

Business & More

Magazyn mBanku dla ludzi przedsiębiorczych

Nr 19 / lato 2015



Ilona Antoniszyn-Klik Widzę zmiany na lepsze

Partnerstwo strategiczne
Grupa mBanku i Grupa AXA



woroniczaqbik.pl



— i loft design

od początku

04 podsumowanie kwartału

ludzie

06 liderzy

Ilona Antoniszyn-Klik – Widzę zmiany na lepsze

biznes

10 case study

Nie ma rzeczy niemożliwych – rozwój Grupy Indata Software

14 moim zdaniem

Ernest Pytlarczyk – Polski rynek pracy a presja inflacyjna

15 okiem eksperta

Barbara Lenarcik – Kobiety menedżerami przyszłości

16 historia sukcesu

Biznes w blasku świece – sukces Korona Candles

22 edukacja

Współpraca Uniwersytetu Łódzkiego i mBanku

23 bezpieczeństwo

Minimalizuj ryzyko – dekalog użytkownika internetu

24 w sektorze

Segregacja czy spalanie – gospodarka odpadami komunalnymi

25 nowości

Serwis inwestorski mNews – nowy żywioł DM mBanku

26 ubezpieczenia

Partnerstwo strategiczne z AXA

28 nowości

Zapraszamy do dobrze zaprojektowanego banku

29 relacje

Przyszłość zaczyna się dziś

Kierunek wschód

30 Rio 2016

mBank Sailing Team – pomóżmy sportowcom

po godzinach

34 lifestyle

Polacy, na rowery!

36 psychologia

Wzorem być

37 w wolnym czasie

Czytaj, słuchaj, oglądaj

38 felieton

Łukasz Pałka – Wielki sukces gospodarczy.

Dlaczego tak ciężko nam go dostrzec?

Redaktor naczelna: Joanna Latoszek
Współpraca: Piotr Rutkowski, Kinga Wojciechowska-Rulka, Emilia Kasperczak
Redakcja, projekt graficzny, reklama: Fast Forward Communication
www.ffwcommunication.pl
Redaktor prowadząca: Katarzyna Grochowa
Sekretarz redakcji: Krzysztof Małecki
Produkcja: Kuman-Art
Reklama: Content Media
Mariusz Czykier mariusz@contentmedia.pl,
tel. (+48) 502 499 456
Kontakt: Web: mbank.pl/magazyn-business-and-more
E-mail: businessandmore@mbank.pl

Na okładce: Ilona Antoniszyn-Klik
Fot. Łukasz Król



Szanowni Państwo,

oddajemy w Państwa ręce letni numer magazynu „Business & More”, w którym jak zwykle znajdziecie opinie ekspertów, a także najciekawsze informacje dotyczące wydarzeń rynkowych oraz działań i nowych inicjatyw mBanku.

Na początek polecam lekturę rozmowy z Iloną Antoniszyn-Klik, podsekretarza stanu w Ministerstwie Gospodarki. Porusza ona tematy niezmiennie warte dyskusji i kluczowe dla rozwoju polskiej gospodarki, takie jak wsparcie eksportu, współpracę instytucji samorządowych z biznesem, a także aktywizację potencjału przedsiębiorczych kobiet.

Tradycyjnie też prezentujemy Państwu historię rozwoju i sukcesu polskiego przedsiębiorcy, któremu udało się stworzyć firmę konkurującą na rynku globalnym. Tym razem jest to Krzysztof Jabłoński, jeden z założycieli firmy Korona Candles. Wszystko rozpoczęło się w 1992 roku, nieco przypadkowo, od manufaktury świec. Dziś firma Korona Candles jest światowym potentatem w branży, a w zakładach w Polsce i Stanach Zjednoczonych produkuje świece między innymi dla takich sieci jak Ikea, Tesco, Wal-Mart. W letnim wydaniu „Business & More” sporo miejsca poświęcamy Domowi Maklerskiemu mBanku. Od lat w ramach Grupy mBanku wspieramy rozwój polskich firm, doradzając im przy wejściu na giełdę czy emisji obligacji. Przykładem jest choćby prezentowana w numerze historia rozwoju Grupy Indata. Dom Maklerski mBanku stawia też na nowoczesne rozwiązania. Jednym z ostatnio wprowadzonych jest serwis inwestorski mNews, prezentujący najważniejsze wydarzenia z rynków walutowych, dane makroekonomiczne oraz newsy z giełd niemal całego świata. Pozwala inwestorom być zawsze na bieżąco i podejmować decyzje w oparciu o najbardziej aktualne i kompleksowe dane.

Już w lekkim wakacyjnym klimacie piszemy o Tomasz Januszewskim i Jacku Nowaku, polskich zawodnikach w klasie 49er, zwanej żeglarską Formułą 1 – najszybszych łodziach dopuszczonych do igrzysk olimpijskich w Rio 2016. Aby móc startować w igrzyskach młodzi Polacy potrzebują niemałego wsparcia finansowego. Postanowili, że wykorzystają coraz bardziej popularny crowdfunding i chcą w ten sposób pozyskać 150 000 zł. A jeśli im się to uda mBank podwoi tę kwotę. To gra o najwyższą stawkę – podium w Rio. Zachęcam do lektury i życzę Państwu słonecznych urlopów, które pozwolą zrelaksować się i nabrać wiatru w żagle – z myślą o nowych wyzwaniach.

Przemysław Gdański
Wiceprezes Zarządu mBanku S.A.
ds. Bankowości Korporacyjnej i Inwestycyjnej

Dobre wyniki mBanku w trudnym otoczeniu rynkowym

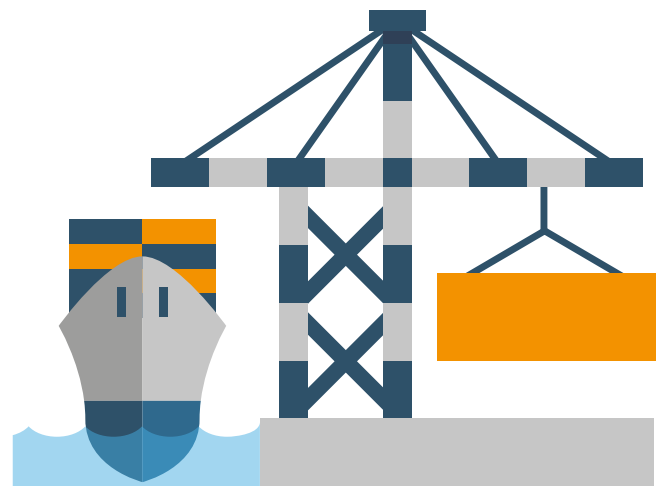
1139,1 mln zł

Dochody mBanku w I kwartale wyniosły 1139,1 mln zł. Wynik odsetkowy, z powodu kolejnych cięć stóp procentowych, był niższy niż w IV kwartale 2014 r. o 45 mln zł i wyniósł 587 mln zł. Częściowo spadek ten został zrekompensowany przez 10-proc. wzrost wyniku z tytułu opłat i prowizji. Do pozytywnych wiadomości należy także zaliczyć 45-proc. wzrost na działalności handlowej. I kwartał 2015 r. był jednocześnie okresem organicznego wzrostu biznesu – liczba klientów indywidualnych wzrosła o 114 tys. i przekroczyła 4,8 mln. mBank pozyskał również 346 nowych klientów korporacyjnych.



Sukces CD Projekt Red

Chyba nie ma w świecie fana gier komputerowych, który nie znałby serii „Wiedźmin”. 19 maja Grupa CD Projekt Red wydała kolejną jej część „Wiedźmin 3: Dziki Gon”. Wiadomo już, że nowa odsłona przygód Geralta z Rivii odniosła spektakularny sukces. W dniu premiery wielbiciele „Wiedźmina” na całym świecie ustawiali się w kolejkach, aby jak najszybciej kupić wymarzoną grę. Sukces wizerunkowy, sprzedażowy, w końcu sukces finansowy „Wiedźmina” cieszy na wielu płaszczyznach. mBank ma wielką satysfakcję, że wspierał CD Projekt Red w zasadzie od początku działania (historię sukcesu firmy przedstawialiśmy w 9. numerze „Business & More” zimą 2012 r.). Gratulujemy i życzymy kolejnych globalnych osiągnięć.



Udany początek roku dla eksportu

Jak podaje Główny Urząd Statystyczny, wartość towarów sprzedanych za granicę przez polskie firmy w I kwartale tego roku wyniosła 42,4 mld euro. W porównaniu z ubiegłym rokiem to wzrost aż o 5,2 proc. Miesiąc wcześniej dynamika wzrostu wynosiła zaledwie 2,2 proc. Poprawiła się też sytuacja w imporcie. W okresie od stycznia do marca Polska kupiła towary o wartości 40,4 mld euro. I choć to 1-procentowy spadek w porównaniu z ubiegłym rokiem, to miesiąc wcześniej sięgał on 4,7 proc. Najgorzej wygląda sytuacja w stosunkach z Rosją i Ukrainą (w przypadku eksportu to odpowiednio 32- i 16-procentowy spadek jego wartości), najdynamiczniej rośnie eksport do krajów UE – tutaj wzrost wyniósł 7,4 proc.



Kształcenie na potrzeby rynku

Na jesieni ma ruszyć zapowiadany od początku roku projekt Ministerstwa Gospodarki pod roboczym tytułem „Kształcenie zawodowe dla potrzeb gospodarki”. W jego ramach ma zostać wprowadzony model współpracy pracodawców funkcjonujących w specjalnych strefach ekonomicznych ze szkołami i placówkami oświatowymi prowadzącymi kształcenie zawodowe. Wsparcie praktycznej nauki zawodu i staży, które ma obejmować m.in. stypendia dla uczniów, dodatki dla ich opiekunów oraz pokrywanie kosztów kształcenia ponoszonych przez pracodawców, będzie finansowane w ramach regionalnych programów operacyjnych.



Mobilnie, profesjonalnie, kompleksowo

W marcu tego roku mBank uruchomił projekt „Mobilni Doradcy” skierowany do klientów MSP w obszarze bankowości korporacyjnej. W 16 obszarach, obejmujących 58 miast powiatowych (oddalonych o kilkadziesiąt kilometrów od oddziałów korporacyjnych banku) zatrudniono wyspecjalizowanych, znających lokalny rynek doradców. Ich zadaniem będzie zapewnienie profesjonalnej obsługi klientom prowadzącym działalność poza dużymi ośrodkami i aglomeracjami.



mBank i Allegro wspólnie oferują rachunki bankowe

mBank i Allegro podpisały długoterminową umowę polegającą na oferowaniu produktów bankowych klientom serwisu. – *Współpracujemy już z partnerami w modelu white label, czyli udostępnienia infrastruktury i rozwiązań banku pod ich marką, czego przykładem jest Orange Finance. Kooperacja z Allegro to nowy model aliansu, również nieangażujący partnera w procesy bankowe* – wyjaśnia Cezary Kocik, wiceprezes mBanku ds. bankowości detalicznej. Klientom indywidualnym proponowane jest prowadzone bezpłatnie eKonto mobilne, które w wersji dla Allegro umożliwia nawet 275 zł oszczędności na zakupach w aplikacji mobilnej serwisu. Promocję oparto na mOkazjach. Przedsiębiorcy mogą wybrać mBiznes Konto Komfort bez opłat przez 12 miesięcy od założenia rachunku. Towarzyszy mu promocja, dzięki której klient może zyskać zwrot do 300 zł za zlecenie przelewów do ZUS z rachunku firmowego.

Widzę zmiany na lepsze

ROZMAWIAŁA: ANNA MARGO

O wyzwaniach stojących przed samorządami, programach rozwoju dla przedsiębiorców oraz aktywizacji kobiet mówi Ilona Antoniszyn-Klik, podsekretarz stanu w Ministerstwie Gospodarki.

Liceum skończyła Pani we Wrocławiu, studiowała Pani jednak za granicą. Najpierw był Frankfurt, potem Helsinki, Wiedeń, staż w Paryżu, praca w Berlinie. Skąd decyzja o wyjeździe?

Polska w tym czasie była krajem wyizolowanym, zamkniętym. O Europie nie wiedzieliśmy praktycznie nic, o paszport trzeba było walczyć. Jednocześnie – tak samo zresztą jest teraz – mieliśmy w sobie ogromną ciekawość świata, chęć poznawania innych krajów, kultur, ludzi. U mnie właśnie ta ciekawość świata zadecydowała o wyjeździe.

Czego nauczyła Panią Europa?

Studia dały mi przede wszystkim solidną wiedzę. Zaczęłam od ekonomii na uniwersytecie we Frankfurcie. Pod względem programu nauczania w porównaniu z tym samym kierunkiem w Polsce to było niebo a ziemia, dwa zupełnie inne światy. Uczyliśmy się rzeczy, o których w naszym kraju nikt wtedy nie miał pojęcia. Pobyt za granicą dał mi też bezcenną umiejętność rozmawiania z ludźmi. Tego nie da się nauczyć, jeśli nie ma się z nimi kontaktu. W akademii dyplomatycznej były klasy, w których każda z dwudziestu kilku osób pochodziła z innego kraju. Dzięki temu to była zupełnie inna rozmowa, zrozumienie, ale też inny poziom przygotowania się do argumentacji.

Niezwykłe doświadczenie. Każdy w swoim życiu powinien zadbać o to, by mieć szansę posłuchać innych. Innych społecznie, językowo, a przede wszystkim gospodarczo.

Takie przygotowanie dawało wiele możliwości kariery w europejskich strukturach. A jednak wróciła Pani do kraju i tutaj aktywnie działa.

Powrót był czymś zupełnie naturalnym, zakładałam go od początku. To był czas niesamowitego przełomu gospodarczego w Polsce. Nie układałam sobie życia i nie zbierałam tych wszystkich kompetencji, żeby zostawać za granicą. Tak samo zresztą jak wielu moich kolegów. Wiedzę, doświadczenie, umiejętność komunikacji zdobywaliśmy tam, ale po to, by przywieźć je do Polski i tutaj wykorzystywać.

Pracując przez kilka lat w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Dolnośląskiego, m.in. jako wicewojewoda, a także teraz w Ministerstwie Gospodarki aktywnie działała i działa Pani na rzecz tworzenia nowych miejsc pracy. Na co jeszcze mogą liczyć polscy przedsiębiorcy?

Niedługo będziemy startowali z projektem przywiązywania biznesu do nowo powstałych dróg ekspresowych. Pionierska jest trasa S3, docelowo w całej Polsce progra-

Bardzo dużym i ważnym wyzwaniem jest połączenie życia samorządowego z życiem gospodarczym, czyli nauczanie administracji, by miała czysty i mądry kontakt z biznesem. Według mnie to jest absolutnie niezbędne.

mem ma być objętych sześć tras. Cel jest prosty – sprawić, żeby w rejonach wzdłuż nowych dróg szybkiego ruchu pojawiały się miejsca pracy, by aktywizowali się lokalni przedsiębiorcy, a przede wszystkim, by przyjeżdżali nowi, chcący zakładać, rozwijać firmy w miejscach, w których do tej pory nie byli. Często jest bowiem tak, że przedsiębiorcy przywiązują się do jednej lokalizacji i chcąc budować przedsiębiorstwo np. w dużym mieście, ponoszą niepotrzebne koszty. A dzięki temu, że pojawiają się nowe, bezpieczne, szybkie drogi, tak naprawdę mogą mieć swój biznes gdziekolwiek, bo są w stanie szybko do niego dojechać.

A co z promocją polskiego eksportu? Na ten rok zaplanowane są aż trzy budżety promocyjne, które mogą pomóc polskim przedsiębiorcom zaistnieć na rynku międzynarodowym.

Z polskim eksportem jest jeden zasadniczy problem – w Polsce nie ma systemu wspierania go na poziomie subregionalnym, czyli gmin. Oczywiście, niektóre województwa radzą już z tym sobie całkiem dobrze. W wielu jednak przypadkach jest tak, że ktoś eksportujący to ktoś, komu udało się przebić przez wszystkie trudności samemu, bez niczyjej pomocy. A w to powinien być zaangażowany z jednej strony lokalny bank, z drugiej gmina. Bank daje przedsiębiorcy ofertę proeksportową, bo bez finansowania po prostu się nie da, marszałek zaś – ofertę promocyjną. Jeśli te warunki nie będą spełnione, firmy nie wyjdą na rynek międzynarodowy, a w efekcie nie będą miały odpowiedniej marży. Nasza gospodarka zaś po prostu nie pociągnie. Dlatego tak ważne jest, by nad tym pracować.

Dużym przedsiębiorcom jest pod tym względem łatwiej. A to przecież ci mali są tak ważni dla rozwoju gospodarczego. Dużemu jest łatwiej, oczywiście, bo może sobie kupić choćby doradztwo albo pozwolić na drogą obsługę prawną. Małego na to nie stać. Dlatego, żeby bezpiecznie iść za granicę, musi mieć dobre instrumenty gwarancyjne i standardowy produkt. Dla małych i średnich musimy zrobić jeszcze bardzo dużo. I to jest kolejne wyzwanie – podnieść te firmy innowacyjnie i pod względem eksportowym. A to znowu można osiągnąć tylko i wyłącznie przez lokalne samorządy.

Jakie jeszcze wyzwania stoją przed lokalnymi samorządami i na rzecz których chce Pani działać?

Bardzo dużym i ważnym wyzwaniem jest połączenie życia samorządowego z życiem gospodarczym, czyli nauczanie administracji, by miała czysty i mądry kontakt z biznesem. Według mnie to jest absolutnie niezbędne. A u nas jest niestety tak,

W Polsce mamy problem z niewykorzystywaniem potencjału kobiet. Z tym, że państwo daje duże pieniądze na ich wykształcenie, ale potem nic z tego nie ma. To jest nic innego jak marnowanie pieniędzy i tego, co te kobiety mogą państwu dać.

że administracja nie ma systemu słuchania przedsiębiorców. Nie chodzi o to, żeby wykonywała ona polecenia biznesu, ale by reagowała na informacje, które idą ze środowiska, bo to przecież nikt inny, tylko przedsiębiorcy, zapewniają dobrobyt państwu. Urzędnik musi więc wiedzieć, jak wygląda lokalny biznes, czego mu ewentualnie potrzeba, co zrobić, żeby przyciągnąć nowe firmy.

To jest ogromne wyzwanie. Jeżeli my nie będziemy pomagali przedsiębiorcom tworzyć wartości dodanej, pchali ich w stronę innowacyjności, zapewniali odpowiedniego otoczenia, to sami zatrzymujemy dobrobyt tego państwa.

W jednym z wywiadów wspominała Pani, że weszła do polityki, bo to również od pracy kobiet zależy sytuacja w kraju i wzrost gospodarczy. Dlaczego tak bardzo zależy Pani na zwiększaniu ich aktywności zawodowej?

W Polsce mamy duży problem z niewykorzystywaniem potencjału kobiet. Z tym, że państwo daje duże pieniądze na ich wykształcenie, ale potem nic z tego nie ma. To jest nic innego jak marnowanie pieniędzy i tego, co te kobiety mogą państwu dać. Pamiętam spotkanie ze studentami w Legnicy, podczas którego jedna z pań powiedziała, że ona, owszem, chce skończyć studia, ale pracować już nie. To po co jej te studia? I czy w ogóle ma taki wybór – pra-

cować albo nie? Dla mnie takie podejście jest nieakceptowalne. Kobiety muszą zrozumieć, że bardziej proaktywna postawa w stosunku do życia w ogóle i do przyszłości zawodowej jest po prostu nieodzowna.

Ale takie postawy są głęboko zakorzenione w mentalności...

Owszem. Miało na to wpływ wiele lat określonego systemu i kultury. Kobiętom wpojono, że powinny być bierne, uległe, przyjmować świat takim, jaki jest, i nie robić nic, żeby go zmieniać. Ale te czasy się zmieniły. Teraz żyjemy w ustroju, do którego sami dążyliśmy, w określonej gospodarce, którą nazywamy rynkową, i musimy doprowadzić do tego, by kobiety miały narzędzia, żeby sobie w tym świecie poradzić. Z jednej więc strony niezbędna jest zmiana podejścia do siebie, do pracy, do świata. A z drugiej – szanse, możliwości, narzędzia od lokalnej administracji, by się zaktywizować, podjąć pracę i coś robić. I dla siebie, i społecznie.

Jakie działania są w tej dziedzinie podejmowane?

Jest ich tak naprawdę bardzo wiele. Pierwszą rzeczą, jaką zrobiliśmy jako stowarzyszenie „Aktywność kobiet”, było wyszukiwanie liderów, którzy działają w lokalnych społecznościach, na co dzień borykają się z wieloma trudnościami i którym trzeba dodać trochę siły, skontaktować ich ze sobą i z osobami, które mają wiedzę, doświadczenie, mogą pomóc. Zrobiliśmy akcję aktywizacji kobiet. Na początku lokalnie, na Dolnym Śląsku, teraz jesteśmy już w 14 województwach. Akcja znakomicie nam się rozrasta, dużo się dzieje. Spotykamy niesamowitych ludzi, także mężczyzn, którzy chcą pomagać kobietom, angażują się w ich sprawy.

Dostrzega Pani zmianę na lepsze na przestrzeni czasu?

Zdecydowanie tak. Jasne, wiele kobiet wciąż jeszcze nie ma tego mniej emocjonalnego podejścia, luzu, który mają

mężczyźni. Czasem brakuje im odwagi do działania albo dobrej znajomości środowiska, w którym się działa. Ale tego wszystkiego da się nauczyć, a odwagę wyzwolić. A te rzeczy, które już się dzieją, są naprawdę fantastyczne. Kobiety działają w hospicjach, fundacjach, opiekują się zwierzętami. One – nie bez wsparcia rewelacyjnych mężczyzn oczywiście – zmieniają swoje otoczenie. I to jest genialne. I ja wiem, że generalnie optymizm jest niemożliwy, ale naprawdę widać, że coś się zmienia na lepsze.

Gdyby miała się Pani pokusić o prognozę – jaki będzie ten trwający rok dla polskiej gospodarki?

Na pewno dużo będzie się działo. Po pierwsze, mamy szansę osiągnąć 4 proc. wzrostu gospodarczego. Po drugie, być może uda się rozwiązać szereg problemów dotyczących bezpieczeństwa gospodarczego. Mam na myśli inwestycje dotyczące energetyki – takie jak zakończenie budowy terminalu w Świnoujściu – dzięki którym moglibyśmy w sporym stopniu uniezależnić się od Rosji. 2015 rok to też uruchomienie wszystkich nowych przetargów infrastrukturalnych z pieniędzy unijnych na kwotę kilkudziesięciu miliardów euro.

A jak będzie pod względem eksportu?

Mam nadzieję, że też dobrze. Paradoksalnie w tej kwestii pomogli nam Rosjanie. Polacy tak intensywnie wzięli się za promocję spożywczą, że nie tylko miło na to patrzeć, ale widać też wymierne efekty, jak odblokowanie niektórych rynków, wyjście z produktami na te zupełnie nowe. Jasne, że aby utrzymać taki stan rzeczy, trzeba dbać o odpowiedni, światowy poziom tych produktów. Ale jest o co walczyć.

Jest coś, co budzi Pani wątpliwości?

To nie tyle wątpliwości, co pytanie – czy jesteśmy w stanie zwiększyć naszą konkurencyjność na poziomie samorządów. Tutaj bardzo nam pomogą regionalne programy operacyjne. Ja wielkie nadzieje pokładam



Na zdj. Ilona Antoniszyn-Klik
Autor: Łukasz Król

w programie szkolnictwa zawodowego, który ma ruszyć od września i na który przeznaczony jest 1 mld euro. To program, który zakłada kształcenie dostosowane nie do zapotrzebowania teoretycznego, jak było do tej pory, ale do realnych potrzeb rynku. Jeśli uda się go wdrożyć z powodzeniem, możemy mieć niesamowity skok i realne zmniejszenie bezrobocia wśród młodych już w ciągu trzech lat.

Nie możemy jednak zapomnieć o tegorocznych wyborach...

2015 to rzeczywiście rok wyborczy. To oznacza wiele turbulencji, pustych słów. Do tego, ponieważ mamy taki system, jaki mamy, wraz z końcem kadencji Sejmu zatrzymują się wszystkie dotąd prowadzone ustawy i muszą poczekać na nowe wdrożenie. Na pewno będzie się pod tym względem dużo działo. W realnej gospodarce jest zdecydowanie lepiej. I ja znów powtórzę, że optymizm jest niemożliwy, ale...

...ale to będzie dobry rok?
Tak. To będzie dobry rok.

Ilona Antoniszyn-Klik

Absolwentka ekonomii Europejskiego Uniwersytetu Viadrina we Frankfurcie n. Odrą oraz studiów podyplomowych z dziedziny zagadnień instytucji i prawa Unii Europejskiej na Akademii Dyplomatycznej w Wiedniu. Wieloletni pracownik Urzędu Marszałkowskiego Województwa Dolnośląskiego. Początkowo jako zastępca dyrektora Departamentu Rozwoju Regionalnego, następnie jako zastępca dyrektora Departamentu Europejskiego Funduszu Społecznego i Rozwoju Obszarów Wiejskich. Od 8 czerwca 2010 r. pełniła funkcję wicewojewody dolnośląskiego. Kandydatka PSL w wyborach do Parlamentu Europejskiego w 2009 r. oraz na prezydenta Wrocławia podczas wyborów samorządowych w 2010 r. Od 24 listopada 2011 r. podsekretarz stanu w Ministerstwie Gospodarki.

ilonaantoniszyn.pl

Nie ma rzeczy niemożliwych

BARTOSZ CHOCHOŁOWSKI

Będą walczyć z największymi międzynarodowymi gigantami. Może się im udać, bo sądząc po poziomie determinacji i wytrwałości w dążeniu do sukcesu dla ludzi z Grupy Indata nie ma rzeczy niemożliwych.

W ciągu dwóch lat z kilkunastoosobowego zespołu przekształcili się w Grupę spółek zatrudniającą ponad 200 specjalistów. I na tym nie koniec. Po to weszli na giełdę, aby uzyskać kapitał na kolejne przejęcia. – *W ten sposób cel można osiągnąć szybciej. Chcemy być dużą firmą, bo tak się składa, że duzi dają duże zlecenie dużym, a my właśnie po te największe chcemy sięgać* – mówi Grzegorz Czapla, prezes Indata Software SA – spółki, która ma mocarstwowe zapędy i co ważne, dużą szansę na ich realizację.

Od mikro do makro

Jak to się stało, że jeszcze kilka lat temu mała informatyczna firma dziś chce stawać w szranki z HP, IBM czy Microsoftem? Zaczęło się niewinnie. Indata, a właściwie Tro Media (tak wówczas nazywała się firma) rozpoczęła swoją działalność w 2004 roku

jako kilkusobowa agencja interaktywna. Zajmowała się wówczas szeroko pojętym konsultingiem informatycznym, tworzeniem aplikacji, portali internetowych i realizowała kampanie marketingowe. Tym, co ją wyróżniało na tle innych agencji, były szerokie kompetencje w zakresie informatyki i właśnie ten potencjał właściciele postanowili wykorzystać.

Ambitny plan rozwoju był możliwy do realizacji, ale potrzebne było finansowanie. W 2010 roku Tro Media zadebiutowało na rynku NewConnect, pozyskując tym samym blisko dwa miliony złotych. Już wtedy było wiadomo, że większość z tej kwoty zostanie przeznaczona na przejęcia. I tak się stało. W 2012 roku firma przejęła WDSP Holding i przekształciła się w Indata Software. Z dzisiejszego punktu widzenia nie była to duża organizacja – zatrudniała

20 pracowników. Jednak już rok później miała na pokładzie 53 ekspertów IT. W kolejnych latach Indata Software konsekwentnie budowała swoją potęgę. W 2014 roku przejęła większościowe pakiety spółek Cohesiva, Positive Technology oraz Infolan, tym samym stając się holdingiem spółek informatycznych. Grupa Indata Software zatrudnia obecnie łącznie ponad 200 pracowników. Główną osią jej działalności jest dostarczanie systemów informatycznych firmom (półki co z sektora małych i średnich przedsiębiorstw), ale jej unikalną cechą jest tworzenie autorskich narzędzi na zlecenie klientów. Tym samym oferuje rozwiązania przygotowane i dopasowane do potrzeb zlecającego. Wśród produktów Grupy można znaleźć rozwiązania e-commerce, modułowe systemy B2B, systemy zarządzania treścią e-CMS, system obiegu dokumentów Workflow.

Informatyzacja zatacza coraz szersze kręgi. Każda firma niezależnie od skali działania musi prędzej czy później zainwestować w systemy informatyczne w swoich strukturach. Odpowiednio dobrana, wdrożona i zarządzana infrastruktura IT nie tylko usprawnia pracę, ale przede wszystkim optymalizuje koszty przedsiębiorstwa. Coraz więcej firm zdaje sobie z tego sprawę.

Pełen wachlarz projektów

Produkty Indata Software to nie tylko rozwiązania dedykowane firmom. Efekty ich pracy zna szeroka grupa Polaków, a na pewno każdy, kto korzystał kiedyś z KRS-u przez internet. Jeśli w systemie znalazłeś interesującą cię spółkę, to jest to zasługa między innymi Indata Software SA, która ten projekt wykonywała. – *Byliśmy członkiem konsorcjum odpowiedzialnego za realizację tego zlecenia. Po naszej stronie była część deweloperska. Do wdrożenia mieliśmy olbrzymią bazę danych* – wspomina prezes Grzegorz Czapla. – *To było duże przedsięwzięcie* – dodaje. Innym projektem, z którego wiele osób korzysta powszechnie jest Krajowy Rejestr Karny online. To wygodne narzędzie, które pozwala sprawnie, przez internet, pozyskać zaświadczenie o niekaralności, co jest kluczowe dla niektórych zawodów. Zupełnie wyeliminowana została konieczność wizyty w Punkcie Informacyjnym KRK. – *Olbrzymią zaletą wdrożenia obu systemów jest to, że ułatwiają respektowanie w praktyce przepisów mówiących, że członkiem zarządu spółki nie może być osoba*



Na zdj. Grzegorz Czapla
Fot. arch. Indata Software

karana za przestępstwa. Jest to możliwe dzięki powiązaniu baz. Dawniej można było widnieć w rejestrze jako osoba karana i mimo to sprawować odpowiedzialną funkcję, bo nikt tego nie weryfikował. Krajowy Rejestr Sądowy żył własnym życiem niezależnie od Krajowego Rejestru Karnego – opowiada Grzegorz Czapla.

Innowacyjność w IT – szansa na dalszy rozwój

Informatyzacja zatacza coraz szersze kręgi. Każda firma niezależnie od skali działania musi prędzej czy później zainwestować w systemy informatyczne w swoich strukturach. Odpowiednio dobrana, wdrożona i zarządzana infrastruktura IT nie tylko

usprawnia pracę, ale przede wszystkim optymalizuje koszty przedsiębiorstwa. Coraz więcej firm zdaje sobie z tego sprawę, planuje rozwój i szuka finansowania projektów informatycznych. – *Na implementację nowoczesnych firmowych rozwiązań IT bardzo dobrze wpływają fundusze unijne. Bez nich firmy, które i tak musiałyby podjąć decyzję o zainwestowaniu w informatyzację, miałyby trudniej i pewnie proces wdrażania projektów IT trwałby dłużej. Pieniądże z funduszy przyspieszają nadrabianie zaległości* – uważa szef Indata Software. – *Jeśli firmy muszą wyłożyć z własnych pieniędzy tylko część potrzebnej kwoty, łatwiej jest im podjąć strategiczne decyzje budżetowe.*

Nie bez znaczenia dla rozwoju na rynku IT jest ożywienie gospodarcze, które zwiastuje koniec kryzysu. Jak zauważa prezes Indata Software przedsiębiorstwa coraz chętniej inwestują w swój rozwój, unowocześniając organizację. Wstrzymywanie nowych projektów, typowe w trudnych biznesowo czasach, powoli się kończy. Wiele wskazuje na to, że firmy poczuły się bezpieczniejszemu i stabilniejszemu, co widać w ich aktywności inwestycyjnej.

Plany na sukces

Indata Software dalej kroczy drogą rozwoju. Do tej pory wszystko się udawało. Nie można powiedzieć, że firma osiągała swoje cele krok po kroku. Raczej skok po skoku, bo rozwój był niezwykle dynamiczny. Przychody ze sprzedaży w 2012 roku wyniosły 15,4 mln zł, rok później 17,4 mln, aby w 2014 roku wyskoczyć do ponad 58 mln zł. Grupa wypracowała w 2014 roku zysk netto na poziomie 12,2 mln zł, który był o 70% wyższy od wyniku za 2013 rok. Najbliższy rok wygląda również obiecująco. – *Zdecydowaliśmy o podaniu prognozy wyników finansowych na 2015 rok, ponieważ chcemy dać inwestorom mocne podstawy do oceny perspektyw naszego biznesu. Prognozujemy, że skonsolidowane przychody Grupy wyniosą w tym roku 80 mln zł, zysk operacyjny 17 mln zł, EBITDA 20 mln zł, a zysk netto (przypisany akcjonariuszom jednostki dominującej) 15 mln zł. To oznacza, że o ponad 30% wzrosną prognozowane wyniki operacyjny i netto oraz przychody, a o 26% EBITDA w porównaniu do wyników w ubiegłym roku. Chcielibyśmy zaznaczyć, że prognozowany wzrost wyników nie uwzględnia planowanych przejęć w tym roku. Opiera się tylko na oczekiwanym wzroście organicznym naszego biznesu, w tym na kontraktach będących obecnie w finalnej fazie negocjacji, które mogą stanowić około 30% przychodów Grupy w tym roku* – mówi Grzegorz Czapla. Oprócz klientów z sektora MSP firma planuje współpracę z największymi klientami. Samodzielnie chce sięgać po największe zlecenia i przygotowuje się do tego od

strony kapitałowej. W kwietniu przeniosła się z NewConnect na główny parkiet warszawskiej giełdy. Na przełomie drugiego i trzeciego kwartału spółka chce przeprowadzić publiczną ofertę akcji. Zgodnie z prospektem emisyjnym zamierza pozyskać z oferty publicznej akcji kwotę 61,2 mln zł. – *Potrzebujemy tych pieniędzy głównie na przejęcia. Jesteśmy w stanie konkurować na rynku z największymi graczami, musimy jednak dokupić pewne kompetencje. Dzięki przejęciom po najbardziej lukratywne kontrakty będziemy mogli osiągnąć znacznie szybciej niż rozwijając się organicznie* – mówi Grzegorz Czapla.

Współpraca z zaufanym partnerem

Akcje nowej emisji będzie można kupić prawdopodobnie jeszcze przed wakacjami. Na duży parkiet GPW Indata Software wprowadził mBank, który również przygotowuje emisję. – *Współpraca przy tym projekcie z mBankiem wydawała nam się naturalna. Pierwsze konto założyliśmy w mBanku. Razem z nim rośliśmy. Nikt nas tak dobrze nie zna. Skoro tyle lat dobrze współpracowaliśmy, to oczywiste było dla nas zwrócenie się do biura maklerskiego mBanku* – opowiada prezes Czapla i dodaje, że nie bez znaczenia jest tu ranga banku. Dla prezesa ważne jest nie tylko pozyskanie kapitału z giełdy, ale również sam fakt, że akcje spółki są na niej notowane. – *To daje prestiż, uwiarygadnia spółkę* – zaznacza. – *Każdy klient może bardzo łatwo dowiedzieć się o nas wszystkiego, może śledzić nasze poczynania. Jesteśmy w pełni transparentni.*

Działalność Indata Software jednak nie ograniczy się tylko do polskiego rynku. Obiecujący jest również rynek skandynawski oraz tak zwana Europa niemieckojęzyczna. Na razie jednak firma nie zdradza, jakie przedsięwzięcia i w których konkretnie krajach zamierza realizować. Sądząc jednak po konsekwencji w działaniu niebawem o nich usłyszymy.

Wyzwanie

Przejście spółki z NewConnect na GPW

Rozwiązanie

Wsparcie DM mBanku w zakresie przejścia na GPW i przygotowania emisji

Efekt

Osiągnięcie kolejnego etapu rozwoju Grupy Indata i ekspansja na nowe rynki

Marcin Matuszczak

DORADCA KLIENTA KORPORACYJNEGO
ODDZIAŁ KORPORACYJNY mBanku
WE WROCŁAWIU

Z Indata Software SA współpracujemy od 2011 roku. Od początku kontakty między mBankiem a Grupą charakteryzuje rozwój wzajemnych relacji. Rozpoczynaliśmy od rachunku dla jednej firmy o niewielkiej skali działalności, z biegiem czasu obsługa bankowa zyskała szerszy zakres. Minione lata to ciągły rozwój, wspomagany kompleksową ofertą mBanku dla całej Grupy Indata Software. Obejmuje ona m.in. finansowanie bieżące, leasing, ale również wsparcie Domu Maklerskiego mBanku, co ma kluczowe znaczenie w przypadku debiutu Grupy na GPW. Dziś, po kilku latach, Indata Software to zupełnie inna firma. To nowoczesne przedsiębiorstwo z sektora IT, dynamicznie się rozwijające, realizujące ambitne plany akwizycyjne i zorientowane na wzrost oparty na nowych technologiach. Z satysfakcją śledzimy te zmiany i z przyjemnością w nich towarzyszymy. Z całą pewnością przyszłość będzie zarówno dla Grupy jak i dla nas wyzwaniem, które jako mBank z przyjemnością podejmiemy.



Polski rynek pracy a presja inflacyjna

Ernest Pytlarczyk

GŁÓWNY EKONOMISTA mBanku S.A.

Doktor nauk ekonomicznych, ma tytuł CFA (Chartered Financial Analyst). W maju 2011 roku, wraz z Marcinem Mazurkiem, zdobył nagrodę dla najlepszego analityka makroekonomicznego w konkursie Narodowego Banku Polskiego. W przeszłości pracował jako analityk rynków finansowych w Banku Handlowym, jako researcher w Instytucie Cykli Koniunkturalnych na Uniwersytecie w Hamburgu oraz w Banku Centralnym Niemiec we Frankfurtach. Jest jednym z najbardziej cenionych specjalistów na polskim rynku.

Ostatnie miesiące to okres coraz wyraźniejszego przyspieszenia wzrostu wynagrodzeń. Pomijając krótkookresowe wychylenia w jedną lub drugą stronę, wzrost płac jest spójny z około 4-procentowym trendem r/r.

Dynamika nominalnego funduszu płac zbliżyła się do 6% w ujęciu rocznym. Ciężar utrzymywania wysokiej dynamiki realnej bazy dochodowej dla konsumpcji spoczywa jednak w coraz większym stopniu na płacach nominalnych. Specyfika polskiego rynku pracy (spadek podaży pracy, do czego walnie przyczyniają się czynniki demograficzne i emigracja zarobkowa przy wciąż bardzo mocnym popycie) oraz pogłoski o wzrastającej presji płacowej, zwłaszcza dla pracowników niewykwalifikowanych, pozwalają oczekiwać solidnych wzrostów płac w kolejnych kwartałach. Nie musi to być jednak scenariusz aż tak jednokierunkowy, jak mógłby się wydawać.

Gospodarka rośnie, stopa bezrobocia solidnie spada (i to nie przez wyrejestrowania i wyjście z zasobu pracy), tymczasem zatrudnienie w sektorze

przedsiębiorstw wyraźnie zawodzi. Jest to zauważalne, podobnie jak stabilizacja w prognozach zatrudnienia. Być może coraz większą rolę odgrywa postęp w wydajności pracy i efekty wysokich inwestycji. Naszym zdaniem jednak, dodatkowo doświadczamy strukturalnej zmiany na rynku pracy. Większa zmienność warunków rynkowych i dążenie do lepszego zarządzania kosztami sprawiają, że coraz powszechniejsze stają się elastyczne formy zatrudnienia. Co więcej, wydaje się, że duże przedsiębiorstwa – zdominowane przez klasyczne etaty – osiągnęły już poziom zatrudnienia typowy dla fazy wzrostowej cyklu. Zakładając, że mniej typowe formy zatrudnienia będą dominującą formą w podmiotach mniejszych, nieobjętych opisywaną statystyką, patrzenie na miarę „zatrudnienie” może wypaczać obraz gospodarki i stwarzać bardziej pesymistyczne wrażenie, niż jest w rzeczywistości. Niemniej małe przyrosty zatrudnienia w sektorze przedsiębiorstw wskazują, że kołem zamachowym gospodarki są formy zatrudnienia o jakości gorszej z punktu widzenia gospodarstwa domowego,

a więc ograniczające popyt gospodarstw na dobra trwałe, czy kredyty hipoteczne.

Tendencją na rynku pracy jest wzrost zainteresowania pracodawców pozyskaniem pracowników ze Wschodu, których podaż na polskim rynku pracy znacząco przez ostatnie miesiące wzrosła. Nasilenie tej tendencji pomoże częściowo obejść problemy z podażą polskich pracowników i zmniejszy negatywne dla konkurencyjności polskich przedsiębiorstw skutki żądań płacowych. Wzrost powszechności zatrudniania pracowników ze Wschodu i fakt, że ich wzorce konsumpcyjne mogą znacząco odbiegać od pracowników rodzimych (kwestia transferów do rodzin pozostających na Ukrainie) może skutkować odchyleniem (w dół) trajektorii zagregowanej konsumpcji od wzorców historycznych. Jeśli nasze przypuszczenia są słuszne, to albo gorszej jakości etaty, albo postępy w wydajności pracy (i związana z nimi realna aprecjacja waluty) skutecznie szachują wzrosty inflacji – nie tylko w horyzoncie oddziaływania polityki pieniężnej – oddalając wyraźnie potrzebę normalizacji polityki stóp procentowych.



Kobiety menedżerami przyszłości

Barbara Lenarcik

MENEDŻER DS. MARKETINGU I ROZWOJU BIZNESU PwC

Nie mam wątpliwości, że na kluczowych stanowiskach w biznesie nadal jest za mało kobiet. Ta sytuacja powoli ulega jednak zmianie, co potwierdza przygotowany co roku przez PwC raport „*Global CEO Survey*”, w którym grupa zarządzających 2500 spółkami w Polsce i na świecie ocenia trendy zachodzące na rynkach. Od kilku lat obserwujemy rosnący odsetek nowo nominowanych kobiet na prezesów firm. Przewidujemy, że w 2040 r. 30 proc. nowo nominowanych prezesów będą stanowiły kobiety.

Inny raport PwC „*Kobiety menedżerami przyszłości. Wyzwania w skutecznym kształtowaniu liderów*” potwierdza tezę, że różnorodność w firmach jest podstawą konkurencyjności. 74 proc. polskich menedżerek, które wzięły udział w badaniu*, jest zdania, że coraz większa liczba kobiet na stanowiskach kierowniczych będzie miała pozytywny wpływ na firmy. Wśród wymienianych obszarów zmian wskazują m.in. wizerunek firmy na rynku (62 proc.), wzrost przewagi konkurencyjnej, w tym innowacyjności (54 proc.) oraz obniżenie ryzyka operacyjnego (50 proc.). Kobiety są gotowe do wyzwań: 62 proc. badanych potwierdziło, że są coraz pewniejsze siebie i wierzą w swoje mocne strony. Są także świadome obszarów, nad którymi muszą jeszcze pracować. Za kluczową sprawę do budowania efektywnej

współpracy w firmie uważają feedback – 51 proc. oczekuje od pracodawcy informacji zwrotnej dotyczącej jakości i wydajności ich pracy. Istotne jest też wsparcie wewnątrz organizacji, np. w postaci programu mentoringowego, który ułatwia budowanie kariery (90 proc. badanych). Dostrzegają też znaczenie networkingu – 60 proc. polskich liderów potwierdza ważność budowania relacji oraz wymiany wiedzy i doświadczeń.

Wiele kobiet ma apetyt na pracę za granicą. Zgodnie z raportem PwC taką chęć deklaruje aż 69 proc. z nich. Ich liczba jeszcze nigdy nie była tak wysoka. 63 proc. uważa wręcz, że międzynarodowe doświadczenie jest dziś ważnym etapem rozwoju kariery. Na światowych rynkach nadal są jednak branże, które w opinii kobiet powinny popracować nad rozwiązaniami wspierającymi rozwój liderów. Są to głównie branże finansowa, paliwowa i sektor obronności. Bo choć np. w branży finansowej 60 proc. zatrudnionych to kobiety, to najwyższe stanowiska menedżerskie zajmują mężczyźni. Autorzy raportu podkreślają, że aby dana branża mogła się rozwijać, musi postawić na różnorodność przywództwa i wykorzystanie talentów kobiet.

Wybierając miejsce pracy, polskie menedżerki zwracają uwagę na dwie zasadnicze kwestie: dla 62 proc. ankietowanych

ważne jest, czy firma realizuje politykę „gender diversity” (różnorodności płci), a dla 93 proc. istotne jest to, czy pracodawca wspiera działania zapewniające równowagę w życiu zawodowym i prywatnym. Ponad połowa deklaruje, że w trakcie budowania kariery zawodowej zrezygnowała lub znacznie ograniczyła czas na zainteresowania, a prawie 40 proc. ograniczyła życie towarzyskie. Globalne badanie pokazuje jednak, że jest to świadomy wybór kobiet i większość z nich akceptuje tę nierównowagę.

Rynek potrzebuje dziś nowego modelu kompetencji przywódczych, zbudowanych na potrzebach i talentach kobiet pokolenia milenijnego. Ich wspieranie to najważniejsze zadanie, jakie stoi przed polityką, kształtującą biznesowe modele. W pierwszej kolejności są więc potrzebne inicjatywy, które pozwolą kobietom budować networking i relacje (73 proc.), będą platformą wymiany wiedzy i doświadczeń (80 proc.) oraz podniosą kompetencje przez oferowane szkolenia, warsztaty czy debaty (60 proc.).

* Badanie przeprowadzono w styczniu 2015 roku na grupie ponad stu menedżerek średniego i wyższego szczebla zarządczego, w tym 60 proc. badanych z firm zatrudniających powyżej 250 osób, 23 proc. menedżerek w wieku poniżej 35 lat.

Biznes w blasku świec

ANNA MARGO

Najwyższej jakości produkty, najnowsze technologie, innowacyjne rozwiązania. Dzięki temu firma Korona Candles z Wielunia od lat utrzymuje niezachwianą pozycję lidera branży, a jej produkty oświetlają wnętrza domów na całym świecie.

Powiedzieć, że Korona Candles, jeden z największych światowych producentów świec, powstała w wyniku wieloletnich planów i przygotowań, byłoby przesadą. Jeden z założycieli firmy, Krzysztof Jabłoński, nie ze świecami łączył bowiem swoją przyszłość, lecz z samochodami. Przez kilka lat był właścicielem warsztatu w Niemczech, w Polsce prowadził firmę leasingową. Pewnego dnia w 1992 roku jego wspólnik wspomniął, że szuka kupca na chińską parafinę. Jabłoński uznał, że zamiast pośredniczyć w transakcji, produkcję świec weźmie na siebie. Jak postanowił, tak zrobił. – *To była manufaktura, taka z prawdziwego zdarzenia. Pracownicy siedzieli i ręcznie wyrabiali świece – wspomina początki. – Wysyłałyśmy je głównie do Niemiec. Pod względem kosztów siły roboczej mieliśmy przewagę. Konkurovaliśmy też z Chińczykami. Oczywiście nie byliśmy od nich tańsi, bo to niemożliwe. Potrafiliśmy jednak szybciej reagować na potrzeby rynku, szybszy był czas dostawy z Polski. Byliśmy też lepsi jakościowo – dodaje.*

To właśnie jakość w ogromnej mierze zdecydowała, że biznes się rozkręcił, a Korona Candles w ciągu kilku lat stała się liderem

branży. Dziś, po 23 latach od narodzin, firma jest właścicielem dwóch nowoczesnych zakładów w Wieluniu i w Stanach Zjednoczonych. Produkuje w nich świece dla takich sieci jak Ikea, Tesco, Wal-Mart i wielu innych na całym świecie. W formie podgrzewaczy, w naczyniach ze szkła, ceramiki, metalu, w dziesiątkach kształtów i o rozmaitych zapachach. W sumie 11 mln sztuk dziennie i 2,5 mld co roku. Rocznie osiąga przychody rzędu 350 mln zł.

Marka dla marki

Tego sukcesu nie byłoby bez kilku przełomowych momentów w historii firmy. Jako jeden z najważniejszych Krzysztof Jabłoński wskazuje 1997 rok i nawiązanie współpracy z siecią Ikea.

– *Podpisaliśmy kontrakt na dostarczanie Ikei świec pod ich marką, tzw. private label. Ikea stała się dla nas nie tylko partnerem, ale i mentorem. Pokazali, jak działa ich firma, przeszkolili nas. Podkreślili jednocześnie, że jeśli zrozumiemy, na czym to wszystko polega, możemy być ich dostawcą przez długi czas. I to się udało – współpraca trwa już kilkanaście lat – opowiada prezes. Równie ważny był według niego rok 2002. – Produkowaliśmy*

już wtedy dla Ikei, ale mieliśmy też własną markę. Nasze świece były dostępne praktycznie w każdej sieci handlowej na terenie Polski. Trudno było to pogodzić, szczególnie że mieliśmy sygnały z rynku, że powinniśmy się skupić tylko na private label. Długo się zastanawialiśmy, co zrobić. W końcu decyzja zapadła i zrezygnowaliśmy z własnej marki – mówi Jabłoński. Czy była słuszna? Prezes Korona Candles nie ma żadnych wątpliwości. – To była droga, którą powinniśmy byli pójść. Dziś private label to 100 proc. naszej działalności. Nie mamy własnego brandu, produkujemy dla ludzi, którzy mają rynek. Oni rządzą rynkiem, my rządymy produkcją. I to jest odpowiedni podział kompetencji – zapewnia.

Innowacje przede wszystkim

Ważnym dla firmy momentem były też przygotowania do wejścia na giełdę w 2005 roku. Nie tylko ze względu na kwestie finansowe. – *To był o tyle przełomowy czas, że firma całkowicie zmieniła się pod względem organizacyjnym. Z przedsiębiorstwa zarządzanego do tej pory jak rodzinne, staliśmy się korporacją, w pozytywnym znaczeniu tego słowa. Wprowadziliśmy ład korporacyjny,*



Na zdj. Krzysztof Jabłoński
Fot. arch. Korona Candles

systemy zarządzania umowami, procedury. Wciąż na szczęście nie mamy sztywnej atmosfery, ale zarządzamy szybko i sprawniej – uważa. Jak opowiada, w tym samym mniej więcej czasie zrozumiał, jak ważni dla firmy są ludzie i ich pomysły. – Zdał mi się sobie sprawę, że prezes i wiceprezes to nie wszystko. Oczywiście, to my wymyślamy strategię. Ale ważne jest też, by zamiast narzucać pracownikom jakieś rozwiązania, bardziej ich zaangażować w tworzenie pomysłów, wymyślanie nowatorskich projektów. Bo kto lepiej niż oni wie, co im jest potrzebne na danym odcinku pracy? – mówi. Dla rozwoju Korony niebagatelne znaczenie miało też pozyskanie środków unijnych, które zostały przeznaczone na automatyzację fabryki w Wieluniu. – W latach 90. fabryki świec były manufakturami. Teraz, jeśli ktoś chce być w czołówce, musi być zautomatyzowany – mówi Jabłoński. Jak twierdzi, biorąc pod uwagę błyskawiczny rozwój technologii, z którym mamy dziś do czynienia, niemożliwe jest nieinwestowanie w nowoczesne rozwiązania. Korona Candles na badania i rozwój wydaje rocznie minimum 5 mln zł, to aż 1,5 proc. obrotu. – Mamy jedną z najbardziej zautomatyzowanych fabryk na świecie. Wprowadziliśmy rozwiązania opracowane specjalnie dla nas, których do tej pory nie było na rynku i które teraz wprowadzają inni. Obroty rosną, firma się rozwija, a my możemy utrzymać się na rynku – cieszy się.

Jak to się robi w Ameryce

To niejedyny powód do radości. Najnowszą inwestycją Korona Candles jest oddział w amerykańskim miasteczku Dublin w stanie Wirginia. Jak wspomina prezes Krzysztof Jabłoński, pomysł wejścia do USA pojawił się już kilka lat temu. – Nosiliśmy się z tym, przymierzaliśmy, obserwowaliśmy rynek. Pomógł nam kryzys w Stanach, który sprawił, że ludzie zaczęli patrzeć na ceny, porównywać je. Przestało im się podobać przepłacanie kilku dolarów za świecę. Jeśli mają podobny produkt w tańszej sieci, to go wybiorą. A my spe-

cializujemy się w dostarczaniu produktów do takich właśnie sieci. Ten mass market to właśnie nasz rynek i świetnie się na nim czujemy – tłumaczy. Klucze do fabryki właściciel odebrał w marcu ubiegłego roku, w listopadzie wyjechała z niej pierwsza partia towaru. Uruchomienie produkcji kosztowało w sumie 18 mln dol. Firma zakłada, że w roku finansowym 2014/2015 obroty amerykańskiej spółki wyniosą 11 mln dol., w 2017/2018 będzie to 70 mln dol. W 2020 roku obroty Korony Candles mają zaś przekroczyć 1 mld zł.

Czy ten plan ma szansę powodzenia?

Krzysztof Jabłoński jest przekonany, że tak. – Może nie udało się zrealizować wszystkich planów w 100 proc., ale i tak jesteśmy zadowoleni. Choćby dlatego, że udało się osiągnąć kilka elementów strategii, którymi mieliśmy zająć się później, np. pozyskać nowych klientów. A to na tym rynku nie jest łatwe – opowiada.

Jak mówi, w USA zwykle zajmuje to nawet trzy lata. – Tam nikt nie wita nowego kontrahenta z otwartymi ramionami, nie podpisuje kontraktów tylko dlatego, że ktoś oferuje niższą cenę. Na pozycję trzeba sobie zapracować powoli, krok po kroku. Na początek dostaje się małe zlecenia, dzięki czemu zleceniodawca może sprawdzić dostępność, system działania, szybkość oferowaną przez nowego partnera biznesowego. I dopiero wtedy podejmuje się decyzję, czy warto zacząć współpracę – mówi. – Trzeba więc podejść do tego cierpliwie. Amerykański rynek jest inny. U nas tworzy się biznesplan, których założenia w większości się realizują. Tutaj (w USA przyp. red.) jest wróżenie z fusów, do wielu rzeczy trzeba się dostosować. Choćby do tego, że Amerykanie nie chcą pracować w soboty i niedziele. Mają tak mało dni urlopu, że każdy weekend to dla nich świętość. A nam nie pozostaje nic innego, jak przyjąć to do wiadomości – śmieje się Jabłoński. Z drugiej strony współpraca lokalnych władz z przedsiębiorcami, którzy chcą inwestować w danym regionie jest w zasadzie wzorcowa. – W Stanach Zjednoczonych



Na zdj. Teren fabryki w Wieluniu. Autor: Aneta Szafran-Baran.

ceni się nowe miejsca pracy, szczególnie po kryzysie. Dlatego władze aktywnie współpracują z nowymi firmami. Gwarantują stałe podatki, zapewniają wykwalifikowany, przeszkolony personel, współpracują z nami przy tworzeniu infrastruktury – mówi prezes. – Muszę jednak powiedzieć, że w Polsce również widać coraz większą chęć współpracy władz lokalnych z biznesem. W Wieluniu, gdzie mieści się nasza centrala, burmistrz Paweł Okrasa zainicjował cykliczne spotkania z przedstawicielami największych firm. Mają one ułatwić współpracę i zaowocować dalszym wzrostem dla regionu, a co za tym idzie większymi możliwościami dla jego mieszkańców. To dobra prognoza na przyszłość – dodaje.

Finansowe partnerstwo

Swój udział w inwestycji Korona Candles w USA ma także mBank. Nie jest to jednak pierwszy przypadek współpracy obu stron. – Związek z BRE Bankiem, Multibankiem, teraz mBankiem trwa od momentu, kiedy założyliśmy firmę. Wtedy jeszcze nie mie-

liśmy ani wielkiego działu finansowego, ani dyrektora. Biznesplan pisałem sam, a mBank mi je odrzucał i mnie trenował. I dobrze mnie wytrenował – śmieje się prezes. Jak wspomina, wtedy pozyskanie kapitału nie było proste. – Oczywiście, mieliśmy kapitały własne, ale kapitał obrotowy, inwestycyjny, był niezbędny. Są miliony ludzi, którzy mają świetne pomysły, plany biznesowe. Tylko co to jest wszystko warte, jeśli nie znajdzie się osoba, instytucja, która to sfinansuje? Nic – dodaje. Jak opowiada, zaangażowanie banku w finanse firmy na przestrzeni lat było raz większe, a raz mniejsze, ale współpraca nie została przerwana nawet na rok. – Do dziś pamiętam jak na początku XXI w., gdy pękła bomba internetowa i załamały się rynki, my znaleźliśmy się w sytuacji restrukturyzacji kredytu. Bank, który nas wtedy finansował, postawił ultimatum, że jeśli BRE Bank przedłuży nam kredytowanie, to oni też. Jeśli nie, czekałoby nas bankructwo. Decyzja ówczesnego BRE Banku nas uratowała – wspomina.

Jak zapewnia, nie ma współpracy, która układa się idealnie, ale relacje z mBankiem ceni przede wszystkim za to, że jego pracownicy doskonale znają firmę, rozumieją jej potrzeby i strategię, a także za innowacyjne rozwiązania. – mBank koncentruje się na tym, co my – jest innowacyjny. Ma nowoczesne systemy, daje wiele możliwości, których nie dają inne banki. Oferuje wiele pionierskich na rynku produktów, przy tworzeniu których uczestniczyliśmy i z których chętnie korzystamy. My mamy taką samą strategię działania, może dlatego się rozumiemy. To był jeden z pierwszych banków, który nie miał obiekcji przy finansowaniu naszej inwestycji w USA i aktywnie nas w tym zakresie wspomógł. A przecież pomysł jest na tyle warty, ile są warte szanse jego realizacji – mówi.

Rozwój i inwestycje

Teraz przed Korona Candles wyzwanie stabilnego rozwijania dwóch zakładów, a także plany rozbudowy logistyki i inwestycje w maszyny, zarówno w Polsce, jak i w USA. – W tym momencie nie myślimy o nowych lokalizacjach. Jasne, fajnie byłoby mówić o podboju nowych kontynentów, ale trzeba mierzyć siły na zamiary. I to nawet nie jest kwestia pieniędzy, bo pozyskalibyśmy je. Bardziej potrzebni są ludzie, a wielu kluczowych pracowników wysłaliśmy do Stanów. Stawiamy więc na inwestycje – zapewnia prezes.

A strategia? Ta od lat pozostaje bez zmian. – Czasem się nad nią zastanawiam, ale za każdym razem dochodzę do wniosku, że dobrze jest tak, jak jest. Chcemy dostarczać dobrej jakości produkt masowemu odbiorcy. Cały czas pamiętamy o tym, czego nauczyła nas Ikea – że produkt nigdy nie jest gotowy, że cały czas się nad nim pracuje, cały czas można coś poprawić, ulepszyć, sprawić, że będzie tańszy i bardziej atrakcyjny dla klienta. I cały czas chcemy inwestować – mówi Krzysztof Jabłoński. I dodaje: – Nie da się prowadzić biznesu, nie inwestując i nie myśląc o przyszłości. Amerykański biznesmen, otwierając firmę,

myśli o tym, żeby błyskawicznie osiągnąć sukces i błyskawicznie zarobić. Tam nie ma cierpliwości strategii. Zazdroszczę czasem takiego podejścia. Ja od 30 już lat mówię o tym, co będzie za pięć lat. Jestem mróweczką, która dochodzi do celu powoli, ale skutecznie. Inaczej nie umiem. Ale to może właśnie dzięki temu Korona Candles jest tu, gdzie jest.

Wyzwanie

Otwarcie nowej fabryki w Stanach Zjednoczonych

Rozwiązanie

Finansowanie inwestycji przez mBank

Efekt

Biznesowy sukces i ekspansja na nowe rynki

Ewa Wesołowska

DORADCA DS. BANKOWOŚCI KORPORACYJNEJ, ODDZIAŁ KORPORACYJNY mBanku W WARSZAWIE

Współpracę z Korona Candles S.A. (dawniej Korona S.A.) rozpoczęliśmy w 1993 r. i do dnia dzisiejszego staramy się odpowiadać na potrzeby Spółki. Obecnie większość spółek powiązanych z głównymi właścicielami Korona Candles S.A. korzysta z finansowania oraz bieżącej obsługi w mBanku. Stale rozszerzamy zakres współpracy, oferując nowe usługi i produkty, z których Spółka chętnie korzysta. Nasze relacje cenimy przede wszystkim za to, że w Korona Candles S.A. pracują profesjonaliści, dzięki którym współpraca na linii Bank – Spółka przebiega niezwykle sprawnie. Mamy dużą satysfakcję, że możemy uczestniczyć w rozwoju firmy. Współpraca z takimi fachowcami to duża przyjemność.

Dziękujemy klientom Grupy mBank S.A. za zrealizowane transakcje



Konsorcjalny kredyt inwestycyjny 290.000.000 EUR Finansowanie budowy drugiego głębokowodnego terminalu kontenerowego Aranżer Listopad 2014	Konsorcjalny kredyt inwestycyjny 320.000.000 PLN Finansowanie akwizycji Kredytodawca Luty 2014	Konsorcjalny kredyt 1.450.000.000 PLN Finansowanie akwizycji Kredytodawca Listopad 2013	Kredyt inwestycyjny i linia wieloproduktowa Wartość utajniona Finansowanie przejęcia Anwis Polska Kredytodawca Sierpień 2014	Kredyt inwestycyjny 8.900.000 EUR Refinansowanie istniejącego zadłużenia Kredytodawca Maj 2014	Kredyt konsorcjalny 660.000.000 PLN Finansowanie inwestycji oraz refinansowanie istniejącego zadłużenia Agent Kredytu Agent Zabezpieczeń MLA - Upoważniony Organizator Finansowania Sierpień 2014
Konsorcjalny kredyt rewolwingowy 2 500.000.000 USD Lead Arranger Lipiec 2014	Konsorcjalny kredyt inwestycyjny 185.000.000 EUR Organizator, Agent Kredytu i Zabezpieczeń, Maj 2014	Kredyt konsorcjalny 3.000.000.000 PLN Finansowanie zadłużenia, finansowanie Grupy Mandated Lead Arranger Kwiecień 2014	Kredyt konsorcjalny 300.000.000 PLN Refinansowanie istniejącego zadłużenia Agent Kredytu MLA - Upoważniony Organizator Finansowania Listopad 2014	Kredyt inwestycyjny 19.000.000 PLN Finansowanie akwizycji Kredytodawca Październik 2014	Konsorcjalny kredyt inwestycyjny oraz VAT 380.100.000 PLN Finansowanie budowy farm wiatrowych o łącznej mocy 61,5 MW Aranżer, Agent Kredytu, Agent Zabezpieczeń, Bank Rachunków, Kredytodawca Grudzień 2014
Konsorcjalny kredyt inwestycyjny i obrotowy 150.000.000 EUR Refinansowanie istniejącego zadłużenia, finansowanie ogólnych celów korporacyjnych i bieżącej działalności Aranżer, Kredytodawca Listopad 2014	Linia na gwarancje i akredytywy 33.000.000 EUR Finansowanie budowy statku Wystawca Gwarancji i Akredytyw Listopad 2014	Budżet Projektu 368.000.000 PLN Finansowanie Budowy Galerii Handlowej Sukcesja w Łodzi Organizator, Agent Kredytu, Agent Zabezpieczeń Grudzień 2013	Konsorcjalny kredyt inwestycyjny 95.000.000 EUR Refinansowanie zadłużenia i finansowanie bieżących potrzeb finansowych Aranżer Wrzesień 2014	Kredyt inwestycyjny 35.000.000 PLN Finansowanie nabycia nieruchomości oraz urządzeń i linii technologicznych Kredytodawca Maj 2014	Konsorcjalny kredyt inwestycyjny 1.200.000.000 PLN Finansowanie modernizacji i refinansowanie istniejącego zadłużenia Aranżer, Agent Kredytu, Agent Zabezpieczeń Marzec 2014
Udzielenie linii gwarancyjnej 100.000.000 PLN Rozpoczęcie obsługi bieżącej oraz obsługi płatności masowych Bank współpracujący Luty 2014	Kredyt odnawialny 50.000.000 PLN Finansowanie bieżące Kredytodawca Luty 2014	Kredyt inwestycyjny 29.000.000 PLN Refinansowanie zadłużenia i finansowanie nakładów inwestycyjnych Kredytodawca Luty 2014	Konsorcjalne kredyty inwestycyjne 86.927.256 EUR Finansowanie I oraz II fazy centrum biurowego B4B Kredytodawca Luty 2014	Kredyt inwestycyjny 3.150.000 EUR Refinansowanie istniejącego zadłużenia Kredytodawca Kwiecień 2014	Konsorcjalny kredyt inwestycyjny i obrotowy 30.700.000 EUR oraz 116.060.000 PLN Refinansowanie istniejącego zadłużenia oraz finansowanie działalności bieżącej Agent ds. Zabezpieczeń, Kredytodawca Wrzesień 2014

Program Emisji Obligacji 300.000.000 PLN Agent Kalkulacyjny Oferujący Marzec 2014	Program Emisji Obligacji Krótkoterminowych 500.000.000 PLN Dealer Sub-Agent ds. Płatności Sub-Depozytariusz Marzec 2014	Program Emisji Obligacji 200.000.000 PLN Organizator Agent ds. Płatności Agent Kalkulacyjny Depozytariusz Dealer Kwiecień 2014	Program Emisji Obligacji 1.700.000.000 PLN Kwota gwarancji objęcia 700.000.000 PLN Wiodący Organizator Gwarant Nabycia Agent ds. Płatności Depozytariusz Agent Dokumentacyjny Kwiecień 2014	Program Emisji Obligacji 500.000.000 PLN Organizator/Agent Emisji Agent ds. Płatności Depozytariusz Dealer Agent Kalkulacyjny Maj 2014	Emisja Obligacji o terminie zapadalności 3 lata 685.000.000 PLN Dealer Maj 2014
Emisje Obligacji o terminie zapadalności 5 lat 100.000.000 PLN 70.500.000 PLN Organizator Agent ds. Płatności Depozytariusz Dealer Luty, Maj 2014	Emisje Obligacji o terminie zapadalności 3 lata 350.000.000 PLN 65.000.000 PLN Organizator Agent ds. Płatności Agent Kalkulacyjny Depozytariusz Dealer Czerwiec, Lipiec 2014	Program Emisji Obligacji 50.000.000 PLN Organizator Agent ds. Płatności Depozytariusz Dealer Agent Kalkulacyjny Lipiec 2014	Program Emisji Obligacji 7.000.000.000 PLN Kwota underwritingu 650.000.000 PLN Dealer Gwarant Sub-Agent ds. Płatności Sub-Depozytariusz Sierpień 2014	Emisje Obligacji o terminie zapadalności 3 lata na kwoty 171.630.000 PLN 92.150.000 PLN Współorganizator Dealer Marzec, Wrzesień 2014	Program Emisji Obligacji 100.000.000 PLN Organizator Agent ds. Płatności Depozytariusz Dealer Agent Kalkulacyjny Wrzesień 2014
Emisje Obligacji o terminie zapadalności od 1 do 5 lat na łączną kwotę 229.311.000 PLN Agent Emisji Agent ds. Płatności Depozytariusz Dealer Styczeń-Wrzesień 2014	Program Emisji Obligacji 500.000.000 PLN Organizator/Agent Emisji Agent ds. Płatności Depozytariusz Dealer Agent Kalkulacyjny Październik 2014	Program Emisji Obligacji 150.000.000 PLN Emisja obligacji podporządkowanych 8NC5 56.000.000 PLN Organizator Dealer Październik 2014	Program Emisji Obligacji 100.000.000 PLN Agent Emisji Agent ds. Płatności Depozytariusz Dealer Agent Kalkulacyjny Październik 2014	Program Emisji Obligacji 80.000.000 PLN Organizator/Agent Emisji Agent ds. Płatności Depozytariusz Dealer Agent Kalkulacyjny Październik 2014	Emisja Obligacji o terminie zapadalności 5 lat 1.750.000.000 PLN Dealer Sub-Agent ds. Płatności Sub-Depozytariusz Listopad 2014
Program Emisji Obligacji 80.000.000 PLN Agent Emisji Agent ds. Płatności Depozytariusz Dealer Grudzień 2014	Emisja Obligacji o terminie zapadalności 4 lata 170.000.000 PLN Organizator Dealer Grudzień 2014	Emisje Obligacji zabezpieczonych o terminie zapadalności 2 i 3 lata na łączną kwotę 62.400.000 PLN Organizator Agent ds. Płatności Depozytariusz Dealer Czerwiec, Grudzień 2014	Emisja Obligacji o terminie zapadalności 3 lata 40.000.000 PLN Organizator Agent ds. Płatności Depozytariusz Dealer Grudzień 2014	Niniejsze ogłoszenie jest upowszechniane w celu reklamy i promocji usług mBanku S.A. Niniejsza informacja nie stanowi oferty zawarcia umowy.	

Pierwsza Oferta Publiczna 209.595.584 PLN Współmenedżer Oferty Kwiecień 2014	Publiczna Emisja Obligacji 45.000.000 PLN Oferujący Kwiecień 2014	Wtórna Oferta Publiczna 231.220.794 PLN Współmenedżer Oferty Maj 2014	Sprzedaż akcji spółki Work Service S.A. przez akcjonariuszy Przyspieszona Budowa Księgi Popytu 11.611.340 PLN Zarządzający Księgą Popytu Maj 2014	Prywatna Oferta Akcji 30.000.000 PLN Menedżer Oferty, Zarządzający Księgą Popytu, Doradca Spółki Lipiec 2014	Pierwsza Oferta Publiczna 57.297.975 PLN Koordynator Oferty, Oferujący, Zarządzający Księgą Popytu Wrzesień 2014
Publiczna Emisja Obligacji 50.000.000 PLN Oferujący Październik 2014	Przyspieszona Budowa Księgi Popytu 82.500.000 PLN Globalny Współkoordynator Oferty Współprowadzący Księgę Popytu Październik 2014	Pierwsza Oferta Publiczna 44.340.888 PLN Współprowadzący Księgę Popytu Listopad 2014	Niniejsze ogłoszenie jest upowszechniane w celu reklamy i promocji usług Domu Maklerskiego mBanku S.A. Niniejsza informacja nie stanowi oferty zawarcia umowy.		

Innowacyjny kierunek kształcenia na Uniwersytecie Łódzkim we współpracy z mBankiem

KINGA WOJCIECHOWSKA-RULKA

Uniwersytet Łódzki wraz z Accenture i mBankiem otwiera nowy kierunek studiów – Bankowość i finanse cyfrowe. Łódzcy studenci będą mogli zdobywać kompetencje informatyczne powiązane ze znajomością systemu finansowego.

Już od października tego roku na Uniwersytecie Łódzkim uruchomiony zostanie nowy kierunek – Bankowość i finanse cyfrowe. Jego powstanie to odpowiedź na zgłaszane przez pracodawców zapotrzebowanie na specjalistów w zakresie finansów, posiadających jednocześnie rozwinięte kompetencje cyfrowe. Nowy kierunek łączy naukę z sektorem przedsiębiorstw, czego potwierdzeniem jest współpraca uniwersytetu z partnerami merytorycznymi, wiodącymi podmiotami w sektorze bankowym oraz konsultingu: mBankiem i Accenture. Podczas studiów dominować będą zajęcia rozwijające praktyczne umiejętności, a poprowadzą je osoby z bogatym doświadczeniem zawodowym.

Fundament kariery zawodowej
Kierunek Bankowość i finanse cyfrowe przeznaczony jest dla osób, które interesują się zarówno zagadnieniami związanymi z finansami i bankowością, jak i wykorzystaniem rozwiązań informatycznych w sektorze finansowym. Program zajęć skonstruowano w taki sposób, aby absolwent tego kierunku mógł rozpocząć karierę w wielu obszarach gospodarki, w tym w szczególności w bankach, firmach konsultingowych oraz podmiotach współpracujących z instytucjami finansowymi. Ukończenie studiów zapewni odpowiednie kompetencje do podjęcia pracy w firmach

mBank aktywnie wspiera studentów. Program Rozwoju Młodych Talentów, obecność na targach pracy, aktywność on-line oraz działanie Fundacji mBanku w zakresie stypendialnym to szansa dla młodych ludzi na rozwój zawodowy.

wykorzystujących technologię cyfrową zarówno w obszarze obsługi klienta, jak i w funkcjach back office.

mBank wspiera edukację
Współpraca z Uniwersytetem Łódzkim nie jest jedynym projektem mBanku skierowanym do studentów. Bank od kilku lat prowadzi Program Rozwoju Młodych Talentów, który składa się z dwóch elementów: rotacyjnego stażu oraz praktyk przeznaczonych dla studentów i absolwentów. Obecność na targach pracy oraz aktywność on-line w portalu bankowetalenty.pl mają zainteresować młode, zdolne osoby pracą w mBanku. Wyjątkowo utalentowanych studentów wspiera także Fundacja mBanku dzięki m.in. programowi stypendialnemu. Inną inicjatywą jest program „Mistrzowie matematyki”, który matematycznym geniuszom daje szansę na dalsze kształcenie w tym kierunku.



Cezary Kocik
WICEPREZES mBanku
DS. BANKOWOŚCI DETALICZNEJ

Programy Business2Universities są cennym elementem strategii największych firm na świecie. mBank dołącza do tego nurtu mając świadomość, że dostęp do świetnie wykształconych kadr już dzisiaj jest elementem niezbędnym do dalszego, dynamicznego rozwoju nowoczesnej bankowości cyfrowej. Dzięki wsparciu praktyków, nowatorskiemu programowi studiów oraz programom stażowym, młodzi ludzie będą mogli poznać realia biznesu i wykształcić umiejętności, dzięki którym z sukcesem odnajdą się na rynku pracy.

Minimalizuj ryzyko!

MARCIN GIERLICZ
PIOTR GODLEWSKI

Korzystasz z mBank CompanyNet? Sprawdź, jak zminimalizować zagrożenia, jakie niesie ze sobą internet. Przedstawiamy dekalog użytkownika bankowości mobilnej (i nie tylko).



Bankowość mobilna jest jednym z najlepszych udogodnień, jakie dał nam internet. Wygoda, oszczędność czasu, elastyczność, to niewątpliwie zalety tego rozwiązania. Ale internet, to również zagrożenia – wirusy, spam, szeroko rozumiane złośliwe oprogramowanie, które szczególnie w przypadku danych wrażliwych, a do tych niewątpliwie należą te związane z bankowością internetową, mogą skutkować realną utratą środków finansowych. Aby zminimalizować ryzyko w sieci zalecamy stosowanie się do dziesięciu podstawowych zasad bezpieczeństwa pracy w internecie.

- Zapoznaj się z zabezpieczeniami stosowanymi w serwisie mBank CompanyNet.** Zawsze bezwzględnie stosuj się do zasad bezpieczeństwa opublikowanych na portalu mBanku. W przypadku pojawienia się jakichkolwiek nieprawidłowości czy wątpliwości natychmiast skontaktuj się ze wsparciem użytkowników systemu CompanyNet.
- Loguj się do systemu CompanyNet korzystając wyłącznie z zaufanych i znanych Ci komputerów.** Nie loguj się do systemu CompanyNet z komputerów znajdujących się poza siecią firmową.
- Miej zawsze zainstalowany i aktualny program antywirusowy na urządzeniu używanym do pracy z systemem mBank CompanyNet.** Zwróć uwagę swojemu działowi IT, że pełen pakiet ochronny powinien zawierać zawsze moduły takie jak monitor antywirusowy, skaner poczty oraz firewall.
- Na bieżąco aktualizuj system operacyjny i istotne dla jego funkcjonowania aplikacje (przeglądarki internetowe, programy antywirusowe, etc.).** Ogromna ilość ataków powoduje, że nowe definicje wirusów dla programów antywirusowych mogą pojawiać się nawet kilka razy dziennie.
- Nigdy nie instaluj na komputerze oprogramowania nieznanego pochodzenia.** Programy niewiadomego pochodzenia mogą być przygotowane przez hakerów i zawierać wirusy lub inne szkodliwe oprogramowanie, które może doprowadzić do pozyskania przez hakerów najcenniejszych danych przedsiębiorstwa.
- Systematycznie skanuj komputer programem antywirusowym.** Pamiętaj iż są programy antywirusowe, których działanie monitora antywirusowego może być słabsze niż skanera włączanego na żądanie.
- Nie otwieraj wiadomości i znajdujących się w nich załączników nieznanego pochodzenia.** Często załączniki takie zawierają wirusy lub inne szkodliwe oprogramowanie, trudne do wykrycia przez programy antywirusowe.
- Unikaj stron zachęcających do obejrzenia bardzo atrakcyjnych treści lub zawierających atrakcyjne okazje.** Strony zawierające programy typu „freeware” również mogą być bardzo niebezpieczne, ponieważ hakerzy bardzo często uzupełniają je o złośliwy kod.
- Nie otwieraj strony systemu CompanyNet za pośrednictwem linków znajdujących się w przychodzących do Ciebie mailach.** Do logowania używaj tylko adresu systemu na portalu mBanku lub wchodź bezpośrednio na adres <https://CompanyNet.mBank.pl>.
- Nigdy nie udostępniaj osobom trzecim swojego identyfikatora, aliasu ani tokena.** Nadawany przez mBank identyfikator lub tworzony przez użytkownika systemu CompanyNet alias są poufne. Zgodnie z postanowieniami umowy klient, a w rezultacie ich posiadacz, odpowiada za zachowanie poufności tych metod uwierzytelnienia.

Segregacja czy spalanie?

KONRAD JAKUBIEC

Mnogość informacji i ograniczone zasoby czasowe utrudniają nam dotarcie do tematów najistotniejszych. Tym tekstem rozpoczynamy cykl artykułów branżowych opracowanych przez analityków mBanku, które dostarczą Państwu informacji i opinii na temat najciekawszych zagadnień sektorowych.

Rynek gospodarki odpadami komunalnymi jest obecnie w fazie dynamicznych przeobrażeń.

Wprowadzenie nowych regulacji w 2013 r. oraz ich modyfikacja w kolejnych latach jest już widoczna, m.in. w segregacji odpadów, rozwoju Regionalnych Instalacji Przetwarzania Odpadów Komunalnych (RIPOK), czy w przetargach na odbiór i zagospodarowanie odpadów. Kluczowym pytaniem jest, w którym kierunku pójdzie rynek?

Nowe wytyczne

Wymogi Komisji Europejskiej powodują, że kolejne zmiany są nieuniknione. Zakładają one m.in., że do 2030 r.:

- poziom ponownego wykorzystania i recyklingu odpadów wyniesie min. 70%,
- nie będzie można składać na składowiskach materiałów podlegających recyklingowi i biodegradacji,
- na składowiskach nie będzie można składować więcej niż 5% odpadów komunalnych.

Biorąc pod uwagę faktyczny stan gospodarowania odpadami komunalnymi w Polsce i regulacje, które stopniowo wchodzi w życie, w naszym kraju nadal wiele pozostaje do zrobienia.

Oczekiwania, wyzwania, dylematy

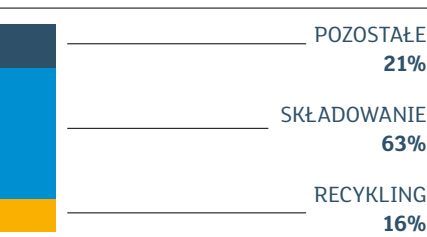
Pierwszym krokiem do spełnienia wymogów unijnych była zmiana regulacyjna z 2013 r. Wprowadziła ona m.in. zróżnicowanie opłat za odbiór odpadów w zależności od tego czy są segregowane i wskazała gminy jako podmioty odpowiedzialne za odbiór i zagospodarowanie odpadów komunalnych (w celu uszczelnienia systemu).

O ile system odbioru odpadów funkcjonuje i będzie jedynie podlegał usprawnieniom, to w dalszym ciągu sporo do wykonania pozostaje w obszarze zmniejszenia udziału odpadów składowanych (około 63% odpadów trafia na składowiska, a poziom recyklingu wynosi ok. 16%). Wiele już się dzieje w tym zakresie. Trwają obecnie prace nad tworzeniem nowych i modyfikacją istniejących RIPOK-ów oraz budowane są instalacje ponadregionalne (aktualnie taki status mogą otrzymać jedynie te przeznaczone do obróbki termicznej tzw. spalarnie), które mają poprawić te wskaźniki i przybliżyć nas do oczekiwanych wyników. Pojawiają się wątpliwości czy w polskich warunkach należy kłaść większy nacisk na segregację odpadów, czy na ich spalanie. Biorąc pod uwagę wymogi stawiane przez KE w polskim systemie jest miejsce dla jednych i drugich.

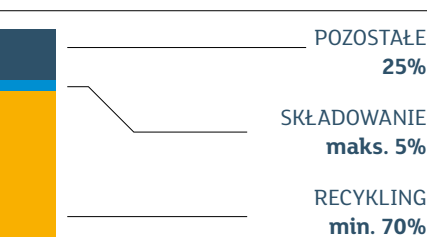
Rachunek ekonomiczny, czyli co się opłaca

Instalacje koncentrujące się na recyklingu muszą być rozwijane z uwagi na wymogi KE ws. składowania odpadów. Udział surowców wykorzystanych ponownie ma wynieść minimalnie 70%. W polskim systemie jesteśmy bardzo daleko od spełnienia tego wymogu, ale warto wziąć pod uwagę, że maksymalnie 25-30% odpadów może być zagospodarowanych w inny sposób (w tym spalanych). Powstające obecnie spalarnie będą mogły zagospodarować około 10% odpadów, co pomoże uniknąć kar za ich składowanie na wysypiskach. Oprócz tego przekazanie nieposegregowanych odpadów do spalarni wiąże się z obniżeniem kosztów działania RIPOK związanych z ich składo-

Wymogi dotyczące śmieci 2013



Wymogi dotyczące śmieci 2030



waniem, a zawartych w tzw. opłacie marszałkowskiej (zróżnicowanej w zależności od rodzaju odpadów). Z uwagi na duże moce przerobowe budowanych spalarni (od 94 do 220 tys. t/r) pojawiają się obawy o wysokie koszty transportu związane z dostarczaniem odpadów ze znacznych odległości. W praktyce jedna istniejąca, sześć budowanych i kolejne planowane spalarnie lokalizowane są w pobliżu największych miast, co powinno zapewnić duży strumień odpadów i zmniejszyć to ryzyko. Docelowo polski system gospodarowania odpadami musi być w większości oparty na odzyskiwaniu materiałów, jednak spełnienie wymogów KE będzie bardzo trudne bez 10-20-proc. udziału spalarni. Połączenie recyklingu i spalania odpadów wydaje się być najrealniejszą i najbardziej optymalną drogą spełnienia regulacji europejskich.

Serwis inwestorski mNews Nowy żywioł w Domu Maklerskim mBanku

KAMIL MALISZEWSKI

Jeśli znasz już ofertę maklerską DM mBanku, ale do pełni szczęścia brakuje Ci miejsca, w którym znajdziesz wszystkie potrzebne informacje dotyczące rynku – mBank przygotował dla Ciebie idealny serwis informacyjny. W kwietniu ruszył mNews – portal, który koncentruje się na najważniejszych wydarzeniach z rynków walutowych, danych makroekonomicznych oraz newsach z polskiej giełdy i z parkietów zagranicznych.

mNews to serwis oferujący dostęp do najistotniejszych dla inwestorów informacji. W portalu można znaleźć zarówno relacje z konferencji prasowej Europejskiego Banku Centralnego, najnowsze prognozy banków inwestycyjnych dla rynku ropy, jak i wiele autorskich komentarzy do bieżących wydarzeń. To kompendium wiedzy dla każdego, kto interesuje się rynkiem czy sytuacją w globalnej gospodarce, niezależnie od stopnia aktywności inwestorskiej. W serwisie można znaleźć także codzienne komentarze wideo, tworzone przez analityków mDM, które pozwolą szybko zapoznać się z najważniejszymi informacjami.

Co jest ważne na rynku?

Dane w serwisie mNews prezentowane są w podziale na kategorie i precyzyjnie otągowane, co pozwala szybko i bez problemu znaleźć nie tylko aktualne, ale także historyczne informacje na temat walut, analizy technicznej polskiej giełdy, decyzji FED czy RPP. Poza komentarzami rynkowymi portal zawiera: sekcję obejmującą raporty ekspertów grupy mBanku, listę szkoleń organizowanych przez mDM w całej Polsce, spis webinarów, które odbywają się praktycznie codziennie, kalendarium makroekonomiczne, a także aktualny sentyment dla głównych par walutowych, towarów i surowców. – *Ogromny zakres i różnorodność danych dotyczących światowych giełd,*



wskaźników makroekonomicznych czy kursów walut publikowanych codziennie w różnych serwisach utrudnia inwestorom korzystanie z tych informacji – mówi MakSYMILIAN Skolik, dyrektor Departamentu Rynków Nieregulowanych w DM mBanku. – Serwis mNews nie tylko błyskawicznie udostępnia najistotniejsze z nich, ale także – co najważniejsze – w ciągu zaledwie kilku minut od opublikowania dostarcza profesjonalną analizę oraz komentarz. Dzięki temu wszyscy klienci inwestujący na rynkach walutowych i akcyjnych mają dostęp do informacji mogących wpływać na wartość ich portfeli – dodaje.

Dostęp i zakres danych

Dostęp do portalu mNews możliwy jest ze strony www.mforex.pl lub bezpośrednio pod adresem www.mforex.pl/mnews. Ilość i zakres treści widocznych dla inwestorów zależy od poziomu dostępu. Podstawowe

informacje dostępne są bez logowania, część informacji wraz z ich analizą i komentarzami analityków dostępna jest dla użytkowników rachunku FX typu demo. Natomiast klienci, którzy posiadają lub założą pełen rachunek w Domu Maklerskim mBanku otrzymują pakiet dostępowy Standard, z wglądem między innymi do przed-sesyjnych analiz technicznych, porannych komentarzy giełdowych czy podsumowań sesji na największych parkietach świata – od Tokio po Nowy Jork. Posiadacze pakietu standardowego mogą również poznać komentarze ekspertów DM mBanku na temat najważniejszych danych i wydarzeń makroekonomicznych, niemal natychmiast po ich ogłoszeniu na rynku. Najwyższy poziom dostępu, czyli rachunek VIP, powstał z myślą o najbardziej aktywnych klientach domu maklerskiego – gwarantuje on dostęp do pełnego zakresu informacji w najkrótszym czasie.



Cezary Stypułkowski

PREZES mBanku

Uznaliśmy, że logicznym krokiem po zrealizowaniu pełnego potencjału BRE TUiR w ramach Grupy mBanku powinno być zawarcie strategicznej współpracy z wiodącą firmą ubezpieczeniową. AXA jest światowym potentatem w ubezpieczeniach, a jej osiągnięcia w obszarze bancassurance w kilkudziesięciu krajach dają nam przekonanie o słuszności wyboru.

Nasza współpraca z AXA przełoży się na jeszcze lepszą ofertę produktową i najwyższą jakość obsługi klientów Grupy. Klienci zyskają dostęp do najkorzystniejszych na rynku produktów ubezpieczeniowych, które zaoferujemy im za pośrednictwem platformy elektronicznej i mobilnej, a także tradycyjnych oddziałów. Nowy mBank i jego mobilna odłona zostały stworzone z myślą o zapewnieniu klientom pełnej gamy produktów i usług finansowych w najwygodniejszy możliwy sposób – zawarcie strategicznego porozumienia z AXA to naturalny krok w kierunku pełnego wykorzystania potencjału platformy elektronicznej i mobilnej mBanku.

Partnerstwo strategiczne

KINGA WOJCIECHOWSKA-RULKA

BRE Ubezpieczenia Towarzystwo Ubezpieczeń i Reasekuracji zmieniło właściciela, a mBank zyskał strategicznego partnera ubezpieczeniowego w postaci wiodącej globalnej instytucji – AXA. To dobra wiadomość dla klientów Grupy mBank.



W ramach transakcji sprzedaży spółki ubezpieczeniowej, bank zawarł długoterminowe umowy w zakresie wyłącznej dystrybucji ubezpieczeń tworzonych przez Grupę AXA. Grupa AXA, jako wiodąca instytucja finansowa na świecie, oferująca produkty ubezpieczeniowe i usługi asset management, świetnie wypełnia rolę dostawcy najwyższej jakości produktów ubezpieczeniowych. Korporacja prowadzi działalność w 56 krajach, zatrudniając 157 tysięcy pracowników i obsługując 102 miliony klientów.

Działalność w obszarze ubezpieczeń Grupa mBanku rozpoczęła osiem lat temu, kiedy powołano spółkę BRE TUiR. Dzięki temu możliwe było udostępnienie klientom pierwszej w kraju platformy ubezpieczeniowej direct. Narzędzie to pozwoliło osiągnąć BRE TUiR piątą pozycję na rynku ubezpieczycieli direct, a także pozyskać pół miliona klientów.

Na platformie ubezpieczeniowej mBanku znajduje się ponad 30 różnych rodzajów produktów ubezpieczeniowych od ubezpieczeń komunikacyjnych, mieszkaniowych,

Ubezpieczenia mBanku to szeroki wybór produktów dla klientów indywidualnych i firmowych. Są one oferowane zarówno pojedynczo, jak i w powiązaniu z innymi usługami bankowymi.

odpowiedzialności cywilnej i NNW, poprzez ubezpieczenia podróżne, na produktach na życie kończąc. Wiele z rozwiązań oferowanych na platformie mBanku jest ściśle powiązanych z produktami bankowymi, m.in. ubezpieczenia do produktów kredytowych. Do dalszego rozwoju w obszarze ubezpieczeń mBank potrzebował silnego partnera. A takim niewątpliwie jest Grupa AXA.

Kompleksowy pakiet ubezpieczeń
Ubezpieczenia mBanku to szeroki wybór produktów dla klientów indywidualnych

i firmowych. Rozwiązania oferowane są zarówno samodzielnie, jak i w powiązaniu z innymi usługami bankowymi. Aby przystąpić do wybranego ubezpieczenia wystarczy skorzystać z serwisu bankowości elektronicznej (również mobilnie), skontaktować się telefonicznie z bankiem bądź odwiedzić jego placówkę.

Klienci mBanku w wygodny sposób mogą ubezpieczyć mieszkanie, samochód, zakupy kupione przez internet, a także zdrowie i życie. Niedawno bank poszerzył propozycje ubezpieczeniowe o dwa nowe rozwiązania gwarantujące ochronę w przypadku zachorowania na raka lub śmierci. Pozwalają one zabezpieczyć posiadacza polisy lub jego rodzinę. Klient może wybierać spośród kilku wariantów, różniących się sumą ubezpieczenia oraz miesięczną opłatą. Oferowany przez mBank model ubezpieczeń został doceniony w 2015 roku przez międzynarodowych ekspertów, zdobywając nagrodę w konkursie Model Bank Awards organizowanym przez firmę doradcą Celent.

Ryszard Bociong

PREZES BRE UBEZPIECZENIA I DYREKTOR GENERALNY AXA DIRECT POLSKA

Jesteśmy bardzo zadowoleni z transakcji z mBankiem – kupna firmy BRE Ubezpieczenia oraz zawarcia dwóch wieloletnich umów dystrybucyjnych w ubezpieczeniach majątkowych i życiowych-ochronnych. Grupa AXA ma wieloletnie doświadczenie na wielu rynkach Europy i Azji, współpracy w tworzeniu i dystrybucji produktów ubezpieczeniowych dla klientów banków. Dodatkowo Grupa AXA, poprzez swoją jednostkę AXA Global Direct obecna w Polsce via AXA Direct Polska, jest jednym z czołowych międzynarodowych graczy ubezpieczeń sprzedawanych poprzez nowoczesne platformy komunikacji z klientami: internet oraz telefon. Jesteśmy zdania, że alians z technologicznie wiodącym w skali światowej bankiem, jakim jest mBank, posiadającym już ogromną i stałe rosnącą bazę klientów, stwarza dla obydwu stron znaczne możliwości rozwoju. Naszą ambicją jest zapewnienie tym klientom produktów ubezpieczeń majątkowych i życiowych odpowiadających ich potrzebom, o prostej zrozumiałej konstrukcji, łatwo dostępnych poprzez różne kanały kontaktu klientów z bankiem oraz o najwyższym poziomie serwisu tak sprzedażowego, jak i posprzedażowego, w tym przede wszystkim sprawnej likwidacji szkód. Już w tej chwili, kilka tygodni po zamknięciu transakcji, pracujemy intensywnie wspólnie z mBankiem nad unowocześnieniem produktów dotychczasowych i nową ofertą produktowo-serwisową, którą klienci mBanku będą mogli poznać i skorzystać z niej jeszcze w tym roku.



Zapraszamy do dobrze zaprojektowanego banku

EMILIA KASPERCZAK

Do końca roku wszyscy klienci dawnego MultiBanku oraz bankowości prywatnej zyskają dostęp do nowego serwisu bankowości elektronicznej. Właśnie wystartowała kampania informacyjna pod hasłem „Dobrze zaprojektowany bank”.

Od listopada 2013 roku wszystkie produkty i usługi oferowane kiedyś pod markami MultiBank, Private Banking i Wealth Management oraz BRE Bank świadczone są pod znakiem mBanku. Konsekwencją ujednolicenia marki jest planowane udostępnienie nowej platformy bankowości elektronicznej i mobilnej, z której korzysta dzisiaj większość klientów mBanku. Nastąpi to do końca 2015 roku. Warto wspomnieć, że według międzynarodowej firmy badawczej Forrester Research, nowe serwisy bankowości elektronicznej i mobilnej mBanku należą do jednych z najnowocześniejszych i najbardziej funkcjonalnych narzędzi na świecie. Dotychczasowy serwis transakcyjny stworzony został 14 lat temu. Gdy go projektowano, możliwości, jakie obecnie daje bankowość elektroniczna, nie były znane, a bankowość on-line kojarzyła się z komputerem stacjonarnym, a nie smartfonem czy tabletem.

Nowy serwis mBanku został zbudowany zgodnie z najnowszymi standardami projektowania i wykorzystuje najlepsze rozwiązania informatyczne. Potwierdzili to międzynarodowi eksperci, którzy wielokrotnie nagradzali system za jego funkcjonalność i użyteczność.

Najważniejsze pozostaje bez zmian Do nowego serwisu przeniesione zostaną wszystkie posiadane przez klientów produkty i usługi, wraz z obecnymi numerami



Czym jest mądra wyszukiwarka transakcji? Jak w kilku prostych krokach zlecić przelew?

Te i inne możliwości nowej platformy mBanku można samodzielnie przetestować w wersji demonstracyjnej serwisu:

www.nowedemo.mbank.pl/login

rachunków. Zmiana nastąpi podczas wskazanego przez bank weekendu, o czym użytkownicy zostaną poinformowani z kilkutygodniowym wyprzedzeniem.

Nowa platforma oferuje ponad 200 premierowych funkcji i usprawnień, m.in. mądrą wyszukiwarkę historii, pozwalającą na znalezienie dowolnej transakcji już po wpisaniu pierwszych trzech liter, czy wykonanie przelewu z wykorzystaniem SMS-a. Wraz

z dostępem do nowego serwisu klienci zyskają także możliwość korzystania z usługi Ekspert online, gwarantującej kontakt z konsultantem mBanku przez 24 godziny na dobę za pośrednictwem wideopołączenia. Nowa będzie również aplikacja mobilna na smartfony.

Warto przyjrzeć się nowej platformie mBanku w internecie pod adresem: www.mBank.pl/nowy-serwis

- Dzięki nowemu serwisowi użytkownicy zyskują dostęp do wielu atrakcyjnych rozwiązań. Jednak to, co już dzisiaj jest dla nich ważne, pozostaje bez zmian:**
- numer klienta (identyfikator) i hasło dostępu
 - numery rachunków oraz czas trwania umów
 - adresy placówek
 - pełnomocnicy przypisani do kont
 - dane osobowe, teleadresowe i oświadczenia
 - polecenia zapłaty oraz zlecenia stałe wraz z danymi odbiorców zleceń
 - karty płatnicze (debetowe i kredytowe)
 - mile przyznane w ramach programu Miles & More
 - warunki oraz zabezpieczenia kredytów i pożyczek
 - zakres ubezpieczeń
 - warunki produktów inwestycyjnych i lokat

Przyszłość zaczyna się dziś

ANNA WINIARSKA

18 marca w Teatrze Polonia odbyło się 20. jubileuszowe spotkanie z cyklu „Jutro należy do kobiet”.



Seminaria „Jutro należy do kobiet” na stałe wpisały się w kalendarz wydarzeń organizowanych przez mBank. Po kilku latach trwania cyklu i po jego 19 edycjach, w marcu br. nadszedł czas na pierwsze podsumowanie. Ostatnie, 20. spotkanie odbyło się pod hasłem **19 spotkań później – czy to nadal „jutro”, czy może już „dziś”.** Wzięło w nim udział ok. 200 gości – przedsiębiorczych kobiet, klientek mBanku.

W pierwszej, merytorycznej części zajęliśmy się rozważaniami **„Kobieta, biznes i kultura – synergia doskonała!”.** W dyskusji panelowej prelegentami byli Prezes oraz Wiceprezes Zarządu mBanku S.A. Cezary Stypułkowski i Przemysław Gdański oraz słynny aktor, reżyser i pedagog Jan Englert. W trakcie rozmowy uczestnicy mogli poznać ich opinie dotyczące pracy z kobietami oraz dowiedzieć się jak

postrzegają te, z którymi współpracują w biznesie. Po części merytorycznej specjalnie dla naszych gości Krystyna Janda, która gościła nas w Teatrze Polonia, przygotowała monodram „Shirley Valentine”. Kolejne spotkanie z cyklu „Jutro należy do kobiet” odbędzie się już w czerwcu. Jak zwykle skoncentrujemy się na istotnych dla kobiet sprawach, nie zabraknie również wyjątkowych gości. Zapraszamy!

Kierunek wschód

KATARZYNA ADAMCZYK

Nowe rynki zbytu i nowe możliwości, czyli o tym, jak przygotować się do współpracy z Białorusią i Kaukazem.



W połowie marca w Sopocie i Poznaniu zorganizowaliśmy Kongresy Eksport-rów poświęcone współpracy handlowej z Białorusią i państwami Kaukazu – Armenią i Gruzją. Ich nadrzędnym celem było zapoznanie uczestników – przedstawicieli małych, średnich i dużych przedsiębiorstw poszukujących nowych rynków zbytu – ze specyfiką handlu z tym rejonem oraz pomoc w nawiązaniu kontaktów. Kierunek geograficzny został wybrany nieprzypadkowo. W wyniku sankcji gospodarczych załamała się wymiana handlowa z Rosją, a kraje takie jak Białoruś, Armenia i Gruzja, ze względu na swój szybki rozwój

gospodarczy i duży potencjał, stanowią biznesową alternatywę dla niedostępnego dla polskiego handlu rynku rosyjskiego. W trakcie kongresów uczestnicy mieli możliwość zapoznania się z gospodarczą specyfiką każdego z państw, uwarunkowaniami współpracy handlowej, zwyczajami w kontaktach i, co ważne, prawnymi aspektami kontraktów handlowych. Zagadnienia te poruszali w swoich wystąpieniach przedstawiciele Ministerstwa Gospodarki: radca prawny Zbigniew Szmuniński, kierownik Wydziału Promocji i Handlu Ambasady RP

w Mińsku oraz Magdalena Rzeszot, ekspert w Departamencie Promocji i Współpracy Dwustronnej. Wśród prelegentów znaleźli się również przedstawiciele wiodących banków z Białorusi (Belinvestbank, Belaruskij Narodny Bank, BPS-SBERBANK, Belarusian Development Bank i Belagroprombank), Armenii (Ameriabank) i Gruzji (Bank of Georgia).

Jeśli są Państwo zainteresowani nawiązaniem współpracy handlowej z Białorusią, Armenią czy Gruzją, prosimy o zgłoszenie na adres dfh@mbank.pl

mBank Sailing Team, czyli płyn z nami po złoty medal do Rio

IZABELA KWIATKOWSKA

Sportowe emocje, radość z sukcesów, duma z rodaków. Każdy kibic wie, że tego, co daje zwycięstwo polskiej reprezentacji na prestiżowych zawodach, nie da się przeliczyć na żadne pieniądze. Czy na pewno?

Oglądając sportową rywalizację rzadko zastanawiamy się nad źródłami finansowania zawodników. Chociaż przez polskie media parokrotnie przetoczyła się już dyskusja na ten temat, młodzi sportowcy nadal zmagają się z wieloma wyzwaniami. Na olimpiadach mogą liczyć na finansowe wsparcie państwa, które reprezentują, ale ci, dla których ważny jest udział w innych zawodach, muszą sami zdobyć odpowiednie środki.

Formuła 1, tylko pieniędzy mniej

Z podobnym wyzwaniem mierzy się dwójka młodych Polaków startujących w żeglarskiej Formule 1, czyli klasie 49er – na najszybszych łodziach dopuszczonych do udziału w igrzyskach olimpijskich. Tomasz Januszewski i Jacek Nowak od lat odnoszą sukcesy żeglarskie i krok po kroku konsekwentnie pną się na szczyt. Jednak aby przygotować się do udziału w olimpiadzie zmuszeni byli szukać alternatywnych źródeł finansowania.

– Jesteśmy członkami polskiej kadry narodo-

wej w klasie 49er i najlepszą na świecie polską załogą w tej kategorii – mówi Tomasz Januszewski. – Przez 17 lat kariery zdobyliśmy wiele medali w tym również i te wywalczone na arenie międzynarodowej – dodaje z dumą i opowiada: – Od 2012 r. ciężko pracowaliśmy, przystępując do czteroletniego cyklu olimpijskiego. Znacznie podnieśliśmy swój poziom i wierzymy, że tym razem odniesiemy sukces w kwalifikacjach olimpijskich. Ubiegły rok zakończył się naszym historycznym zwycięstwem w Finale Pucharu Świata w Abu Dhabi, w tym sezonie również czekają nas liczne zawody m.in. międzynarodowe regaty, mistrzostwa świata w Buenos Aires oraz mistrzostwa Europy w Porto – wylicza zawodnik.

– Jesteśmy dobrze przygotowani i cały czas stawiamy sobie kolejne cele, które mają nas przybliżyć do walki o podium w trakcie igrzysk olimpijskich w Rio – mówi.

Zanim jednak Tomasz i Jacek wezmą udział w igrzyskach muszą znaleźć środki finansowe na czekające ich zawody. – Aby wziąć udział

Czym jest olimpijska klasa żeglarska 49er?

49er to najszybsze łodzie dopuszczone do udziału w igrzyskach olimpijskich, dlatego często nazywane są żeglarską Formułą 1. Niezwykle trudne w opanowaniu wymagają doskonałej kondycji od załogi. Ponadto, wyjątkowość tej klasy przyciąga wiele znanych i utytułowanych nazwisk ze świata żeglarskiego. Można tutaj spotkać ekipy z America's Cup czy Volvo Ocean Race. Celem jest przemknięcie na pięciometrowych „łupinkach” całej trasy regat w jak najkrótszym czasie, 16 razy podczas 6 dni. Emocje oraz adrenalina odczuwane podczas każdego z wyścigów czyni ją najczęściej transmitowaną klasą żeglarską.

Team

Jesteśmy cenioną na świecie załogą, która coraz częściej otrzymuje zaproszenia od zagranicznych załóg do wspólnych treningów czy wyjazdów. Budujemy w ten sposób pewność siebie, a to daje nam psychiczną przewagę i z dnia na dzień podnosimy swój poziom, potwierdzając go wygranymi wyścigami czy całymi regatami. Międzynarodowa federacja 49era liczy się z naszym zdaniem w podejmowanych dyskusjach czy w zakresie technologii sprzętu i formatu rozgrywania regat. Czujemy się tym samym nie tylko zawodnikami, ale częścią niewielkiej, lecz bardzo silnej socjety złożonej z najlepszych żeglarzy na świecie!



Jacek Nowak

Dzięki ciężkiej pracy szybko osiągnął poziom umożliwiający ściganie się z najlepszymi, dowodem tego było zdobycie 8. miejsca w regatach z serii Star Makers kl. 29er (Kragenaes, Dania). Kontynuowanie ciężkiej pracy i odpowiedni sztab szkoleniowy Polskiego Związku Żeglarskiego pozwoliły na zdobycie kolejnych sukcesów w klasie 49er. Swoje żeglarskie kroki rozpoczął w klasie 420, w której w bardzo młodym wieku wywalczył nominację do mistrzostw świata. Następnie przeszedł do klasy 29er, która jest dobrze rozpoznawalną i popularną na świecie klasą przygotowawczą do olimpijskiej klasy 49er.

„Ostatnie lata spędzam w drodze. Wpadam tylko na chwilę do rodzinnego Giżycka, aby uściskać mamę i jadać dalej. Treningi, zgrupowania, regaty. Miesiąc w miesiąc, rok w rok. I tak już od 6 lat! Ta droga ma jednak swój cel – chcę zwyciężyć w Rio – dla rodziny, dla przyjaciół, dla wspierających nas fanów. I dla siebie”.



w Pucharze Świata i Europy oraz mistrzostwach świata i Europy, musimy pokryć koszty sprzętu, przygotowań oraz przejazdów, dlatego długo szukaliśmy finansowego wsparcia dla naszych działań – mówi Tomasz Januszewski.

Gdzie sportowiec nie może, crowdfunding wykorzysta

Poszukując rozwiązania umożliwiającego osiągnięcie zamierzonego celu sportowcy zainspirowali się m.in. akcją „X dni do Soczi” i postawili na crowdfunding, czyli finansowanie społecznościowe. Jest to forma zbierania funduszy przez społeczność zgromadzoną wokół projektu. Dzięki dużej liczbie jednorazowych, drobnych wpłat istnieje szansa na uzbieranie potrzebnej dla realizacji określonego celu kwoty. Portale crowdfundingowe wymagają rejestracji, tak aby informacje o postępach w finansowaniu projektu trafiały do dotujących, a w razie niepowodzenia środki, które przekazali, mogły do nich wrócić, bo w crowdfundingu, tak jak w sporcie obowiązują twarde zasady. Trzeba w określonym czasie zebrać ustaloną wcześniej kwotę, w przeciwnym razie pieniądze wracają do wpłacających, a pomysłodawca nie otrzymuje nawet złotówki.

W Polsce do najpopularniejszych portali należy polakpotrafi.pl, w którym od 1 czerwca tego roku Tomasz i Jacek prowadzą swoją zbiórkę.

– Crowdfunding w Polsce, zwłaszcza ten sportowy, ciągle raczkuje, ale takie publiczne zbiórki są bardzo popularne np. w Stanach Zjednoczonych – mówi Tomasz Januszewski. – Mimo to postawiliśmy sobie bardzo ambitny cel, chcemy zebrać 150 000 zł. Wierzymy, że dzięki ludziom spełnimy największe marzenie i stanimy na podium w Rio. Dodatkowo mBank obiecał, że podwoi tę kwotę, jeśli uda nam się osiągnąć cel – dodaje z uśmiechem.

Wasza pomoc to dla nas wiatr w żagle

Tym, co wyróżnia crowdfunding na tle innych zbiórek jest rewanżowanie się za

wsparcie. Pomysłodawcy projektu oferują różnorodne nagrody uzależnione od wybranej przez dotującego kwoty.

– Nie inaczej jest w naszym przypadku – mówi Jacek Nowak. – Dla osób nas wspierających, poza najważniejszym słowem DZIĘKUJEMY, mamy również wyjątkowe gadżety z autografami oraz profesjonalne koszulki żeglarskie. Wierzymy także, że dotujący mogą przeżyć nasze sportowe emocje, kiedy podczas wspólnego treningu pokażemy im, jak niesamowity jest 49er – dodaje zawodnik. Młodzi sportowcy swoje działania wspierają prowadzoną komunikacją opartą przede wszystkim na mediach społecznościowych i #mBankSailingTeam oraz dedykowanych materiałach m.in. specjalnych filmach czy artykułach.

Aby wesprzeć akcję polskich żeglarzy wystarczy na stronie projektu wybrać interesującą nas nagrodę, a następnie kliknąć przycisk „Wesprzyj projekt”. Automatycznie zostaniemy przeniesieni do logowania/rejestracji w portalu. Po zarejestrowaniu potwierdzamy deklarowane wsparcie i wybieramy mTransfer/multiTransfer jako kanał płatności.

Następnie trzymamy kciuki i przekazujemy swoim bliskim informację o całej akcji.

Każda dotacja przybliża polskich żeglarzy do spełnienia marzenia, realizacji planu i udziału w igrzyskach olimpijskich w Rio, zatem zachęcamy do wsparcia akcji.

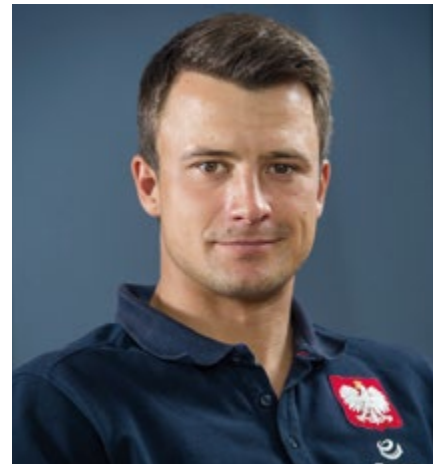
Największe osiągnięcia Teamu Januszewski & Nowak:

- **I miejsce** – Finał Pucharu Świata 2014 Abu Dhabi
- **II miejsce** – Garda Trentino Olympic Week 2015
- **III miejsce** – Puchar Europy 2014 Kilonia
- **VI miejsce** – Puchar Księżniczki Zofii Palma de Mallorca 2015

Więcej o akcji:

www.facebook.com/POL52

www.mbank.pl/polakpotrafi/



Tomasz Januszewski

Podążając za rodzinną tradycją swoje dzieciństwo związał z żeglarstwem sportowym. Zmagania rozpoczął na klasie Optimist, na której wywalczył w mistrzostwach świata 4. miejsce – najlepsze w historii Polski oraz złoto w drużynowych mistrzostwach Europy. W wieku 15 lat przesiadł się na olimpijską klasę 470.

Zdobył 5. miejsce w mistrzostwach świata juniorów oraz 6. miejsce w mistrzostwach Europy juniorów.

W 2009 roku zmienił klasę, wybrał trudny technicznie, bardzo szybki i widowiskowy skiff z żaglem–49er. Już w pierwszym roku żeglugi zdobył na nim srebrny medal w mistrzostwach Polski. W 2010 roku na początku wspólnej żeglugi z Jackiem Nowakiem brąz, a w sezonie 2011, 2012 i 2013 srebro.

„Gdy jesienią ubiegłego roku stanąłem na najwyższym podium Finału Pucharu Świata miałem w oczach łzy. To był sukces na który pracowałem od dzieciństwa, i który odniosłem drogą wielu wyrzeczeń. Niczego jednak nie żałuję. Możliwość wystąpienia Mazurka Dąbrowskiego w takiej chwili uskrzydla!”.



Nadmorski apartament Wypoczywaj i zarabiaj

Tylko 550 m do morza

Baltic Park

Stegna, ul. Lipowa 32

mLocum.pl | 609 781 964

Polacy, na rowery!

MAŁGORZATA MILIAN-LEWICKA

Zatłoczone ulice, wysokie ceny paliw, chęć zmiany stylu życia czy moda? Co powoduje, że Polacy coraz chętniej przesiadają się na jednoślady?

Tylko w 2013 roku Polacy kupili ponad milion rowerów, czyli więcej niż samochodów osobowych – to piąty wynik w Europie! Według danych raportu CBOS „Polacy na rowerach” z końca 2012 roku aż 70 proc. Polaków (ok. 27 milionów) z dwóch kółek korzysta co jakiś czas, natomiast 22 proc. badanych (ok. 8,5 miliona) na rowerze jeździ systematycznie. Czy Polska ma szansę stać się drugą Holandią? Wiele na to wskazuje. Od mniej więcej dekady coraz popularniejsze są zorganizowane imprezy rowerowe, tzw. masy krytyczne, wycieczki nowicjuszy lub amatorskie uprawianie kolarstwa szosowego czy górskiego, ale przede wszystkim tzw. pedałowanie po mieście. Jak można wytłumaczyć popularność tego środka lokomocji wśród mieszkańców dużych miast?

Nie tylko dla hipstera

Wokół rowerów miejskich stworzyła się swoista subkultura – pedałowanie po mieście jest bardzo modne. Istotny jest nie tylko sam model (najmodniejsze to: miejskie holenderki, elektry, kolarzówki,

5 miast dla rowerów

MIASTO	DŁUGOŚĆ TRAS ROWEROWYCH
Warszawa	361 km
Wrocław	214 km
Gdańsk	185 km
Kraków	145 km
Poznań	129 km

*Dane: wrower.pl

Według raportu WHO i Europejskiej Komisji Gospodarczej ONZ 5 proc. podróży po Warszawie odbywa się na rowerach.

ostre koła), ale także jego wygląd (przy damkach konieczne koszyki na zakupy, stylowe skórzane siodełka) i odpowiednio dobrany strój. Nikogo nie dziwi rowerzysta czy rowerzystka w garniturze z podwiniętą nogawką czy w zwiewnej sukience. Im bardziej ekstrawagancko, tym większa szansa, że zauważą cię inni, a twoja stylizacja znajdzie się na jednym z wielu popularnych serwisów dotyczących cycle chick, czyli mody rowerowej.

Darmowy trening

Moda nie jest jedynym powodem, dla których Polacy przesiadają się na rowery. Wielu rowerzystów za główną motywację uznaje pozytywny wpływ jazdy na rowerze na zdrowie. Regularny wysiłek na jednośladzie zwiększa pojemność płuc, poprawia kondycję kręgosłupa, dotlenia krew, co wpływa na lepszą pracę serca i zwiększenie wydolności organizmu.

Godzina spokojnej jazdy pozwala spalić aż 500 kcal! Rower to również oszczędność czasu i stresów, które towarzyszą codziennemu staniu w korkach, a także doskonały sposób na odreagowanie i wyciszenie się.

Trochę historii

Pierwsze miejskie wypożyczalnie rowerowe powstały w Amsterdamie wg pomysłu Luuda Schimmelpennincka. W 1965 roku zapoczątkował on projekt White Bicycle Plan, w ramach którego udostępniono za darmo mieszkańcom kilkaset pomalowanych na biało rowerów. O spektakularnym sukcesie idei można mówić dopiero od 2005 roku, gdy w Lyonie wprowadzono pod nazwą vélou samoobsługowe wypożyczalnie jednośladów. Dwa lata później pomysł został zrealizowany pod nazwą vélib (vélo – rower; liberté – wolność) w Paryżu. Obecnie w stolicy Francji w systemie tym dostępnych jest ponad 20 tys. rowerów! Po olbrzymiej popularności tego rozwiązania we Francji i na świecie zaczęły pojawiać się kolejne systemy miejskich wypożyczalni rowerów. Obecnie pomysł został zaadaptowany do lokalnych warunków w ponad 165 krajach świata.

Pedałuj (taniej) do pracy

Nie bez znaczenia są również względy ekonomiczne. Codzienne korzystanie z roweru w drodze do szkoły lub pracy to sposób na zaoszczędzenie pieniędzy, które przeznaczone byłyby na paliwo lub bilet miesięczny. Z tegorocznego badania Europol Assistance Polska wynika, że dojeżdżający na rowerze i ceniący sobie oszczędność bardziej od wygody to aż jedna trzecia wszystkich użytkowników rowerów. A liczba ta ciągle wzrasta.

Nie masz? Wypożycz!

Ale boom na rowery uwidocznił również obszary, w których potrzebne są zmiany. Poważnym ograniczeniem dla rowerzystów w dużych miastach jest słaba infrastruktura – brak parkingów, stojaków czy pasów

rowerowych. W oczekiwaniu na powstanie odpowiedniego zaplecza dla cyklistów doskonałym rozwiązaniem okazują się miejskie systemy rowerowe, czyli samoobsługowe wypożyczalnie rowerów. Ich zalety dostrzegają i rowerzyści (nie muszą mieć własnego roweru, nie martwią się o miejsce do zaparkowania, na krótkich dystansach nie płacą za wypożyczenie), i samorządowcy (rowery nie emitują hałasu, zwiększa się bezpieczeństwo na drogach, bowiem rowerzyści rzadko uczestniczą w poważnych wypadkach).

Obecnie w Polsce rozwiązaniem tego typu dysponuje 20 miast (5126 rowerów w 445 stacjach), z czego aż połowa należy do systemu NextBike. W 2012 roku firma ta uruchomiła w stolicy samoobsługowe

wypożyczalnie rowerowe Veturilo, które znalazły się w pierwszej dziesiątce najlepszych systemów tego typu na świecie (przed Londynem i Nowym Jorkiem). Tylko w 2015 roku NextBike miało 465 tys. użytkowników, którzy wypożyczyli rowery aż 7,5 miliona razy! Wśród nich jest wielu klientów mBanku, a sam bank od zeszłego roku, jak przystało na ikonę mobilności, pokazuje się na rowerach NextBike. Zresztą nie ogranicza się tylko do reklamy, ale również zachęca do korzystania z tej aktywnej formy poruszania się po mieście. Konkurs fotograficzny (z rowerem w tle) zorganizowany przez mBank w ubiegłym sezonie cieszył się dużą popularnością wśród cyklistów. To kolejny dowód na to, że jazda na rowerze łączy w sobie przyjemne z pożytecznym.

Klienci mBanku aktywni!

- aż 30 proc. transakcji przeprowadzili w systemie NextBike
- co 8 sekund wypożyczali rowery
- najchętniej korzystali z rowerów NextBike w lipcu
- wypożyczali rower średnio co 27 minut

Dane za okres od marca do listopada 2014 roku Synergie dla mBanku „Miejskie systemy rowerowe”.



Wzorem być

ANNA MARGO

Budzi szacunek, uznanie, podziw. Jest inspiracją, kimś, kogo otoczenie chce naśladować. Autorytet. Co trzeba w sobie mieć, by nim być?

Podstawą jest wiedza merytoryczna z dziedziny, w której się działa. – *Dla ludzi autorytetem jest ktoś, kto jest fachowcem w swojej dziedzinie, zna się na tym, czym się zajmuje. Ma wiedzę, doświadczenie, ogarnia rzeczywistość, w jakiej się porusza na co dzień* – mówi Izabela Kielczyk, coach i psycholog biznesu. – *Jeśli tego zabraknie, otoczenie będzie go postrzegać raczej jako kogoś, kto na danym stanowisku znalazł się przypadkiem i zupełnie nie nadaje się do tego, by je piastować.*

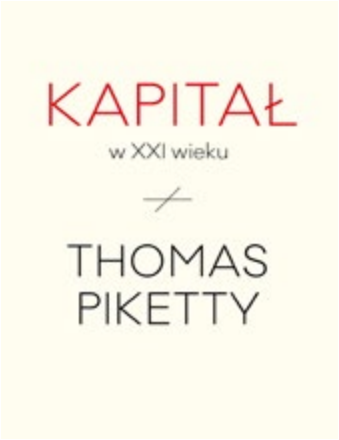
Coraz więcej ludzi zwraca też uwagę na skłonność danej osoby do empatii. Na to, czy do szefa lub współpracownika można przyjąć, jeśli wynikł jakiś problem lub z czymś nie umiemy sobie poradzić. Oczywiście nie znaczy to, że ma on ulegać czy na wszystko się zgadzać. Ważne jest jednak, by wysłuchać, doradzić. Autorytetem cieszy się również ktoś, kto sam potrafi przyznać się do błędu i jednocześnie uznać rację kogoś innego, powiedzieć wprost: „Trzeba było cię posłuchać”. – *Przy okazji taka osoba pokazuje, że prawo do błędu ma każdy. Niepowodzenie nie musi się wiązać z automatyczną dezaprobatą czy zwolnieniem, ale może być sygnałem, że trzeba wspólnie zastanowić się nad rozwiązaniem problemu. Że może skoro ktoś sobie z czymś nie radzi, to potrzebne są dodatkowe szkolenia, kursy, coaching* – mówi Izabela Kielczyk.

Dla budowania autorytetu bardzo ważne jest traktowanie wszystkich – zarówno partnerów i klientów, jak i współpracowników – na równi. Niepokazywanie, że ktoś jest lepszy, a ktoś inny gorszy. To szczególnie istotne np. w przypadku podwyżek czy nagród. Wtedy taka osoba musi działać według jasnych zasad znanych wszystkim dookoła. Musi też jasno informować o tym, co dzieje się w najbliższym otoczeniu. – *Jeśli np. na rynku sytuacja jest trudna, w firmach przeprowadzane są zwolnienia, restrukturyzacje, a i w naszym przedsiębiorstwie zaczyna brakować stabilizacji, szef musi mówić otwarcie, czego można się spodziewać. Nie może pozostawiać współpracownikom domysłów, plotek, ma jasno komunikować, jak jest. Nawet jeśli nie jest najlepiej* – tłumaczy Izabela Kielczyk. Czyli z jednej strony szczerść, szacunek dla współpracowników, otwartość na komunikaty z ich strony, empatia, a do tego duża wiedza merytoryczna. A co jeśli ktoś nie ma tych wszystkich kompetencji? Czy oznacza to, że nigdy nie będzie autorytetem dla innych? Jak podkreśla Izabela Kielczyk, autorytet to coś innego niż charyzma – można jej nie mieć, a mimo to cieszyć się autorytetem. Charyzmę łatwiej też ćwiczyć. Nie oznacza to jednak, że autorytetu nie da się budować. Da się. Warunkiem jest zdanie sobie sprawy z ewentualnych bra-

ków i wypracowywanie kompetencji. Np. warto przyjrzeć się, czy wszystkich wokół, łącznie ze sobą, mierzy się jedną miarą. I tak, jeśli nie tolerujemy spóźnień, sami przestańmy się spóźniać. Jeśli mówimy, że oferty do klientów muszą być przygotowane perfekcyjnie, sami nie wysyłamy półproduktu. Czyli dawajmy dobry przykład i wypracowujmy traktowanie ludzi na równi. – *Gorzej, jeśli nie jest się fachowcem w swojej dziedzinie. Tutaj ratunkiem jest doszkalanie się. Można też próbować oddać więcej kompetencji pracownikom, samemu pozostając trochę z boku. Może wtedy się okazać, że nawet jeśli ktoś nie jest specem od marketingu, to jednak świetnie potrafi zarządzać zespołem* – mówi Izabela Kielczyk. I daje światło nadziei: – *Z autorytetem nie jest tak, że jest z góry dany, że trzeba się z nim urodzić. Autorytet się zdobywa. To kwestia doświadczenia, stażu pracy, obserwowania, co ludzie sobie cenią. Tego można się nauczyć i wypracować. Tylko – jak ze wszystkim – trzeba chcieć.*

Thomas Piketty. Kapitał w XXI wieku
Książka

Biznesowa Książka Roku 2014 według „Financial Times” i McKinsey, numer jeden na liście bestsellerów „New York Timesa” to tylko niektóre z laurów, jakie otrzymała książka Thomasa Piketty’ego. Na czym polega jej fenomen? Mówi się, że to najważniejsza ekonomiczna książka dekady. Autor dokonuje analizy współczesnego świata, mówi o nierównościach ekonomicznych w społeczeństwach, przeprowadza rewolucję w myśleniu o dochodach i bogactwie (tytułowy kapitał). Piketty opiera swoje rozważania na 15-letnim empirycznym programie badawczym, dlatego trudno bagatelizować wyciągane przez niego wnioski. „Kapitał XXI wieku” to lektura, która wiele zmienia w myśleniu o ekonomii, społeczeństwie i polityce. Polecamy.



Inarritu Alejandro Gonzalez. Birdman
Film

Co może zrobić aktor, którego dni sławy minęły, ale który nadal żyje z ciężarem swojej największej roli? Roli, która dała mu wiele, ale jednocześnie zaszufladkowała w określonej artystycznej stylistyce? Może wystawić sztukę. Taki cel przynajmniej stawia sobie główny bohater filmu „Birdman” Riggan Thomson. Marzeniem Riggana jest udowodnienie światu, że ma faktyczny talent i jest kimś więcej niż aktorem z filmu o superbohaterze. Aby osiągnąć cel Thomas ryzykuje wszystko, by wystawić sztukę na Broadwayu jednocześnie walcząc z własnym ego, otoczeniem, rodziną. „Birdman” to dowcipna opowieść, ale z mocnym rysem psychologicznym. Dodatkowym „smaczkim” filmu jest obsadzenie w głównej roli Michaela Keatona – aktora, który jako pierwszy wcielił się w kultową rolę Batmana. Dzięki temu film ma wymiar bardzo realny, niemal osobisty. Dobre kino.



Stanisława Celińska. Atramentowa
Muzyka

Czasami przychodzi ochota na odrobinę muzycznej zadumy. Chcemy się wyciszyć, pomyśleć, powspominać. Takich doświadczeń i refleksyjnych impulsów dostarcza słuchaczom płyta uznanej polskiej aktorki Stanisławy Celińskiej pt. „Atramentowa”. Tym razem Pani Stanisława przyciąga publiczność niesamowitymi interpretacjami tekstów, wrażliwością na zupełnie innym, niż aktorski, poziomie. Na trackliście utwory uznanych polskich tekściarzy (m.in. Wojciecha Młynarskiego, Muńka Staszczyka), niesamowite duety w tym cover piosenki Hey „Do Rycerzy, do Szlachty, do Pogan” zaśpiewany z Katarzyną Nosowską. Dobra, nastrojowa, pięknie zaaranżowana płyta. Warto.



Tripso
Aplikacja

Wakacje to dla wielu czas odkrywania nowych miejsc, poznawania nowych kultur. Coraz chętniej podróżujemy na własną rękę – samodzielnie szukając ciekawych zabytków, zwiedzając to, co faktycznie chcemy zobaczyć. Urlop w takiej wersji może ułatwić aplikacja Tripso. Darmowe narzędzie, które ma w sobie mnóstwo przydatnych funkcjonalności. Zawiera m.in.: bazę atrakcji turystycznych (wraz z opisami i zdjęciami), bazę hoteli, restauracji, mapki metra, kalendarz wydarzeń, pogodę i wiele innych, które spełnią oczekiwania nawet najbardziej wymagającego turysty. Co ważne Tripso działa również offline, co jest szczególnie ważne w rejonach, gdzie jest problem z zasięgiem. W aplikacji znajdują się wszystkie państwa świata i wszystkie największe miasta. Tripso faktycznie ułatwia podróżowanie. Bon voyage!





Wielki sukces gospodarczy. Dlaczego tak ciężko nam go dostrzec?

ŁUKASZ PAŁKA

Dziennikarz ekonomiczny w portalu Money.pl, w którym kieruje działem Gospodarka i Rynek. Autor wielu wywiadów z przedstawicielami życia gospodarczego.

Polska dokonała cywilizacyjnego skoku i najlepiej na świecie przekłada rozwój gospodarczy na poprawę jakości życia swoich obywateli. Dlaczego więc co piąta osoba byłaby gotowa rozważyć emigrację? Bo za dążenie do coraz większego dobrobytu płacimy wysoką cenę.

Pod koniec maja w Londynie znana firma konsultingowa BCG zaprezentowała swój najnowszy raport na temat rozwoju gospodarczego 149 krajów świata. Główne wnioski, które można z niego wyciągnąć, są dwa. Pierwszy jest dość oczywisty, ale wart odnotowania. Drugi – bardzo zaskakujący. Zaczniemy od oczywistego. Autorzy raportu uznali, że miernik w postaci dynamiki PKB w danym kraju tak naprawdę niewiele mówi o jego rozwoju. Powstał w latach 30. ubiegłego wieku, ale jego cele były zupełnie inne niż określanie tego, czy w danym państwie żyje się dobrze czy źle. Dlatego też w ostatnich latach ekonomiści coraz częściej starają się budować wskaźniki, które pokażą, w jakim stopniu ludzie korzystają ze wzrostu gospodarczego, a nawet... czy są szczęśliwi.

Tę drogę wybrali analitycy we wspomnianym raporcie, dokładając do wyników ściśle ekonomicznych, również informacje o tym, czy np. wzrost gospodarczy kraju wpływa

na niszczenie środowiska, jak jest z budową społeczeństwa obywatelskiego, czy mieszkańcy mają dostęp do szkół i szpitali oraz czy mogą dojechać do nich po dobrych drogach.

Czas na zaskakujący wniosek. Otóż po wymieszaniu w jednym worku wszystkich wspomnianych danych, okazało się, że Polska, choć w globalnym rankingu jakości życia zajęła 31. miejsce, to jednocześnie bije rywali na głowę w innej konkurencji. Według raportu nasz kraj najlepiej na świecie przekłada wzrost gospodarczy w poprawę jakości życia mieszkańców. Autorzy zestawienia chwalą nas za rozwój edukacji, infrastruktury, bogacenie się obywateli czy wreszcie fakt, że rozwój gospodarki nie pociąga za sobą zniszczenia środowiska, jak to się dzieje np. w Chinach.

Krótko mówiąc, przeżywamy cywilizacyjny skok. Gonimy Europę Zachodnią w takim tempie, że już niedługo między bajki będzie można włożyć wyliczenia ekonomistów, mówiące o tym, iż standardem życia dościgniemy Zachód około 2040 roku.

W tym wszystkim jest tylko jedna sprawa, która budzi zastanowienie. Kilka dni przed publikacją wspomnianego raportu instytut badawczy TNS Polska podał, że 60

procent Polaków uważa, że sprawy w kraju idą w złym kierunku. Statystycy wskazali jednocześnie, że odsetek pesymistów w naszym kraju rośnie. Jeszcze większe zdziwienie może budzić fakt, że według innego badania (Work Service „Migracje zarobkowe Polaków”) aż 6,4 proc. Polaków jest gotowych w tym roku wyjechać z kraju, wobec 5 procent w 2014 roku. Do tego co piąty rozważyłby emigrację zarobkową, gdyby miał taką potrzebę bądź możliwość. Widać emigrantom finansowo korzystniejsza wydaje się brytyjska stagnacja gospodarcza, niż polski rozwój.

O co więc w tym wszystkim chodzi? Może taka już nasza pesymistyczna natura, że nawet w światowym rankingu szczęśliwości („World Happiness Report 2015”) zajmujemy dopiero 60. miejsce na 158 sklasyfikowanych krajów. Wszak daleko przed nami znalazły się Paragwaj, Tajlandia czy Kolumbia – kraje przecież znacznie biedniejsze pod względem PKB per capita. Polacy, którzy nie wyjechali z kraju spędzają w pracy najwięcej czasu spośród wszystkich Europejczyków. Może właśnie w tym tkwi odpowiedź na opisane sprzeczności. Na swój dobrobyt harujemy tak ciężko, że póki co nie jesteśmy w stanie cieszyć się efektami swojej pracy.

Victoria Dom
RZETELNY DEWELOPER

ATRAKCYJNE MIESZKANIA
w programie MDM



NOWA INWESTYCJA

OSIEDLE PRZY PARKU
TARGÓWEK ul. Rembielińska
www.przyparku.pl.pl
22 741 62 62

II ETAP JUŻ W SPRZEDAŻY!

OSIEDLE CLASSIC
BIAŁOŁĘKA ul. Przasna
www.osiedleclassic.pl
609 334 542

GOTOWE DOMY NA BIAŁOŁĘCE



VIVA GARDEN
BIAŁOŁĘKA ul. Białolecka
www.domy.viva-garden.pl
609 336 934

PARK DWORSKI II
BIAŁOŁĘKA ul. Zyndrama z Maszkowic
www.parkdworski.pl
609 336 934

OSIEDLE OLESIN
BIAŁOŁĘKA ul. Zdziarska 81/83
www.osiedleolesin.pl
609 336 934

www.victoriadom.pl tel. 22-741-62-62



 Obróć stronę o 180 stopni i zobacz efekt

W bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej **liczą się efekty**

- Obsługujemy **60% firm z listy 500 Rzeczpospolitej**.
- Mamy **90% zadowolonych klientów korporacyjnych.***
- Blisko **30 lat doświadczenia w bankowości dla przedsiębiorstw**.
Kiedyś BRE Bank, teraz mBank.

* Dotyczy klientów biorących udział w badaniu własnym satysfakcji klientów za rok 2014.



Zeskanuj kod lub
wejdź na LicząSięEfekty.pl

mBank.pl



Ikona mobilności