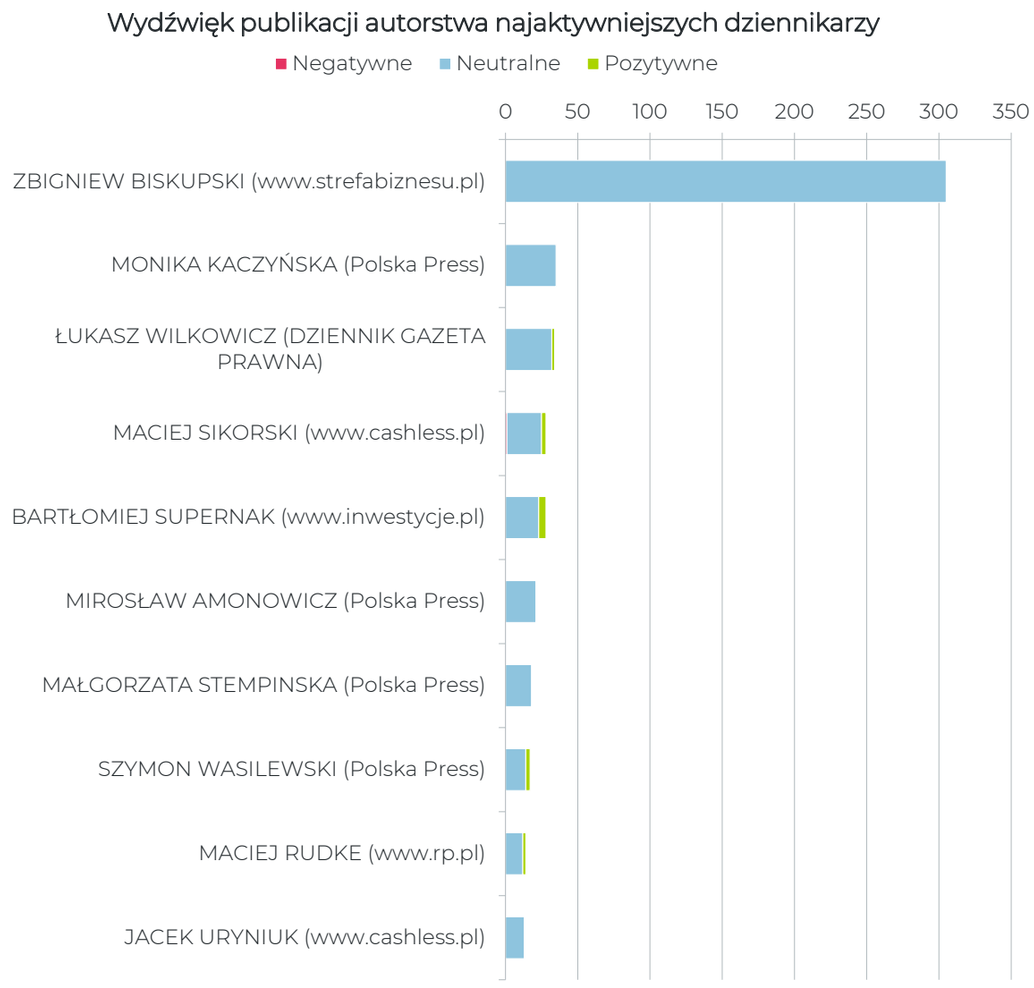
Najchętniej na temat SGB w analizowanym okresie publikowały: Bs.net.pl, Alebank.pl, Bankier.pl, Biznes.interia.pl, Fxmag.pl, Biznes.pap.pl, Bomega.pl, „Bank", Echodnia.eu, Msn.com.

Z analizy autorów tekstów wynika, że najwięcej materiałów opublikował Zbigniew Biskupski (Strefabiznesu.pl) – 305, który mocno zdystansował pod tym względem pozostałych dziennikarzy. Monika Kaczyńska z Polska Press napisała 35 tekstów. Do Łukasza Wilkowicza z „Dziennika Gazety Prawnej" należały 34 informacje. W dziesiątce najaktywniejszych znaleźli się także Maciej Sikorski (Cashless.pl), Bartłomiej Supernak (Inwestycje.pl), Mirosław Amonowicz (Polska Press), Małgorzata Stempińska (Polska Press), Szymon Wasilewski (Polska Press), Maciej Rudke (Rp.pl) oraz Jacek Uryniuk (Cashless.pl).

Raport PRESS-SERVICE Monitoring Mediów dotyczył także







medialności marki SGB-Banku. Od stycznia do października 2021 r. na temat instytucji odnotowano 4 797 publikacji w Internecie, prasie, radiu i telewizji. Blisko połowa z nich miała pozytywny wydźwięk.

– *Struktura przekazu w 2021 roku ukształtowała się w sposób korzystny dla SGB-Banku SA. Wskaźniki ilościowe, takie jak dotarcie publikacji oraz wartość ekwiwalentu reklamowego ukształtowały się na nieco wyższym poziomie niż w analogicznym okresie rok temu. W badanym okresie pojawiały się obszerne treści, takie jak np. rozmowa z Mirosławem Skibą, prezesem zarządu SGB-Banku SA na łamach magazynu „Bank”, czy „Dziennika Gazety Prawnej”* – komentuje wyniki raportu Maciej Małkowski, analityk mediów PRESS-SERVICE Monitoring Mediów.

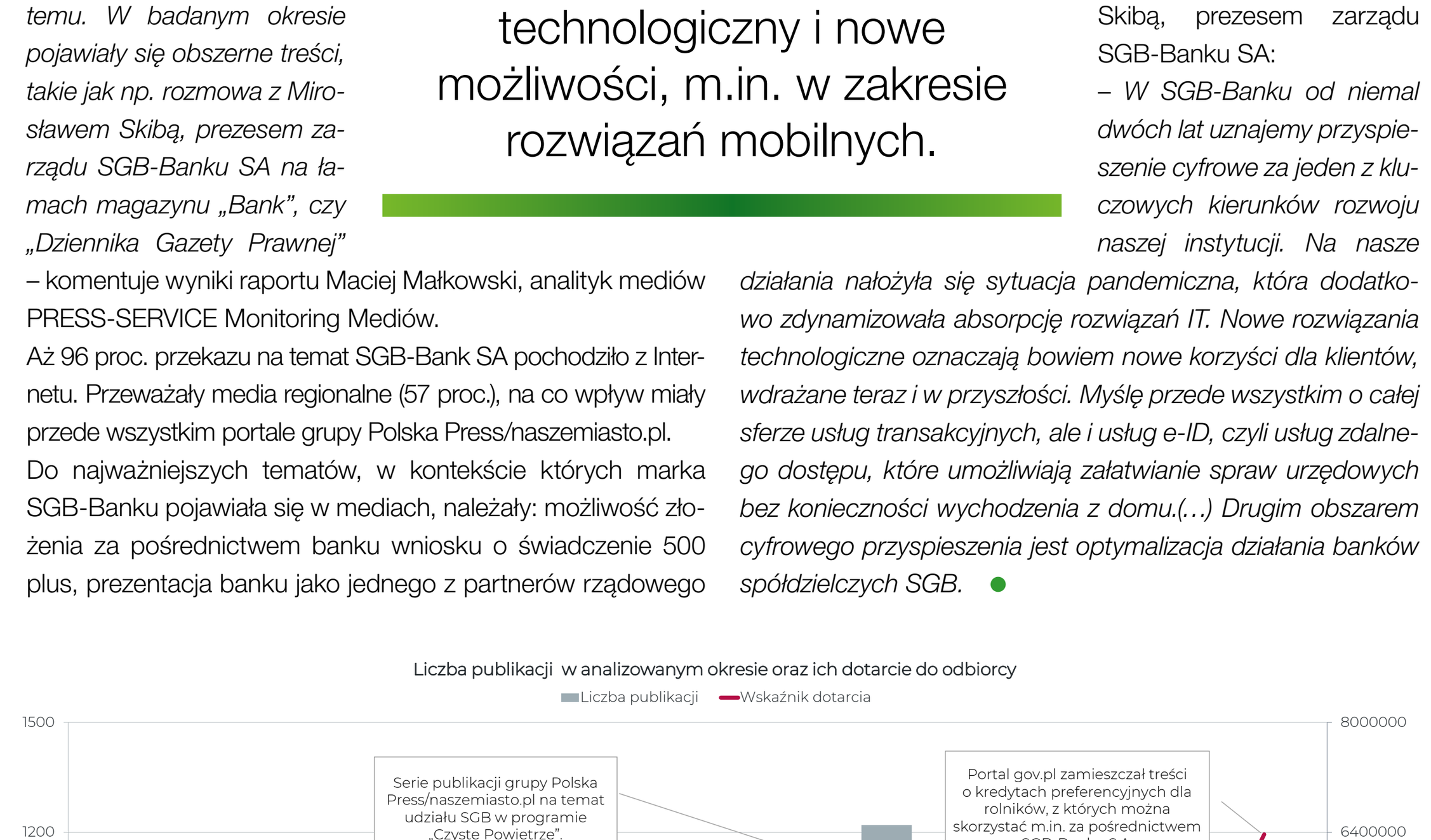
Aż 96 proc. przekazu na temat SGB-Bank SA pochodziło z Internetu. Przeważały media regionalne (57 proc.), na co wpływ miały przede wszystkim portale grupy Polska Press/naszemiasto.pl.

Do najważniejszych tematów, w kontekście których marka SGB-Banku pojawiała się w mediach, należały: możliwość złożenia za pośrednictwem banku wniosku o świadczenie 500 plus, prezentacja banku jako jednego z partnerów rządowego programu „Czyste Powietrze” oferującego dotację na termomodernizację oraz wprowadzona przez SGB-Bank oraz banki spółdzielcze usługa Autopay – system automatycznych opłat za przejazdy autostradami. Warto wspomnieć również o publikacjach na portalu Wyborcza.biz dotyczących strategii SGB na lata 2021-2024.

> W kwietniu SGB ogłosiła strategię „Otwieramy Przyszłość”, w której nacisk położono przede wszystkim na rozwój technologiczny i nowe możliwości, m.in. w zakresie rozwiązań mobilnych.

Dalsza dynamiczna cyfryzacja to jeden z głównych kierunków rozwoju bankowości spółdzielczej, o czym informował Magazyn „Bank” w rozmowie z Mirosławem Skibą, prezesem zarządu SGB-Banku SA:

– *W SGB-Banku od niemal dwóch lat uznajemy przyspieszenie cyfrowe za jeden z kluczowych kierunków rozwoju naszej instytucji. Na nasze działania nałożyła się sytuacja pandemiczna, która dodatkowo zdynamizowała absorpcję rozwiązań IT. Nowe rozwiązania technologiczne oznaczają bowiem nowe korzyści dla klientów, wdrażane teraz i w przyszłości. Myślę przede wszystkim o całej sferze usług transakcyjnych, ale i usług e-ID, czyli usług zdalnego dostępu, które umożliwiają załatwianie spraw urzędowych bez konieczności wychodzenia z domu.(…) Drugim obszarem cyfrowego przyspieszenia jest optymalizacja działania banków spółdzielczych SGB.*



SGB

MOBILE

Zobacz co nowego potrafi **aplikacja SGB Mobile**

Pobierz aplikację z: Google Play App Store

KLIKNIJ ŻEBY ZAINSTALOWAĆ

SGB **Banki Spółdzielcze**

Bezpłatna infolinia 24/7:

800 888 888

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

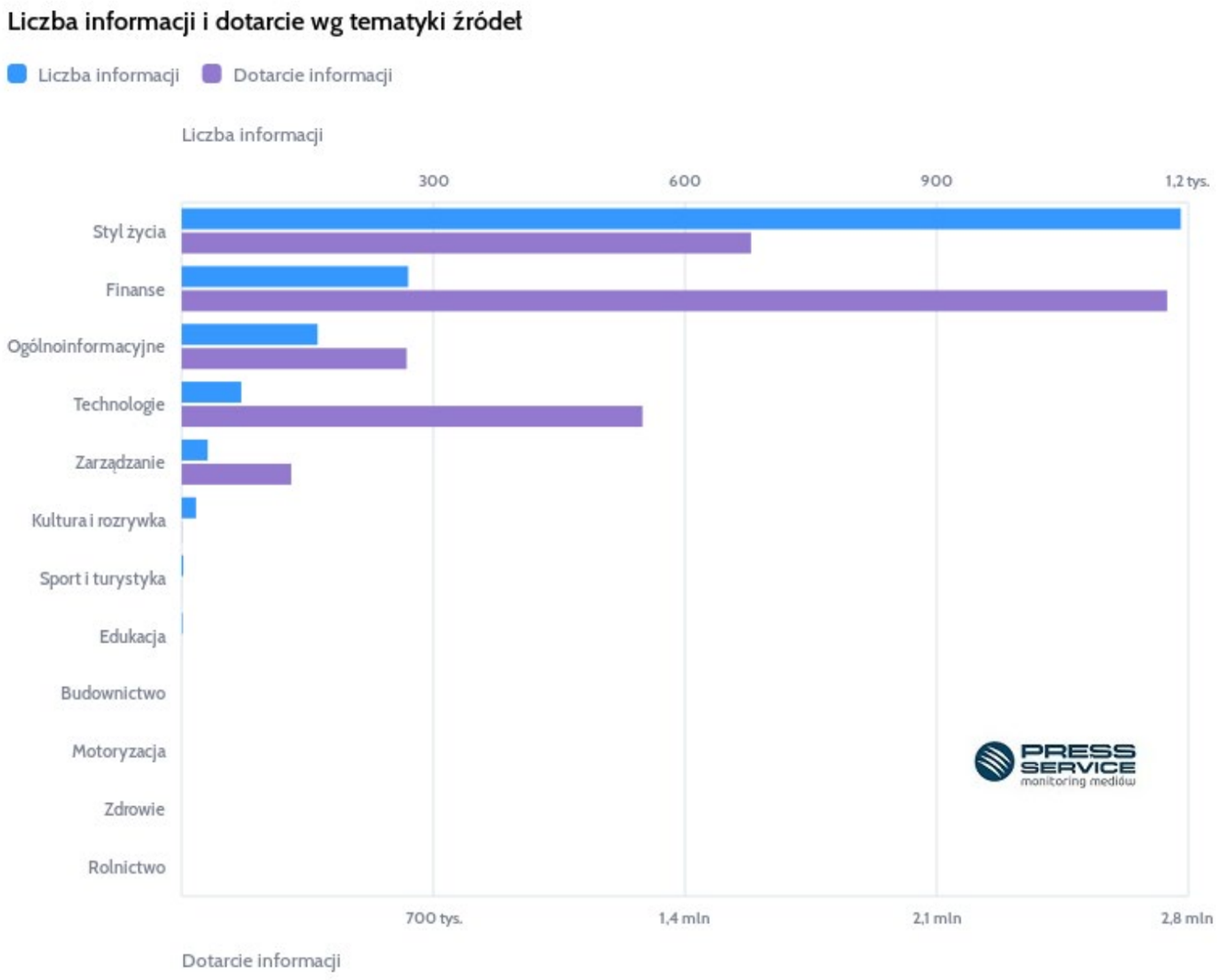
MAMY TU WSZYSTKO!

Marlena Sosnowska
rzecznik prasowy
PRESS-SERVICE Monitoring Mediów

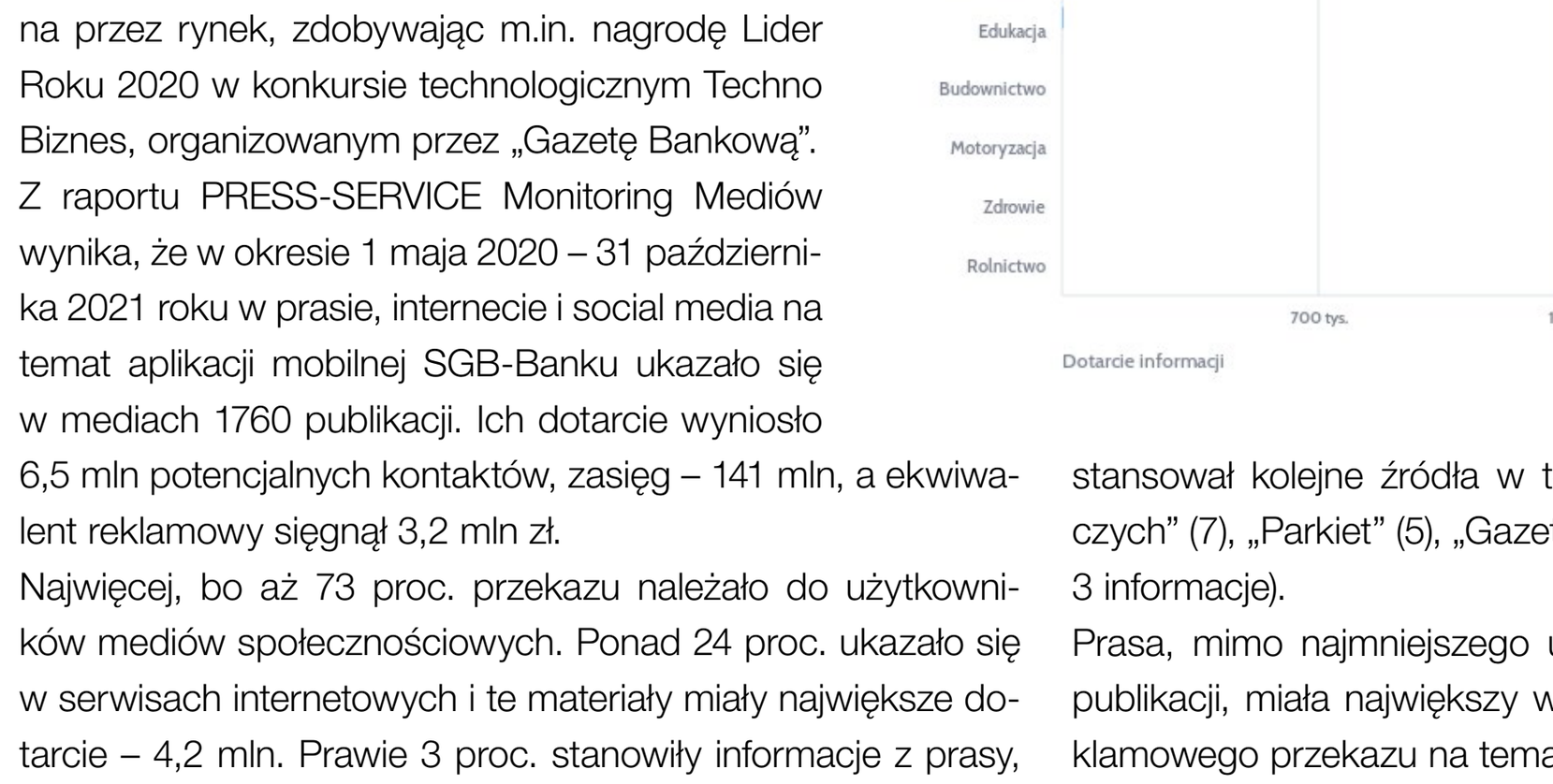
W maju ub.r. banki spółdzielcze SGB z sukcesem wprowadziły aplikację SGB Mobile. Wysoki udział mediów społecznościowych w przekazie to jasny sygnał tego, że produkt spotkał się z zainteresowaniem użytkowników.

Przejrzysty interfejs i atrakcyjne funkcjonalności, takie jak kontrola nad płatnościami za usługi streamingowe platform cyfrowych, AutoPay, Garmin Active, sprawiły, że aplikacja została doceniona przez rynek, zdobywając m.in. nagrodę Lider Roku 2020 w konkursie technologicznym Techno Biznes, organizowanym przez „Gazetę Bankową".

Z raportu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów wynika, że w okresie 1 maja 2020 – 31 października 2021 roku w prasie, internecie i social media na temat aplikacji mobilnej SGB-Banku ukazało się w mediach 1760 publikacji. Ich dotarcie wyniosło 6,5 mln potencjalnych kontaktów, zasięg – 141 mln, a ekwiwalent reklamowy sięgnął 3,2 mln zł.



Najwięcej, bo aż 73 proc. przekazu należało do użytkowników mediów społecznościowych. Ponad 24 proc. ukazało się w serwisach internetowych i te materiały miały największe dotarcie – 4,2 mln. Prawie 3 proc. stanowiły informacje z prasy, o łącznym dotarciu 342 tys.



Najaktywniejszym źródłem, biorąc pod uwagę prasę, internet i social media, okazał się Facebook – z serwisu pochodziło aż 1180 informacji. Portal wyraźnie zdystansował kolejne media w top 10 – Bs.net.pl (80), Twitter.com (77), Alebank (42), Cashless.pl (41), „Bank" (20), PRnews.pl (18), YouTube.com (15), Fintek.pl (13) i Money.pl (10).

Wśród tytułów prasowych najwięcej materiałów opublikował wspomniany wyżej miesięcznik „Bank" (20), który mocno zdystansował kolejne źródła w top 5: „Głos Banków Spółdzielczych" (7), „Parkiet" (5), „Gazetę Bankową" i „Puls Biznesu" (po 3 informacje).

Prasa, mimo najmniejszego udziału procentowego w liczbie publikacji, miała największy wpływ na wynik ekwiwalentu reklamowego przekazu na temat aplikacji SBG Mobile. Należało do niej aż 53 proc. AVE ogółem, a wartość zamieszczonych materiałów oszacowano na 1,7 mln zł. Najwyżej wyceniono materiały z „Banku" – 712 tys. zł, „Rzeczpospolitej" – 234 tys. zł i „Gazety Bankowej" – 196 tys. zł.

Ekwiwalent szacunkowy publikacji w internecie wyniósł 1,2 mln zł (liderem okazał się BS.net.pl – 120 tys. zł), a w mediach społecznościowych – 322 tys. zł na czele z Facebook.com – 315 tys. zł.

W doniesieniach przeważały informacje pochodzące ze źródeł lifestylowych (łącznie 1191 publikacji, co stanowiło prawie 68 proc. całości przekazu), jednak to publikacje w mediach o profilu finansowym (270) miały największe dotarcie – 2,7 mln potencjalnych kontaktów z odbiorcami. 1,3 mln dotarcia wygenerował(o) 71 materiałów w źródłach technologicznych. 162 publikacje ukazały się w mediach ogólnoinformacyjnych, 31 – w mediach z obszaru zarządzania. ●

PAMIĘTAĆ O BLISKOŚCI KLIENTA, NIE ZANIEDBAĆ LOKALNYCH POTRZEB

Robert Azembski

Banki spółdzielcze cieszą się nadal dobrą opinią wielu klientów. Im większą zachowują przy tym umiejętność kreowania i utrzymywania dobrych i bliskich relacji z klientami, tym bardziej pozytywnie wyróżniać się będą na rynku. Znajomość lokalnych realiów i nadążanie za potrzebami lokalnych społeczności to niezaprzeczalny wyróżnik i siła sektora.

Tradycja spółdzielczości jest wręcz tożsama z nowoczesnym pojęciem bankowości relacyjnej. Ta zaś wyróżniała dotąd i miejmy nadzieję będzie nadal wyróżniać sektor bankowości spółdzielczej, stanowiąc o jego sile konkurencyjnej. Podmiotem wszelkich działań banku jest i zawsze powinien pozostać klient i jakże często – klient lokalny. Zarówno ten znany jak i ten, który zastanawia się jeszcze, czy skorzystać z usług banku spółdzielczego. – Rozwijając produkty i usługi cyfrowe, co oczywiście należy robić, ważne jest, żebyśmy nie stracili z oczu klienta – „żywego człowieka", by nie stał się on tylko „numerkiem" do obsługi. To stanowi o naszej sile i naszym wizerunku, właśnie dobre, partnerskie relacje w społeczności lokalnej – mówi Jolanta Łukaszewicz, prezes Banku Spółdzielczego w Połczynie Zdroju i dodaje – Przy tym nie tylko klient VIP jest ważny, ale każdy człowiek, który chce zostać obsłużony, nawet, jeśli to jest osoba pobierająca, co miesiąc zasiłek, jakieś świadczenie zdrowotne, czy rentowe. Cyfryzacja jest jednym z narzędzi do przynoszenia bankowi dochodów. Nam jednak nie wolno ani na chwilę zapominać o człowieku.

Przewaga w bliskości klienta

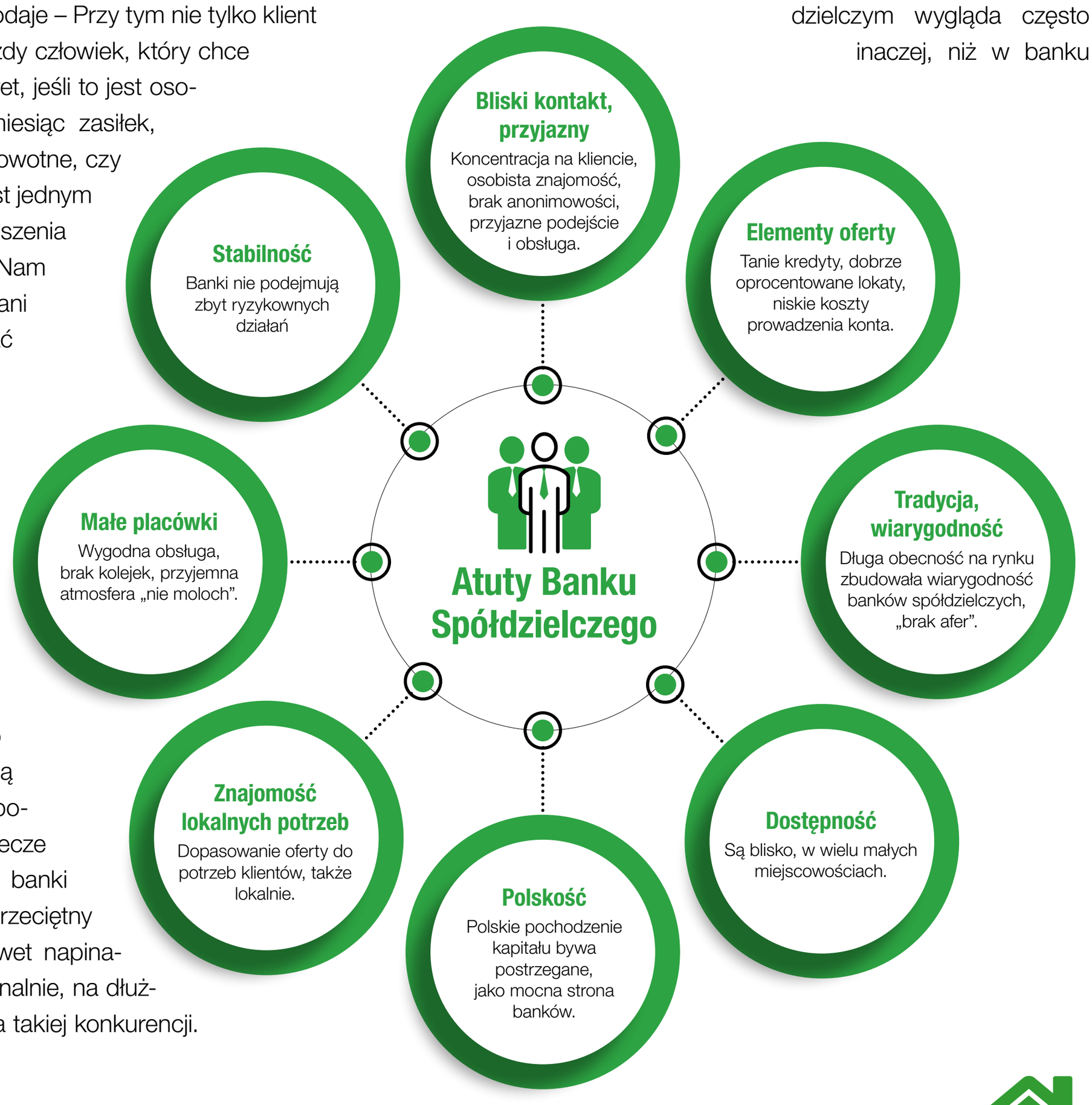
Gdzie banki spółdzielcze, jako instytucje mogą szukać swoich przewag konkurencyjnych? Można to powtarzać niemal do znudzenia: z pewnością nie tam, gdzie mocną pozycję i ogromne zaplecze kapitałowe posiadają banki globalne i fintechy. Przeciętny bank spółdzielczy, nawet napinając się bardzo ambicjonalnie, na dłuższą metę nie wytrzyma takiej konkurencji.

I nie ma znaczenia, czy globalny bank posiada jakiś oddział w naszym mieście, czy też nie. Jeśli zechce i mu się to opłaci, znajdzie sposób, by sięgnąć po klienta. – Bez wątpienia rdzeniem rozwoju banków spółdzielczych powinna pozostać ich lokalność, bankowość relacyjna oraz społeczna odpowiedzialność – czytamy w opracowaniu „Zmiany w mikroekonomicznym i sektorowym modelu bankowości spółdzielczej w Polsce" autorstwa Ryszarda Kata z Uniwersytetu Rzeszowskiego.

Przewaga w dobrej relacji

Bankowość relacyjna ma na uwadze klientów o różnych, czasem specyficznych potrzebach, preferencjach oraz sposobach reagowania na bankową ofertę. Nie zawsze musi być najbardziej zyskowna, przynosząc wysoką stopę zwrotu. Oferuje klientom bardzo różne produkty, nie premiując tylko tych, które są najbardziej zyskowne, a zostawiając „lukę" obsługi gdzie indziej.

Klientowi detalicznemu proponować można (i należy to robić) produkty i usługi niemalże „szyte na miarę". Sprzedaż krzyżowa, czy też pakietowa w banku spółdzielczym wygląda często inaczej, niż w banku



hurtowym, bo stoją za nią też inne intencje: przede wszystkim nastawiona jest na tworzenie więzi z klientem w długim okresie, a nawet w ciągu całego życia klienta. Tym bardziej, że często jest to klient lokalny, który „nielojalności" swojego banku raczej nie wybacza.

Przemysław Jóźwiak, prezes BS w Koninie zauważa, że banki spółdzielcze są silnie obecne w społecznościach lokalnych, w tych rejonach i miejscach, gdzie często brakuje ubankowienia, czy oferty banków komercyjnych. Jest to już wartość sama w sobie, bo są odpowiedzialne biznesowo, wspierają lokalną przedsiębiorczość i samorządy oraz przeciwdziałają wykluczeniu finansowemu, cyfrowemu i społecznemu. Jego zdaniem wartościowe byłoby pokazanie w różnych aspektach udziału banków spółdzielczych w społecznościach lokalnych. Lokalne znaczenie sektora 530 banków rozsianych po terenie całego kraju jest bowiem o wiele większe, niż to, które wynika z ich około 8-procentowego udziału w całym rynku.

W bankowości opartej na głębszej relacji z klientem istotne są tzw. wartości usług. Są one większe wówczas, gdy usługa przynosi klientowi dodatkowe i autentyczne korzyści. Klient nie czuje się przy tym traktowany „hurtowo", a pobierane opłaty nie są wygórowane. Ceny produktów i usług są zmieniane na ogół wtedy, gdy bank jest do tego zmuszony przez zmianę parametrów rynkowych.

Prawdziwa siła banku spółdzielczego

W czym tkwi siła małego banku spółdzielczego, że jest w stanie skutecznie opierać się komercyjnym gigantom rynku czy mniejszym, ale bardzo ekspansywnym instytucjom finansowym, Spółdzielczym Kasom Oszczędnościowo-Kredytowym? W nabytej podczas wielu dziesiątek lat działalności odporności na kryzysy i różne zawirowania dziejowe? Także. W mocnym osadzeniu w lokalnym środowisku? Jak najbardziej. Lokalne znaczenie banku opiera się na bliskich, często przyjaznych relacjach z najważniejszymi klientami, co umożliwia utrzymywanie z nimi relacji biznesowej opartej na zaufaniu.

Jak postrzegane są banki spółdzielcze przez swoich klientów? Wynika to pośrednio z badania Press Service jeszcze z 2015 roku. „Przyjazny, stabilny, uczciwy" to określenia ze ścisłej czołówki skojarzeń z terminem „marka – bank spółdzielczy". Bankom przypisywane są takie cechy, jak: polskość, długa tradycja, że są „dla każdego", są przyjazne, budzą sympatię, są uczciwe, godne zaufania, stabilne, profesjonalne oraz godne polecenia innym.

> Gdzie banki spółdzielcze, jako instytucje mogą szukać swoich przewag konkurencyjnych? Można to powtarzać niemal do znudzenia: z pewnością nie tam, gdzie mocną pozycję i ogromne zaplecze kapitałowe posiadają banki globalne i fintechy. Przeciętny bank spółdzielczy, nawet napinając się bardzo ambicjonalnie, na dłuższą metę nie wytrzyma takiej konkurencji.

Lokalność oznacza „przynależność"

W Piramidzie Maslowa wysokie miejsce, nad nawet potrzebą bezpieczeństwa, zajmuje tak zwana potrzeba przynależności. Ludzie zawsze dążyli do nawiązywania bliskich stosunków oraz do uczestnictwa w życiu grupy. Według amerykańskiego nestora psychologii Abrahama Maslowa potrzebujemy poczucia przynależności i akceptacji w grupie. Bankowcy spółdzielczy na ogół taką wspólnotę potrafili i potrafią organizować lub współorganizować w swoich społecznościach. Od banków spółdzielczych oczekuje się oczywiście przede wszystkim wypracowania zysków. Ale nie wyłącznie tego. Jako tzw. podmioty ekonomii społecznej banki te mogą, a nawet być może powinny, brać udział w realizacji lokalnie przeprowadzanych przedsięwzięć społeczno-kulturowych, a także i innych inicjatyw pozafinansowych, ważnych dla lokalnej społeczności.

Warto, naprawdę warto to robić

Warto więc angażować się w inicjatywy ważne dla społeczności lokalnej, ale także wspierać lokalny rozwój poprzez: finansowanie nowych projektów, kredytowanie przedsięwzięć związanych z ekologią, wspieranie inicjatyw z zakresu drobnej przedsiębiorczości, wytwórczości, rzemiosła, usług, rozwoju infrastruktury społecznej oraz technicznej, pośredniczenie, koordynowanie i monitorowanie przepływu środków pieniężnych do swoich klientów z Unii Europejskiej, które są przeznaczane na rozwój obszarów wiejskich, dzięki dobrej znajomości środowiska lokalnego, jego uwarunkowań, problemów itd.

Działalność banków spółdzielczych na rzecz społeczności lokalnej często stanowi dla nich koszt. Jednak ze społecznego punktu widzenia, działalność ta zostanie oceniona w sposób pozytywny, a podejmowanie takich działań wiąże się z misją banków spółdzielczych i na dłuższą metę opłaci się także finansowo.

> Działalność banków spółdzielczych na rzecz społeczności lokalnej często stanowi dla nich koszt. Jednak ze społecznego punktu widzenia, działalność ta zostanie oceniona w sposób pozytywny, a podejmowanie takich działań wiąże się z misją banków spółdzielczych i na dłuższą metę opłaci się także finansowo.

Osobista znajomość z klientami i żywa aktywność na rzecz społeczności lokalnej nie mogą oczywiście zastępować wiedzy o jej potrzebach i preferencjach ekonomicznych. Dziś już wiemy, że szybki postęp bankowości elektronicznej, w tym zdalnej, biometrii i innych technologicznych narzędzi nie stanowi zagrożenia dla cennego korzenia i pierwotnego źródła trwałości banków spółdzielczych, a banki, które się do niego przyczyniają, stanowią niezbędną awangardę bankowości spółdzielczej. ●

STAWIAMY NA PARTNERSKĄ WSPÓŁPRACĘ

LESING WAŻNYM PRODUKTEM W STRATEGII SGB

ROZMOWA Z KATARZYNĄ KAREPIN Z SGB-BANKU I SZYMONEM STRYJSKIM Z SGB LEASING

Inicjatywa Leasingu jest jedną z inicjatyw Strategii Zrzeszenia SGB na lata 2021-2024. Dlaczego uznano ją za jeden z quick wins?

Katarzyna Karepin: Odpowiadając na to pytanie należy zastanowić się nad tym, czego w dzisiejszych czasach oczekuje od nas klient? Odpowiedź jest prosta – pełnej oferty produktowej oraz odpowiedniego zaopiekowania. I taki jest cel tej inicjatywy. Rozszerzenie współpracy pomiędzy bankiem spółdzielczym, a spółką SGB Leasing, tak by zagwarantować klientowi możliwość skorzystania z różnego rodzaju finansowania w możliwie najszybszy oraz najłatwiejszy sposób.

Nie da się ukryć, że produkt, jakim jest leasing czy też pożyczka leasingowa jest w tej chwili jednym z najbardziej popularnych i pożądanych form finansowania przedsiębiorstw z tak zwanego „małego biznesu". Inicjatywa dot. rozwoju leasingu w Zrzeszeniu SGB właśnie dlatego została zaliczona do obszaru quick wins.

Dlaczego leasing stał się tak popularnym produktem i klienci tak chętnie z niego korzystają?

Szymon Stryjski: Przede wszystkim leasing pozwala na zakup środka trwałego przy minimalnym udziale własnych środków lub nierzadko bez ich udziału. Szczególnie nowopowstałe przedsiębiorstwa chętnie korzystają z leasingu z uwagi na brak odpowiednich kapitałów oraz historii działalności, które uwzględniane są przez bank w procesie kredytowym. W przypadku klienta, któremu brakuje przestrzeni na skorzystanie z kredytu w banku z uwagi na wysokie zaangażowanie i limity koncentracji, leasing jest alternatywną formą finansowania. Ponadto pożyczka leasingowa daje możliwość skorzystania z dofinansowań proponowanych w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich i innych inicjatyw, w których występuje dotacja, a warunkiem jej przyznania jest potrzeba wykazania się własnością aktywów przez wnioskującego. Leasing pozwala również na optymalizację podatkową. To są jednak tylko niektóre korzyści płynące z tego produktu.

Dlaczego klient powinien skorzystać z usług SGB Leasing?

Szymon Stryjski: Przede wszystkim proponujemy pełną ofertę produktową. Charakteryzujemy się indywidualnym podejściem

FOT. ARCHIWUM WŁASNE

do każdego klienta. Proponujemy uproszczoną formę oceny zdolności do pozyskania finansowania dla klientów banków spółdzielczych.

Jak na dzień dzisiejszy wygląda współpraca pomiędzy SGB Leasing Sp. z o.o., a bankami Zrzeszenia SGB i jak zmieniła się ona dzięki wdrożeniu inicjatywy Leasingu?

Katarzyna Karepin: Dzięki Inicjatywie Leasingu, mamy możliwość organizowania spotkań z bankami spółdzielczymi oraz przedstawienia im zasad współpracy i korzyści jakie z tej współpracy płyną. Mamy możliwość przeprowadzania szkoleń produktowych na szeroką skalę. Otworzyły nam się drzwi do dyskusji z pracownikami banków i dzielenia się doświadczeniami.

Szymon Stryjski: Możemy budować świadomość dot. tego, że leasing nie jest produktem konkurencyjnym dla kredytu, ale produktem komplementarnym. Dzięki wszystkim tym działaniom banki spółdzielcze wyrażają ogromne zainteresowanie współpracą, co nas bardzo mocno cieszy. Dzięki dobrej współpracy udało się przeprowadzić wiele transakcji, które mają swoje odzwierciedlenie w wynikach finansowych SGB Leasing Sp. z o.o.

Dzięki Inicjatywie Leasingu, mamy możliwość organizowania spotkań z bankami spółdzielczymi oraz przedstawienia im zasad współpracy i korzyści jakie z tej współpracy płyną. Mamy możliwość przeprowadzania szkoleń produktowych na szeroką skalę.

Czy działania, które zostały poczynione w związku z tą inicjatywą przekładają się na realne liczby?

Szymon Stryjski: Oczywiście. Widać to zarówno w ilości zgłaszanych przez doradców potencjalnych tematów leasingowych, we wzroście sprzedaży, jak również we wzroście przychodów banków z tytułu odsetek i prowizji od rosnących wartości kredytów konsorcjalnych i leasingowych czy nagród w konkursie. Wystarcza również na sukcesywny wzrost wyniku finansowego SGB Leasing Sp. z o.o. Według danych Związku Polskiego Leasingu dynamika rynku leasingowego po trzech kwartałach wyniosła 41,2%. Nam w tym czasie udało się przyrosnąć o 100%, przy czym główne źródło naszego biznesu to właśnie kontrakty generowane we współpracy z bankami.

W związku ze wzrostem sprzedaży wzrasta również zapotrzebowanie na finansowanie. Czy Spółka ma problem z jego pozyskaniem?

Katarzyna Karepin: Na szczęście nie. I to jest kolejny element współpracy pomiędzy SGB Leasing Sp. z o.o., a bankami spółdzielczymi i bankiem Zrzeszającym. W tym roku podejście do finansowania zostało zmienione. Przyjęliśmy strategię polegającą na pozyskiwaniu finansowania w ramach konsorcjów pomiędzy SGB Bankiem, jako bankiem inicjującym, a bankami spółdzielczymi. Jest to znacznie prostsza forma, która jak się okazało cieszy się ogromnym zainteresowaniem po stronie naszych partnerów, gdyż mają oni możliwość zwiększenia akcji kredytowej pozwalającej pozyskać dodatkowe przychody prowizyjne, jak i odsetkowe.

Co z bankami, które do tej pory nie zdecydowały się na nawiązanie współpracy ze spółką, a jednak chciałyby ją rozpocząć? Jaki powinny zrobić pierwszy krok?

Szymon Stryjski: To bardzo proste. Wystarczy skontaktować się z nami, a my udzielimy wszelkich informacji. Opowiemy o szczegółach współpracy i zapewnimy w razie potrzeby odpowiednie szkolenia, tak by pracownicy banku czuli się komfortowo w proponowaniu leasingu klientowi.

Gdybyśmy mieli podsumować korzyści ze współpracy z SGB Leasing Sp. z o.o. w kilku punktach, to jak by one wyglądały:

Katarzyna Karepin: Korzyści to przede wszystkim:
a) komplementarna oferta produktowa, dzięki której jesteśmy w stanie odpowiednio zaadresować potrzeby klienta,
b) dodatkowy bonus dla pracownika banku, który dzięki aktywnej współpracy z SGB Leasing uczestniczy w konkursie leasingowym organizowanym przez spółkę,
c) dodatkowe przychody prowizyjne dla banku wynikające z umowy o współpracę,
d) dodatkowe przychody prowizyjne i odsetkowe dla banku z tytułu udzielonego finansowania spółce,
e) minimalny udział doradcy banku w procesie udzielania leasingu klientowi.

Jaka jest wasza rola w tej Inicjatywie?

Szymon Stryjski: W momencie startu Strategii zostaliśmy wyznaczeni do zaopiekowania się tą Inicjatywą. W praktyce oznacza to, że jesteśmy odpowiedzialni za współpracę na styku bank spółka. Oprócz usprawnienia komunikacji, wdrażamy nowe pomysły na rozwój biznesu, tak by odpowiednio zaadresować potrzeby klientów.

Katarzyna Karepin: Odpowiadamy na wszelkie pytania lub uwagi pracowników banków, mają w nas wsparcie, szukamy rozwiązań na problemy, które pojawiają się po drodze. Jesteśmy motorem napędzającym tę inicjatywę i nie dajemy jej ani chwili na odpoczynek. Stawiamy na partnerską współpracę i cieszy nas to, że widać jej efekty.

Plany na przyszłość?

Katarzyna Karepin: Leasing będzie nadal ważnym elementem Strategii, więc przede wszystkim dalszy jego rozwój w zrzeszeniu SGB. Budowanie świadomości marki i produktu, który powinien być dostępny dla klienta „pod jednym dachem" wraz z innymi usługami. Analiza rynku i dostosowywanie oferty do potrzeb klienta. Wdrożenie rozwiązań dotyczących leasingu w kanałach zdalnych, tak by docelowo umożliwić klientowi zawieranie umów leasingowych bez wychodzenia z domu.

Szymon Stryjski: Kontynuacja i nawiązywanie nowej współpracy z bankami. Usprawnienie procesu sprzedaży leasingu klientom Zrzeszenia. Jeszcze szybsze decyzje o przyznaniu finansowania oraz ograniczenie formalności do niezbędnego minimum. ●

Rozmawiał: Jerzy Sygidus

BS

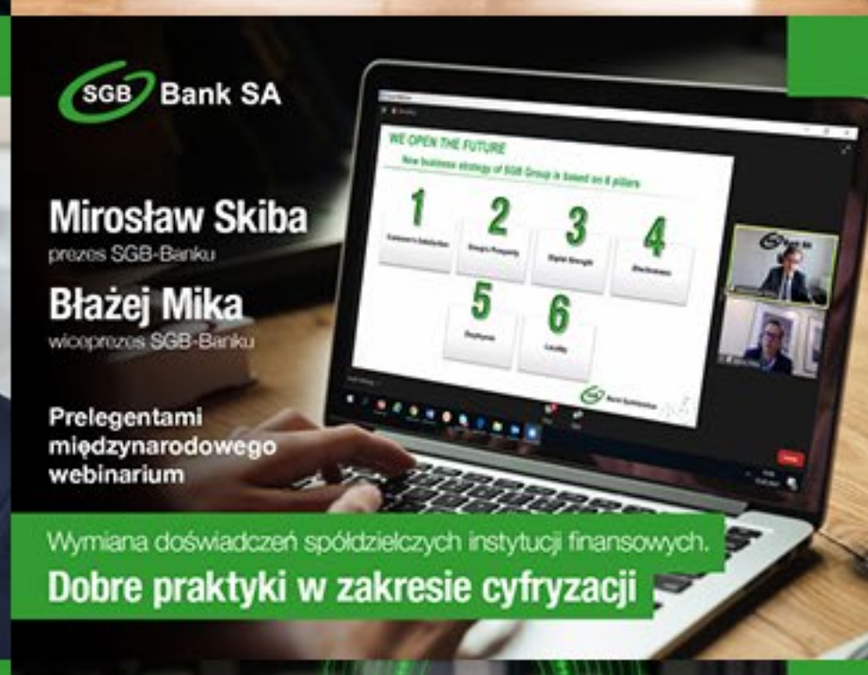
WAŻNE DLA SEKTORA

GRUPA SGB

NA KONFERENCYJNEJ ARENIE BIZNESOWEJ

Piotr Orlik
SGB-Bank SA

2021 to rok, w którym pomimo pandemicznej rzeczywistości Zrzeszenie SGB wzięło aktywny udział w największych konferencjach biznesowych w Polsce. Nasi przedstawiciele debatowali zarówno w formie online, hybrydowej jak i stacjonarnie: od Warszawy, przez Karpacz, Sopot, kończąc na Poznaniu. Głos banków spółdzielczych SGB był słyszalny wśród największych firm ze świata biznesu, bankowości czy nowych technologii. Zapraszamy zatem na krótkie podsumowanie 2021 roku.



Impact CEE 21 – edycja wiosna, 12-13.05.2021 r., Warszawa

Impact CEE 21 to przewodnik po realiach, w których jedyną pewną rzeczą jest nieustanna zmiana. Uczestnicy spotykają się po to, by stawić czoła wyzwaniom rzeczywistości, wypracować nowe sojusze oraz redefiniować stare pojęcia.

Podczas pierwszej odsłony Impact CEE w 2021 roku organizatorzy skorzystali ze sprawdzonej formuły wydarzenia hybrydowego – część speakerów pojawiło się na żywo w warszawskim The Warsaw Hub, pozostali wdzwaniali się na wydarzenie zdalnie lub nagrali swoje wystąpienia przed tym eventem. W maju na warszawskiej scenie głównej prym wiodły: transformacja energetyczna, zielona ekonomia, Krajowy Plan Odbudowy, rozwój lokalnego e-commerce oraz perspektywy sektora bankowego i ekspansja cyfrowej bankowości. Nie zabrakło tematów związanych z transformacją systemu ochrony zdrowia, rozwojem rynku kryptowalut oraz cyberbezpieczeństwem.

Transmisję na żywo śledziło ponad 1 mln 300 tys. unikalnych użytkowników.

Mirosław Skiba, prezes Zarządu SGB-Banku SA wraz z przedstawicielami Mastercard Europe, Santander Bank Polska i Banku Millenium, wziął udział w debacie: „Pięć czynników, które gwarantują sukces w bankowości cyfrowej.” Uczestnicy rozmawiali o wyzwaniach stojących przed bankowością w zdigitalizowanym świecie finansów. Dyskusja odbyła się w języku angielskim, a cały jej zapis możecie Państwo znaleźć pod linkiem:

Impact'21 edycja wiosna_Five success factors to build digital-banking business. Case study – YouTube

Europejski Kongres Finansowy online, 14.06.2021 r., Warszawa

Europejski Kongres Finansowy to kongres ludzi otwartych na świat i na zmianę.

Hasło przewodnie Europejskiego Kongresu Finansowego w 2021 roku to „Finanse w odmienionej rzeczywistości”. Znalazło ono odzwierciedlenie w głównych obszarach tematycznych, wokół których zbudowany został program tegorocznego EKF.

Wydarzenia ostatnich miesięcy postawiły wiele kwestii pod znakiem zapytania, ale jedno jest pewne – ci, którzy umiejętnie dostosują się do nowych okoliczności i skorzystają z możliwości, które dają nowe technologie, zwiększą swoje szanse na wyjście z kryzysu obronną ręką i otworzą sobie drogę do rozwoju w nowej post-epidemicznej rzeczywistości. Prezes Skiba wziął udział w debacie „Przyspieszająca transformacja technologiczna w finansach”, w której uczestniczyli również prezesi największych banków i instytucji w Polsce m.in.: mBank, ING oraz Polski Standard Płatności i Krajowa Izba Rozliczeniowa.

– *Na naszych oczach upadł właśnie mit, że z bankami spółdzielczymi związani są jacyś odmienni, nietypowi klienci. Tacy, którzy nie potrzebują usług związanych z cyfryzacją. Ostatnie miesiące pokazały, że jest wręcz przeciwnie, że cyfryzacja jest bardzo dobrze przyjmowana, a klienci bankowości spółdzielczej czekają na rozwiązania mobilne, bardzo dobrze je przyjmują i jeszcze chętniej z nich korzystają* – powiedział Mirosław Skiba.

Link do relacji: https://www.youtube.com/watch?v=2bE27AcZ-BGs, 2.42.43 – 3.47.08

O doświadczeniach płynących z cyfrowej rewolucji, którą przeszły banki spółdzielcze SGB mówili bankowcom z całego świata Mirosław Skiba, prezes Zarządu i Błażej Mika, wiceprezes Zarządu SGB-Banku SA.

Ich wystąpień wysłuchali bankowcy reprezentujący sektor spółdzielczy z wielu krajów, uczestnicy konferencji online „Wymiana doświadczeń spółdzielczych instytucji finansowych – dobre praktyki w cyfryzacji”, zorganizowanej przez Międzynarodowe Stowarzyszenie Bankowości Spółdzielczej (ICBA) przy współudziale Krajowej Rady Spółdzielczej. Wśród prelegentów znaleźli się przedstawiciele banków spółdzielczych z Polski, USA, Korei Płd. i Indii.

Mirosław Skiba i Błażej Mika przedstawili podstawowe założenia strategii „Otwieramy przyszłość” oraz ścieżkę cyfrowych przeobrażeń, które przeszła Spółdzielcza Grupa Bankowa. Mówili też o zaletach aplikacji SGB Mobile. Oraz o platformie SGB, która zintegruje nasz rozwój.

– *Naszym głównym celem było otwarcie nowych możliwości technologicznych zarówno we współpracy z bankami spółdzielczymi, klientami, jak i dostawcami najnowocześniejszego oprogramowania* – mówił dziś Mirosław Skiba. Z kolei Błażej Mika podkreślił znaczenie BS API, cyfrowej platformy SGB w budowaniu innowacyjnych rozwiązań zgodnych z oczekiwaniami klientów i zasadą win-win dla każdej ze stron relacji: klient-bank-dostawca.

Konferencja online odbyła się w lipcu br.

Kolejnym przystankiem na ogólnopolskiej mapie kongresowej był Karpacz, a w nim

XXX Forum Ekonomiczne w Karpaczu, 7-9.09.2021 r

XXX Forum Ekonomiczne to największa w Europie Środkowo-Wschodniej platforma międzynarodowego dialogu, w czasie której dyskutuje się m.in. o bezpieczeństwie i perspektywach rozwoju gospodarczego. SGB-Bank SA był partnerem tego wydarzenia.

– *Dzięki transformacji ogromną szansę otrzymało wiele małych banków z polskim kapitałem. Mają pomysł na siebie i doświadczenia w bezpośrednich relacjach z klientami. Ich poziom technologiczny, systemowe rozwiązania i nowoczesne podejście do rynku zaskakuje najlepszych znawców naszej branży* – powiedział Mirosław Skiba podczas debaty „Cyfryzacja sektora

FOT. R. SZEWCZYK

Karpacz na kilka dni stał się ekonomicznym centrum Polski

finansowego – w jaki sposób zmieniają się instytucje finansowe?”. W panelu, oprócz SGB-Banku SA wzięli udział zarządzający z KPMG, Microsoft, Allior Bank, mBank i UKNF.

Do wypowiedzi Mirosława Skiby nawiązał Jacek Jastrzębski, Zdaniem szefa KNF, w transformacjach cyfrowych bardzo dużą rolę do odegrania mają banki zrzeszające. Dobrym rozwiązaniem byłoby, żeby banki pozostały lokalne, oparte na bliskich relacjach, a technologię i standardy zapewniałyby banki zrzeszające.

Prezes M. Skiba podkreślił też, że banki spółdzielcze potrzebują silnych partnerów, a także wiary, że lokalny bank spółdzielczy, wsparty przez całą Grupę SGB może być atrakcyjnym sojusznikiem przy wielu przedsięwzięciach gospodarczych średniej i dużej skali: Pojedynczo nie jesteśmy tak mocni jak bankowość komercyjna, ale działając razem, w Grupie, mamy duży potencjał.

Link do rozmowy Mirosława Skiby z telewizją wPolsce.pl podczas XXX Forum Ekonomicznego: JAK CYFRYZUJE SIĘ SPÓŁDZIELCZE BANKI? Gość: Mirosław Skiba – YouTube

Europejski Kongres Finansowy, 13-15.09.2021 r., Sopot

Z Forum Ekonomicznego w Karpaczu przedstawiciele SGB-Banku SA dotarli na przeciwległy koniec Polski – do Sopotu, gdzie odbywała się stacjonarna edycja Europejskiego Kongresu Finansowego. Dyskutowano m.in. o tym, że nowa rzeczywistość związana z pandemią rozbudziła oczekiwania konsumentów, przedsiębiorców oraz regulatora, dotyczące realizacji płatności.

Pandemia Covid19 pokazała, że gotowość do w pełni zdalnych procesów (sprzedaż, marketing, obsługa produktów) ma kluczowe znaczenie dla przyszłości banków. W ramach debaty: „Wdrożenie w pełni cyfrowego banku w zgodności ze strategią ESG” uczestnicy starali się odpowiedzieć na szereg wyzwań związanych z wdrożeniem cyfrowego banku. Omawiano, jakie narzędzia back office są niezbędne do jego implementacji.

Przed pandemią w ramach naszego zrzeszenia wprowadziliśmy wszystkie portfele cyfrowe, szereg projektów

SGB Bank SA

Artur Józefowski
dyrektor Biura Bankowości Mobilnej i Internetowej w SGB-Banku SA

Uczestnikiem panelu:
Wdrożenie w pełni cyfrowego banku w zgodności ze strategią ESG

systemowych, (…). BS API umożliwiło zastosowanie wspólnych jednolitych rozwiązań dla ponad 180 banków spółdzielczych, które posiadały różne systemy, bankowości internetowe itp., Wspólne projekty prowadzone z KIR – Moje ID, Profil zaufany, co za tym idzie wiele certyfikacji, a nie jedna – to świadczy o tym jak bardzo banki spółdzielcze SGB rozwinęły się pod kątem cyfryzacji. – mówił Artur Józefowski, dyrektor Biura Bankowości Mobilnej i Internetowej podczas debaty: „Wdrożenia w pełni cyfrowego banku w zgodności ze strategią ESG"
Link do debaty: https://www.efcongress.com/wideo/#youtube-45

IMPACT CEE'21 jesień 27-28.10, Poznań

Impact CEE od 2016 r. jest jednym z największych i najważniejszych wydarzeń gospodarczo-technologicznych w Europie Środkowo-Wschodniej. To miejsce wymiany poglądów oraz merytorycznych dyskusji toczonych na styku biznesu, polityki, nauki i nowoczesnych technologii.

Tym, co wyróżnia konferencję Impact jest udział wielu zagranicznych gości – strategiczni partnerzy korporacyjni to największe firmy, o globalnym zasięgu, jak m.in. Mastercard, Google, Microsoft, IBM, Allegro, AstraZeneca, Roche, Pfizer, Volkswagen, Deutsche Telcom, Uber, czy Orange. Wśród nich nie zabrakło również SGB-Banku SA, który był partnerem wydarzenia. Stacjonarna edycja spotkania odbywała się w Poznań Congress Center na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich. Transmisje wszystkich wystąpień i paneli dyskusyjnych udostępniono na największych i najważniejszych serwisach gospodarczych w Polsce. Dyskutowano o mobilności, zielonej ekonomii, cyfrowej przyszłości, zdrowiu czy wzmacnianiu pozycji kobiet w życiu publicznym.

> – Na naszych oczach upadł właśnie mit, że z bankami spółdzielczymi związani są jacyś odmienni, nietypowi klienci. Tacy, którzy nie potrzebują usług związanych z cyfryzacją. Ostatnie miesiące pokazały, że jest wręcz przeciwnie, że cyfryzacja jest bardzo dobrze przyjmowana, a klienci bankowości spółdzielczej czekają na rozwiązania mobilne, bardzo dobrze je przyjmują i jeszcze chętniej z nich korzystają – powiedział Mirosław Skiba.

Niewątpliwą zaletą banków spółdzielczych jest właśnie wykorzystanie relacji ze swoimi klientami. To dzięki nim potrafią przyjrzeć się dokładnie potrzebom zarówno mniejszych, jak i większych firm. Mam na myśli również finansowanie inwestycji, powodujących wzrost innowacyjności. – powiedział m.in. Mirosław Skiba podczas debaty „Efektywne finansowanie przedsiębiorstw drogą do budowy innowacyjnej gospodarki i konkurencyjnego sektora finansowego." W debacie obok SGB-Banku brali udział przedstawiciele EY i Bank Pekao SA.
Link do debaty: Impact finance'21_Efektywne finansowanie przedsiębiorstw drogą do budowy innowacyjnej gospodarki – YouTube

Rok 2021 pokazał, że banki spółdzielcze SGB mają swój głos w ogólnopolskiej debacie dotyczącej sektora bankowego. Ich lokalna specyfika, a co za tym idzie, bliskość klienta i wyczucie lokalnych potrzeb w połączeniu z rozwojem cyfrowym oraz dostarczaniem nowoczesnych narzędzi, stawia je w szeregu z największymi graczami na rynku, często rynku globalnym. Udział w najważniejszych wydarzeniach biznesowych w kraju jest potwierdzeniem, że przyjęta strategia „Otwieramy Przyszłość" jest legitymizacją ważnej roli i kluczowego miejsca w polskim ekosystemie finansowym.

Sopot

Radosnych Świąt i Szczęśliwego Nowego Roku!

Z okazji Świąt Bożego Narodzenia oraz zbliżającego się Nowego Roku
życzymy zdrowia, spokoju oraz wszelkiej pomyślności
w życiu osobistym i sukcesów w pracy zawodowej.

Zarząd i Pracownicy SALTUS Ubezpieczenia

SALTUS UBEZPIECZENIA

Nowy kurs e-learningowy

Dla kogo: dla pracowników banków spółdzielczych zajmujących się sprzedażą i obsługą klienta.

Cel: przybliżenie uczestnikowi postawy skoncentrowania na kliencie i jego potrzebach oraz zaangażowania w budowanie relacji.

Czas trwania: ok. 4 godz.

Dostępny w ofercie i na platformie BODiE od 3 stycznia 2022

Szczegóły na: bodie.pl/szkolenia/szkolenia-cyfrowe/kursy-e-learningowe

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

BODiE Grupa SGB

ZAMKNIĘTY ŚWIAT LINKEDIN

JAK UŻYWAĆ LINKEDIN?

CZ. 2

Jacek Prześluga

Jakie formaty: publikacja tekstowa, wideo czy infografika? Krótkie czy długie teksty? Do czego służą te całe hasztagi? Czy są potrzebne? Oto druga część poradnika poświęconego LinkedIn.

Jak używać…? Odpowiedź na tytułowe pytanie jest prosta i krótka, i musi być skojarzona z charakterem serwisu: ponieważ LinkedIn to medium dla profesjonalistów, należy używać go profesjonalnie. Dziękuję za uwagę, do widzenia… ;-)

Serwis i jego specyfika

W poprzednim wydaniu „Banku Spółdzielczego" pisałem, że LinkedIn konsekwentnie utrzymuje własny, profesjonalny styl i trzeba przyznać, że dostosowują się do niego sami użytkownicy. Dla marek, które muszą się komunikować w przestrzeniach B2B jest idealną platformą komunikacji. Dla firm, które poszukują personelu – również. Nigdzie indziej nie znajdą tylu dobrze skonstruowanych CV i nigdzie indziej ich weryfikacja nie będzie tak prosta.

Bezdyskusyjnie, to idealny serwis dla kadry kierowniczej, pozwalający menedżerom podglądać siebie nawzajem, podpatrywać krajowe i zagraniczne wzorce, wymieniać poglądy w bardzo specjalistycznych sprawach. Pod tym względem nie ma lepszej platformy.

Ale co zrobić, gdy prowadzimy działalność B2C, jeśli naszym rynkiem są klienci rozproszeni w różnych branżach, na różnych stanowiskach w hierarchiach zawodowych? Co zrobić, gdy ofertę adresujemy jednocześnie do grupy 20+ i 60+, w rozmaitych środowiskach społecznych?

Przykro mi: przy użyciu LinkedIn nie trafimy do nich niemal na pewno. Nie przebijemy się tym kanałem do małolatów, nie zdobędziemy serc gospodyń domowych, fanów rozrywki czy miłośników patostreamingu. Jak w życiu, tak i w marketingu – trzeba budować wielkość swojej marki w oparciu o różnorodne punkty zaczepienia, w różnych formach i mediach…

Treści dla konkretnego czytelnika

Jak dobrze znasz odbiorców komunikacji? Przeglądasz listę nowych członków Twojej sieci? Kim są, co publikują? Czy wiesz, co uznają za wartościowe, co ich angażuje? Dobre poznanie własnej grupy docelowej pozwala trafniej dobrać zarówno treść, jak i formę publikacji. W serwisie dla profesjonalistów trudno spodziewać się śmiesznych zdjęć kotków i filmów z pieskami, tu nie wypada pisać, że nareszcie piątek-piątunio i prosić o „łapki w górę".

Pisanie na stronie firmowej w serwisie LinkedIn to doskonały sposób utrzymania stałego kontaktu z grupami odbiorców, na których zależy nam najbardziej. Jeśli komunikujemy się ze średnią kadrą zarządzającą – każdą wypowiedź adresujemy właśnie do niej. Jeśli naszymi odbiorcami są pracownicy z działów IT, operujemy ich językiem, a jeśli to HR-owcy – piszemy do nich. Konkretnie do konkretnych ludzi.

Idź na całość!

Strona firmowa na LinkedIn – o czym często zapominamy – to całość, a nie tylko ostatnio dodany post. To oznacza, że powinniśmy zadbać o każdy jej detal. Zdjęcie lub grafika w tle musi korespondować z identyfikacją wizualną firmy, opowiadać jakąś historię, nieść emocje. Tu nie wystarczy nazwa firmy i logotyp… Jeśli dodajesz (a trzeba!) firmowy slogan, zadbaj o to, by trafnie odnosił się do celów komunikacyjnych – żadnych wielopiętrowych zwrotów i żadnego pustosłowia! Tu wszystko musi być w punkt.

To samo dotyczy sekcji „O NAS", czyli informacji ogólnych. To jedno z najważniejszych miejsc w serwisie, często odwiedzane przez poszukujących wiedzy o firmie – tymczasem firmy właśnie tę kluczową dla siebie wizytówkę potrafią koszmarnie zaniedbywać, używając zbioru wyświechtanych formułek („dla nas najważniejszy jest człowiek"), zapewnień („dbamy o ekologię") i ekstatycznych odkryć („firma to my"). LinkedIn pozwala przeznaczyć całą sekcję na promocję autorskiego contentu – trzeba wykorzystać tę opcję, wstawiając do opisu własnej aktywności linki i prezentacje, dodając przyciski, lokalizacje i hasztagi.

Jak pisać na LinkedIn?

Odpowiedź brzmi: tak, by wzbudzić zainteresowanie odbiorcy. Angażująco. Ciekawie. Czystą polszczyzną. Pod tym względem LinkedIn przypomina tygodnik opinii – wypieszczone leady, trafne zdjęcia, perfekcyjnie dobrane zdania, różnorodne formy zapisu. Kiedy piszesz informację o wydarzeniu – używaj języka depeszowców (co, kto, gdzie, kiedy, jak i dlaczego). Kiedy dodajesz artykuł, ulokuj w nim kluczowe słowa, wrzuć śródtytuły, zadbaj o odpowiednia długość akapitów. A gdy wrzucasz na stronę zgrabny felieton – pisz ciętym językiem felietonisty, a nie zgrzebną, urzędową nowomową.

Każda wypowiedź musi mieć cechy dobrego produktu marketingowego – wtedy przyciąga uwagę. Kiedy chcesz opublikować tekst o planowanych podwyżkach płac, zacznij wprost – podnosimy płace! Masz ułamki sekund, by przykuć uwagę czytelnika przeglądającego serwis. Nie możesz chować najważniejszej informacji w 10-15 zdaniu swojego tekstu!

Dlaczego to jest takie ważne? Gdy skrolujemy LinkedIn w smartfonie, widzimy wyłącznie nagłówek wiadomości (lead), a poniżej zaproszenie „Zobacz więcej". Dysponujesz dwoma, góra trzema wersami, by zaistnieć. Wykorzystaj je! Zmuś czytelnika do kliknięcia w button „Zobacz więcej", a wygrasz Internety!

Krótko czy długo?

Oto słynny, najbardziej jałowy spór w mediach społecznościowych: pisać krótkie teksty czy długie? Co kochają algorytmy, długie czy krótkie? Znam takich, którzy wierzą, że tylko krótkie – im krócej, tym lepiej. Polecam im zabawę: piszcie na LinkedIn wyłącznie jedno słowo dziennie (krócej się nie da) i sprawdźcie zasięgi, responsywność… A potem podsumujcie, czego dowiedział się o waszej marce odbiorca. Jak krótko, to krótko, prawda?

Nie ma jednej recepty w kwestii „długo czy krótko". Trzeba pisać teksty optymalnej długości. Głupio wypadnie cytowany przez firmowy profil prezes, gdy powie tylko: Jest dobrze!, ale dużo mądrzej, gdy znajdzie do tych słów właściwe uzasadnienie. Jeśli podsumowujemy nieistotne wydarzenie, piszmy treściwie tylko o tym, co świadczy o jego wartości i znaczeniu – a nie zaczynajmy od przypomnienia całej historii naszej firmy.

Ale gdy prezentujemy istotny z perspektywy marki problem, nie ograniczajmy sobie liczby znaków – liczy się treść, jakość tej treści, a nie statystyki wyrazów!

Dłuższe teksty mocniej angażują użytkowników serwisu, zwłaszcza wtedy, gdy czytelnicy wiedzą, kto je pisze. Artykuł szefa o najnowszej strategii? Jak najbardziej – ale nie na sto znaków! Specjalistyczny materiał o rewelacyjnej, nowatorskiej funkcji w aplikacji, podpisany przez lidera IT? Oczywiście: pełna, wyczerpująca wypowiedź! Podsumowanie nowych trendów w HR, ESG, marketingu w wykonaniu własnych specjalistów? Tak! Ale dajmy tym ludziom przestrzeń na wygłoszenie jakiegoś poglądu, a nie kasujmy jej z powodu ortodoksyjnych i błędnych koncepcji zarządzania treścią.

Ma być optymalnie. Ani więcej, ani mniej niż trzeba. Niektóre teksty mają nośność już po pierwszej frazie, inne zyskują dopiero po zakończeniu czytania całości. Dlatego… piszmy teksty o różnej długości, krótsze i dłuższe.

Różnorodność mile widziana

Czytelnik LinkedIn poszukuje, wartościowych informacji. Chce porównać stan swoich kwalifikacji z innymi, szuka dostępu do atrakcyjnych zasobów wiedzy, wypatruje nowinek. Zamiast pisać setny raz o spotkaniu HR-owców w Twojej firmie, znajdź inny atrakcyjny temat. Dziś o nowym produkcie, jutro o wartościach firmy, pokaż pierwszego specjalistę, drugiego, piątego, zaprezentuj autorskie analizy, wyróżnij się trafną oceną perspektyw rynku… W tabeli podaję przykłady takich postów.

Warto używać różnorodnych form publikacji, by sprawdzać, która z nich najlepiej performuje i jaki buduje zasięg oraz zaangażowanie. Mam na myśli raporty, dane (w postaci infografiki i opisów), artykuły, wideo, fotografie, ankiety, analizy, statystyki, dokumenty, prezentacje, prognozy i wyniki badań. Oczywiście, nie wolno zaniedbywać wydarzeń ważnych dla społeczności, która zgromadziła się wokół marki – ważnych rocznic, akcji z obszaru CSR i ESG, patronatów, kluczowych konferencji, wewnętrznych konkursów, zawodów sportowych, wyzwań itp. To buduje siłę zaangażowania.

Nie zapominaj też, że LinkedIn ceni autorskie wypowiedzi. W imieniu Twojej marki może przecież występować niemal cały personel – każdy specjalista ma coś ciekawego do powiedzenia i każdego można zapytać o ważne detale z jego działki.

Jak często publikować?

Częstotliwość publikacji ma znaczenie, ponieważ nie każdy Twój post dociera do wszystkich członków społeczności. Jeśli publikujesz interesujące posty, rób to tak często, jak możesz – dopóki nie zanudzisz czytelników informacjami :-) Jeśli Twoja marka nie generuje zbyt wielu wydarzeń (wiele firm twierdzi, że „u nas nic się nie dzieje"), twórz wydarzenie z każdego kolejnego postu, który publikujesz. Niech to będzie prawdziwy majstersztyk!

Jak często? Uważam, że nie rzadziej niż 3-4 posty tygodniowo, w przypadku rozwiniętych marek. Zasada jest jednak jasna: piszemy wyłącznie wtedy, kiedy mamy do przekazania informacje naprawdę wartościowe i ciekawe, interesujące naszą społeczność. Znaczenie mają też terminy publikacji postów. Tu jest inaczej niż na Facebooku, gdzie narzędzia analityczne pozwalają dokładnie sprawdzić, o której godzinie fani są w serwisie. W LinkedIn można np. przyjąć, że zachowują się oni tak, jak ludzie, którzy przeglądają poranną prasówkę – większość marek udostępnia więc swoje posty w okolicach godziny 8.00-9.00 rano. Praca online ułatwia przeglądanie LinkedIna: zasiadasz z kawą do komputera i sprawdzasz, co nowego u Twoich znajomych z firmy i okolic…

Te przeklęte hasztagi!

W dużym uproszczeniu: # – hasztag (lubię to spolszczenie!) to temat, który możemy obserwować w serwisie. Kiedy wpisujesz do wyszukiwarki #bank, pojawiają się aktualne publikacje, które opatrzone są takim znakiem. Znam bardzo wiele osób, które właśnie w ten sposób korzystają z LinkedIn – śledzą interesujące je tematy właśnie „po hasztagach".

Chcesz więc czy nie, hasztag w Twoim tekście lub opisie do grafiki znaleźć się powinien. Jeden lub kilka, w zależności od tego, jak precyzyjnie chcesz opisać swoje dzieło. Ale uwaga! W treści materiału NIE ODMIENIAMY hasztagów! Piszemy: #aplikacja, której używam… a nie: używam #aplikacji… Nikt nie śledzi tematu: #bankach, #bankowi czy #bankami – śledzimy #bank lub #banki.

To samo dotyczy nazwisk, nazw własnych, skrótowców. Nie piszcie zatem: czytam właśnie #Prześlugę, ponieważ ten hasztag kompletnie nie ma sensu. Sens ma albo hasztag #Prześluga, albo znacznik @Prześluga. Piszę o tym, ponieważ w bardzo wielu tekstach widzę hasztagi konstruowane w tak absurdalny sposób, że aż zgrzyta mi w oczach. Hasztag ma formę mianownika, ever!

Jak używać hasztagów: w tekście publikacji, czy pod tekstem? Większego znaczenia to nie ma, algorytm wyłapuje # w każdej postaci, ale moim zdaniem dużo trudniej czyta się teksty upstrzone hasztagami niż takie, w których oznaczenie tematu publikowane jest na samym końcu. Zobaczcie sami:

Każdy #post publikowany przez nasz #bank wygląda pięknie, gdy ma #format #wideo lub #infografika, ale trudniej się go #czyta…

Jak wypromować własny profil?

LinkedIn szybko podpowie: przy użyciu płatnej promocji… Ale to nie jest jedyna droga. Możesz uczynić swój profil bohaterem wielu doniesień w newsletterze, intranecie, prasie firmowej. Uzupełnij wszystkie elementy strony i uczyń ją atrakcyjną graficznie. Warto zoptymalizować treści pod kątem SEO, w tym – dobrać odpowiednie słowa kluczowe w publikacjach i opisie. Warto utrzymać cykliczność i terminowość publikacji, odpowiadać na wszystkie komentarze, angażować się w dyskusje na innych profilach branżowych.

Koniecznie: przejrzyj listę używanych hasztagów i wzbogać ją o najbardziej precyzyjne i popularne, wspominaj z użyciem (@) wpływowe osoby z firmy i spoza jej kręgu, zachęć pracowników do oznaczania w swoich postach strony firmowej, pisz ciekawie i wciągająco, dbaj o styl i język.

I nie pękaj, dasz radę! LinkedIn to przyjemna bestia. Dla profesjonalistów. ●

Przykłady postów na firmowym profilu

- Rozpoczęcie/kontynuacja/zakończenie ważnego wdrożenia
- Ogłoszenie nowego produktu/usługi
- Najnowszy raport z wynikami finansowymi
- Osiągnięcie strategicznych celów
- Ocena wybranego segmentu rynkowego w wydaniu naszego specjalisty
- Publikacja artykułu przez pracownika
- Ważne zmiany kadrowe – pożegnanie/powitanie nowego menedżera
- Ważne wydarzenia z życia lokalnej społeczności z udziałem firmy
- Grafiki ze statystykami istotnymi dla całej branży
- Ankieta w sprawach ważnych dla rynku i firmy
- Cykl filmów o życiu firmy, powstawaniu produktu, zmianach wewnętrznych
- Informacja o udziale w akcji społecznej
- Jubileusze, ważne rocznicowe wydarzenia
- Publikacja nowego wydawnictwa firmowego
- Udział w najważniejszej konferencji branżowej/środowiskowej
- Cykl krótkich filmów o firmie, produkcie lub usłudze

MSP

POMOC PUBLICZNA POZYTYWNIE WPŁYNĘŁA NA ZDOLNOŚĆ SPŁATY ZOBOWIĄZAŃ

JANUSZ ORŁOWSKI

W polskiej gospodarce mikroprzedsiębiorstwa stanowią najliczniejszą grupę firm. Badania przeprowadzone na zlecenie Fundacji Warszawski Instytut Bankowości pokazały, że 80% z nich otrzymało większą lub mniejszą pomoc publiczną w trakcie pandemii. Realizowane w tym czasie programy pomocy miały zróżnicowaną formę, oddziałując głównie na płynność finansową oraz stabilność zatrudnienia.

Wśród form pomocy można wymienić pożyczki o charakterze bezzwrotnym, częściowo zwrotnym albo zwrotnym. Oferowano także pomoc łagodzącą warunki wcześniej zaciągniętych oraz nowo zaciąganych kredytów i pożyczek, które finansowane były ze środków krajowych i pochodzących z Unii Europejskiej. W praktyce większość mikroprzedsiębiorstw korzystała przede wszystkim z bezzwrotnych pożyczek albo dotacji z Funduszu Pracy, zwolnień lub odroczenia płatności składek i podatków, subwencji finansowych Polskiego Funduszu Rozwoju, gwarancji kredytowych oraz dofinansowania wynagrodzeń wraz z należnymi składkami na ubezpieczenia społeczne. Zgodnie z wytycznymi Komisji Europejskiej, ważnym kryterium przyznawania pomocy był spadek przychodów. W pandemii zjawisko to wystąpiło u 65% badanych mikroprzedsiębiorców, ale pogorszenie płynności odnotowano tylko w przypadku 40% badanych firm, przy czym tylko 1/4 z nich (25%) określiła je jako znaczne. Natomiast redukcja zatrudnienia w badanym okresie pandemii dotyczyła 20% mikroprzedsiębiorstw.

Autorzy badania zwracają uwagę, że w dostępie do kluczowych form pomocy pominięte zostało kryterium wyniku finansowego, w efekcie czego wsparcie trafiło także do mikroprzedsiębiorstw, które w 2019 roku poniosły stratę, co oznacza, że nie radziły sobie w sprzyjających warunkach makroekonomicznych. Nie można więc jednoznacznie stwierdzić, że ich trudna sytuacja finansowa w 2020 roku była skutkiem pandemii. Firmy ze stratą stanowiły blisko 10% beneficjentów pomocy publicznej.

W warunkach ograniczonej pomocy publicznej dla części mikroprzedsiębiorstw kluczowy był dostęp do finansowania dłużnego na warunkach rynkowych. W odniesieniu do całej populacji, jedynie 1/4 firm pozyskała takie finansowanie w wysokości zaspokajającej potrzeby płynnościowe w co najmniej znacznym stopniu.

Badanie pokazało, że zasilanie mikroprzedsiębiorstw publicznymi środkami finansowymi niezależnie od ich płynności w pandemii następowało przede wszystkim poprzez bezzwrotne pożyczki albo dotacje z Funduszu Pracy, ale także subwencje Polskiego Funduszu Rozwoju. Z kolei pomoc w formie świadczenia postojowego trafiła głównie do mikroprzedsiębiorstw ze spadkiem płynności, chociaż jej wartość okazała się niewystarczająca, aby ich sytuacja uległa istotnej poprawie. Inaczej było z dofinansowaniem wynagrodzeń wraz ze składkami przekazywanymi do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, ponieważ otrzymały go głównie firmy z pogorszoną płynnością i potwierdziły jego pozytywne efekty.

Warto zauważyć, że odsetek mikroprzedsiębiorstw zadowolonych z efektów wsparcia rządowego zwiększał się wraz z liczbą zatrudnionych oraz przychodami. Uwagę zwraca natomiast widoczne geograficzne zróżnicowanie opinii, z największym odsetkiem pozytywnych wskazań na południu Polski i negatywnych w północnej części kraju.

Ponad połowa beneficjentów dofinansowania wynagrodzeń wraz ze składką na ubezpieczenie społeczne pozytywnie oceniła jego wpływ na stabilizację zatrudnienia. Podobny był odsetek takich wskazań wśród beneficjentów subwencji finansowej z Polskiego Funduszu Rozwoju. Tutaj jednak trzeba zaznaczyć, że badanie przeprowadzono jeszcze przed okresem rozliczenia pierwszych subwencji.

Mikroprzedsiębiorcy docenili zaangażowanie banków

w dystrybucję środków publicznych w ramach wybranych programów pomocowych, a w szczególności gwarancji kredytowych i pożyczek zwrotnych z oferty Banku Gospodarstwa Krajowego.

Pomoc publiczna okazała się pozytywnie wpływać na zdolność mikroprzedsiębiorstw do spłaty zobowiązań zaciągniętych na rynku finansowym. W przypadku rat kredytów bankowych takie opinie pochodziły głównie od beneficjentów bezzwrotnych pożyczek lub dotacji i subwencji finansowych z polskiego Funduszu Rozwoju, a także dofinansowania wynagrodzeń wraz ze składkami ZUS. Z kolei spłacalność rat leasingowych była powiązana z faktem otrzymania subwencji finansowej oraz zwolnieniem albo odroczeniem płatności podatków i składek.

> Tradycyjne przewagi konkurencyjne banków spółdzielczych – dobra znajomość klientów i dobrze rozwinięta sieć lokalnych placówek w okresie pandemii okazała się niewystarczająca dla pozyskiwania nowych klientów, a tradycyjny model biznesowy o niskim ryzyku zaowocował ograniczonymi możliwościami poprawy rentowności, koniecznej chociażby do wdrożenia nowych rozwiązań technologicznych.

Około 30% badanych odczuło w pandemii zmniejszoną dostępność kredytów bankowych, a 15% leasingu i factoringu. W przypadku dwóch ostatnich produktów finansowych otrzymanie pomocy publicznej było traktowane przez instytucje finansowe, jako czynnik ryzyka kredytowego.

W ocenie autorów badania, prawie 30% firm ze spadkiem płynności zaciągnęło w pandemii kredyty bankowe dla przedsiębiorców, a 17% kredyty konsumpcyjne. Co więcej, blisko 70% z nich uznało kredyty bankowe za ważne źródło płynności. Wyniki badania nie potwierdziły więc, aby sektor bankowy wykluczył firmy ze spadkiem płynności z rynku kredytów.

Mikroprzedsiębiorstwa rzadko rezygnowały z zawierania nowych umów kredytowych, leasingowych, czy factoringowych z powodu ich niekorzystnych warunków. W przypadku kredytów bankowych fakt ten należało wiązać przede wszystkim z pogorszoną płynnością wnioskujących. Pozaustawowe moratoria kredytowe pozwoliły 13% badanych firm zawiesić spłaty kredytów bankowych. Warto dodać, że z tej formy pomocy skorzystali głównie przedsiębiorcy, których płynność uległa pogorszeniu w okresie pandemii.

Pandemia i związany z nią kryzys ekonomiczny dotknęły przede wszystkim sferę gospodarczą, ale pośrednio odbiły się też na sektorze bankowym, uważają autorzy kolejnego raportu dotyczącego wpływu pandemii na banki spółdzielcze w Polsce, przygotowanego także na zlecenie Fundacji Warszawski Instytut Bankowości.

W ich ocenie trendy makroekonomiczne, niepewność co do przyszłego tempa wzrostu gospodarczego, otoczenie niskich stóp procentowych, brak zapotrzebowania na kredyty gospodarcze i ograniczenie konsumpcji przez klientów bardzo silnie dotknęło wszystkie banki, ale szczególnie negatywnie odbiło się na wynikach i perspektywach bankowości spółdzielczej. Niepokoi szczególnie spadek udziałów rynkowych oraz liczby obsługiwanych klientów.

Tradycyjne przewagi konkurencyjne banków spółdzielczych – dobra znajomość klientów i dobrze rozwinięta sieć lokalnych placówek w okresie pandemii okazała się niewystarczająca dla pozyskiwania nowych klientów, a tradycyjny model biznesowy o niskim ryzyku zaowocował ograniczonymi możliwościami poprawy rentowności, koniecznej chociażby do wdrożenia nowych rozwiązań technologicznych.

Kryzys ekonomiczny wywołany pandemią skutkował spadkiem zapotrzebowania na kredyty, pogorszeniem ich jakości i wzrostem rezerw. Dodatkowo w Polsce nastąpił efekt wypychania kredytów przez subwencje finansowe z tzw. tarcz antykryzysowych. Zdaniem autorów opracowania, dla bezpiecznego wzrostu portfela kredytowego należałoby postulować uruchomienie, podobnie jak w krajach zachodnich, gwarancji kredytowych, szczególnie tych udzielanych dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw.

W badaniach ankietowych duża część banków oczekuje, że narastający problem kredytów nieregularnych rozwiąże częściowo państwo, na przykład przez powołanie specjalnej publicznej agencji. Agencje tego typu były wykorzystywane w innych krajach dla rozwiązania problemu, ale tam dotyczyły one głównie kredytów zabezpieczonych na nieruchomościach, w przypadku których łatwiej jest uruchomić rynek wtórny. Dla kredytów gospodarczych skuteczne jest raczej wsparcie rządowe. Dla polskich banków, zwłaszcza spółdzielczych, największym zagrożeniem w obliczu pandemii są właśnie kredyty gospodarcze.

Niskie stopy procentowe generują problemy dla rentowności, zwłaszcza dla banków spółdzielczych, w których wynik odsetkowy stanowił 80% przychodów w 2019 roku. Brak adekwatnych możliwości inwestycyjnych w sytuacji nadpłynności i niskiego zapotrzebowania na kredyty zmusza banki do dywersyfikacji źródeł przychodów. W badaniu ankietowym banki wskazują głównie na chęć dywersyfikacji poprzez inwestowanie w papiery skarbowe.

W ocenie autorów badania jest to kierunek o potencjalnym ryzyku i dlatego słusznie systemy ochrony IPS tworzą ograniczenia w tym zakresie. Badania wskazują ponadto, że dywersyfikacja dobrze sprawdza się w grupie dużych banków spółdzielczych, gdzie prowadzi do poprawy zdolności do generowania zysku. Ale odnotować trzeba fakt, że w grupie małych banków zależność ta nie została potwierdzona. Wyniki przeprowadzonych badań pokazują jednak konieczność zachowania ostrożności przy podejmowaniu decyzji przez małe banki w zakresie angażowania się w pozaodsetkowe instrumenty finansowe.

Raport rekomenduje działania w kierunku ocieplenia i unowocześnienia wizerunku banków spółdzielczych. Istnieje więc konieczność wzmocnienia działań wizerunkowych, a także aktywnych posunięć przeciwdziałających niekorzystnym trendom utraty klientów oraz spadku liczby osób skłonnych rekomendować te banki.

Spadek popularności tradycyjnych kanałów obsługi klientów, wzmocniony przez pandemię, wskazuje na potrzebę podjęcia pilnych działań odpowiadających trendom multikanałowego modelu obsługi klientów. Szybka reakcja na zmieniające się potrzeby klientów banków spółdzielczych wyraża się m.in. we wzroście atrakcyjności technologicznej takich kanałów komunikacji i sprzedaży, co może stanowić ważny czynnik ograniczania strat, a nawet poprawy wyników. Problemem banków małych i średnich jest jednak brak odpowiednich funduszy na zmiany technologiczne. Stąd konieczność intensyfikacji procesów cyfryzacji na poziomie centralnym.

Raport pokazał, że chociaż banki spółdzielcze aktywnie włączyły się w rozprowadzanie środków z tarcz antykryzysowych dla przedsiębiorstw, to w okresie pandemii poniosły stratę wizerunkową w szczególności w obszarze wsparcia społeczności lokalnych oraz przedsiębiorców. W czasie pandemii obniżyła się ocena w zakresie stosunku emocjonalnego do banków spółdzielczych, a także w wymiarze funkcjonalnym wynikającym z oceny satysfakcji z usług.

Raport rekomenduje działania w kierunku ocieplenia i unowocześnienia wizerunku banków spółdzielczych. Istnieje więc konieczność wzmocnienia działań wizerunkowych, a także aktywnych posunięć przeciwdziałających niekorzystnym trendom utraty klientów oraz spadku liczby osób skłonnych rekomendować te banki. Warto też zaplanować właściwą komunikację w związku z prawdopodobnym wzrostem cen usług świadczonych przez banki, co może wywołać pogłębienie problemów wizerunkowych. ●

PRZEDSIĘBIORCY ZWRACAJĄ UWAGĘ NA KONDYCJĘ PSYCHICZNĄ PRACOWNIKÓW

Robert Azembski

Jesienno-zimowa, przygnębiająca aura, sytuacja makroekonomiczna, którą ktoś ocenia źle, natłok negatywnych informacji związanych z koronakryzysem, ciągłe zmiany przepisów, presja czasu, multizadaniowość, osobiste doznane porażki życiowe, wypalenie zawodowe, wprawiają wiele osób w stany emocjonalnego zachwiania. Trudno samemu poradzić sobie z przygnębieniem, z agresją, niepokojem, tym bardziej z przewlekłymi stanami depresyjnymi. Mądry pracodawca przyjdzie w takiej sytuacji z pomocą swoim pracownikom.

Emocje, jakie przeżywamy w pracy, to wciąż temat tabu. Bywają bardzo negatywne, przytłaczające. Pojawiają się czasem bardzo niespodziewanie, nie tylko na spotkaniu biznesowym czy w czasie rozmowy z szefem. Bywa też, że towarzyszą człowiekowi już od samego rana i każdego dnia.

Emocje są też zaraźliwe – zarówno te pozytywne jak i negatywne. Warto więc przyjrzeć się temu problemowi, spoglądając przez chwilę oczami psychologów.

Specjalny zespół pod kierownictwem dr hab. Małgorzaty Gambin z Wydziału Psychologii UW jeszcze pod koniec 2020 roku opublikował raport z czterech fal badania dotyczącego nasilenia i uwarunkowań objawów depresji oraz lęku wśród dorosłych Polaków w trakcie koronakryzysu. Czytamy w nim: „Wiele osób doświadczało (i nadal doświadcza) różnego nasilenia poczucia zagrożenia dla zdrowia i życia własnego i najbliższych. Te czynniki przyczyniać się mogą do nasilenia dystresu psychologicznego, w tym objawów depresji i lęku w całej populacji, co potwierdza wiele wyników badań przeprowadzonych w różnych krajach”.

Emocje, jakie przeżywamy w pracy, to wciąż temat tabu. Bywają bardzo negatywne, przytłaczające. Pojawiają się czasem bardzo niespodziewanie, nie tylko na spotkaniu biznesowym czy w czasie rozmowy z szefem. Bywa też, że towarzyszą człowiekowi już od samego rana i każdego dnia.

Epidemia depresji, wypalenie

Ludzie są zdezorientowani i zaniepokojeni. Jest to naturalne, mają do tego pełne prawo. Nasilają się stany lękowe i depresyjne. Reakcje na długo utrzymujący się lęk nabierają w niektórych przypadkach nawet charakteru zaburzeń stresu pourazowego.

Lekarze diagnozują coraz więcej przypadków depresji. Podczas, gdy jeszcze w 2018 roku na depresję chorował co dziesiąty Polak, to obecnie – według Raportu Rzecznika Praw Obywatelskich "Ochrona zdrowia psychicznego w Polsce” – zaburzenia psychiczne, często tzw. epizody depresyjne, sygnalizuje już co trzeci. Problem jest poważny i narastający – alarmuje Instytut Psychiatrii i Neurologii.

Z kolei z sondażu przeprowadzonego przez UCE RESEARCH i SYNO Poland przeprowadzonego dla platformy ePsycholodzy.pl wśród pracujących Polaków, wynika, że aż 65,3 % odczuwa symptomy tzw. wypalenia zawodowego. Wśród typowych objawów wskazujemy dręczące poczucie fizycznego i psychicznego wyczerpania, a także brak satysfakcji z pracy oraz motywacji do działania. Przy tym osoby pracujące ponad osiem godzin dziennie są najbardziej narażone na wypalenie zawodowe. Ponad 80 proc. Polaków w wieku 18-22 lat ma różne symptomy tej choroby, w tym somatyczne dolegliwości bólowe.

Pracodawcy powinni się tym interesować

Artykuł 207 par. 1 ustawy Kodeks pracy mówi, że pracodawca ponosi odpowiedzialność za stan bezpieczeństwa i higieny pracy w zakładzie pracy. W paragrafie drugim tej ustawy czytamy, że ma „obowiązek chronić zdrowie i życie pracowników przez zapewnienie bezpiecznych i higienicznych warunków pracy, przy odpowiednim wykorzystaniu osiągnięć nauki i techniki”. Do tego przepisu należałoby obecnie zastosować tzw. rozszerzającą wykładnię prawną (*interpretatio extensiva*). ”Bezpieczeństwo i higiena pracy” odnoszą się również do jej wymiaru psychologicznego i psychicznego. Świadomi tego pracodawcy, powinni więc włączać się w budowanie odporności psychicznej pracowników.

Co mogą zrobić? Przede wszystkim mogą dostosować kulturę swojej firmy (banku) tak, by było możliwe udzielenie pomocy pracownikom w trudnych momentach życiowych, m.in. przez wdrożenie specjalnych programów interwencyjnych. Coraz więcej przedsiębiorstw wspiera pracowników w dbaniu o dobre samopoczucie, zdrowie fizyczne i psychiczne. Duże możliwości daje w tym zakresie nowa technologia – specjalne i dobrowolnie instalowane aplikacje umożliwiają zbieranie informacji wyłącznie na temat samopoczucia pracownika. To pozwala odpowiednio wcześniej reagować na zagrożenia natury psychologicznej i psychicznej.

Wczesne sygnały depresji

- wyraźne obniżenie nastroju i zmiany osobowości
- trudności z koncentracją
- wycofanie się z kontaktów z rodziną i przyjaciółmi
- zainteresowanie lub zaabsorbowanie śmiercią
- trudności w pracy
- obniżenie jakości pracy
- utrata apetytu lub objadanie się
- bezsenność lub nadmierna senność
- brak zainteresowania rozrywkami
- brak zainteresowania rzeczami i sprawami, o które dotychczas się troszczyliśmy
- uskarżanie się na fizyczne dolegliwości powiązane z emocjami, bóle głowy, silne uczucie zmęczenia, itp.

Źródło: Celina Fengier, psycholog

Objawy depresji świadczące o wysokim stopniu ryzyka

- myśli samobójcze
- agresywność wobec otoczenia spowodowana własnym stanem emocjonalnym, który jest wywołany przekonaniem o zagrożeniu płynącym z zewnątrz
- objawy psychotyczne – kierowanie się doświadczeniami zmysłowymi, niedostępnymi innym ludziom.

Źródło: Celina Fengier, psycholog

Szkolenia i infolinie

Odpowiednio sprofilowane szkolenia w firmach pomagają radzić sobie z psychicznymi problemami. Jeśli ktoś ma taką możliwość, warto rozważyć wprowadzenie w banku dodatkowych płatnych dni wolnych, oczywiście w razie stwierdzonego przez lekarza psychiatrę zachorowania. To może pomóc przeciwdziałać depresjom i wypaleniu zawodowemu pracowników. Zwłaszcza dla mniejszego banku będzie to znaczący wysiłek finansowy. Per saldo jednak się opłaci, bo znalezienie i wyszkolenie nowego pracownika jest droższe, niż jedno czy dwurazowa pomoc udzielona doświadczonemu już członkowi załogi.

Trzeba docenić działania managerów, którzy wyciągają pomocną dłoń do swoich pracowników. W ramach opieki TU ZDROWIE pracownicy SGB-Banku mogą skorzystać z opieki psychologa i psychiatry – są to cztery wizyty w roku. Dodatkowo mają nielimitowaną możliwość korzystania z konsultacji psychologa, Celiny Fengier (od poniedziałku do piątku w godz. 16.00-22.00 pod nr tel. 609 862 492).

POTĘGA CYFROWEJ TRANSFORMACJI

Michał Jurek
Dyrektor Departamentu
Monitorowania Ryzyka i Restrukturyzacji

Banki spółdzielcze, choć silnie zróżnicowane pod względem aktywów, liczby klientów, placówek oraz terytorialnego zakresu działalności, stanowią trwały i stabilny element polskiego sektora bankowego. Stabilność ich funkcjonowania ma przy tym charakter wielowymiarowy. Wyraża się ona zarówno w odporności na zaburzenia zachodzące na rynku finansowym, jak również w tworzeniu relacji z klientami i pracownikami. Wynika to z konserwatywnego i lokalnego charakteru działania. Dzięki temu można podejmować trafne decyzje kredytowe i ograniczyć oddziaływanie zjawiska asymetrii informacji, co znajduje odzwierciedlenie w niskim wolumenie należności zagrożonych.

Uwarunkowania działalności banków spółdzielczych

podlegają jednak nieustannym przemianom. Niekiedy zmiany oddziałują w sposób zasadniczy na prowadzoną działalność, stanowiąc wyzwanie dla całego sektora. Przykładem takiego wyzwania są problemy wynikające z rekordowo niskich stóp procentowych, związane z redukcją marży odsetkowej i spadkiem wyniku odsetkowego, ale także ograniczenia w rozwoju portfela kredytowego i trudności w pozyskiwaniu nowych klientów.

> Powiada się, dość przewrotnie, że przyszłość bankowości nie leży w bankowości. Oznacza to, że głównym źródłem zarobkowania będą w przyszłości nie podstawowe produkty depozytowo-kredytowe, ale powiązane z nimi usługi dodatkowe. Działalność bankowa będzie przy tym prowadzona w warunkach całkowitej cyfryzacji i automatyzacji procesów wewnętrznych banków oraz procesów obsługi klientów. Czy tak będzie? Czas pokaże.

Mogłoby się wydawać, że dążenie do jednoczesnego sprostania tym wyzwaniom jest wewnętrznie sprzeczne. Pozyskanie nowych klientów i utrzymanie obecnych nie jest możliwe bez uniwersalizacji produktów bankowych i rozwijania nowoczesnych kanałów dystrybucji. To z kolei wymaga rozbudowy infrastruktury informatycznej i poniesienia kosztów z tym związanych. Wymaga też dodatkowych nakładów marketingowych. Czy da się to zrobić w warunkach ciągłego poszukiwania oszczędności, niskich marż, rosnących wskutek inflacji kosztów działania, problemów z odtworzeniem obliga kredytowego w sytuacji korzystania przez rolników oraz przedsiębiorców z programów tzw. Tarczy antykryzysowej, osłabiającej ich zapotrzebowanie na kredyt?

Inteligentne wykorzystanie nowoczesnych technologii wraz z cyfryzacją usług bankowych daje pozytywną odpowiedź na powyższe pytanie, dając zarazem bankom spółdzielczym narzędzie w walce o klienta z bankami komercyjnymi. I tak, można zbudować bazę klientowską wykorzystując szybko rozwijający się i zyskujący na popularności kanał komunikacji mobilnej, z którym związana jest obecnie większość innowacji w bankowości. Banki komercyjne już dziś działają zgodnie z zasadą, że cała obsługa klientów powinna być prowadzona w kanale mobilnym, a reszta kanałów powinna pełnić funkcję komplementarną, umożliwiając dalszy cross-selling. Kanał mobilny nie może więc zawierać tylko podstawowych funkcji, ale jest też – a może przede wszystkim – efektywnym narzędziem sprzedażowym, ułatwiającym pozyskiwanie i przetwarzanie danych od klientów, monetyzującym te informacje, skracającym zarazem dystans klienta do banku i dającym dostęp do większości produktów i usług niemal na wyciągnięcie ręki.

Właśnie w ten sposób najłatwiej i najszybciej

można dotrzeć dziś zarówno do klienta detalicznego, jak i do przedsiębiorstw. Służą temu szybko rozwijające się obecnie bankowe aplikacje mobilne, a także coraz powszechniejszy mechanizm otwierania rachunku bankowego i potwierdzanie tożsamości przez selfie. W przygotowaniu są kolejne innowacje zmieniające oblicze współczesnego bankowania, takie jak wykorzystanie sztucznej inteligencji i botów w komunikacji z klientem, czy sprzedaż kart płatniczych w sposób podobny do sprzedaży przedpłaconych starterów operatorów sieci komórkowych, albo też wdrożony niedawno na polskim rynku pomysł subskrypcji usług bankowych.

Choć wizja banku istniejącego jedynie w smartfonie jest dziś melodią przyszłości, to nie ma wyjścia – banki spółdzielcze muszą dotrzymać kroku bankom komercyjnym w sferze nowoczesnych technologii. W przeciwnym razie mogą utracić najbardziej perspektywicznych klientów, których może skusić

oferta rynkowych potentatów. Zagrożenie jest realne – cyfryzacja bankowości znacznie bowiem przyspieszyła od wybuchu pandemii COVID-19. Dopuszczenie do powstania zapóźnienia technologicznego w stosunku do sektora bankowości komercyjnej i brak odpowiedniego know-how może doprowadzić do utraty udziału w rynku przez banki spółdzielcze, zwłaszcza, że coraz agresywniej na rynku tym rozpychają się też firmy pozabankowe, fintechy. Wszak udzielanie pożyczek, wydawanie kart, usługi płatnicze czy wymiana walut już od dawna nie są li tylko domeną banków.

By móc się dalej rozwijać, banki spółdzielcze muszą wykorzystać efekty skali, płynące z uczestnictwa w zrzeszeniu, uatrakcyjnić oferowane produkty i usługi oraz dotrzeć z nimi do nowych grup klientowskich, z wykorzystaniem nowych kanałów kontaktu. Wdrażanie innowacji i zwiększone wykorzystywanie nowoczesnych kanałów komunikacji powinno się odbywać stopniowo, z uwzględnieniem klientów-tradycjonalistów, których banki spółdzielcze mają wielu. Nie do przecenienia jest w tym względzie aktywność edukacyjna samych banków spółdzielczych. Dobre rozpoznanie potrzeb, ale i cyfrowych kompetencji klienta jest tu kluczowe. Rzecz jasna, cyfryzacja bankowości pociągnie za sobą koszty, w tym zwłaszcza związane z zabezpieczeniem przetwarzanych danych. Z drugiej jednak strony, oznacza też ona przyspieszenie procesu decyzyjnego, związanego z obsługą coraz bardziej wymagających pod tym względem klientów.

Cyfryzacja jest też odpowiedzią na problemy

banków spółdzielczych z utrzymaniem odpowiednio wykwalifikowanej kadry i zapewnieniem sprawnej realizacji procesów back office. W warunkach coraz silniejszej migracji ludzi młodych do miast nasilają się bowiem problemy na rynkach lokalnych z pozyskaniem odpowiednio wykwalifikowanych pracowników, którzy mogliby zastąpić osoby odchodzące na emerytury. Dlatego te procesy wewnętrzne, które tylko można, trzeba automatyzować i digitalizować. Pomocny w tym względzie może być System SGB, czyli zespół usług ukierunkowanych na zapewnienie bankom spółdzielczym w Zrzeszeniu SGB wspólnej obsługi księgowej i informatycznej. Dzięki automatyzacji procesów wewnętrznych banki spółdzielcze mogą uwolnić potencjał, ukierunkowany na pozyskanie klientów, a – jako że część z nich wymaga szycia produktów bankowych na miarę – także na doradztwo oraz indywidualizowanie oferty produktowej.

Powiada się, dość przewrotnie, że przyszłość bankowości nie leży w bankowości. Oznacza to, że głównym źródłem zarobkowania będą w przyszłości nie podstawowe produkty depozytowo-kredytowe, ale powiązane z nimi usługi dodatkowe. Działalność bankowa będzie przy tym prowadzona w warunkach całkowitej cyfryzacji i automatyzacji procesów wewnętrznych banków oraz procesów obsługi klientów. Czy tak będzie? Czas pokaże. By jednak móc wykorzystać szanse i ograniczyć zagrożenia, które przynosi cyfrowa rzeczywistość, niezbędne są inicjatywy podejmowane wspólnie przez banki spółdzielcze i ich banki zrzeszające. W Zrzeszeniu SGB jest to możliwe dzięki realizacji strategii SGB „Otwieramy Przyszłość”, której fundamentem jest promowanie wspólnego działania na rzecz wykorzystania nowoczesnych technologii z poszanowaniem lokalnego charakteru działania zrzeszonych banków spółdzielczych. ●

Zielone Sąsiedztwo

SGB Banki Spółdzielcze

Postaw na ekologię!

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

- Wymiana pieców na paliwa stałe
- Instalacje fotowoltaiczne
- Instalacje wodne
- Termoizolacja budynków
- Elektromobilność

Bezpłatna infolinia:
800 888 888

www.zielonesasiedztwo.sgb.pl

PASŁĘK POSTAWIŁ NA FOTOWOLTAIKĘ

ENERGIA ZE SŁOŃCA

Jerzy Sygidus

Ogniwa fotowoltaiczne pokrywają sporą część dachu siedziby pasłęckiego banku.

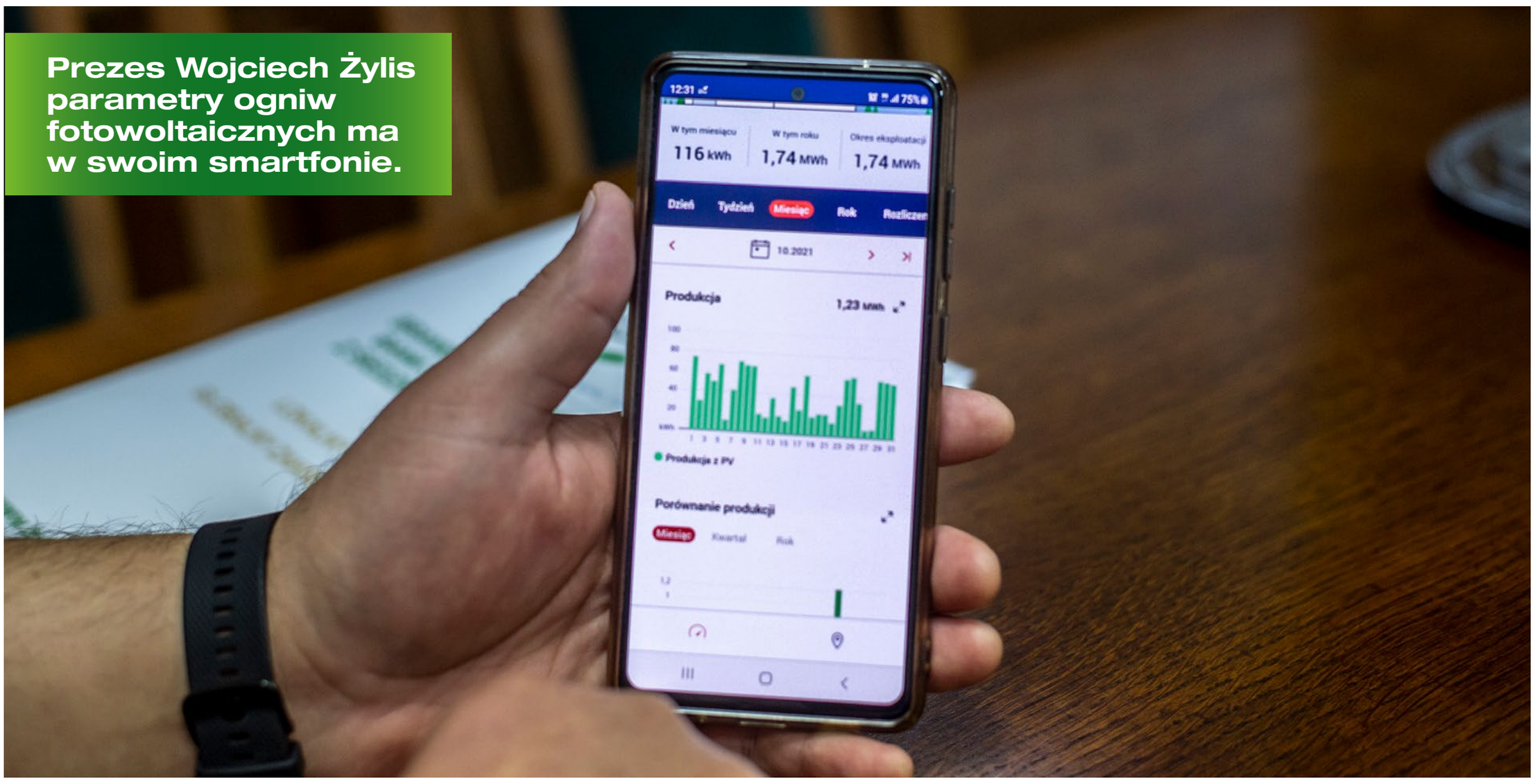
FOT. ROBERT WOŹNIAK

Leżący w województwie warmińsko-mazurskim, na północnym skraju Pojezierza Iławskiego, Pasłęk powitał nas typowo jesienną pogodą. Nikłe słońce, jak na złość fotoreporterowi, schowało się za szarobury-mi chmurami, a na miasto zaczął padać deszcz, z czasem przemieniony w uciążliwą mżawkę, na której mokły ostatnie żółte liście na półnagich drzewach. Na stromym dachu siedziby Braniewsko-Pasłeckiego Banku Spółdzielczego przy ul. Westerplatte dało się zauważyć wielkie, granatowe kwadraty ogniw fotowoltaicznych.

– *Nasz bank w tym roku także dołączył do stale powiększającej się grupy obiektów czerpiących tzw. „zieloną energię” ze słońca. Firma, którą wybraliśmy praktycznie bezkosztowo zainstalowała nam w lipcu br. na dachu naszej siedziby 51 modułów fotowoltaicznych o mocy 22,95 kWp, które zaczęły działać od września br.* – mówi Wojciech Żylis, prezes Zarządu Braniewsko-Pasłęckiego Banku Spółdzielczego. Zdaniem prezesa, w przypadku instalacji fotowoltaicznych bardzo ważny staje się fakt, do kogo należy obiekt. Jeśli właścicieli budynku jest chętny, aby zainstalować fotowoltaikę muszą wszyscy wyrazić zgodę na „zajęcie” dachu, a to nie zawsze jest proste i oczywiste.

– *Z tego właśnie względu ogniwa fotowoltaiczne zainstalowaliśmy poza naszą siedzibą także w naszym Punkcie Kasowym w Rychlikach. Na dachu tamtejszego obiektu pracuje 9 modułów fotowoltaicznych o mocy 4,05 kWp. W pozostałych naszych placówkach stosunki własnościowe są różne, jesteśmy właścicielami lokali, a nie budynków i dlatego tam nie pokusiliśmy się o instalację fotowoltaiki* – objaśnia prezes Wojciech Żylis.

Pytany o powody, dla których zarząd banku zdecydował się na ogniwa fotowoltaiczne, prezes W. Żylis nie ukrywa, że poza



oszczędnościami na rachunku za energię elektryczną ważne było i to, żeby znaleźć się w gronie firm i instytucji stawiających na ekologię. *To zdecydowanie ociepla nasz wizerunek, jesteśmy postrzegani, jako instytucja proekologiczna* – tłumaczy prezes i dodaje, że bank nie dałby rady funkcjonować bez zasilania prądem z tradycyjnego źródła, czyli z sieci energetycznej. *Niemniej, korzystając z zainstalowanych modułów fotowoltaicznych, oszczędzamy na kosztach tej energii* – dodaje W. Żylis.

Na zakończenie naszej wizyty w pasłęckim banku, prezes wręcza nam informator o specjalnym kredycie dla osób fizycznych, rolników oraz osób prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą i może być przeznaczony na realizację przedsięwzięć i zakupów proekologicznych, takich m.in. jak: zakup i montaż instalacji fotowoltaicznych, podłączenie do komunalnej sieci ciepłowniczej, gazowej czy sanitarnej, zakup i instalację filtrów wody oraz przydomowych ekologicznych oczyszczalni ścieków, wreszcie zakup aut hybrydowych, elektrycznych rowerów, hulajnóg i wózków, na zakupie energooszczędnego sprzętu AGD, RTV i oświetlenia skończywszy.

– *Przyznam, że kredyt ten sprzedaje nam się całkiem dobrze. Może nie ma jakiegoś wielkiego boomu na ten produkt, ale obserwujemy, że budzi on coraz większe zainteresowanie wśród klientów. Jeśli natomiast chodzi o szeroko rozumianą ekologię, to na pewno nie powiedzieliśmy ostatniego słowa* – zapewnia prezes Wojciech Żylis.

(…) Poza oszczędnościami na rachunku za energię elektryczną ważne było i to, żeby znaleźć się w gronie firm i instytucji stawiających na ekologię. To zdecydowanie ociepla nasz wizerunek, jesteśmy postrzegani, jako instytucja proekologiczna.

W ostatnim czasie, w latach 2020 i 2021, zrealizowano szereg inwestycji fotowoltaicznych w bankach spółdzielczych: w Janowie Lubelskim, Izbicy, Tarnogrodzie, Busku Zdroju czy w Łopusznie.

Oferta OZE w Generali Agro

teraz dostosowana do potrzeb klientów instytucjonalnych

Popularność branży OZE

Mikro i małe elektrownie fotowoltaiczne są najpopularniejszym źródłem wytwórczym dla energii odnawialnej wśród gospodarstw domowych, rolników czy przedsiębiorców. To właśnie z tych instalacji wytwarzana jest największa ilość tzw. zielonej energii elektrycznej. W praktyce produkcja energii z instalacji fotowoltaicznych stanowi doskonałe uzupełnienie dla bilansu energetycznego przedsiębiorstwa, czy wręcz pozwala na zaspokojenie pełnych potrzeb energetycznych przeciętnego domu lub gospodarstwa rolnego. Korzystający z OZE doceniają swoistą niezależność od sieci energetycznych oraz możliwość oszczędzania na rachunkach za prąd. Na tak wysokie zainteresowanie branżą mają również wpływ programy rządowe typu „Mój Prąd", opcje kredytowania instalacji na dogodnych warunkach czy atrakcyjne programy z gmin na dofinansowanie instalacji OZE.

Szeroki zakres ubezpieczenia

Produkt Generali, z myślą o odnawialnych źródłach energii skierowany jest dla szerokiego grona odbiorców – klientów indywidualnych, rolników i przedsiębiorców. Chronimy właścicieli lub użytkowników instalacji fotowoltaicznych, kolektorów słonecznych oraz pomp ciepła. Ubezpieczenie w wariancie all risks gwarantuje ochronę przed nieprzewidzianymi zdarzeniami, takimi jak: zjawiska atmosferyczne, przepięcie, pożar, szkody wyrządzone przez osoby trzecie czy zwierzęta. Klient ma również możliwość skorzystania z rozszerzenia ubezpieczenia o ryzyko strat w produkcji energii w wyniku zdarzenia losowego oraz z innowacyjnego ubezpieczenia straty w produkcji energii w wyniku gorszego usłonecznienia.

Odpowiadamy na potrzeby rynku

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom naszych Partnerów, w systemie sprzedaży stworzyliśmy mechanizm, który daje możliwość jednoczesnego zawarcia wielu umów ubezpieczenia instalacji OZE. Ta opcja ułatwia i zdecydowanie przyśpiesza masowe zawieranie indywidualnych umów ubezpieczenia. Program skierowany jest szczególnie do Banków, oferujących swoim Klientom finansowanie na zakup i montaż instalacji OZE. Powyższa współpraca może skutkować nie tylko realizacją funkcji zabezpieczającej majątek Klienta czy kredytu udzielanego przez Banki, ale może również wpłynąć korzystnie na konkurencyjność świadczonych przez naszych kontrahentów usług.

Już teraz zachęcamy do sprawdzenia naszej oferty ubezpieczenia OZE wraz z nowymi możliwościami i udoskonaleniami systemu sprzedaży. Zainteresowanym Partnerom przedstawimy szczegóły dot. modeli sprzedaży tak, aby mogli skorzystać z najbardziej dogodnej dla siebie formy zawierania umów ubezpieczenia odnawialnych źródeł energii.

Zapraszamy do kontaktu

Jeśli interesuje Państwa nowy mechanizm zbiorczego zawierania indywidualnych umów ubezpieczenia, chcą Państwo dowiedzieć się więcej na ten temat, prosimy o kontakt ze swoim opiekunem ze strony Generali. Jeśli są Państwo zainteresowani podjęciem współpracy, prosimy o kontakt na adres mailowy: **wsparcie_bankow@generali.pl.**

RESTRUKTURYZACJA I WINDYKACJA

– OTWIERAMY PROGRAM SZKOLEŃ DLA BANKÓW SPÓŁDZIELCZYCH

Witold Gródziński
SGB-Bank SA

Dzisiaj jednym z ważniejszych elementów na drodze do sukcesu jest informacja. Może to stwierdzenie jest oczywiste, ale warto dodać do niego jeszcze wiedzę, doświadczenie oraz umiejętność zamiany tego wszystkiego w dobre decyzje i działanie.
Widzimy, zwłaszcza na przestrzeni ostatnich lat, w jak dynamicznym i nieprzewidywalnym do końca otoczeniu przyszło funkcjonować i prowadzić biznesy zarówno bankom jak i ich klientom.
O tym wszystkim można by napisać niejedną pracę naukową. W natłoku wielu informacji, na krótką chwilę postaram się skupić uwagę Czytelników na kwestiach, które są mi najbliższe, a mianowicie związanych z zarządzaniem wierzytelnościami podwyższonego ryzyka.

Na co dzień w Departamencie Restrukturyzacji i Windykacji (DRW)

SGB-Banku podejmujemy działania, mające na celu ograniczenie ryzyka kredytowego. Nasze aktywności dotyczą zarówno kredytów udzielonych samodzielnie przez SGB-Bank, jak również kredytów w konsorcjach z Bankami Spółdzielczymi. Wachlarz działań jest szeroki i obejmuje zarówno procesy monitorowania spłat, restrukturyzacji polubownej czy ustawowej, jak również postępowania sądowe, egzekucje, upadłości czy sprzedaże wierzytelności.
Ważnym obszarem naszej aktywności, poza bieżącą pracą na portfelu kredytowym banku, jest też wsparcie dla banków spółdzielczych.
W ramach realizowanych działań opracowaliśmy i systematycznie aktualizujemy procedury wzorcowe z obszaru restrukturyzacji i windykacji, opierając się przy tym na obowiązujących przepisach prawnych, praktyce rynkowej oraz rekomendacjach regulatorów krajowych i europejskich.
Wspieramy też banki spółdzielcze w rozwiązywaniu bieżących wyzwań, związanych z dochodzeniem roszczeń, dzieląc się naszymi doświadczeniami.
Istotnym punktem na mapie naszych działań jest organizowany i przeprowadzany corocznie proces portfelowej sprzedaży wierzytelności banków spółdzielczych do Funduszy Sekuryzacyjnych – tzw. sprzedaż zrzeszeniowa. Rok rocznie uczestniczy w niej kilkadziesiąt banków.
Wiemy, dzięki sygnałom, jakie otrzymujemy, jak istotne są to kwestie. Jednocześnie zdajemy sobie sprawę z tego, że potrzeby są jeszcze większe. Dostrzegamy trudności związane np. z licznymi i, niestety, często negatywnymi dla wierzycieli zmianami legislacyjnymi, czy koniecznością wypracowywania pewnych praktyk, zwłaszcza dla tych banków, w których dotychczasowe doświadczenia i posiadane umiejętności mogą nie być wystarczającym gwarantem powodzenia na coraz bardziej skomplikowanych ścieżkach restrukturyzacji czy windykacji.

Wiedza i informacja – od tego rozpocząłem ten artykuł

Wzrost kompetencji jest przecież na stałe wpisany w potrzebę rozwoju nas wszystkich, niezależnie od tego, gdzie pracujemy. Dobrze wiemy, jak w wielu przypadkach trudno tę wiedzę zdobyć. Dlatego, razem z moimi współpracownikami z DRW oraz wspierającą nas na co dzień Kancelarią adw. Sergiusza Nikołajewa, podjęliśmy wyzwanie i rozpoczęliśmy kilka miesięcy temu prace nad opracowaniem Programu szkoleń dla banków spółdzielczych z obszarów restrukturyzacji i windykacji. Wiemy, co oferuje rynek szkoleń w tym zakresie. Dlatego postawiliśmy sobie ambitny cel: przygotowanie kompleksowego programu szkoleniowego, omawiającego szeroko zagadnienia restrukturyzacji i windykacji z perspektywy praktyków rynku. Cały opracowany przez nas program szkoleniowy obejmuje kilkanaście bloków tematycznych z zakresu zagadnień zarządczych i operacyjnych.

Widzimy, zwłaszcza na przestrzeni ostatnich lat, w jak dynamicznym i nieprzewidywalnym do końca otoczeniu przyszło funkcjonować i prowadzić biznesy zarówno bankom jaki i klientom.

Na początek na warsztat wzięliśmy trzy tematy:

- Restrukturyzację,
- Windykację (w obu tych przypadkach omówimy kluczowe elementy tych procesów, ryzyka, praktykę rynkową),
- Wytyczne EBA w zakresie zarządzania ekspozycjami nieobsługiwanymi i restrukturyzowanymi.

Szkolenia rozpoczniemy na początku 2022 r., ale wspólnie z BODIE, naszym partnerem organizacyjnym, zapraszamy na nie już dzisiaj.

Kolejne szkolenia, jakie przeprowadzimy dla Państwa w dalszej części 2022 r., dotyczyć będą:

- Specyficznych obszarów związanych m.in. z analizą ekonomiczną i biznesową w procesach restrukturyzacji
- Restrukturyzacji ustawowej
- Procesów prawnych (upadłość, spadek, egzekucja)
- Sprzedaży wierzytelności
- Umarzania i innych tematów.

Liczymy też na informację zwrotną od Państwa w zakresie potrzeb tematycznych z omawianych obszarów, jakie chętnie widzielibyście w grupie szkoleń. W tym celu oddajemy do Państwa dyspozycji skrzynkę mailową: szkolenia.restrukturyzacjaiwindykacja@sgb.pl

Liczymy też na informację zwrotną od Państwa w zakresie potrzeb tematycznych z omawianych obszarów, jakie chętnie widzielibyście w grupie szkoleń. W tym celu oddajemy do Państwa dyspozycji skrzynkę mailową: szkolenia.restrukturyzacjaiwindykacja@sgb.pl

Chcemy, aby program szkoleń z restrukturyzacji i windykacji na stałe wpisał się w kalendarze szkoleń w naszym Zrzeszeniu. Zakładamy przy tym, że będzie to żywa materia: aktualizowana o zmiany w prawie, praktykę rynkową oraz Państwa potrzeby. Szkolącymi będą pracownicy DRW oraz współpracującej z nami kancelarii prawnej, czyli osoby na co dzień zaangażowane w procesy restrukturyzacji i windykacji, tak więc jakość gwarantowana.

Korzystając z okazji, dziękuję wszystkim pracownikom Departamentu Restrukturyzacji i Windykacji oraz Kancelarii adw. Sergiusza Nikołajewa za ogromne zaangażowanie w ten projekt dla Zrzeszenia. Pomimo natłoku bieżących spraw, pomysł podzielenia się z Państwem wiedzą i doświadczeniami w tak zorganizowanej formule, wyzwolił dodatkowe pokłady dobrej energii wśród moich współpracowników – to dzięki ich pracy i zaangażowaniu idea szkoleń dla banków spółdzielczych przekuła się w realne działania i, na co szczerze liczę, spotka się z Państwa zainteresowaniem. ●

W I kwartale 2022 r. zapraszamy na zrzeszeniowe e-szkolenia:

Restrukturyzacja zadłużenia

Uczestnik szkolenia pozna rodzaje restrukturyzacji sądowej i pozasądowej, możliwości odzyskania wierzytelności zagrożonych przez Bank.
Dowie się co to jest restrukturyzacja, jaki jest jej cel oraz przesłanki klasyfikowania ekspozycji do restrukturyzacji. Pozna opis procesu restrukturyzacji i pozostałych czynności.

3 lutego 2022 r.

●

Windykacja należności

Szkolenie pokazywać będzie podstawowe zasady miękkiej i twardej windykacji powadzonej przez bank wobec swoich klientów. Podczas szkolenia omówione zostaną kwestie wymagalności roszczenia i bardzo istotna kwestia przedawnienia roszczenia. Pokazane zostaną także problemy związane z uzyskaniem tytułu wykonawczego oraz prowadzeniem skutecznej egzekucji wobec aktualnej sytuacji pandemicznej. Omówione będą również działania windykacje w zależności od etapu sprawy oraz rodzaju zabezpieczeń prawnych posiadanych przez bank. Podczas szkolenia pokazane będą zagadnienia związane z poprawnym wypełnieniem weksla. Szkolenie uwzględniać będzie najnowsze zmiany prawne i orzecznictwo.

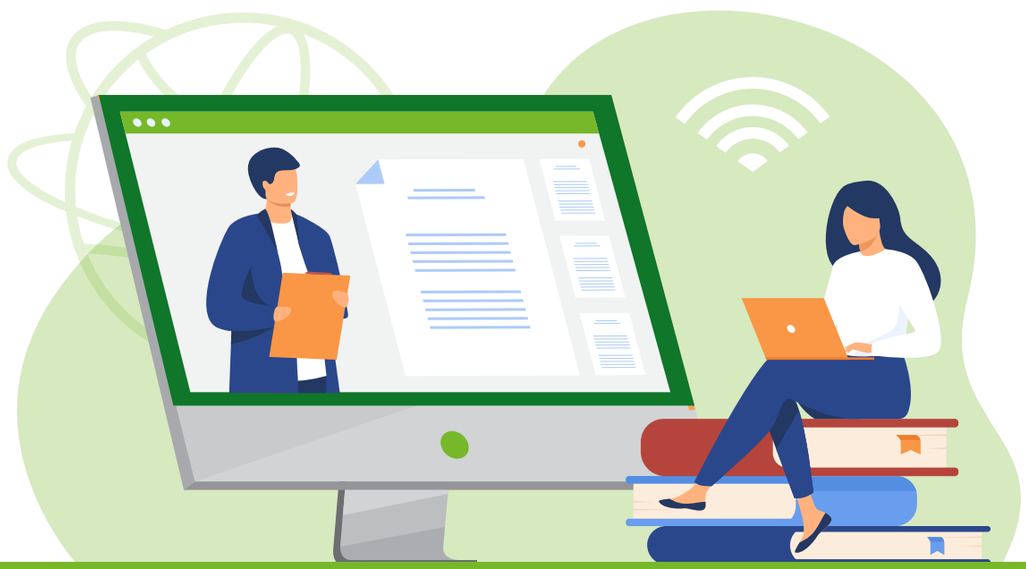
17 lutego 2022

●

Wytyczne EBA dot. zarządzania ekspozycjami nieobsługiwanymi i restrukturyzowanymi

Omówione zostaną najlepsze praktyki zarządzania ekspozycjami nieobsługiwanymi (NPE), ekspozycjami restrukturyzowanymi (FBE) oraz wskazówki w zakresie oceny działania instytucji kredytowych w zakresie zarządzania ryzykiem, zasad postępowania, raportowania i procesów i procedur zarządzania NPE i FBE.

10 marca 2022



Szczegóły wkrótce na www.bodie.pl oraz w Intranecie.

JAK CZŁOWIEK Z CZŁOWIEKIEM.

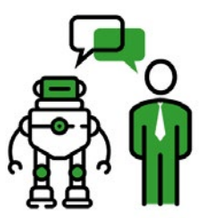
UPRASZCZAMY KOMUNIKACJĘ

Joanna Gębka,
Katarzyna Miler,
Jędrzej Szymanowski
SGB-Bank SA

W Się rozumie zbieramy dobre praktyki językowe i odnosimy je do spółdzielczej specyfiki. Zajmujemy się **prostym językiem** – klarownym i zrozumiałym dla wszystkich. Takim, jakim chcemy mówić do klientów, ale też do siebie nawzajem. Język literacki zostawiamy pisarzom i poetom.

W ramach Się rozumie na bieżąco wspieramy koleżanki i kolegów w upraszczaniu komunikacji – pism, listów, powiadomień i zwykłych mejli. Ale to nie wszystko – oprócz tego co tydzień dostarczamy im porady odnośnie tego, jak samemu pisać prościej. Rezultaty już widać – nie ma nic przyjemniejszego, niż lektura wiadomości, którą ktoś napisał do nas zgodnie z naszymi wytycznymi.

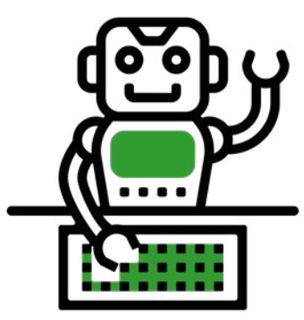
Nic co ludzkie...



Listopad i grudzień upłynęły nam na apelach o upraszczanie w modelu h2h – human to human, czyli od człowieka do człowieka. W publikowanej w Intranecie SGB ośmioodcinkowej serii **„Uczłowieczamy”** szczególnie podkreślaliśmy więc, że warto mówić i pisać do siebie po ludzku.

Momentami bywało strasznie (po drodze spotkaliśmy nawet zombie), ale – jak wierzymy – uświadomiliśmy czytelnikom, że w języku nie powinniśmy straszyć bezosobowością. Nie przynosi to żadnych korzyści, zarówno nadawcy, jak i odbiorcy. Zaprezentowaliśmy więc szereg argumentów za tym, że naprawdę warto pisać po ludzku. Nic co ludzkie nie jest nam przecież obce – ludzki język przede wszystkim! Powinniśmy więc dbać o to, by w naszych komunikatach zawsze obecny był człowiek – i to po jej obu stronach.

Jak to robić?

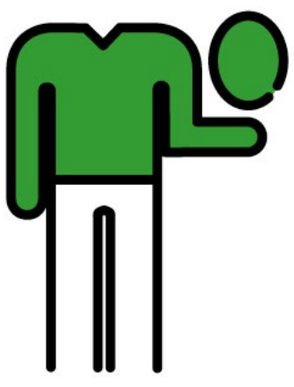


Nie bądźmy bierni. Pamiętajmy, że zawsze lepsza będzie dynamiczna strona czynna niż statyczna strona bierna.

❌ Sprawa została wyjaśniona przez urząd.
✓ Urząd wyjaśnił sprawę.

Unikajmy tzw. rzeczowników zombie – odczasownikowych. Czynności nazywajmy przede wszystkim czasownikami, aby nie pozbawiać naszych tekstów życia. Wymusi to wszak pisanie w konkretnej osobie.

❌ Pracownicy proszeni są o noszenie maseczek i dezynfekowanie rąk.
✓ Prosimy, noście maseczki i dezynfekujcie ręce.



Uważajmy na bezosobowe formy czasowników. O czynnościach lepiej piszmy żywiej i bierzmy odpowiedzialność za swoje słowa.

❌ Należy wpisać informacje o danych użytkownika.
✓ Wpisz swoje dane.

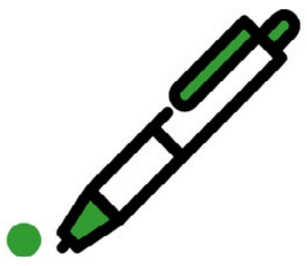
❌ Bank prosi o formularz danych osobowych.
✓ Prosimy o formularz danych osobowych.

Unikajmy imiesłowów. Dbajmy o jasną i precyzyjną komunikację, w której nie ma miejsca na domysły.

❌ Pozdrawiam pozostając do dyspozycji i licząc na odzew z Państwa strony.
✓ Pozdrawiam. Liczę na odzew i jestem do Państwa dyspozycji.

Pilnujmy językowego porządku. Unikajmy sztucznych tworów i komunikujmy się ze sobą naturalnie – w zgodzie z zasadą naturalnego trio, czyli P-O-D (najpierw podmiot, potem orzeczenie, na końcu dopełnienie).

❌ Opinię wydaje ministerstwo.
✓ Ministerstwo wydaje opinię.

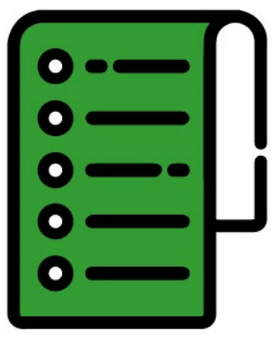


Często stawiajmy kropki. Nie rzadziej niż przed 20 wyrazem. Z myślą o prostej komunikacji lepiej dzielić zdania, niż mnożyć słowa.

❌ Od 1 lutego 2020 r. Zjednoczone Królestwo Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej (Wielka Brytania) nie jest państwem członkowskim Unii Europejskiej (UE), jednocześnie od 1 lutego 2020 r. do 31 grudnia 2020 r. ustanowiony został tzw. okres przejściowy, który w praktyce oznacza, że Wielka Brytania jest związana całym prawem UE i jest traktowana jakby nadal była członkiem UE, z tą jednak różnicą, że przedstawiciele Wielkiej Brytanii nie uczestniczą w pracach instytucji UE.
✓ Od 1 lutego 2020 r. Zjednoczone Królestwo Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej (Wielka Brytania) nie jest państwem członkowskim Unii Europejskiej (UE). Jednocześnie od 1 lutego 2020 r. do 31 grudnia 2020 r. ustanowiony został tzw. okres przejściowy. Oznacza to w praktyce, że Wielka Brytania jest związana całym prawem UE i jest traktowana jakby nadal była członkiem UE. Z tą różnicą, że przedstawiciele Wielkiej Brytanii nie uczestniczą w pracach instytucji UE.

Unikajmy wielosłowia. Ograniczajmy się tylko do tych wyrazów, które są nam rzeczywiście potrzebne.

❌ Uprzejmie informujemy, że wydłużyliśmy termin składania wniosków. Od teraz można je składać aż do dnia 20 grudnia br.
✓ Wydłużyliśmy termin składania wniosków do 20 grudnia.



Dbajmy o formę naszych tekstów. Komunikujmy się zwięźle i korzystajmy z wyliczeń, ale osobowych. Unikajmy tych skostniałych.

❌ W załączeniu przesyłam wniosek. Proszę go przeczytać, uzupełnić brakujące pola, wydrukować, podpisać i odesłać skan z podpisami do dnia 20 grudnia br.
✓ Przesyłam wniosek. Proszę go:
- przeczytać
- uzupełnić brakujące pola
- wydrukować
- podpisać.

Podpisany skan proszę odesłać do 20 grudnia br.

Te wskazówki warto zapamiętać i skorzystać z nich w praktyce. Szczegółowe porady dostępne są dla wszystkich pracowników Banków Spółdzielczych SGB i SGB-Banku SA w Intranecie SGB – w zakładce Się rozumie. A wszystkich zainteresowanych tematem prostej komunikacji – nie tylko naszych pracowników – niezmiennie zapraszamy do kontaktu na upraszczaczową skrzynkę: sierozumie@sgb.pl.

DYREKTYWA PSD 2
BLASKI I CIENIE TRANSFORMACJI CYFROWEJ

JANUSZ ORŁOWSKI

Nowa dyrektywa PSD 2 o usługach płatniczych jeszcze bardziej przyspieszy trwającą transformację cyfrową i przyniesie więcej transakcji w ramach przejrzystych działań, napędzanych wykorzystaniem technologii. Może się stać motorem napędowym usług finansowych. Pojawiają się jednak obawy bankowców o możliwy wyciek danych klientów, oszustwa płatnicze i łamanie praw klientów, wynika z opublikowanego przez NBP badania skutków implementacji tej dyrektywy, przeprowadzonego przez pracowników naukowych SGH.

Rozwojowi nowoczesnych płatności sprzyja popularyzacja smartfonów, spadek kosztów dostępności do Internetu, wzrost jego popularności i dostępności oraz łatwość obsługi internetowych aplikacji. Warto też pamiętać, że systemy płatności są jednym z kluczowych elementów funkcjonowania nie tylko przedsiębiorstw i firm, ale także gospodarek na całym świecie.

Dyrektywa PSD jest najważniejszym aktem prawnym regulującym europejski rynek płatności. Jej celem jest zintegrowanie tego rynku i zapewnienie większego bezpieczeństwa konsumentom, jak również włączenie do niego nowych uczestników spoza sektora bankowego.

Instytucje finansowe różnie oceniają wejście nowej dyrektywy PSD 2. Tradycyjne instytucje bankowe obawiają się o bezpieczeństwo swoich klientów. Natomiast firmy świadczące usługi finansowe, ale nie będące bankami, upatrują w nowej dyrektywie szansę na wzmocnienie swojej pozycji rynkowej i poszerzenie palety świadczonych usług.

Zdaniem autorek badania, szczególne zagrożenie ze strony nowej dyrektywy odczuwają banki spółdzielcze. A powodem tego jest prawdopodobnie mniejsza innowacyjność w porównaniu z bankami komercyjnymi, a tym bardziej z ich nową konkurencją, czyli FinTech-ami. PSD 2 jest tylko pierwszym krokiem do większej integracji informacji przepływających w sektorze finansowym. Kolejnym krokiem może być udostępnienie informacji dotyczących innych produktów bankowych, na przykład informacji o kredytach. Zdaniem większości badanych firm związanych z sektorem finansowym, poszerzenie gamy dostępnych informacji finansowych o klientach będzie miało pozytywny wpływ na sektor bankowy.

Nowoczesne rozwiązania technologiczne

na rynku płatności, oferowane często przez firmy technologiczne oraz rosnąca popularność FinTech-ów wśród inwestorów, jak i konsumentów spowodowały, że stały się one znaczącym graczem na rynku usług finansowych. W tej sytuacji banki muszą się odnieść do sposobu funkcjonowania w nowych realiach, w których FinTech-y stały się dla nich silną konkurencją. Banki będą więc musiały zdecydować, czy chcą otworzyć się na nowe otoczenie, czy może ograniczyć się jedynie do spełnienia wymagań zawartych w dyrektywie PSD 2, a to oznacza, że ich rola sprowadzi się do bycia jedynie dostawcą infrastruktury finansowej.

Badania pokazują, że są banki, które aktywnie podejmują wyzwania, starając się wykorzystać możliwości związane z implementacją nowej dyrektywy oraz takie, których uwaga skupia się na spełnianiu wymagań regulacyjnych. Do pierwszej grupy zaliczają się przede wszystkim duże banki, do drugiej natomiast średnie i mniejsze.

Można przypuszczać, że optymalnym rozwiązaniem byłaby współpraca banków z FinTech-ami. Praktyka rynkowa pokazuje, że coraz większa grupa FinTech-ów sprzedaje swoje pomysły bankom lub podejmuje z nimi współpracę. Można więc przypuszczać, że banki będą kupować lub transferować od FinTech-ów rozwiązania na zasadzie obopólnej satysfakcji.

Autorki badania uważają, że w kontekście regulacji PSD 2 należy także dostrzegać ryzyko związane z koncentracją usług bankowych przez wielkie korporacje, jak Apple, Google, czy Facebook. Wprawdzie celem dyrektywy jest zwiększenie kon-

> Przyszłość dyrektywy PSD 2 zależy w dużej mierze od sukcesu pozabankowych usługodawców, którzy mogą wykorzystywać technologie do sterowania sposobem dokonywania płatności oraz ich współpracy z bankami. Dyrektywa powinna zrewolucjonizować wykorzystanie danych finansowych przy wprowadzaniu innowacyjnych produktów, a także stymulować rozwój oferty usług świadczonych drogą elektroniczną.

kurencyjności na rynku usług płatniczych, ale jednocześnie mamy do czynienia z powstawaniem nowych, nie będących bankami, gigantów płatniczych. A to oznacza, że banki z pewnością stracą część swoich przychodów z transakcji kartami, gotówkowych, czy internetowych.

Największą obawą dla blisko połowy (48%) banków z Europy środkowej i ich modeli biznesowych po wdrożeniu nowej dyrektywy są FinTech-y, dla 44% – największe instytucje bankowe. Zagrożenie ze strony dużych instytucji spoza sektora bankowego, Google, czy Apple odczuwa aż 42% badanych banków. Spowodowane jest to tym, że takie instytucje mają duże zaufanie i bazę klientów oraz znaczne fundusze na inwestowanie i tworzenie nowoczesnych oraz atrakcyjnych rozwiązań technologicznych. Ankietowane banki wyraziły opinię, że nowelizacja dyrektywy najsilniej wpłynie na płatności, codzienną bankowość oraz pożyczki konsumenckie, a jej skutki najmocniej odczują klienci detaliczni oraz małe i średnie przedsiębiorstwa.

Autorki badania podkreślają, że ważne jest, aby sektor bankowy dostrzegł we współpracy z FinTech-ami motor dalszego rozwoju. Chociaż ta współpraca będzie też napotykała na pewne przeciwności. Banki w tej współpracy obawiają się przede wszystkim bezpieczeństwa usług elektronicznych, różnic w zarządzaniu i kulturze organizacyjnej oraz konieczności zwiększania nakładów inwestycyjnych.

Trzeba zaznaczyć

że czas nie gra na korzyść tradycjonalistów, ponieważ zmiana nawyków konsumentów i coraz większa liczba osób otwartych na nowe technologie (zmiana pokoleniowa) sprzyja ekspansji technologicznych gigantów i innowacyjnych pionierów. Oznacza to, że sektor finansowy może w przyszłości przyjąć nową strukturę, w której prywatne i firmowe finanse będą w rękach wielkich firm technologicznych i FinTech-ów.

Chociaż jednym z głównych celów nowelizacji dyrektywy dotyczącej świadczenia usług płatniczych jest zwiększenie ochrony i bezpieczeństwa klientów, to jak pokazują badania, firmy świadczące usługi płatnicze jednogłośnie prezentują opinię, że otwarcie rynku na nowe podmioty zwiększy liczbę cyberataków i nadużyć finansowych. Konieczne więc będzie wprowadzenie mechanizmów szybkiego identyfikowania takich zdarzeń reagowania na nie, tak żeby klient czuł się bezpieczny.

Z przeprowadzonych badań wynika, że zdecydowana większość Polaków (76%) wybiera banki, jako zaufane instytucje finansowe. Z usług Google, czy Facebooka skorzystałoby mniej respondentów, niż wskazuje deklarowane zaufanie do tych instytucji, bo odpowiednio 27% i 19%. Oznacza to, że Polacy mimo swojej otwartości na nowinki technologiczne wciąż z nieufnością podchodzą do nowych dostawców usług finansowych, spoza sektora bankowego.

Koszty ponoszone przez banki w związku z wprowadzeniem nowelizacji dyrektywy o usługach płatniczych są zróżnicowane i w dużej mierze zależą od wielkości oraz rodzaju organizacji. Największe koszty ponoszą banki, jednak w przypadku banków spółdzielczych szacowane są one znacznie niżej niż w przypadku banków komercyjnych. Zdaniem autorek badania, takie różnice pokazują pewnego rodzaju zacofanie technologiczne banków spółdzielczych, których docelowa grupa klientów ma nieco odmienny profil niż w przypadku banków nastawionych na świadczenie usług zgodnych z ideą otwartej bankowości.

Przyszłość dyrektywy PSD 2 zależy w dużej mierze od sukcesu pozabankowych usługodawców, którzy mogą wykorzystywać technologie do sterowania sposobem dokonywania płatności oraz ich współpracy z bankami. Dyrektywa powinna zrewolucjonizować wykorzystanie danych finansowych przy wprowadzaniu innowacyjnych produktów, a także stymulować rozwój oferty usług świadczonych drogą elektroniczną. ●

SIM-SWAPPING
I ZNIKAJĄCE PIENIĄDZE

mł. insp. Andrzej Borowiak
Rzecznik prasowy
Komendanta Wojewódzkiego Policji w Poznaniu

SIM-swapping to jeden z najbardziej zagadkowych i tajemniczych rodzajów ataku zaliczanego do cyberprzestępstwa. Ogólnie rzecz biorąc polega on na tym, że przestępcy doprowadzają do sytuacji, w której są w stanie zdobyć duplikat karty SIM ofiary. Kontaktują się następnie z bankiem, zmieniają hasła i natychmiast wyprowadzają z konta wszystkie pieniądze. W tym miejscu można by zadać pytanie, czy to wina banku, że system bezpieczeństwa kart SIM jest dziurawy? Oczywiście, że nie, ale może warto zastanowić się nad tym problemem.

W naszym kraju głośna była sprawa pewnego przedsiębiorcy z zachodniej Polski, który stracił w ten sposób ok. 400 tys. zł. Poszkodowane małżeństwo mieszka w niewielkiej miejscowości w woj. Lubuskim. Od kilkudziesięciu lat prowadzą duże, dobrze prosperujące gospodarstwo rolne. Głowa rodziny kilka lat temu została wybrana na prezesa dwóch grup producenckich zajmujących się handlem produktami rolnymi. Można więc być pewnym, że przez bankowe konto zarządcy przechodziły znaczące sumy pieniędzy.

W czerwcu ubiegłego roku doszło do wydarzenia, które na długo pozostanie w pamięci rolnika. W środku dnia, podczas jakiejś biznesowej rozmowy telefonicznej, doszło do jej przerwania. Telefon po prostu przestał działać. Na nic zdały się próby resetowania urządzenia. Nie pomogło także wyjęcie i ponowne włożenie do telefonu karty SIM. Niedługo potem pojawił się kolejny kłopot. Pan Zygmunt nie mógł zalogować się do swojego konta w banku.

Mężczyzna pojechał do punktu operatora sieci telefonii komórkowej, gdzie otrzymał nową kartę telefoniczną. Telefon zaczął działać, ale ciągle podczas logowania się do konta bankowego była blokada. Kiedy w końcu udało się wejść na rachunek, okazało się, że zniknęło z niego 400 tys. zł.

Sprawa została zgłoszona oczywiście na policję. Okazało się, że wszystko odbyło się w ciągu kilkunastu minut od przerwanej rozmowy telefonicznej. W tym czasie ktoś, posługując się numerem telefonu pana Zygmunta, zadzwonił do banku i zmienił hasło. Wkrótce po tym, przy pomocy natychmiastowych przelewów zostały wyprowadzone z konta wszystkie środki.

Przestępstwo przy pomocy SIM-swappingu nie jest tylko naszym problemem. Rok temu tysiące amerykanów straciło w ten sposób 100 milionów dolarów. Pisała o tym w swoim raporcie amerykańska Federalna Komisja Łączności (FCC).

Również w Europie grupa 26 oszustów z Włoch, Rumunii i Hiszpanii okradła sto osób na 3 mln. euro. Funkcjonariusze z Hiszpanii oraz specjalne biuro Europolu rozpracowali tę grupę cyberprzestępców i doprowadzili do ich zatrzymania.

Analizując liczbę przypadków można stwierdzić, że nie jest to jakaś ogromna skala problemu. Poznając jednak szczegóły dotyczące ofiar oraz ich zasobność finansową, pojawiają się ciekawe wnioski. Otóż okazuje się, że cyberprzestępcy na swoje ofiary wybierają celebrytów, osoby znane. Bardzo często są to biznesmeni i przedsiębiorcy posiadający na kontach bankowych znaczne oszczędności. Skąd oszuści pozyskują takie informacje? Powiedzmy sobie szczerze, że prawdopodobnie od nieuczciwych pracowników telekomów albo instytucji finansowych. ●

BODiE
Grupa SGB

W tym wyjątkowym świątecznym czasie życzymy
Państwu radości i spełnienia.
Niech niezwykła moc Świąt da Państwu
spokój i siłę.
Życzymy zdrowia i tego, by nadchodzący rok
przyniósł nowe, wspaniałe możliwości.
Niech obdaruje Państwa szczęściem
i pomyślnością.

SERDECZNE PODZIĘKOWANIA
za całoroczną współpracę, aktywność
szkoleniową i do zobaczenia
na kolejnych wydarzeniach!

ZARZĄD I ZESPÓŁ BODiE

OPINIA EBA W ZAKRESIE OCHRONY ŚRODKÓW KLIENTÓW PRZEZ SYSTEMY GWARANTOWANIA DEPOZYTÓW

ADRIAN RYCERSKI,
NATALIA WOLTER,
MACIEJ GŁADYSZ
SMM LEGAL MACIAK MATACZYŃSKI CZECH SP.K.
Z SIEDZIBĄ W WARSZAWIE

Stabilność finansowa i bezpieczeństwo depozytów – przegląd ram zarządzania kryzysowego

Nie jest tajemnicą, że ogólnoświatowy kryzys gospodarczy na rynkach finansowych zainicjował szereg działań legislacyjnych na szczeblu UE, których skutkiem miało być zwiększenie odporności na podobne wydarzenia w przyszłości. W tym celu uchwalono szereg aktów prawnych na szczeblu unijnym, co jeszcze bardziej zacieśniło współpracę pomiędzy państwami członkowskimi UE i zwiększyło bezpieczeństwo sektora bankowego. Niewątpliwie duże znaczenie odgrywały (i nadal odgrywają) działania edukacyjne i nadzorcze, ze szczególną rolą Europejskiego Urzędu Nadzoru Bankowego (dalej: „EBA"). Jednocześnie ciągły rozwój rynku finansowego, a wraz z nim, większe doświadczenie i wiedza wynikające ze stosowania regulacji prawnych wykluczają możliwość zaprzestania weryfikacji dotychczasowych rozwiązań, jak i poszukiwania nowych, które w adekwatny sposób zabezpieczać będą stabilność finansową systemu bankowego. Oznacza to konieczność dokonywania regularnego przeglądu ram zarządzania kryzysowego w sektorze bankowym. Nie inaczej jest w przypadku ram prawnych dotyczących zarządzania w sytuacji kryzysowej i ubezpieczenia depozytów, bez których zapewnienie stabilności finansowej i zaufania deponentów nie byłoby możliwe. O znaczeniu systemowym tego obszaru regulacyjnego świadczyć może chociażby fakt, że pandemia COVID-19, podobnie jak inne zjawiska zasługujące na miano „czarnego łabędzia" – spowodowała zwiększoną wypłatę depozytów[1]. Nic więc dziwnego, że dużym zainteresowaniem instytucji unijnych cieszy się dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/49/UE z dnia 16 kwietnia 2014 r. w sprawie systemów gwarancji depozytów (dalej: „DGSD"), której zadaniem jest ochrona deponentów przed skutkami niewypłacalności instytucji kredytowej. Troska, którą zostały otoczone przepisy DGSD jest w pełni uzasadniona ze względu na znaczenie tej regulacji dla bezpieczeństwa i stabilności finansowej w UE. Mowa przecież o systemach gwarancji depozytów, które powinny być wykorzystywane do dokonywania wypłat na rzecz deponentów, zapewniać ochronę, a także wspierać finansowanie restrukturyzacji i uporządkowanej likwidacji instytucji kredytowych zgodnie z dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/59/UE. Jednakże w związku z wdrożeniem tego aktu do krajowych porządków prawnych powstały wątpliwości czy wykonywanie postanowień DGSD (a tym samym funkcjonowanie systemu gwarancji depozytów) jest spójne i jednolite we wszystkich państwach członkowskich. Dlatego też EBA przeprowadziła badanie, którego rezultatem było wydanie w dniu 27 października 2021 r. opinii w zakresie ochrony środków klientów przez systemy gwarantowania depozytów (EBA/Op/2021/11). Opinia ta stanowi sygnał nadchodzących zmian i wzmożonej aktywności zarówno prawodawcy, jak i organów nadzoru. Autorzy niniejszego artykułu postawili sobie zatem za cel przedstawienie wybranych, istotnych elementów tej opinii wraz ze wskazaniem motywów jej wydania.

O znaczeniu systemowym tego obszaru regulacyjnego świadczyć może chociażby fakt, że pandemia COVID-19, podobnie jak inne zjawiska zasługujące na miano „czarnego łabędzia" – spowodowała zwiększoną wypłatę depozytów.

Opinia EBA

Opinia EBA jest reakcją na wniosek Komisji Europejskiej o udzielenie porady technicznej w kwestiach związanych z traktowaniem środków klientów ulokowanych w instytucjach kredytowych przez inne instytucje kredytowe, instytucje płatnicze, instytucje pieniądza elektronicznego, firmy inwestycyjne oraz inne przedsiębiorstwa z branży technologii finansowych. EBA wydała swoją opinię na podstawie badań, przeprowadzonych w formie ankiet rozesłanych do państw należących do Europejskiego Obszaru Gospodarczego (EOG). Powyższe badanie wykazało, że uchwalenie DGSD nie doprowadziło do zadowalającej harmonizacji przepisów krajowych w odniesieniu do traktowania środków finansowych klientów, co prowadzi

[1] Raport o stabilności systemu finansowego. Wydanie specjalne: skutki pandemii COVID-19. Narodowy Bank Polski, Warszawa 2020 r., s. 37; zob. także: S. Kujawa, *Wdrożenie Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/49/UE z dnia 16.04.2014 r. w sprawie systemów gwarancji depozytów przez państwa członkowskie Unii Europejskiej*, Bezpieczny Bank, nr 4(81)/2020, s. 33-55.

do niepożądanej rozbieżności w sposobie ochrony depozytów klientów. Przyczyną takiego stanu jest niejednolita interpretacja przepisów DGSD przez państwa członkowskie UE, a w konsekwencji odmienna implementacja postanowień tej dyrektywy. Deponenci traktowani są w różny sposób zależnie od tego, w którym państwie członkowskim znajduje się instytucja kredytowa posiadająca depozyt oraz jaki rodzaj podmiotu złożył środki klientów w depozycie.

EBA zaleca zatem Komisji Europejskiej doprecyzowanie DGSD w zakresie systemów gwarancji depozytów. Zdaniem EBA pozwoli to zapewnić jednolitą ochronę środków zdeponowanych w imieniu klientów w całej UE. Doprecyzowanie postanowień DGSD zapewni jasność i zharmonizowane traktowanie funduszy klientów, a w przypadkach, w których nie są one objęte systemem, lepszą ochronę konsumentów. EBA zaleciła doprecyzować dyrektywę DGSD także po to, aby zapewnić, że środki klientów zdeponowane m.in. w instytucjach kredytowych będą objęte systemem gwarancji depozytów na wypadek upadłości instytucji kredytowej przechowującej fundusze klienta (na warunkach wskazanych w opinii EBA).

EBA wskazała na potrzebę stworzenia definicji środków pieniężnych klientów w celu zapewnienia jasnego rozróżnienia pomiędzy płynnością własną podmiotu składającego depozyt, a środkami zdeponowanymi w imieniu klientów.

Ponadto przepisy DGSD wymagają doprecyzowania, że w przypadkach, w których zezwala na to prawo krajowe, możliwa jest swoboda wyboru pomiędzy dokonywaniem zwrotu środków znajdujących się na rachunkach beneficjentów bezpośrednio na rachunek beneficjenta końcowego, albo na rachunek beneficjenta posiadacza rachunku w innej instytucji kredytowej. EBA nie tylko wskazała na szereg możliwości uniknięcia ryzyka wystąpienia podwójnej płatności, ale także określiła sposób funkcjonowania systemu gwarancji depozytów w przypadku wystąpienia poważnego ryzyka, że bezpośrednia spłata beneficjentów końcowych mogłaby narazić posiadacza rachunku na niebezpieczeństwo.

EBA nie tylko wskazała na szereg możliwości uniknięcia ryzyka wystąpienia podwójnej płatności, ale także określiła sposób funkcjonowania systemu gwarancji depozytów w przypadku wystąpienia poważnego ryzyka, że bezpośrednia spłata beneficjentów końcowych mogłaby narazić posiadacza rachunku na niebezpieczeństwo.

Opinia zawiera również zalecenia, które wskazują, w jaki sposób uniknąć ryzyka rozprzestrzeniania się „efektu domina” z upadłego banku na podmioty, które ulokowały środki klientów w tym banku, oraz jak dopilnować, aby instytucje kredytowe wnosiły wkład do funduszy systemów gwarancji depozytów w oparciu o kwoty chronionych środków klientów, które przechowują.

W najbliższym czasie należy zatem spodziewać się wzmożonej aktywności zarówno po stronie prawodawcy unijnego, jak i organów nadzoru. Opinia EBA zapewne ożywi dyskusję nt. pożądanego kształtu ram prawnych dla systemów gwarancji depozytów i współpracy pomiędzy państwami członkowskimi w tym zakresie. ●

WHISTLEBLOWING, CZYLI NAGŁAŚNIANIE NIELEGALNYCH DZIAŁAŃ

Monika Zygmunt-Jakuć
Inspektor Danych Osobowych

Za niecałe 2 miesiące mija termin dostosowania podmiotów publicznych, firm prywatnych zatrudniających ponad 250 osób oraz firm sektora finansowego do wymogów dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1937 w sprawie ochrony osób zgłaszających naruszenia prawa Unii (tzw. dyrektywy o ochronie sygnalistów).
Dyrektywa wyraźnie wskazuje, aby przetwarzanie danych osobowych w tym procesie odbywało się zgodnie z rozporządzeniem RODO. Zatem musimy zadbać o to, aby spełnić wymogi określone m.in. w art. 5 tegoż aktu prawnego.

Kogo dotyczy ochrona wynikająca z dyrektywy?

Ochrona wynikająca z dyrektywy obejmuje bardzo szeroki krąg osób zgłaszających nadużycia. Mogą to być zarówno pracownicy, kandydaci do pracy, byli pracownicy, a także osoby wykonujące pracę na rzecz banku na innych podstawach prawnych (w ramach własnej działalności gospodarczej lub na podstawie umów cywilnoprawnych). Ponadto dyrektywa zakłada również przypadki ochrony innych osób wskazanych w zgłoszeniu lub krewnych sygnalisty.

Cechy skutecznej procedury

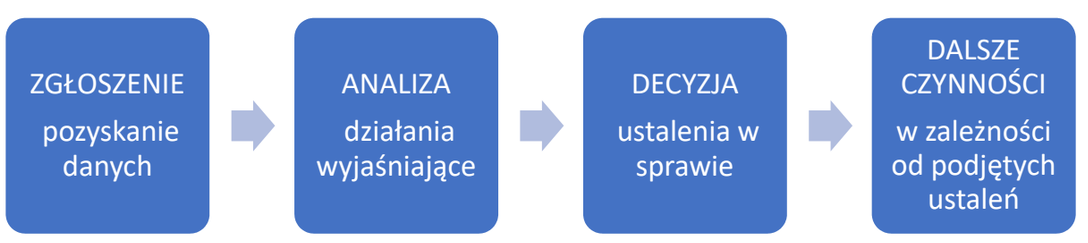
Normy, które powinny zostać uwzględnione przy projektowaniu odpowiedniej procedury w kontekście RODO to:

1. Zapewnienie zgodności z prawem, rzetelności i przejrzystości.
2. Zapewnienie zasady minimalizacji danych, czyli skonstruowanie systemu w taki sposób, aby było możliwe usunięcie danych osobowych, które nie są istotne.
3. Stosowanie odpowiednich okresów przechowywania w zależności od rodzaju zgłoszenia.
4. Prowadzenie ewidencji otrzymanych zgłoszeń w ramach zasady rozliczalności RODO.
5. Opracowanie obowiązku informacyjnego administratora danych (art. 13 i 14 RODO) w przejrzysty i jasny sposób.
6. Zapewnienie możliwości realizacji praw osób, których dane dotyczą.
7. Zapewnienie technicznych, organizacyjnych i informatycznych środków bezpieczeństwa danych osobowych zebranych w ramach zgłoszeń w celu zapewnienia poufności, integralności i dostępności danych.
8. Określenie kręgu odbiorców danych, a przede wszystkim ich ograniczenie do minimum w zakresie niezbędności w ramach obowiązującego prawa oraz wewnętrznych regulacji.
9. Przeprowadzenie analizy ryzyka.
10. Opisanie procesu w rejestrze czynności przetwarzania.
11. Dopuszczenie do procesu analizy zgłoszeń tylko osób upoważnionych, gwarantujących odpowiedni poziom wiedzy merytorycznej, zobowiązanych do poufności informacji.

Wymagania, które powinna spełnić skuteczna procedura zgłaszania nadużyć, sprawiają, że konieczne może okazać się powołanie do jej opracowania zespołu osób z obszaru IT – w ramach analiz kanałów zgłoszeń (platformy zgłoszeniowej, adresu e-mail dedykowanego sygnalistom czy też innych systemów informatycznych służących sprawnemu zgłaszaniu naruszeń), inspektora ochrony danych osobowych – w ramach zwrócenia uwagi na kwestie bezpieczeństwa danych osobowych sygnalistów jak i pracownika dedykowanego compliance w banku, aby nowoopracowywany system wpisać w już istniejący system zgodności.

Jak wprowadzić system zgłaszania nieprawidłowości w zgodzie z RODO?

W procesie zgłaszania z całą pewnością dochodzi do przetwarzania danych osobowych z wyłączeniem sytuacji, kiedy będziemy mieli do czynienia ze zgłoszeniem anonimowym. Jeśli jednak zgłoszenie będzie w swojej treści zawierało informacje, dzięki którym będzie możliwe zidentyfikowanie osoby albo wręcz identyfikacja będzie wprost wskazana, dane osobowe będą przez nas gromadzone, poddawane analizom, przesyłane czy w końcowym etapie usuwane. Proces przepływu danych można zobrazować jak na rysunku nr 1 poniżej:



Wprowadzenie procedur whistleblowingowych musi zostać dogłębnie przeanalizowane i przemyślane, aby stanowiło spójny system działania z systemem compliance w banku. Stosowanie pozostałych procedur składających się na efektywny system compliance powinno być wobec tego ściśle powiązane z systemem whistleblowingowym, który pełni szczególnie istotną funkcję w ramach systemu zgodności.

Bezpieczeństwo danych podczas ich przekazywania

Organizacja opracowując system zgłaszania naruszeń może korzystać z usług podmiotów zewnętrznych zarówno w kontekście rozwiązań IT (platform służących zgłaszaniu nieprawidłowości i ich obsługi) jak i ekspertów mających pomóc opracować i wdrożyć procedury, a być może pełnić również funkcję eksperta przy rozpatrywaniu zgłoszeń.

Bez względu na to czy w proces obsługi zgłoszeń będą zaangażowani tylko pracownicy organizacji, czy także podmioty zewnętrzne musimy zapewnić najwyższy poziom bezpieczeństwa przetwarzania wszystkich danych podczas zgłaszania. Osoby mające dostęp do danych powinny przejść gruntowne szkolenia dedykowania, otrzymać upoważnienia do przetwarzania danych w ramach czynności analizy zgłoszeń oraz zobowiązać się do zachowania poufności danych i stosowania ustalonych zabezpieczeń. W zakresie zaś podmiotów zewnętrznych mających dostęp do danych osobowych, informacje powinny być udostępniane tylko tym osobom, które muszą mieć dostęp w celu zbadania zgłoszenia lub podjęcia konkretnych działań na mocy umowy powierzenia przetwarzania zgodnie z art. 28 RODO. Przed rozpoczęciem współpracy należałoby przeprowadzić analizę wstępną dla podmiotu w kontekście zweryfikowania i oceny skuteczności stosowanych przez podmiot technicznych i organizacyjnych środków bezpieczeństwa. Ponadto po zawarciu umowy podmiot taki powinien być okresowo kontrolowany, aby w sposób ciągły zapewniać bezpieczeństwo danych osobowych, które zostały powierzone.

Warto także zwrócić uwagę na fakt, iż Europejska Rada Ochrony Danych Osobowych rekomenduje, aby zgłoszenia nadużyć rozpatrywane były na gruncie lokalnym tzn. w miarę możliwości w granicach jednego państwa UE. Dane przetwarzane w ramach zgłoszenia mogą być udostępniane innym podmiotom zarówno w kraju czy poza jego granice tylko wtedy, gdy sprawa musi zostać zbadana przez inny podmiot np. w przypadku, kiedy zgłaszający nawiązuje do konkretnego podmiotu w zgłoszeniu.

Jest to kwestia bardzo istotna w kontekście przyjętej decyzji Komisji Europejskiej 2021/914 w sprawie standardowych klauzul umownych dotyczących przekazywania danych osobowych do państw trzecich, która weszła w życie 27 czerwca 2021, stanowiącą odpowiednie zabezpieczenia w rozumieniu art. 46 RODO i umożliwiającą przekazywanie danych poza Europejski Obszar Gospodarczy.

Minimalizacja danych i okres przetwarzania

Administrator powinien zadbać, aby gromadzić dane osobowe istotne dla celu postępowania w ramach konkretnego zgłoszenia. W znaczeniu praktycznym oznacza to fakt usuwania danych pozyskanych nadmiarowo i to bez zbędnej zwłoki.

Proces analizy zgłoszenia w kontekście minimalizacji danych wskazuje rysunek nr 2.

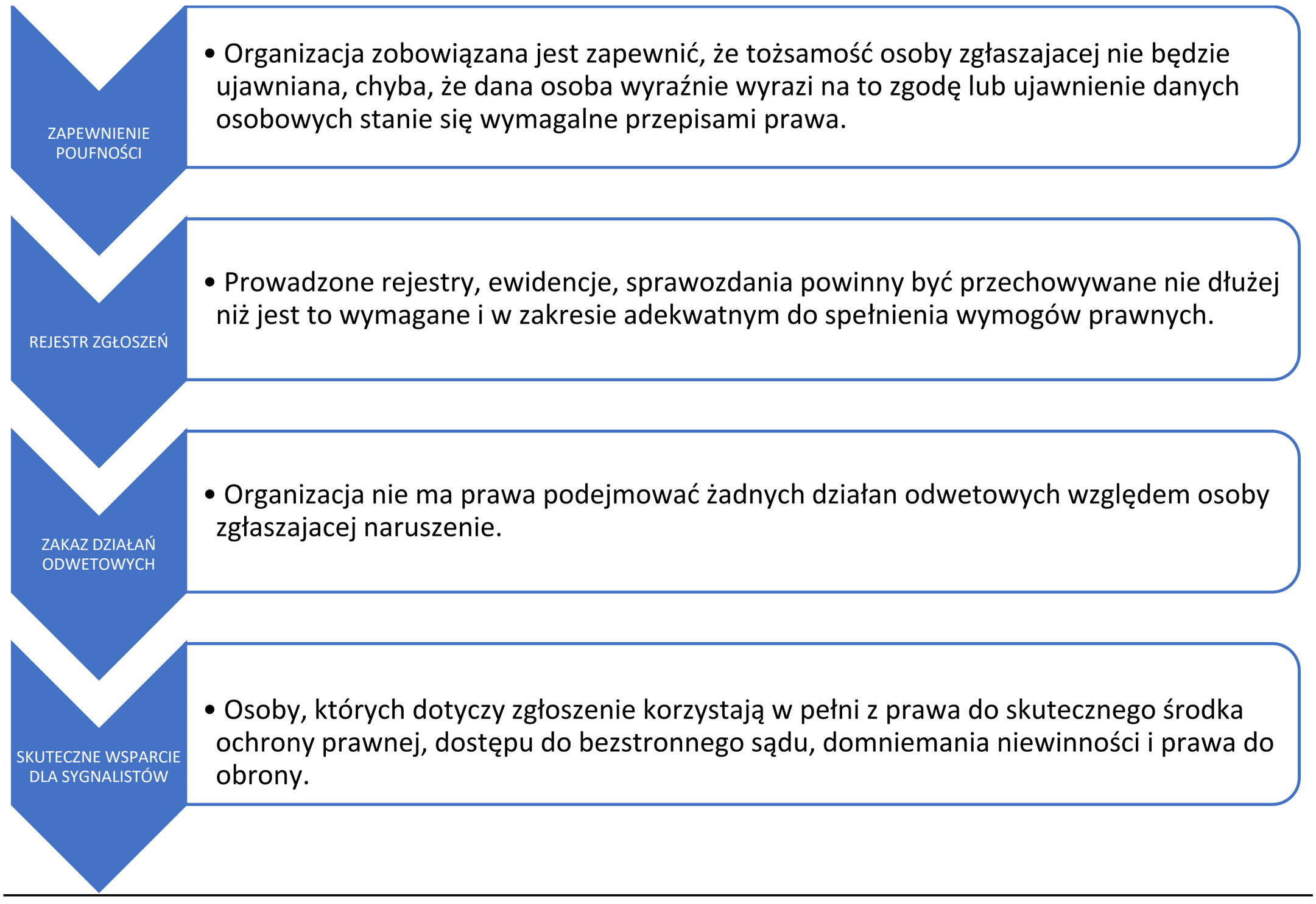
Niezwykle istotne w procesie wprowadzenia rozwiązań dedykowanych zgłoszeniu naruszeń będzie prawidłowe ustalenie okresu retencji danych i wskazanie tego okresu w obowiązku informacyjnym administratora danych. Musimy także mieć na względzie fakt, iż nie każde zgłoszenie będzie prowadziło do podjęcia czynności wyjaśniających, dlatego okresy retencji powinny zostać ustalone w ramach zgłoszeń, które doprowadziły do wszczęcia takiego postępowania jak i do tych, którego do niego nie doprowadziły. Należy zwrócić uwagę, że jeżeli administrator przetwarza dane tylko dla celów weryfikacji zgłoszenia, ale nie prowadzi dochodzenia i nie dokonuje on zgłoszenia organom na zewnątrz, bowiem z uwagi na analizę zgłoszenia brak jest ku temu podstaw, wówczas przetwarza dane przez okres niezbędny do zakończenia wewnętrznej weryfikacji analizowanego zgłoszenia. Jeśli jednak przetwarza dane w celu przeprowadzenia wewnętrznego dochodzenia, ale nie wiąże się to z postepowaniem przed organem, wówczas przetwarza dane przez okres prowadzenia swojego wewnętrznego dochodzenia. Może się jednak zdarzyć sytuacja, kiedy przetwarza dane w związku z postępowaniem prowadzonym przed organami. W takiej sytuacji przetwarza dane do czasu prawomocnego zakończenia sprawy.

Obowiązek informacyjny

Na administratorze danych ciąży obowiązek poinformowania w możliwie najszybszym czasie wszystkich osób związanych ze zgłaszaną nieprawidłowością przez sygnalistę o przetwarzaniu ich danych. Analizując proces zgłaszania obowiązek ten należałoby spełnić w stosunku do wszystkich osób wskazanych w zgłoszeniu, którymi mogą być oczywiście sam sygnalista, domniemany sprawca, świadkowie, osoby trzecie.

Sposób przekazania obowiązku informacyjnego z całą pewnością będzie zależał od przyjętego kanału informacyjnego jednak możliwym rozwiązaniem jest umieszczenie klauzuli już na formularzu zgłoszenia czy też platformie dedykowanej zgłoszeniu.

Informacją, którą powinniśmy wziąć pod uwagę jest kwestia poruszona przez Europejską Radę Ochrony Danych, która w swoich wytycznych wyraźnie wskazuje na kwestie opóźnionej możliwości powiadomienia zainteresowanych stron, jednak tylko w sytuacji, kiedy administrator dostrzega wysokie ryzyko



zagrożenia możliwości administratora do skutecznego zbadania zgłoszonych zarzutów lub zebrania niezbędnych dowodów. Niezwykle istotne z punktu widzenia tworzenia obowiązku informacyjnego jest wskazanie prawidłowych podstaw prawnych przetwarzania danych osobowych w procesie zgłaszania nieprawidłowości. Zgodnie z wytycznymi wydanymi przez EIOD rozważenia wymagają trzy podstawy prawne, a mianowicie:

1. Art. 6 ust 1 lit a RODO – czyli zgoda osoby w przypadku ujawnienia swojej tożsamości;
2. Art. 6 ust 1 lit c RODO – czyli przetwarzanie jako proces niezbędny do wypełnienia obowiązku prawnego ciążącego na administratorze;
3. Art. 6 ust 1 lit f RODO – czyli uzasadniony interes administratora lub osoby trzeciej, której dane są ujawniane.

Zapewnienie ochrony dla sygnalisty

Organizacja tworząc system zgłaszania naruszeń musi zadbać o adekwatny poziom stosowanych zabezpieczeń dla osób zgłaszających, które obrazuje rysunek nr 3.

Dyrektywa przewiduje, że zakazane są jakiekolwiek działania odwetowe względem sygnalisty podejmowane m.in. w następujących formach:

1. Zawieszenia, przymusowego urlopu bezpłatnego, zwolnienia lub równoważnych środków;
2. Degradacji lub wstrzymania awansu;
3. Przekazania obowiązków, zmiany miejsca pracy, obniżenia wynagrodzenia, zmiany godzin pracy;
4. Wstrzymania szkoleń;
5. Negatywnej oceny wyników lub negatywnej opinii o pracy;
6. Nałożenia lub zastosowania jakiegokolwiek środka dyscyplinarnego, nagany lub innej kary, w tym finansowej;
7. Przymusu, zastraszania, mobbingu lub wykluczenia;
8. Dyskryminacji, niekorzystnego lub niesprawiedliwego traktowania;
9. Nieprzekształcenia umowy o pracę na czas określony w umowę o pracę na czas nieokreślony, w sytuacji, gdy pracownik mógł mieć uzasadnione oczekiwania, że zostanie mu zaoferowane stałe zatrudnienie;
10. Nieprzedłużenia lub wcześniejszego rozwiązania umowy o pracę na czas określony;
11. Szkody, w tym nadszarpnięcia reputacji danej osoby, zwłaszcza w mediach społecznościowych, lub strat finansowych, w tym strat gospodarczych i utraty dochodu;
12. Umieszczenia na czarnej liście na podstawie nieformalnego lub formalnego porozumienia sektorowego lub branżowego, co może skutkować tym, że dana osoba nie znajdzie w przyszłości zatrudnienia w danym sektorze lub danej branży;
13. Wcześniejszego rozwiązania lub wypowiedzenia umowy dotyczącej towarów lub umowy o świadczenie usług;
14. Odebrania licencji lub zezwolenia;
15. Skierowania na badania psychiatryczne lub lekarskie.

Co przed nami?

Z całą pewnością stoimy przed wyzwaniem opracowania systemu zgłaszania naruszeń i jego wprowadzenia w organizacji. Biorąc pod uwagę fakt, iż nie ma w Polsce ustawy, która doprecyzowywałaby wiele kwestii w których dyrektywa odsyła do prawodawstwa krajowego, jest to zadanie z całą pewnością utrudnione, jednak nie może stanowić podstawy do nie wprowadzenia systemu na dzień 17 grudnia br.

Po opracowaniu systemu z całą pewnością dalszy etap prac powinien wiązać się z akcją informacyjną i szkoleniem pracowników, celem uświadomienia, sposobu funkcjonowania kanału zgłoszeń oraz poznania środków stosowanych celem ochrony sygnalistów. To właśnie uświadomienie pracownikom potrzeby zgłaszania nadużyć i przekonanie ich do wykorzystywania kanałów whistleblowingowych stanowi podstawę skutecznej procedury zgłaszania nadużyć.

W dalszej kolejności informacje stanowiące procedurę zgłoszeń oraz sposób ich rozpatrywania będzie musiał zostać upubliczniony, aby sygnalista znał schemat działania organizacji w ramach przyjmowanych zgłoszeń i mógł się zapoznać ze wszystkimi informacjami dotyczącymi tego procesu, w tym informacji przetwarzania danych osobowych. ●

Tu mamy wszystko...

w zasięgu ręki!

SGB MOBILE

KLIKNIJ ŻEBY ZAINSTALOWAĆ

Pobierz aplikację z:

Google Play

App Store

Bezpłatna infolinia 24/7:

800 888 888

www.sgb.pl/sgbmobile

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