

Outsourcing & More

P O L S K A

www.outsourcingportal.eu

nr 4 (41) | lipiec – sierpień 2018

ISSN 2543-7607

CENA **26 zł** (w tym 8% VAT)

Jak projektować nowoczesne biura?

– wywiad z Agnieszka Kalinowską-Soltys,
Członkiem Zarządu
APA Wojciechowski Architekci

str. 34

BIZNES

„Beauty” GBS – historia Centrum
Usług Wspólnych firmy AVON

str. 24

INWESTYCJE

Co poza Warszawą?

str. 48

KARIERA I ROZWÓJ

Ci od krów, czyli budowanie
marki pracodawcy w branży SSC

str. 92

SPOTKAJMY SIĘ NA

The BSS Tour Bydgoszcz

The BSS Tour

Bydgoszcz

TEMAT

F&A bez tajemnic

DATA

11 września 2018 r.
Wtorek godz. 9.00-19.00

MIEJSCE

Hotel Holiday Inn,
ul. Grodzka 36

Outsourcing & More

P O L S K A

Redaktor naczelny

Dymitr Doktor
dymitr.doktor@proprogressio.pl

Redaktor prowadząca

Kamila Czyżyk
kamila.czyzyk@proprogressio.pl

Skład i łamanie

Iwona Nowakowska

Reklama

reklama@outsourcingandmore.pl

Wydawca

PRO PROGRESSIO

Adres redakcji

ul. Sobieskiego 104/29
00-764 Warszawa
www.proprogressio.pl

T: +48 22 213 02 45



Pro Progressio

F: +48 22 213 02 49

redakcja@proprogressio.pl
www.outsourcingandmore.pl

Druk

Drukarnia Jantar

Obsługa prawna

Chudzik i Wspólnicy

Elektroniczna wersja magazynu na stronie
www.outsourcingandmore.pl

Wybrane zdjęcia pochodzą z serwisu
shutterstock.com.

Fotografia na okładce: Weronika Markiewicz.

Nakład

3000 egz.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Kopiowanie, reprodukcja bez pisemnej
zgody Redakcji nie jest dozwolona.

Redakcja nie odpowiada
za treść reklam i ogłoszeń.

Partnerzy



AUTORZY

Maciej Kulbat • Łukasz Kobiec • Artur Sygnatowicz
• Agnieszka Kalinowska-Sołtys • Jarosław Pilch
• Magdalena Janiak • Maciej Wawrzyniak • Marcin Siewierski
• Adam Schroeder • Michał Galimski • Piotr Libicki
• Krzysztof Matyjaszczyk • Artur Hajdorowicz • Marek Janiak
• Mariusz Sagan • Jarosław Bondar • Szymon Motławski
• Joanna Kłopotowska • Monika Reszko • Magda Staniszevska



@DymitrDoktor

Szanowni Państwo,

Świat usług dla biznesu pędzi do przodu, a Europa staje się coraz bardziej ciekawym miejscem. Tylko na przestrzeni ostatnich kilku miesięcy na naszym kontynencie powstały inicjatywy biznesowe, które na pewno będą wywierać wpływ na rozwój sektora i jego relacje z klientami. Wśród najciekawszych z nich są European Outsourcing Council utworzony przez amerykańskie stowarzyszenie IAOP, czy też Emerging Europe Alliance – kolejna z inicjatyw Think Tanku Emerging Europe, nastawiona na promocję regionu CEE jako globalnej lokalizacji dla branży BSS. Obie inicjatywy podsumowane były podczas konferencji w Brukseli i Londynie wzbogacając rynek spotkań biznesowych sektora BPO i SSC o nowe treści.

Wydźwięk tegorocznych wydarzeń biznesowych jest jeden – Europa zyskuje na atrakcyjności i należy się spodziewać kolejnych inwestycji dużych i średnich graczy, którzy będą tworzyć od zera lub rozbudowywać już istniejące centra usług wspólnych. Sygnały te odbierają miasta i firmy deweloperskie otwierając się na nowe projekty.

Przestrzeń miejska, otoczenie biurowe i komfort w miejscu pracy, to trzy hasła, które towarzyszą nam codziennie, kiedy myślimy o pracy biurowej. Lokalizacja biur, ich zagęszczenie, funkcjonalność budynków biurowych, to elementy, którymi deweloperzy kuszą najemców, a najemcy swoich pracowników. Wyścig o kadry trwa, a świat nieruchomości biurowych, również bierze w nim udział. Biorąc pod uwagę, że poza zasobami kadrowymi, to dostępność i jakość nowoczesnych biur decyduje o rozwoju sektora usług dla biznesu, postanowiliśmy przyrzeć się światu Real Estate nieco bliżej. Stwierdziliśmy, że temat ten najlepiej odda Agnieszka Kalinowska-Sołtys z APA Wojciechowski, z którą przeprowadziliśmy główny wywiad numeru.

Przed nami okres wakacji, urlopów i wyciszenia aktywności biznesowej, lecz patrząc już w tej chwili na jesień roku 2018 widzimy, że czeka nas wiele inicjatyw i aktywności, zarówno po stronie dostawców usług, jak i inwestycji branży BSS.

Zapraszam do lektury lipcowego wydania *Outsourcing&More*.

Dymitr Doktor,
Redaktor Naczelny

BIZNES

6

Aktualności branżowe

8

Technologiczne rozmowy w Katowicach

19 czerwca 2018 roku w katowickim hotelu Angelo odbyła się kolejna edycja The BSS Tour – cyklu konferencji organizowanych przez Fundację Pro Progressio.

10

Polsko-niemiecki szczyt BSS w Szczecinie

Po raz pierwszy eksperci sektora BSS z obu krajów spotkali się, aby omówić wzajemne relacje biznesowe w obszarze outsourcingu i nowoczesnych usług dla biznesu.



14

Konkurs Top Woman in Real Estate rozstrzygnięty

16

Jak połączyć ze sobą grę, zabawę, rywalizację i biznes na plaży?

Na to pytanie odpowiedź może znać tylko Monika Reszko, psycholog biznesu, pomysłodawca Beach Volleyball Business Cup.

18

Rozstrzygnięcie konkursów Telemarketer Roku i Złota Słuchawka 2018

22

My customer World

Nowa pozycja na polskiej mapie wydarzeń z sektora Customer Services.

24

„Beauty GBS” - historia Centrum Usług Wspólnych firmy AVON

Zapraszamy na wywiad z Maciejem Kulbatem, Członkiem Zarządu AVON, Global Business Service.



28

Nie da się usprawnić procesów, których się nie mierzy... (Część 2.)

Coraz częściej nie tylko małe firmy, lecz także duże korporacje realizują wdrożenia testowe, których celem jest porównanie wskaźników pomiędzy zespołami pracującymi w oparciu o standardowe wskaźniki szybkości i wydajności obsługi, a tymi opartymi tylko i wyłącznie o parametry jakościowe.

30

SMART OFFICE – nowoczesne podejście do bezpieczeństwa

Każda współczesna organizacja gromadzi i przetwarza duże ilości danych, o bardzo istotnej dla niej wartości. Zapewnienie bezpieczeństwa jest kluczowym zadaniem każdego menedżera. Skuteczny system bezpieczeństwa tworzą rozwiązania informatyczne połączone z umiejętnościami ludzi, którzy je skutecznie wykorzystują.

34

Jak projektować nowoczesne biura?

Wywiad z Agnieszką Kalinowską-Sołtys, Członkiem Zarządu APA Wojciechowski Architekci.



38

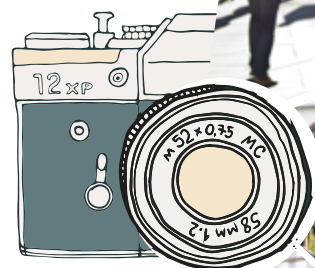
Witamy w nowej erze najmu powierzchni biurowych

Ostatnie miesiące na rynku nieruchomości biurowych bez wątpienia należały do coworków. Nic nie zapowiada, by ich ekspansja miała w najbliższym czasie wyhamować.

40

Monitoring wizyjny po RODO

Niezwykle często słyszone ostatnio słowo „RODO” robi zawrotną karierę w prasie, telewizji, internecie. W przypadku podmiotów profesjonalnie przetwarzających dane osobowe: pracodawców, przedsiębiorców, podmiotów prawa publicznego, instytucji i urzędów pojawia się niepokój: czy zdołają w sposób odpowiedni dostosować wszystkie procesy przetwarzania danych, by stać się „rodzodogodnym”?



INWESTYCJE

42

Aktualności inwestycyjne

44

Lokalny rynek nieruchomości biurowych – Bydgoszcz i okolice

Rynki regionalne, w tym Bydgoszcz, wiążą swoje duże nadzieje z bardzo prężnie rozwijającym się rynkiem usług wspólnych, czyli rynkiem Business Process Outsourcing/ Shared Services Center.

48

Co poza Warszawą?

O regionalnych rynkach biurowych i potencjale sektora BSS rozmawiamy z ekspertami Cushman & Wakefield.

52

Duopolis – w Polsce tworzy się największy hub BSS w Europie

Od wielu lat w Polsce jesteśmy świadkami dynamicznego rozwoju miast. Z jednej strony jest to rozwój pojedynczych metropolii, z drugiej zaś powstawania naturalnego partnerstwa między miastami, które tworzą współpracujące ze sobą ośrodki biznesowe. Ma to swoje korzyści, zarówno z punktu widzenia mieszkańców, jak i rozwoju biznesu.

54

Bydgoszcz numerem 1 dla IT w Polsce

Wśród jedenastu największych ośrodków usług biznesowych w Polsce Bydgoszcz zajmuje pierwsze miejsce, biorąc pod uwagę udział usług IT w strukturze zatrudnienia centrów BPO, SSC, IT i R&D.

58

Biznes w poznańskiej przestrzeni miejskiej

Jak wysokiej jakości przestrzeń miejska wpływa na życie mieszkańców? Czy inwestorzy powinni dostosowywać swoje projekty do zastanej architektury? Czy poznańskie Alfę nie pasują do Nowego Świętego Marcina? I wreszcie: jak Miasto dba o estetykę? – o tym w rozmowie z Piotrem Libickim, Pełnomocnikiem Prezydenta ds. Estetyki Miasta.



62

Rzeszów przyciąga innowacyjny przemysł

Pierwszy i drugi kwartał 2018 roku w Rzeszowie obfitowały w wiele kluczowych decyzji o realizacji nowych, niezwykle ważnych inwestycji na terenie Rzeszowa oraz sąsiadujących z miastem Specjalnych Stref Ekonomicznych.

64

Warszawa wspiera start-upy: 60 tys. przedsiębiorców skorzystało z usług miejskiego inkubatora

W rankingach miast najbardziej przychylnych biznesowi, otwartych i przyjaznych, Warszawa zajmuje w ostatnich latach najwyższe pozycje.

68

Czas na Częstochowę

Wywiad z Krzysztofem Matyjaszczykiem, Prezydentem Miasta Częstochowy.



74

Planowanie przestrzeni miejskiej w Kielcach

W ujęciu ogólnym trudno wskazać jeden konkretny aspekt planowania przestrzennego, który byłby najbardziej istotny. Sztuka budowy miast – urbanistyka – jest jedną z dziedzin najbardziej interdyscyplinarnych.

78

Biznes wymaga architektonicznej oprawy

Adam Pustelnik, Dyrektor Biura Obsługi Inwestora i Współpracy z Zagranicą Urzędu Miasta Łodzi, w rozmowie z prof. Markiem Janiakem, architektem miasta Łodzi.

80

Gdynia rozwija się z udziałem przemysłu turystycznego

Odbyna się to systematycznie w efekcie przybywającego potencjału turystycznego.

82

Planujemy przestrzeń miejską pod inwestycje

O tym, jak planowanie przestrzeni miasta wpływa na rozwój gospodarczy, porozmawialiśmy z dr. Mariuszem Saganem – dyrektorem Wydziału Strategii i Obsługi Inwestorów Urzędu Miasta Lublin.

86

Stawiamy na zrównoważony rozwój tkanki miejskiej

Wywiad z Jarosławem Bondarem, Architektem Miasta Szczecin.

KARIERA I ROZWÓJ

90

Aktualności HR

92

Ci od krów, czyli budowanie marki pracodawcy w branży SSC

Employer branding w branży SSC porównać można do rynku sprzedaży soli lub wody mineralnej, gdzie strategia komunikacji i grupy docelowe kategoryzują ofertę: czy jesteśmy wodą do picia z plastikowej butelki, czy lekko gazowaną, serwowaną w kieliszkach?



100

Continuous Improvement Manager

Continuous Improvement Manager to osoba, która często niesłusznie przypisywana jest jedynie do organizacji o charakterze stricte produkcyjnym.

102

Przywództwo to przywilej – lekcja dla młodych managerów

Bycie managerem to swoista nobilitacja, bo właśnie swojego przełożonego pracownicy uważają za bezpośredniego przedstawiciela firmy.

106

Poszukiwanie specjalistów w branży IT

Wywiad z Magdą Staniszkowską, HR Business Partner w ESKOM.

108

Ogłoszenia rekrutacyjne

110

Biblioteka managera

AKTUALNOŚCI BRANŻOWE

Teleperformance zawarł umowę nabycia firmy Intelenet od grupy Blackstone

Teleperformance, światowy lider outsourcingowych usług omnikanalowego zarządzania doświadczeniami klienta, ogłosił, że zawarł ostateczną umowę nabycia Intelenet od Blackstone (NYSE: BX), wiodącej globalnej firmy zarządzającej aktywami alternatywnymi.

Intelenet jest znaczącym globalnym dostawcą wysokiej klasy usług w zakresie omnikanalowego zarządzania doświadczeniami klienta, usług back-office, kadrowych, finansowych i administracyjnych. Firma posiada na całym świecie, głównie na rynku anglojęzycznym, w Indiach i na Bliskim Wschodzie, ponad 110 renomowanych klientów z ustaloną pozycją na giełdzie.



Transakcja zostanie przeprowadzona za łączną kwotę 1 mld USD (wartość przedsiębiorstwa). Na podstawie wstępnych obliczeń oczekuje się, że transakcja pozytywnie wpłynie na zysk na jedną akcję Teleperformance (około +10%) przed amortyzacją wartości firmy w 2018 r. Wstępne obliczenia pokazują, że wskaźnik zadłużenia netto do EBITDA powinien wynieść poniżej 2,5 pod koniec 2018 roku, a następnie szybko się zmniejszać. Nabycie będzie w pełni finansowane ze środków zapewnionych przez BNP Paribas, J.P. Morgan i Natixis, które mogą być zastąpione w całości lub w części emisją obligacji, z zastrzeżeniem warunków rynkowych. Firmy Paul Hastings LLP i Linklaters LLP pełniły funkcję doradców prawnych Teleperformance w związku z nabyciem i jego finansowaniem, a firma Sullivan & Cromwell była doradcą podatkowym. J.P. Morgan był wyłącznym doradcą finansowym Intelenet. Simpson Thacher & Bartlett LLP oraz Platinum Partners to doradcy prawni, natomiast Ernst & Young i KPMG to doradcy księgowi i podatkowi dla, odpowiednio, Blackstone i Intelenet.

Transakcja ma być sfinalizowana do 30 września 2018 r., po uzyskaniu pewnych zatwierdzeń regulacyjnych oraz spełnieniu innych zwyczajowych warunków finalizacji.

Źródło: Teleperformance

Rusza druga edycja Akademii Najemcy Walter Herz

Po sukcesie ubiegłorocznej sesji inauguracyjnej, pierwsza w Polsce Akademia Najemcy, stworzona przez firmę doradczą Walter Herz, uruchamia kolejny cykl szkoleń.

Akademia Najemcy, która oferuje bezpłatne szkolenia stacjonarne dla najemców powierzchni komercyjnych z całego kraju, zaprasza na nową edycję spotkań. Tematyka tegorocznych wykładów, podobnie jak w roku minionym, obejmować będzie zagadnienia, które są najbardziej istotne dla najemców.

Pierwszy panel szkoleniowy odbył się 20 czerwca br. w Business Link HighFive w Krakowie i został poświęcony kwestii pakietów zachęt stosowanych przez wynajmujących powierzchnie komercyjne.



W czasie kolejnych wykładów, które zaplanowane zostały w następnych miesiącach, przedyskutowane zostaną różne aspekty związane ze stroną prawną umów najmu i profesjonalną obsługą w tym zakresie, a także przedstawione wykorzystanie zmiany siedziby firmy do restrukturyzacji jej procedur administracyjnych i organizacji pracy.

Szkolenia w formie praktycznych warsztatów poprowadzą doradcy od wielu lat związani z rynkiem nieruchomości komercyjnych, prawnicy z renomowanych kancelarii oraz eksperci specjalizujący się w tworzeniu efektywnych administracji dla firm i specjaliści fit-outowi.

Akademia Najemcy to całkowicie innowacyjny projekt firmy doradczej Walter Herz, pierwsze tego typu przedsięwzięcie zorganizowane na skalę ogólnopolską. Ubiegłoroczna edycja wykładów, które odbywały się w Warszawie, Bydgoszczy, a także na Forum Ekonomicznym w Karpaczu i Gdańsku, przyniosła Akademii uznanie uczestników. W szkoleniach wzięło udział m.in. około 110 słuchaczy z firm, zatrudniających w Polsce powyżej 10 tys. osób.

Organizatorzy z radością informują, że uruchomiony w tym roku wspólnie z partnerami i przy współpracy z władzami miast cykl wykładów spotyka się z podobnym zainteresowaniem, jak sesja zeszłoroczna.

Więcej informacji www.akademianajemcy.pl.
Źródło: Walter Herz

Częstochowa uhonorowana statuetką dla samorządu „Najbardziej wspierającego rozwój branży BPO/SSC”

W czasie konferencji #BPO NewSolutions'18 w Krakowie, Miasto Częstochowa zostało uhonorowane statuetką dla samorządu „najbardziej wspierającego rozwój branży BPO/SSC”.

Organizatorzy konferencji oraz przedstawiciele branży docenili innowacyjne rozwiązania wprowadzone przez władze miasta w ramach wsparcia rozwoju branży usług wspólnych w Częstochowie w ciągu ostatnich kilku lat.

Przykładem może być wprowadzenie miejskiej ulgi z podatku od nieruchomości dla powierzchni biurowych o najwyższym standardzie. W tym zakresie Częstochowa jest prekursorem w skali kraju. Wspierając rozwój powierzchni biurowych miasto – w ramach programu Teraz Lepsza Praca – dba także o jakość nowopowstających miejsc pracy. W środowisku firm BPO często wymienia się Częstochowę jako przykład dobrej współpracy pomiędzy miastem, biznesem a szkołami. W ramach projektu „Zawodowa współpraca” np. w Technikum Ekonomicznym uruchomiona została klasa o profilu BPO. Z kolei realizacja programu Akademicka Częstochowa pozwoliła na wyposażenie pracowni na Wydziale Zarządzania Politechniki Częstochowskiej i uruchomienie – we współpracy z firmą ZF – specjalizacji dedykowanej obsłudze biznesu w centrach usług wspólnych.



Konferencja odbyła się 12 czerwca w Crown Piast Hotel & Park w Krakowie. Nagrodę w imieniu Miasta Częstochowy odebrał prezydent Krzysztof Matyjaszyk.

Źródło: Częstochowa

Kompetencje przyszłości – czwarta rewolucja przemysłowa w Europie Wschodniej

Kompetencje przyszłości – czwarta rewolucja przemysłowa w Europie Wschodniej to tytuł nowego raportu The Adecco Group poświęconego zmianom, jakie dla rynków pracy niesie dynamiczny rozwój technologii. *Chociaż to polskie uczelnie kształcą najwięcej przyszłych „CEO” w regionie, zmagamy się z rosnącym problemem niedopasowania programów kształcenia do potrzeb gospodarki* – wskazują autorzy publikacji.

Rewolucji przemysłowej nie da się powstrzymać. Zamiast unikać zachodzących zmian, musimy się do nich elastycznie dostosować. Wpóić znaczenie cyfrowej inteligencji, ciągłego podnoszenia kwalifikacji i przekwalifikowywania się siły roboczej. Analiza

oparta o wiedzę na temat tego co nas czeka, właściwe przygotowanie się oraz zaakceptowanie idei ciągłego uczenia się w przyszłości to obszary, które autorzy publikacji wskazali jako kluczowe w budowaniu nowoczesnej gospodarki opartej na wiedzy.

Raport wskazuje, że obecnie istniejący model edukacji w Europie Wschodniej jest niedostosowany do potrzeb rynku pracy. Ma on zbyt sztywne ramy, podczas gdy do wykształcenia nowoczesnych, wykwalifikowanych pracowników potrzebna jest większa elastyczność. Przykładowo, szkolnictwo średnie nie kształci umiejętności rozwiązywania problemów, wobec czego uczniowie są narażeni na porażkę na współczesnym, konkurencyjnym rynku. Jednym z kluczowych problemów rynków pracy w Europie Wschodniej jest niedobór wykwalifikowanej kadry w obszarze IT. Autorzy raportu wskazują, że firmy próbują przyciągać oraz rozwijać talenty z branży IT poprzez modernizację środowiska pracy, wdrażanie programów uczenia się przez całe życie oraz programów rozwojowych, poprawę wynagrodzeń i programów świadczeń, wprowadzenie nowych elastycznych sposobów pracy (praca mobilna i zdalna), połączenie pracy z edukacją, a czasem nawet przenosząc swoją działalność bliżej ośrodków, w których mogą znaleźć takich specjalistów. Europa Wschodnia musi jednak bardziej intensywnie działać na rzecz stworzenia odpowiedniego środowiska dla rozwoju talentów z branży IT. Być może jest to najważniejsza rzecz gwarantująca utrzymanie i zwiększenie lokalnego poziomu cyfryzacji.

W związku z tym oraz innymi aktualnymi niedoborami i niedopasowaniem umiejętności, The Adecco Group wskazuje w swoim raporcie kilka kluczowych rekomendacji:

- Szkolenia oparte na pracy, np. staże. Gwarantują one, że wykształcenie będzie dopasowane do potrzeb firm, a także dają młodym ludziom bardzo cenne pierwsze doświadczenie w realiach świata pracy.
- Kształcenie ustawiczne – jest niezbędne w czasach szybkich zmian technologicznych, gospodarczych i demograficznych.
- Mobilność zawodowa, która może wspomóc zagospodarowanie talentów z różnych rejonów kraju i zapalenie luk na rynku pracy.
- Różnorodność, obejmującą płeć, wiek, pochodzenie, a także różnorodność umów o pracę i form pracy.

Źródło: Adecco Poland

Strategiczne partnerstwo Grupy Nowy Styl i HNI



Dzięki partnerstwu HNI i Grupa Nowy Styl tworzą jednorodną sieć obsługi i wsparcia dla globalnych klientów. Wspólne wartości i spójna wizja sprawiają, że firmy będą mogły zapewnić ten sam poziom usług i skuteczne rozwiązania na całym świecie, a przez to wspierać klientów w działalności na dynamicznym rynku międzynarodowym.

Firmy będą aktywnie współpracować, przede wszystkim wspólnie występować w międzynarodowych przetargach. Ogłoszenie współpracy miało miejsce podczas targów NeoCon w Chicago (11-13.06.2018).

NAI Estate Fellows obchodzi w tym roku jubileusz 10-lecia działalności na polskim rynku!

W 2018 roku przypada dziesięciolecie działalności NAI Estate Fellows na polskim rynku nieruchomości komercyjnych. Firma od początku świadczy usługi z zakresu zarządzania i komercjalizacji nieruchomości handlowych oraz biurowych. Jednym z największych sukcesów na przestrzeni tych lat był rozwój pełnej obsługi finansowej nieruchomości oraz wprowadzenie automatyzacji procesów za pomocą nowoczesnych systemów zarządzania powierzchniami użytkowymi.

W dziesiąty rok działalności NAI Estate Fellows weszło również z kilkoma nowymi projektami w zakresie obsługi. Od początku roku udało się przejąć zarządzanie nad pięcioma nieruchomościami, w tym dwa budynki o charakterze handlowym, a trzy kolejne – biurowe.





Technologiczne rozmowy w Katowicach

19 czerwca 2018 roku w katowickim hotelu Angelo odbyła się kolejna edycja The BSS Tour – cyklu konferencji organizowanych przez Fundację Pro Progressio. Tym razem główny nacisk został położony na technologię, a konkretnie nowoczesne rozwiązania technologiczne w biznesie.

Stałą częścią **The BSS Tour** jest omówienie lokalizacji dla sektora nowoczesnych usług dla biznesu, a konkretnie miasta, w którym realizowana jest konferencja. Nie inaczej było w stolicy Śląska, gdzie na otwarcie rozmów organizatorzy postanowili skupić się na stanie rozwoju branży BSS, wyzwaniach przed jakimi stoją Katowice oraz wskazaniu tych działań, które powinny mieć miejsce, aby miasto z jeszcze większą skutecznością przyciągało krajowych i międzynarodowych inwestorów świata BPO i SSC. Temat, który dość często pojawiał się w dyskusji, to wizerunek miasta poza własnymi granicami i konieczność zwiększenia działań mających na celu promocję Katowic, jako lokalizacji BSS na arenie międzynarodowej. Uczestnicy Forum podkreślali także aktualny brak spójnej komunikacji o mieście i regionie. Z jednej strony w komunikatach promujących miasto mówi się o Katowicach, z drugiej o Aglomeracji Katowickiej lub Aglomeracji Śląskiej, a jeszcze w innych przekazach, o Metropolii Górnośląsko-Zagłębiowskiej lub Metropolii Katowickiej. Prelegenci konferencji słusznie zauważyli, że tak zróżnicowane nazewnictwo może nie być do końca zrozumiałe dla odbiorców i należałoby ujednolicić komunikację w tym zakresie.

Z pozytywnych stron podkreślono poziom wykształcenia, atrakcyjny poziom kosztów wynagrodzeń i czynszów w obiektach biurowych oraz trend rozwoju nowych powierzchni biurowych w nadchodzących miesiącach i latach. Są to czynniki, które

w korzystnym świetle stawiają Katowice i pozostałe sąsiadujące miasta. Wielokrotnie również wspomniano, że Katowice są dumne z każdego nowego inwestora i sam fakt pozyskania nowej firmy jest w mieście znacznie bardziej zauważalny niż np. w Krakowie. Swoimi przemyśleniami w tym zakresie dzielili się **Danuta Protasewicz** (Grafton), **Kamil Krępa** (TDJ), **Tomasz Dyba** (Cushman&Wakefield) oraz **Marek Gorczyca** (Kinnarps). Rozmowę moderował Prezes Pro Progressio – **Wiktor Doktor**.

Część paneli dyskusyjnych podczas The BSS Tour Katowice, została uzupełniona dwiema bardzo ciekawymi prezentacjami, które pokazali **Rafał Osmoła** z ASD Consulting oraz **Waldemar Nowak** z Automation Innology. Dwa konkretne studia przypadków – jeden ze świata farmacji, a drugi oparty o doświadczenia z obszaru centrów usług wspólnych (w tym Ericsson, DSV, Maersk czy Danske Bank) – pokazały uczestnikom konferencji, w jaki sposób można i powinno się wdrażać automatyzację w firmach.

Katowice pozostaną w pamięci jako miejsce, gdzie o technologii powiedziano dużo, rozmawiano merytorycznie i otworzono głowy na rozwiązania, które w pierwszych minutach konferencji nie były takie oczywiste.

The BSS Tour dalej kroczy przez Polskę, następny przystanek 11 września w Bydgoszczy.





Powyżej: Dyskusja na temat polskiego rynku outsourcingu. Od lewej: Michał Ross (Kinnarps), Mieszko Czarnecki (POSEJDON Szczecin) oraz Rafał Szajewski (PAIH).





POLSKO- -NIEMIECKI SZCZYT BSS W SZCZECINIE

24 maja 2018 roku w Szczecinie odbyło się Polsko-Niemieckie Forum Outsourcingu, zorganizowane przez Fundację Pro Progressio. Po raz pierwszy eksperci sektora BSS z obu krajów spotkali się, aby omówić wzajemne relacje biznesowe w obszarze outsourcingu i nowoczesnych usług dla biznesu. Celem konferencji było nie tylko pokazanie skali rozwoju branży, ale wskazanie także różnic między polskim a niemieckim rynkiem usług oraz omówienie potencjalnych obszarów do wzajemnej współpracy.

W Forum wzięli udział przedstawiciele biznesu, nauki oraz agencji rządowych odpowiedzialnych za rozwój branży BSS w Polsce i Niemczech. To dzięki Josefine Dutschmann, reprezentującej German Trade and Invest oraz Rafałowi Szajewskiemu z Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu, uczestnicy Forum mogli zapoznać się z aktualnymi danymi na temat wielkości obu rynków, głównych lokalizacji BSS, skalą wynagrodzeń, czy też kosztami wynajmu powierzchni biurowych. Co ciekawe, w części obszarów różnice kosztowe są minimalne, a wyzwania wydają się być podobne i głównie dotyczą dostępności pracowników (tu głównie z rozwiniętymi kompetencjami informatycznymi).

Oba kraje w inny sposób przedstawiają skalę branży BSS na swoich terytoriach. O ile w Polsce od dawna używamy danych opisujących zatrudnienie lub liczby centrów operacyjnych, o tyle w Niemczech przeważa opis wartości branży wykazany w miliardach EURO, która obecnie jest szacowana na ponad 40 i średni roczny wzrost o 2,6%.

Forum z jednej strony dało możliwość poznania różnic pomiędzy krajami, ale z drugiej strony nakreśliło możliwości nawiązywania relacji biznesowych. Uczestnicy dowiedzieli się, że aby współpracować z klientami z Niemiec należy być obecnym na rynku niemieckim. Obecność taka uwiarygadnia dostawcę usług i znacznie bardziej prawdopodobne jest zbudowanie modelu biznesowego onshoring-nearshoring, niż opartego całkowicie na nearshoringu lub offshoringu. Co zostało podkreślone kilkakrotnie, to konieczność komunikacji w języku niemieckim.

Polsko-Niemieckie Forum Outsourcingu, dało możliwość wysłuchania wypowiedzi ekspertów podczas prezentacji i paneli dyskusyjnych, ale także i ożywionej dyskusji w sesji burzy mózgów – Hard Talk, którą w roku 2018 organizatorzy cyklu konferencji The BSS Tour, na stałe wprowadzili do agendy wydarzeń.

Wydarzenie nie odbyłoby się, gdyby nie wsparcie Partnerów i Sponsorów, w gronie których znaleźli się: **Miasto Szczecin, Województwo Zachodniopomorskie, ESKOM, Kinnarps, Posejdon, Deutscher Outsourcing Verband oraz BrightOne.** Swojego Patronatu Honorowego Forum udzielili Marszałek Województwa Zachodniopomorskiego, PAIH oraz GTAI.

The BSS Tour Szczecin: Polsko-Niemieckie Forum Outsourcingu udowodniło, że jest ogromna przestrzeń do współpracy biznesowej między Polską a Niemcami, a perspektywy na dalszy rozwój kreślą się w pozytywnych barwach.



Stephan Fricke, Prezes Niemieckiego Stowarzyszenia Outsourcingu, podczas konferencji opowiedział o outsourcingowych strategiach marketingowych kierowanych do rynku niemieckiego.



Dzięki prezentacji Josefine Dutschmann reprezentującej German Trade and Invest, uczestnicy Forum mogli zapoznać się z aktualnymi danymi na temat wielkości rynku niemieckiego.

Konkurs Top Woman in Real Estate rozstrzygnięty

Potrójną laureatką Agnieszka Kalinowska-Sołtys, APA Wojciechowski Architekci!

Wieczór 11 maja zapadnie w pamięć jako święto pań nadających kierunki rozwojowi sektora nieruchomości. Na uroczystej gali w hotelu InterContinental Warszawa wręczono statuetki w pierwszej edycji Konkursu TOP WOMAN IN REAL ESTATE.

Honorową nagrodę Jury dla najbardziej wpływowej kobiety branży nieruchomości, Special Award – Influencer of the Year, otrzymała Monika Dębska-Pastakia z firmy Knight Frank, natomiast w głosowaniu Internatutów na Personality of the Year najwięcej głosów zebrała Agnieszka Kalinowska-Sołtys, która otrzymała nagrody także w 2 kolejnych kategoriach.

To wielki zaszczyt dla mnie być wśród kobiet wyróżnionych w tak prestiżowym Konkursie, jakim jest Top Woman in Real Estate. Konkurs jest częścią wyjątkowej inicjatywy, cyklu wielu wydarzeń promujących kobiety biznesu i ich osiągnięcia oraz firmy wspierające kobiety – mówi Agnieszka Kalinowska-Sołtys, APA Wojciechowski Architekci.

Na szczególną uwagę, w mojej ocenie, zasłużyła kategoria wyróżniająca firmę z rynku nieruchomości, która promuje kobiety w swojej organizacji, pokazując na konkretnym przykładzie zwycięzcy, jak wiele można osiągnąć oferując paniom szanse rozwoju – podsumowała Monika Dębska-Pastakia, prezes i partner firmy

Knight Frank. W kategorii tej – Pro-Woman Company of the Year – nagrodzona została firma Skanska Property Poland. „Skanska jest kobietą!” – te słowa padły z ust Arkadiusza Rudzkiego, dyrektora zarządzającego Skanska Property Poland.

Społecznym akcentem podczas gali była licytacja na rzecz fundacji „Po drugie”. Zebrano kwotę 27 700 zł, która przekazana zostanie na cel budowy domu dla nieletnich matek i ich dzieci.

100 OSÓB NA KOBIECEJ KONFERENCJI

Wydarzeniem towarzyszącym podsumowaniu Konkursu była konferencja połączona z biznes mikserem, która odbyła się 11 maja w hotelu Holliday Inn



w Warszawie. Jej hasłem przewodnim był samorozwój. Do współpracy zaproszono m.in. Instytut TLnC Global, GALLUP certified Coaching/Consulting, który poprowadził sesję „Uwolnij swój wewnętrzny geniusz i wejdź do życia, które jest ci przeznaczone! Odnajdywanie własnych talentów”, a także firmę Hays, która zorganizowała warsztaty „Panie przodem – jak osiągnąć sukces?”. Oddzielny panel poświęcono tematowi budowania marki osobistej. *Szerokie zainteresowanie Konkursem oraz konferencją potwierdzają strategiczną rolę, jaką panie pełnią dziś w sektorze nieruchomości. Była to pierwsza edycja wydarzenia i na pewno nie ostatnia. Jesteśmy dziś bogatsi o dziesiątki inspiracji, pomysłów i motywacji, płynących z całego sektora. Bardzo cieszy nas sukces inicjatywy oraz wydarzeń wieńczących Konkurs – podsumowuje Krystyna Swojak.*

O KONKURSIE

Nieruchomości to jedna z najszybciej rozwijających się dziś branż w Polsce. Jest w niej coraz więcej kobiet, szczególnie na stanowiskach kierowniczych. Wchodzą do sektora historycznie zdominowanego przez mężczyzn, bo oferują kompetencje odpowiadające dzisiejszym wymaganiom rynku – są elastyczne, ambitne, decyzyjne, a przy tym zyskują przewagę dzięki większej chęci dzielenia się wiedzą i wzajemnej pomocy.

W organizację Konkursu Top Women in Real Estate aktywnie zaangażowali się liderzy rynku nieruchomości i przedstawiciele kluczowych organizacji branżowych, takich jak: Ladies First, WIREP czy OSWBZ. Udział w Konkursie można było zgłaszać osobiście, z ramienia firmy lub orga-

nizacji branżowej. Wyboru w poszczególnych kategoriach dokonywało Jury. Ustanowiono też jedną kategorię, w której głosować mogli internauci. W skład 14-osobowego Jury wchodziła przedstawiciele zarządów największych firm branży nieruchomości, zarówno polskich jak i zagranicznych, a przewodniczył mu Jacek Wachowicz, Prezes Zarządu ImmoBel.

Kryteria dla poszczególnych kategorii Konkursu oraz listę wszystkich pań nominowanych do nagród można zobaczyć na: www.topwoman.pl



W podstawowych kategoriach Konkursu wyróżnione zostały następujące panie:

ACTIVITIES FOR GREEN BUILDING

Agnieszka Kalinowska-Sołtys,
APA Wojciechowski Architekci

ARCHITECTURE AND DESIGN

Agnieszka Kalinowska-Sołtys,
APA Wojciechowski Architekci

BUSINESS MANAGEMENT

Kinga Nowakowska, Capital Park S.A.

COMMERCIAL SALES

Danuta Dzierżak, AXI IMMO Group

INNOVATION

Katarzyna Wojnar, Adgar Poland

JOURNALISM

Anna Pakulniewicz, Eurobuild CEE

RESIDENTIAL SALES

Małgorzata Nowosielska,
Angel Poland Group



Dla nagrodzonych pań, oprócz wyróżnień i statuetek, przygotowano też specjalną atrakcję, jaką była sesja fotograficzna w stylu „glamour”, zrealizowana przez Weronikę Markiewicz. Stylizacji dokonała Anna Smyk, Style Coach. Zdjęcia z sesji można zobaczyć na stronie www.topwoman.pl.



fot.: Karolina Kaja Samojluk

Jak połączyć ze sobą grę, zabawę, rywalizację i biznes na plaży?

Na to pytanie odpowiedź może znać tylko Monika Reszko, psycholog biznesu, pomysłodawca Beach Volleyball Business Cup. W tegorocznej, ósmej edycji turnieju wzięło udział 18 drużyn z całej Polski z 14 różnych firm, które dzielnie walczyły o podium. Wszystkie emocjonujące chwile wsparte stężeniem ekscytacji miały miejsce na Stadionie Letnim w Gdańsku Brzeźnie, który już po raz drugi gościł to niecodzienne wydarzenie. Firmy wysłały swoich reprezentantów, aby zmierzyli swoje siły oraz moc współpracy w wyjątkowych okolicznościach.



W tym roku po raz pierwszy uczestnicy mogli wybrać wariant gry, w której chcą wystąpić. Zawodnicy, z trochę większym doświadczeniem na boisku, wystąpili w dwuosobowych teamach w kategorii PRO, natomiast składy czteroosobowe zagrały w kategorii FUN. Poziom gry był wyrównany do ostatniej piłki, niemniej jednak po zaciętej walce na podium w kat. PRO stanęły kolejno firmy: Thomson Reuters, Jeppesen i Energa Invest otrzymując miano mistrza turnieju. W przypadku kat. FUN sytuacja wyglądała następująco: brąz otrzymał Leroy Merlin, TORUS srebro, a złoto State Street Bank.

Wola walki, zaciętość, przy tym pasja i wysoka kultura zawodników, buduje prestiż siatkówki plażowej. W tym roku pod tym względem poziom rozgrywek stał na najwyższym z możliwych poziomów. – podsumowuje Łukasz Grzyb, Dyrektor Sportowy BVB Cup, tym samym wyróżniając nagrodą MVP turnieju Paulinę Zalewską z Energa Invest.

Na zawodników i kibiców, oprócz zapierających dech w piersiach batalii na piasku, czekał wachlarz dodatkowych atrakcji. Drużyny mogły pogłębić swoje więzi i sprawdzić efektywność współpracy w strefie team-buildingu

przygotowanej przez Łukasza Gierlika. *Okazja do wspólnej zabawy na pewno wpływa pozytywnie na ducha zespołu, co w dalszej perspektywie przekłada się na efekty w pracy* – komentuje Łukasz Gierlik.

Rozdanie nagród odbyło się w klubie Moloteka podczas wieczornego Beach Party, na które zostały zaproszone Zarządy firm występujących w rywalizacji, partnerzy i oczywiście zawodnicy, bez których BVB Cup nigdy by się nie odbył. Nagrody zostały sfinansowane przez Hotel Mistral Sport Gniewino, Pello Coffee, Kaap Vino, Diamentowa Ochorna Lakietu, Corporate Differently, a także Trefl. Po zakończonych rozgrywkach i uroczystej dekoracji, zawodnicy, przy gorących rytmach samby bawili się na wspólnym Beach Party.

Partnerami wspierającymi Turniej są Fundacja Pro Progressio oraz Stowarzyszenie Trefl Pomorze – ich zaangażowanie wpłynęło na niepowtarzalny kształt i charakter wydarzenia.

Świetna organizacja i zabawa – polecamy wszystkim firmom udział w turnieju – komentuje jeden z zawodników ze zwycięskiej drużyny State Street Bank.





Rozstrzygnięcie konkursów Telemarketer Roku i Złota Słuchawka 2018

Polskie Stowarzyszenie Marketingu SMB po raz kolejny przeprowadziło konkursy branży contact center Telemarketer Roku oraz Złota Słuchawka.



Telemarketer Roku rozstrzygnięty został po raz dziesiąty. Jest to jedyny projekt, unikalny w skali europejskiej, benchmarkujący jakość pracy telemarketerów. W ramach konkursu 24-osobowe Jury wybrało najlepszych konsultantów telefonicznych w kraju aż w 8 kategoriach. Jury przyznało osiem tytułów Telemarketera Roku 2018 oraz cztery wyróżnienia, w tym aż dwa w kategorii Sprzedaż outbound. W tym roku po raz pierwszy przyznano też Grand Prix Telemarketera Roku dla firmy, której wszyscy konsultanci biorący udział w konkursie otrzymali najwyższe oceny za rozmowy zgłoszone do konkursu. Do tegorocznej edycji do konkursu przystąpiło 180 uczestników z ponad 30 firm. Jury do ścisłego finału nominowało 31 telemarketerów, którzy w dniach 14-16 maja zmierzili się z dwoma zadaniami – symulacją rozmowy wg scenariusza oraz bezpośrednim spotkaniem z Jurorami. W tym roku największą popularnością cieszyła się kategoria Obsługa klienta, do której zgłoszono 60 konsultantów.

Złota Słuchawka to konkurs, w którym wybierane i nagradzane są najlepsze projekty i aktywności podejmowane przez firmy poprzez struktury contact center. Od tego roku nagradzani są także bezpośrednio ludzie budujący profesjonalizm branży. Złota Słuchawka przyznawana jest od lat dziewięćdziesiątych – początkowo jako nagroda w innych konkursach branżowych, a od 3 lat jako osobny konkurs. W tym roku Jury konkursu wskazało zwycięzcę oraz wyróżnionego w trzech dotychczasowych kategoriach (Doskonała komunikacja z klientami, Wewnętrzne doskonalenie contact center, Razem – projekty z wykorzystaniem outsourcingu cc), a także rozstrzygnęło rywalizację w dwóch nowych: Najlepszy Team Manager Contact Center oraz Najlepszy Zespół. W szczególności nowe kategorie cieszyły się dużym zainteresowaniem uczestników, którzy zgłosili do konkursu blisko 30 projektów.

Uroczyste wręczenie nagród w obu konkursach odbyło się 24 maja w Teatrze Capitol w Warszawie. Gala to jedno z najważniejszych i największych spotkań branży contact center w Polsce. Na uroczystość przybyło ponad 250 zaproszonych gości z całej Polski. Gospodarzem wieczoru po raz drugi został Grzegorz Tomaszewski, który

wyśmienicie zabawił zgromadzoną publiczność. To był piękny wieczór zwycięzców – bohaterów pracujących na słuchawkach, którzy odbierając na scenie nagrody, nie kryli swojego wzruszenia. Emocje laureatów doskonale pokazywały, jak ważną rolę odgrywa dla nich udział w konkursach. Dotychczasowi zwycięzcy często powtarzają, że zdobycie tytułu Telemarketera Roku dodało im pewności siebie i było świetnym impulsem do rozwoju kariery.

Nagrody w konkursie Telemarketer Roku mieli zaszczyt wręczyć znakomici goście wraz z Przewodniczącym Jury – Adamem Plucińskim. Oprócz statuetek zwycięzcy otrzymywali również sprzęt audio ufundowany przez firmy Kontel i Plantronics. Po wręczeniu nagród tradycyjnie odbył się koktajl. Przed Galą natomiast SMB zorganizowało kameralne spotkanie liderów branży cc – w Pałacu Lubomirskich, siedzibie Business Center Club – przedstawiciele najnowocześniejszych cc w Polsce dyskutowali o robotyce i sztucznej inteligencji w cc, doskonaleniu kompetencji liderów oraz wykorzystaniu metod neuromarketingowych w badaniu zaangażowania pracowników cc oraz klientów firm.

– Konkurs Telemarketer Roku organizujemy już od 10 lat, aby promować najlepsze prak-

tyki w zdalnej obsłudze klienta i docenić profesjonalizm konsultantów telefonicznych – mówi Marcin Sosnowski z SMB. – To jest unikalny na skalę europejską projekt, na bazie którego chcemy dalej rozwijać branżę i promować najlepsze standardy działania. Polski rynek cc, wbrew opiniom powielanym nierzetelnie w mediach jest naprawdę wysokiej jakości. Działają na nim organizacje i ludzie, którzy stosują najwyższe standardy zarządcze i obsługowe oraz normy etyczne. Takie zachowania należy identyfikować i promować na rynku. W ubiegłym roku podpatrzyliśmy trochę konkursy, które na zachodzie organizują nasi branżowi przyjaciele. Wprowadziliśmy kilka ciekawych zmian w Złotej Słuchawce, bo konkursy o takiej specyfice są realizowane na zachodzie.

SMB planuje też w nadchodzących miesiącach organizację kolejnych wydarzeń, dla których bazą będą konkursy i ich rozstrzygnięcia. Do udziału w tych wydarzeniach zapraszamy przede wszystkim uczestników konkursów, ale też inne organizacje, które chcą doskonalić swój sposób działania. Zapewnienie platformy do wymiany wiedzy i doświadczeń jest jednym z głównych celów działania stowarzyszenia. Szkolenia i warsztaty, które planujemy, właśnie temu mają służyć – deklaruje organizator konkursu.





Zwycięzcy konkursu Złota Słuchawka 2018

KATEGORIA RAZEM – projekty z wykorzystaniem outsourcing cc

Nagroda główna: Voice Contact Center za projekt „Strefa Beauty w VCC”

Wyróżnienie: Delta Contact za projekt „Delta Contact + hapipożyczki = hapizadowolony klient”

KATEGORIA DOSKONAŁA KOMUNIKACJA Z KLIENTAMI

Nagroda główna: PZU za projekt „Preobsługa szkód”

Wyróżnienie: mBank za projekt „Rozmawiaj z klientem jak z dobrym znajomym”

KATEGORIA WEWNĘTRZNE DOSKONALENIE ORGANIZACJI CC

Nagroda główna: Euro Bank za projekt „Telematrix”

Wyróżnienie: Bank Millennium za projekt „Jesteś MILLE widziany :)”

KATEGORIA NAJLEPSZY ZESPÓŁ CONTACT CENTER

Nagroda główna: Zespół Assistance, PZU

Wyróżnienia: Zespół Social Media mBanku, mBank

KATEGORIA NAJLEPSZY

MANAGER CONTACT CENTER

Nagroda główna: Anna Łabęta, Euro Bank

NAGRODA SPECJALNA:
Simio Polska

KATEGORIA OBSŁUGA KLIENTA

Telemarketer Roku: Radosław Kowalczyk

– Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A.

Wyróżnienie: Michał Zapart

– BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego

KATEGORIA HELPDESK DLA KLIENTÓW

Telemarketer Roku: Dawid Maszorek

– Centrum Bankowości Bezpośredniej Sp. z o.o.

Wyróżnienie: Wiktoria Lubera – Alior Bank

KATEGORIA HELPDESK WEWNĘTRZNY

Telemarketer Roku: Krzysztof Pater

– Centrum Bankowości Bezpośredniej Sp. z o.o.

KATEGORIA SPRZEDAŻ INBOUND

Telemarketer Roku: Klaudia Cieślińska

– Skarbnica Narodowa Sp. z o.o.

KATEGORIA SPRZEDAŻ OUTBOUND

Telemarketer Roku: Mateusz Saja

– Forum Media Polska Sp. z o.o.

Wyróżnienie: Łukasz Świdwa – Skarbnica Narodowa

Wyróżnienie: Sylwia Gajewska – Bank Millennium

KATEGORIA WINDYKACJA

Telemarketer Roku: Marta Nowackiewicz

– PKO Bank Polski S.A.

KATEGORIA INNE PROJEKTY TELEFONICZNE

Telemarketer Roku: Agnieszka Składowska

– Centrum Bankowości Bezpośredniej Sp. z o.o.

KATEGORIA WIDEOROZMOWA

Telemarketer Roku: Katarzyna Kowalska

– Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A.

GRAND PRIX TELEMARKETERA ROKU 2018

Centrum Bankowości Bezpośredniej Sp. z o.o.



Zwycięzcy konkursu Telemarketer Roku 2018



Prelekcje, rozmowy oraz prezentowane rozwiązania koncentrowały się wokół pięciu aktualnych tematów: **doświadczeń, zarządzania, ludzi, komunikacji (porozumiewania się)** oraz **automatyzacji i sztucznej inteligencji**. Na dwóch scenach MCW 2018 wystąpili najlepsi eksperci posiadający wyjątkowe doświadczenia i promujący działanie w zgodzie z fundamentalnymi wartościami. Wśród zaproszonych gości byli między innymi Gen. Mirosław Różański, dr Tomasz Piekot, Maciej Stanusch, Anna Janiczek i Adam Wąsik.

Majowe wydarzenie zainicjowało projekt **My Customer World**, w ramach którego promowana jest rzetelna wiedza i podejście do komunikacji oraz obsługi klienta. Kolejna edycja My Customer World Forum & Expo odbędzie się w Łodzi w dniach 21–23 maja 2019 roku.

MY CUSTOMER WORLD

Nowa pozycja na polskiej mapie wydarzeń z sektora Customer Services.

Dwa dni inspiracji, nietuzinkowej atmosfery współdziałania, wymiany wiedzy, doświadczeń i informacji, tak można jednym zdaniem opisać **My Customer World 2018** – wydarzenie, które odbyło się 9 i 10 maja i zebrało w jednym miejscu i czasie ponad 200 osób związanych zawodowo z obszarem komunikacji marek z klientami, obsługą klienta i call contact center. Uczestnicy zgodnie potwierdzali: *to jedno z najbardziej merytorycznych wydarzeń od lat.*

MCW 2018, zorganizowane przez Fundację Polskie Forum Call Center, było wydarzeniem poświęconym komunikacji pomiędzy markami i klientami. Uczestnicy wydarzenia odkrywali tajemnice „świata klienta” - w sposób naturalny, otwarty oraz kreatywny. Sprzyjały temu dwa główne formaty: Forum, czyli konferencja skoncentrowana na inspiracji oraz najwyższej merytoryce oraz Expo, czyli pierwsze w Polsce targi usług i rozwiązań wspierających obsługę klienta oraz profesjonalną komunikację. W sumie w ramach wydarzenia swoją ekspercką wiedzę podzieliło się z uczestnikami 34 prelegentów, a swoje rozwiązania zaprezentowało ponad 20 wystawców.



SSC

„BEAUTY” GBS –
HISTORIA CENTRUM
USŁUG WSPÓLNYCH
FIRMY AVON

SSC

LIO

Słowo wstępu:

SSC Lions to nowy projekt Pro Progressio, w którym, w głównej mierze, Fundacja wspiera komunikacyjnie oraz rozwojowo sektor CUW (Centrum Usług Wspólnych). Na stronach magazynu *Outsourcing&More* będziemy prezentować studia przypadków oraz wywiady z liderami Centrów Usług Wspólnych, wybitnymi osobowościami oraz ekspertami instytucji otoczenia SSC (ang. Shared Service Centre). Wybrani rozmówcy udzielą nam odpowiedzi na pytania dotyczące najlepszych

praktyk biznesowych, doświadczenia operacyjnego, czy employer branding.

To już szósta odsłona SSC Lions. Tym razem zapraszamy na wywiad z Maciejem Kulbatem, Członkiem Zarządu AVON, Global Business Services o „beauty” GBS – historii Centrum Usług Wspólnych firmy AVON.

NS

Outsourcing&More: AVON wraz ze swoim Globalnym Centrum Usług jest już w Polsce od kilku lat, ale od ponad roku przechodzi dość poważne zmiany. Od kiedy Wasze centrum jest obecne w Warszawie i na jakim etapie transformacji obecnie się znajduje?

Maciej Kulbat: AVON posiada ponad 15-letnie doświadczenie w zarządzaniu Centrami Usług Wspólnych. Wszystko zaczęło się od 2003 r., w którym to AVON rozpoczął swoją przygodę z Centrum Usług Wspólnych, centralizując procesy księgowe w Nowym Yorku dla krajów Ameryki Północnej (USA, Canady, Puerto Rico). Następnie w roku 2005 na globalnej mapie AVON-u pojawia się centrum w Warszawie, którego celem jest obsługa krajów z regionu EMEA w zakresie procesów księgowych (F&A), Sox and Compliance oraz procesów IT. Do roku 2009 powstają jeszcze trzy Centra: w Argentynie dla regionu LATAM, oraz w Rosji i Chinach, a w 2012 r. zmianie ulega model operacyjny – regionalne Centra Usług Wspólnych ewoluują w kierunku hybrydowego modelu Hub and Spoke. Warszawskie centrum przyjmuje rolę zarządczą nad pozostałymi centrami regionalnymi i hubem operacyjnym z komponentem BPM.

Z PERSPEKTYWY CZASU, PATRZĄC NA SEKTOR BPO/SSC, PRZEZ OSTATNIE 15 LAT PRZEBYLIŚMY OGROMNĄ DROGĘ, KTÓRA W NIEKTÓRYCH SEKTORACH ZAJMUJE 50 LAT.

Dziś przed nami kolejny krok – stworzenie organizacji, która będzie wsparciem dla całej korporacji w pełnym wachlarzu funkcji serwisowych. Plany są ambitne, ale tylko takie nas interesują. Nie patrzymy już na nasz GBS z punktu widzenia jednej odizolowanej funkcji, ale raczej jako multifunkcyjny organizm dostarczający szeroki wachlarz usług niezbędnych do prowadzenia biznesu.

Jakimi procesami zajmuje się centrum operacyjne AVON oraz w jaki sposób utrzymuje biznesowe relacje z innymi centrami GBS AVONu?

Nasza strategia GBS jest ściśle powiązana ze strategią całej grupy Avon. Jest jej nieodłączną częścią, ponieważ tylko w ten sposób, jako organizacja możemy kontrybuować do nadrzędnych celów korporacyjnych. W naszej odpowiedzialności leżą procesy finansowo-księgowe, rachunkowość zarządcza, wsparcie zakupów, sprzedaży oraz marketingu, HR, IT, a także procesy prawnicze. W kwestii relacji nastąpiło wiele zmian. Rynek ulega ciągłej ewolucji, a formy i sposoby sprzedaży stają się coraz bardziej wirtualne, czego dobrym przykładem jest np. social selling.

My także musimy się zmieniać, aby w jak najlepszy sposób sprostać wymaganiom stawianym przez naszych klientów. W ostatnich miesiącach znacząco uprościliśmy nasz model operacyjny, tworząc z siedmiu centrów operacyjnych cztery. Wszystkie cele poszczególnych centrów zostały uwspólnione, a także skaskadowane, dzięki czemu było możliwe stworzenie silnej więzi z celami korporacji. Warszawskie centrum nadal spełnia rolę zarządczą, ale nowym komponentem, jaki się pojawił jest duży nacisk na obszar Learning&Development i technologie.

Warto nadmienić, że nasze nowo powstałe centrum innowacji oraz RPA CoE stanowią solidny fundament do budowy organizacji, która będzie musiała sprostać nadchodzącym wyzwaniom. Dziś nie jest to już centrum transakcyjne, ale inkubator nowoczesnych technologii, design thinking i akademii kadr dla całej organizacji.

Od jak dawna jest Pan związany z sektorem BPO/SSC i w jaki sposób objął Pan stanowisko szefa GBS w AVON?

Z sektorem BPO/SSC związany jestem od 12 lat. Moja kariera była dość urozmaicona. Począwszy od ról operacyjnych – menedżerskich, poprzez role doradcze i konsultacyjne, na sprzedaży kończąc. Przyznam, że ta ostatnia nauczyła mnie najwięcej. Pracując dla międzynarodowych koncernów, w tym dla największych globalnych gra-

czy z branży BPM w wielu krajach (Holandia, UK, USA, Brazylia, Indie), udało mi się zdobyć ciekawe doświadczenia międzynarodowe oraz międzykulturowe. Ogromnym aktywem jest oczywiście wiedza z zakresu: co tak naprawdę działa i dlaczego działa w naszym sektorze, a co tak naprawdę jest tylko bańką marketingową. Z perspektywy czasu, patrząc na sektor BPO/SSC, przez ostatnie 15 lat przebyliśmy ogromną drogę, która w niektórych sektorach zajmuje 50 lat.

AVON poszukiwał managera, który pomoże przeprowadzić zmiany organizacyjne, uprościć model komunikacyjny, zwiększyć efektywność procesów, podnieść wartość dostarczaną dla klientów wewnętrznych oraz zewnętrznych, a przy tym znacząco zredukować koszty działalności. Uznałem, że to świetne wyzwanie.

Słyszeliśmy, że szykują się zmiany w pełnionej przez Pana roli, a tym samym kontynuacja kariery w Londynie – co to za zmiany?

Pozwolę sobie jeszcze chwilę potrzymać naszych czytelników w niepewności. Prywatnie Londyn to mój drugi dom, w którym regularnie bywam 2 tygodnie w miesiącu. Jest to szczególnie widoczne w drobnych nawykach – nadal zdarza mi się używać Oystera (karty elektronicznej uprawniającej do korzystania z transportu publicznego w Londynie, wydawanej przez „Transport for London” – przyp. red.) w warszawskim metrze. Do Warszawy sprowadziłem się 15 miesięcy temu, ale tak na dobrą sprawę, do końca się nie wprowadziłem. Ostatnie 12 miesięcy spędziłem na częstych podróżach poznając AVON w Europie, Azji, Ameryce Północnej i Południowej. Zmiany są potrzebne, dają nowe wyzwania oraz pozwalają spojrzeć na swoje dokonania z innej, bardziej krytycznej perspektywy.

Czy nowa rola będzie w jakiś sposób powiązana z szefowaniem SSC w Warszawie, czy być może AVON czeka kolejna zmiany w strukturach zarządzania?

Oczywiście, że tak. Warszawa pozostaje w obszarze mojego zainte-




resowania. Zmiany są nieuniknione w celu budowy nowych kompetencji i wiedzy, która potrzebna jest nam dziś, ale również stworzy mocną bazę na przyszłość. Planujemy duże inwestycje w wiedzę z zakresu technologii, IA i automatyzacji, zarządzania zmianą oraz zarządzania Lean. Finalizujemy naszą strategię wzrostu z dużym komponentem strategii digital. Plany na najbliższe 36 miesięcy są bardzo ambitne, ale tak jak mówiłem, tylko takie nas interesują.

Gdyby miał Pan możliwość oceny zmian, jakie czekają centra typu SSC/GBS, to co nas czeka w nadchodzących latach?

Jestem pewny, że czekają nas trzy rzeczy: zmiany, zmiany, zmiany. Rozwój technologii następuje tak szybko, że trudno przewidzieć, jak będzie wyglądał rok 2020. Mówienie dziś, jak będzie wyglądał sektor SSC/BPM w perspektywie 5 najbliższych lat, to nic innego, jak zabawa w proroka. Myślę, że sektor będzie przechodził wiele zmian, które będą miały raczej charakter rewolucyjny niż ewolucyjny. Dziś jako kraj i region konkurujemy z globalnym rynkiem. Tworzy to wiele zagrożeń, ale zarazem stwarza więcej możliwości, takich jak dostęp do rozwiązań, które istnieją w globalnej bazie innowacji. Kraje, takie jak Indie, Chiny czy Filipiny, to już nie są tylko Huby niskokosztowych transakcji. Dziś wiele miast to już silne ośrodki kompetencyjne w obszarze light software development, RPA, Automation, AI, dT, process re-engineering, Enterprise Wide Transformations.

Nasz region będzie pod ogromną presją konkurencji z innych regionów, ale prawdę mówiąc, nie tylko nasz. W trakcie moich wizyt w Gwatemali, Meksyku, Chinach, Afryce Południowej, Rumunii, Ukrainie, Stanach Zjednoczonych czy Indiach, widzę to samo pozytywne napięcie. Cieszy mnie, gdy w rozmowach z moimi kolegami i koleżankami widzę pełną otwartość, a nawet głód do zmiany i chęć podjęcia wyzwania w naszym globalnym wyścigu.

Dziękujemy za rozmowę.



Nie da się usprawnić procesów, których się nie mierzy... (Część 2.)

Przyjrzyjmy się kilku faktom:

- 71% klientów deklaruje, że jest w stanie zmienić dostawcę produktów lub usług, jeżeli zostaną źle obsłużeni (badania Instytutu Gallupa),
- 73% klientów uważa, że przyjazna obsługa zbliża ich do marki (badania RightNow Technologies),
- 66% klientów po dobrym kontakcie z marką chętniej kontynuuje zakupy u tego samego sprzedawcy (raport Dimensional Research).

Biorąc pod uwagę, że zadowolony klient zostaje z marką dłużej, coraz częściej możemy zaobserwować drugi, skrajny model, w którym przed zespołem obsługi klienta stawiany jest tylko jeden cel: satysfakcja klienta i budowanie jak najlepszego Customer Experience, niezależnie od sposobu, w jaki zespół zrealizuje ten cel.

Coraz częściej nie tylko małe firmy, lecz także duże korporacje realizują wdrożenia testowe, których celem jest porównanie wskaźników pomiędzy zespołami pracującymi w oparciu o standardowe wskaź-

niki szybkości i wydajności obsługi, a tymi opartymi tylko i wyłącznie o parametry jakościowe. Jeden z dużych ubezpieczycieli przeprowadził pilotażowy projekt, w którym dedykowana grupa pracowników działu obsługi klienta została zwolniona z typowego benchmarku wskaźników na rzecz pracy opartej jedynie na wartościach wynikających z parametru NPS, czyli Net Promoter Score. Wyniki były bardzo obiecujące. Nie tylko jakość, ale i sprzedaż wzrosła. Mało tego. Wskaźniki, z których pracownicy zwyczajowo byli rozliczani, zostały utrzymane na podobnym poziomie.

ALE O CO CHODZI Z TYM NPS-EM?

Net Promoter Score to sposób mierzenia lojalności klienta, który powstał jako alternatywa do długich badań satysfakcji. Wskaźnik ten pozwala określić prawdopodobieństwo rekomendacji naszej marki, serwisu www, produktu czy usługi znajomym lub rodzinie. Badania pokazują, że klienci, którzy zaznaczyli 9 lub 10, są bardziej skłonni ponowić zakup produktu lub usługi od danej firmy oraz znacznie częściej polecają ją znajomym. Co ciekawe, firmy, które osiągają długoterminowy wzrost zysków, mają dwa razy wyższy wskaźnik NPS od przeciętnych firm. Jak mierzyć ten wskaźnik?

Po kontakcie z firmą przeprowadzana jest krótka ankieta, w której klient udziela odpowiedzi za pomocą 11-stopniowej skali w przedziale od 0 do 10. „0” oznacza zupełny brak chęci polecenia naszej firmy. „10” to pełna radość i zadowolenie klienta oraz znak pełnej lojalności. Na podstawie zebranych odpowiedzi wszystkich respondentów wyniki dzieli się na trzy grupy: krytyków, pasywnych i promotorów.

Krytycy, to klienci, którzy ocenili nas w przedziale od 0 do 6. Grupa pasywnych, to osoby teoretycznie zadowolone, ale nie do końca skłonne do polecenia naszej firmy. Ich oceny plasują się w przedziale 7-8. I grupa najbardziej pożądana, czyli promotorzy, którzy poprzez przyznanie nam 9 lub 10 zadeklarowali całkowitą chęć do wyrażenia swojej pozytywnej opinii oraz rekomendowania naszej firmy swoim znajomym.

Lojalność klientów mierzona powyższym wskaźnikiem tylko pośrednio odzwierciedla nam jakość obsługi. Dużo lepszym sposobem jest sprawdzenie Customer Satisfaction Score.

Customer Satisfaction Score (CSAT)

pomaga odpowiedzieć na pytanie, nie tylko jak bardzo klient jest zadowolony z naszych usług czy produktów, lecz także jak ocenia samą interakcję z centrum obsługi. Standardowo do pomiaru wykorzystuje się pytanie: *Jak bardzo jesteś zadowolony z ostatniego kontaktu z contact center/ firmą xyz lub Jak oceniasz swoje wrażenia po kontakcie z marką abc*. Co ciekawe, nie ma tu jednej, przyjętej skali, jak w przypadku NPS. Możemy spotkać zarówno skalę 1-3, jak i 1-10. Najczęściej w działach obsługi klienta stosuje się jednak skalę od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „bardzo niezadowolony”, a 5 „bardzo zadowolony”.

wszystko, aby ułatwić mi zamówienie produktu/ skorzystanie z usługi. Oceń stopień zgodności z tym stwierdzeniem na skali od 1 do 5.

Wskaźnik ma bliskie konotacje z CSAT i NPS. Można go określać jako skuteczny wskaźnik w prognozowaniu skutków interakcji z działem obsługi klienta. Co ciekawe, parametr może służyć zarówno jako miernik jakościowy, ale też, z punktu widzenia automatyzacji, daje nam przesłankę do tego, jak procesy w naszej firmie wpływają na doświadczenia klienta (Customer Journey) i czy powinniśmy je zmieniać, usprawniać, czy też nie. Trudno jest budować efekt WOW, kiedy nie mamy w odwołaniu solidnej podstawy w postaci niskiego wskaźnika CES. Warto pamiętać, że obecnie decydujący głos należy do klienta i albo się w niego wsłuchamy, albo klient poszuka alternatywy u naszej konkurencji.

UNIFIEDFACTORY



Łukasz Kobiec,
Dyrektor ds. Sieci Partnerskich,
Unified Factory SA

Coraz częściej nie tylko małe firmy, lecz także duże korporacje realizują wdrożenia testowe, których celem jest porównanie wskaźników pomiędzy zespołami pracującymi w oparciu o standardowe wskaźniki szybkości i wydajności obsługi, a tymi opartymi tylko i wyłącznie o parametry jakościowe.

Czasami, kiedy wyniki satysfakcji zaczynają gwałtownie spadać, warto zmierzyć parametr **Dissatisfaction Score (DSAT)**. To odwrotność wskaźnika Customer Satisfaction Score, który pozwala nam szybko zdiagnozować, które elementy powodują niezadowolony u naszych klientów. Skupiając się na tych elementach, szybko możemy wdrożyć rozwiązania, które na nowo sprawią, że zadowolenie klientów wróci, a wskaźnik CSAT znowu będzie powyżej 70%. Bo właśnie taki procent oznacza, że mamy obsługę na wysokim poziomie.

Jednym z ciekawych wskaźników, bo z jednej strony stosunkowo młodych, a z drugiej niezbyt często używanych, jest wskaźnik **Customer Effort Score**. Pozwala on nam zmierzyć zazwyczaj w 5-stopniowej skali, jakiego „wysiłku” musiał dokonać klient, aby przejść przez proces zakupu lub obsługi. Zazwyczaj wartość tego wskaźnika ustala się poprzez pytanie: *Do jakiego stopnia zgadzasz się z następującym stwierdzeniem: firma X zrobiła*

Cieżko jest stworzyć jedną, złotą zasadę, która wskaże nam lepszy, ważniejszy czy bardziej trafny zestaw wskaźników dla naszej organizacji. Przed ostatecznym wyborem warto bowiem przemyśleć i zdefiniować, jakich informacji potrzebujemy, aby usprawnić procesy i zrealizować zamierzone cele. Dopiero wówczas zastanowić się, nie tylko, które narzędzia pozwolą nam w prosty sposób je zmierzyć, ale i dodatkowo sprawią, że wielokanałowa obsługa klientów stanie się dużo wydajniejsza.

Jak wiadomo, podstawą sukcesu jest nie tylko dobry produkt, lecz także jeszcze lepsza obsługa klienta. Taka, która jest w stanie nie tylko wyróżnić twój biznes, ale i pozyskać lojalnych klientów i usatysfakcjonowanych ambasadorów marki. Osoby, które będą polecały twoją firmę, bo potrafię szybko zapewnić im odpowiedni poziom obsługi, wnieść ich „Customer Experience” na wyższy poziom.

SMART OFFICE – nowoczesne podejście do bezpieczeństwa

Każda współczesna organizacja gromadzi i przetwarza duże ilości danych, o bardzo istotnej dla niej wartości. Zapewnienie bezpieczeństwa jest kluczowym zadaniem każdego menedżera. Skuteczny system bezpieczeństwa tworzą rozwiązania informatyczne połączone z umiejętnościami ludzi, którzy je skutecznie wykorzystują.

SMART OFFICE – CZYNNIKI RYZYKA

Czym wyróżnia się SMART OFFICE? Jeżeli miałbym wyliczyć trzy najważniejsze cechy to wskazałbym na:

- Korzystanie z cyfrowych rozwiązań,
- Innowacyjność,
- Świadomość kluczowej roli ludzi (pracowników).

Współcześnie zajmujemy się przede wszystkim przetwarzaniem informacji. Miejsce pióra i inkaustu, a potem maszyny do pisania zajęły różnego typu komputery i urządzenia peryferyjne. Rośnie szybkość działania, obniża się wysiłek wykonawców. Jednocześnie jednak tak szerokie wykorzystanie narzędzi cyfrowych niesie ze sobą dodatkowe wyzwania odnośnie bezpieczeństwa przetwarzanej informacji. Zmienia się charakter zagrożeń, a co ważniejsze, zwiększa się ich liczba i rosną konsekwencje ich zaistnienia.

Spójrzmy na nasze podwórko. Według opublikowanego przez firmę doradczą PwC Polska raportu „Cyber-ruletka po polsku” wynika, że w 2016 roku ok. 35% badanych spółek poniosło straty finansowe, zaś w 2017 procent ten wzrósł do ok. 44. Czy w tym roku to będzie jak rzut monetą – 50% szans na straty wynikające z braku bezpieczeństwa?

Oto subiektywny ranking najważniejszych wyzwań bezpieczeństwa w nowoczesnej firmie:

- Zarządzanie tożsamością użytkowników i ich uprawnieniami dostępu,
- Zarządzanie poprawkami i aktualizacją oprogramowania,
- Ataki socjotechniczne różnego typu, najczęściej występujące – mailowe.

Dlaczego te? Gdy śledzimy uważnie informacje na temat różnego typu włamań czy kradzieży danych, to zwraca uwagę fakt, że wszystkie te przestępstwa były możliwe tylko dzięki temu, że „ktoś” miał nieuprawniony dostęp, nie zaktualizowano systemu. Jedną z najczęściej wykorzystywanych pułapek jest informacja o wygranej lub o wylosowaniu nagrody w jakiejś loterii. Szczęśliwiec wchodzi i klika w link, aby uzyskać więcej informacji i uzyskać nagrodę. Nie zwraca jednak uwagi fakt, że taka strona to zwykła pułapka zawierająca odpowiednio spreparowany malware, który instaluje się na komputerze „ofiary” i „wykrada” dane. To najczęstsze przyczyny cyberincydentów.

Sięgnijmy jeszcze raz do statystyki, pochodzącej z przywołanego powyżej raportu – 33% respondentów wskazało, że źródłami cyberincydentów

byli aktualni pracownicy, zaś ok. 13% respondentów wskazało na byłych pracowników. Przypomnę, że to dane z polskiego rynku.

SMART OFFICE wykorzystuje nowoczesne technologie, co więcej, stara się je wykorzystywać w ich wczesnej fazie rozwoju. Świadomość związanych z tym zagrożeń winna skłaniać do podejmowania dobrze ważonego ryzyka, nie powinna jednocześnie powstrzymywać od korzystania z tego, co przynosi konkretne korzyści. Zatem podejmujemy ryzyko w sposób świadomy i będąc do tego przygotowanym. Ale co to oznacza „być przygotowanym”?

ZDOLNOŚĆ DO ZAPEWNIENIA BEZPIECZEŃSTWA

Zaczynijmy od zasobów. Powinniśmy posiadać specjalistów rozumiejących pojęcie bezpieczeństwa od strony technologicznej, którym dajemy możliwość swobodnego działania. Krótko mówiąc – mamy specjalistę, który w swoich obowiązkach ma zadania związane z bezpieczeństwem i ma czas, aby je realizować.



OPTIMATIS



Artur Sygnatowicz,
Ekspert,
Optimatis Sp. z o.o.

Według opublikowanego przez firmę doradczą PwC Polska raportu „Cyber-ruletka po polsku” wynika, że w 2016 roku ok. 35% badanych spółek poniosło straty finansowe, zaś w 2017 procent ten wzrósł do ok. 44.



W ok. 80% firm brak procedur regularnego raportowania do zarządu o stanie bezpieczeństwa.



Specjalista (a jeszcze lepiej kilku) dysponuje odpowiednim budżetem, umożliwiającym skuteczną realizację swoich zadań. Pamiętajmy, że budżet ten powinien zawierać oprócz pensji specjalisty(ów), także finanse na zakup odpowiednich rozwiązań, zapewnienie możliwości ich poprawnej eksploatacji, a także możliwość podnoszenia kwalifikacji przez specjalistę. To jego wiedza i umiejętności będą kluczowe dla możliwości bezpiecznego wykorzystania nowoczesnych rozwiązań cyfrowych.

Rozwijamy nasze zdolności do bycia – „smart-secure”. Wobec dużej zmienności otaczającej nas rzeczywistości zapewnienie bycia zgodnym z pewnym „wzorcem” jest daleko niewystarczające. Nasze dotychczasowe wzorce „bycia bezpiecznym” są nieadekwatne do zjawisk, z którymi przychodzi nam się zmierzyć. Mówimy, że SMART OFFICE jest innowacyjne – zatem może spotykać zagrożenia, które nie występowały do tej pory. Czy mamy nic nie robić? Wprost przeciwnie. Należy wykorzystać to, co wiemy do tej pory – nasze dobre praktyki, normy, standardy – i sięgnąć po inne narzędzia, które umożliwią sprawne poruszanie się „terra incognita” innowacyjności. **Tym narzędziem jest analiza ryzyka, które jest drogowskazem w świecie zmienności.**

Dzisiaj pojęcie „compliance” zmienia swoje znaczenie. Zamiast bycia zgodnym z „wymaganym wzorcem”, mówimy o zdolności do skutecznego działania w warunkach zmienności wymagań, warunków działania, nieprzewidywanych okoliczności. Tę zdolność tworzą: świadomość pracowników, zapewnienie niezbędnych narzędzi i nieustająca analiza efektów podejmowanych działań.

on ulec modyfikacji. Nie zapominajmy o naszych dotychczasowych najlepszych praktykach, stanowią one znakomity fundament bezpieczeństwa. Nie są jednak wystarczające – muszą być uzupełniane o nowe praktyki. Tylko takie podejście umożliwia nam skuteczne działanie w zmieniających się warunkach.

ŚWIADOMOŚĆ – ALE CZYJA?

I tak dochodzimy do „trzeciego elementu” – świadomości ludzi. Postrzegany obecnie jako kluczowy czynnik zapewnienia bezpieczeństwa. Wiele napisano i powiedziano o konieczności edukacji, szkoleń, ćwiczeń, itp. Kolejne spektakularne zdarzenia dowodzą, jak ważny jest to komponent zapewnienia bezpieczeństwa.

Ja może wspomnę o jednym z krytycznych czynników wpływających na świadomość pracowników. Tym czynnikiem jest świadomość i podejście kierownictwa do kwestii bezpieczeństwa. Nie bez powodu w jednym z pierwszych rozdziałów normy ISO/IEC 27001 jest zapisane, że najwyższe kierownictwo winno okazywać zaangażowanie w kwestiach dotyczących budowy systemu bezpieczeństwa informacji.

Brzmienie artykułu 25 ust. 1:

„Uwzględniając stan wiedzy technicznej, koszt wdrażania oraz charakter, zakres, kontekst i cele przetwarzania oraz ryzyko naruszenia praw lub wolności osób fizycznych o różnym prawdopodobieństwie wystąpienia i wadze zagrożenia wynikające z przetwarzania, administrator – zarówno przy określaniu sposobów przetwarzania, jak i w czasie samego przetwarzania – wdraża odpowiednie środki techniczne i organizacyjne, takie jak pseudonimizacja, zaprojektowane w celu skutecznej realizacji zasad ochrony danych, takich jak minimalizacja danych, oraz w celu nadania przetwarzaniu niezbędnych zabezpieczeń, tak by spełnić wymogi niniejszego rozporządzenia oraz chronić prawa osób, których dane dotyczą.”

Czytając rozporządzenie RODO (ROZPORZĄDZENIE PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY ‘UE’) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE spostrzegamy, że oczekuje się od podmiotów przetwarzających dane osobowe podejmowania adekwatnych działań i udowodnienia, że są one skuteczne. Brak tutaj dokładnych list zabezpieczeń i zasad rozliczenia.

Jak widać z powyższych zapisów, znaczny obszar decyzyjny został pozostawiony po stronie wykonawcy tych zapisów. Musimy być zdolni do zrealizowania litery i ducha tych zapisów.

Nasz „wymagany wzorec” musimy opracować sami, co więcej, sami musimy podejmować decyzję, kiedy powinien

Odwołując się ponownie do statystyk – pokazują one, że w ok. 80% firm brak procedur regularnego raportowania do zarządu o stanie bezpieczeństwa.

Czy możemy skutecznie zarządzać czymś, o czym nic nie wiemy?

ZAMIAST PODSUMOWANIA

Podtytuł przywoływanego przeze mnie raportu firmy PwC Polska brzmi „Dlaczego firmy w walce z cyberprzestępcami liczą na szczęście” – zatem, czy Wasz apetyt na ryzyko ma być realizowany tylko w oparciu o ruletkę? Decyzja należy do Was. •

IX MIĘDZYNARODOWY KONGRES FAKTORINGU



POLSKI
ZWIĄZEK
FAKTORÓW

20 września 2018 r.
Hotel Westin w Warszawie,
Al. Jana Pawła II 21

Forum ekspertów w dziedzinie zarządzania płynnością

Więcej na
www.factoring.pl

Organizator



Partnerzy Medialni

BANK

aleBank_{pl}

BCR

NBS

outsourcing
portal

trf
news

CEO COMPL.
BIZEN W PRAKTYCE

Outsourcing_{More}

fintek.pl

JAK PROJEKTOWAĆ NOWOCZESNE BIURA?



Fot. Anna Górajka

Wywiad z Agnieszką Kalinowską-Sołtys,
Członkiem Zarządu APA Wojciechowski Architekci.

Agnieszka Kalinowska-Sołtys: Architekt, ukończyła Wydział Architektury Politechniki Warszawskiej i podyplomowe studia Zarządzania Projektami w SGH w Warszawie oraz podyplomowe studia Zarządzania Nieruchomościami na Wydziale Ekonomii w SGGW w Warszawie. Od 2010 roku posiada uprawnienia BREEAM Asesora i LEED GA. Brała udział w wielu nagrodzonych projektach biurowych i usługowo-handlowych spełniających wysokie wymagania systemów certyfikacji BREEAM

i LEED, w tym: Alchemia w Gdańsku, Business Garden w Wrocławiu, Skyliner, Equator IV, Elektrownia Powiśle, Hotel w Porcie Praskim, Galeria Północna w Warszawie. Od 2013 roku jest dyrektorem i Członkiem Zarządu APA Wojciechowski Architekci.

Współzałożycielka Ogólnokrajowego Stowarzyszenia Wspierania Budownictwa Zrównoważonego.

Od 2015 roku Członek Zarządu Głównego SARP, gdzie pełni funkcję kierownika

zespołów do spraw zrównoważonego rozwoju w budownictwie. Autorka licznych publikacji na temat „zielonych budynków” i „zrównoważonego rozwoju miast”. Moderatorka i uczestniczka wielu paneli dyskusyjnych podczas konferencji i wykładów związanych z promowaniem idei zielonego budownictwa.

Na co dzień mama dwójki dzieci, z którymi dzieli swoją pasję do ekologii i hobby: narciarstwo, nurkowanie, żeglarstwo, design.

Dymitr Doktor, Outsourcing&More: Pani Agnieszko, na wstępie proszę przyjąć moje gratulacje z powodu zdobycia aż trzech nagród podczas Gali Top Woman in Real Estate. Przyznam, że wydarzenie to zainspirowało mnie, aby kolejny numer Outsourcing&More poświęcić tematyce projektowania nowoczesnych biur, a wspomniane wcześniej nagrody jedynie potwierdzają, że jest Pani najlepszą osobą, która mogłaby powiedzieć nam coś więcej na ten temat. Rozpocznę może od dość ogólnego pytania, a mianowicie, jak w obecnych czasach wygląda lub jak powinno wyglądać planowanie budynków biurowych?

Agnieszka Kalinowska-Sołtys, APA Wojciechowski Architekci: Przez ostatnie 20 lat bardzo dużo zmieniło się w projektowaniu. Nie tylko w samym podejściu do architektury związanym z wejściem nowoczesnych technologii w budownictwie ale również zmieniał się warsztat architekta. Od deski kreślarskiej i rapidografów, przez wprowadzenie komputerów i rysunków dwuwymiarowych po zaawansowane projektowanie parametryczne i wykorzystanie technologii BIM.

Planowanie inwestycji biurowych to dość skomplikowany proces oparty w dużej mierze o zawikłane uwarunkowania prawne oraz kalkulacje finansowe odnoszące się, nie tylko do etapu projektowego, ale również do analizy całego cyklu życia takiego budynku. Budynki biurowe w dużej mierze są budowane pod wynajem, a więc mają być biznesem, który przyniesie dochody swoim właścicielom. W całym tym biznesie jesteśmy też my – architekci, których rolą jest przeprowadzenie inwestora przez ten dość skomplikowany proces inwestycyjny przy jednoczesnym pogodzeniu interesów biznesowych z estetyką, funkcjonalnością, trwałością i pięknem architektury.

Podczas projektowania budynków biurowych istotne jest stworzenie elastycznej przestrzeni, która wraz ze zmianami potrzeb użytkowników może zostać w łatwy sposób przearanżowana.

Często podczas prac nad koncepcją architektoniczną nie znamy przyszłych użytkowników i ich potrzeb, a to są bardzo

istotne dane, które umożliwiają stworzenie wygodnej, zdrowej przestrzeni pracy.

Na co należy zwracać uwagę, aby biuro w optymalny sposób było wykorzystane przez najemców?

Przede wszystkim trzeba sobie odpowiedzieć na pytanie, jakie są potrzeby pracowników i czy biuro jest w stanie spełnić te oczekiwania. Firmy wynajmujące powierzchnie w biurach mają bardzo różną specyfikę pracy, dostosowaną do zadań, jakie realizują.

Obecne trendy w aranżacji biur idą w kierunku zwiększenia mobilności pracowników. Możliwość szybkiej re-aranżacji przestrzeni do zmieniających się zadań pracowników staje się coraz bardziej istotna.

Dobry projekt aranżacji wnętrza, który ma być w optymalny sposób wykorzystany przez najemców, powinien być elastyczny i przyjazny użytkownikom. Jest kilka elementów z których często użytkownicy nie zdają sobie sprawy, a które w znacznym stopniu mogą się przyczynić do dobrego samopoczucia i zadowolenia z danego miejsca. Są to często czynniki wynikające z projektu, które wpływają na komfort naszego ciała. Można tu wymienić: odpowiednie rozmieszczenie pomieszczeń; dostęp do światła dziennego, który reguluje naszą gospodarkę hormonalną; odpowiednią temperaturę i wilgotność powietrza, która ma znaczący wpływ na wydajność naszej pracy, tak jak ergonomia miejsca pracy czy właściwy poziom hałasu. Są też istotne czynniki negatywne, których zdecydowanie powinniśmy unikać, a często nawet nie mamy pojęcia, że na nas oddziałują we wnętrzach. W obecnych czasach materiały wykończeniowe i meble pochodzą z mocno przetworzonych materiałów, powstałych w wyniku syntezy chemicznej. Liczne związki organiczne, zawarte w farbách, lakierach, klejach, impregnatách, laminatach nas trują. Ich negatywne oddziaływanie na nasz organizm jest znaczący, szczególnie w miejscach, gdzie przebywamy wiele godzin dziennie. Średnio spędzamy ponad 90% swojego życia we wnętrzach, tam gdzie tych niewidocznych, bezwonných zanieczyszczeń jest najwięcej. Wybierając miejsce pracy należy zwrócić uwagę, czy

wszystkie elementy wykończenia wnętrza są bezpieczne dla naszego zdrowia.

Deweloper – Agencja Real Estate – Architekt – czy taki biznesowy trójkąt funkcjonuje, czy być może projektowanie doskonałych biur wymaga większej liczby partnerów?

To bardzo zależy od konkretnego projektu i założeń inwestorskich. Każdy budynek jest inny, bo powstaje w innej lokalizacji, ma indywidualne uwarunkowania prawno-formalne, jak i program użytkowy wynikający z założeń inwestora. Uważam jednak, że im więcej partnerów – uczestników procesu inwestycyjnego jest włączonych do udziału w procesie projektowym, tym lepiej. Dla architekta ważna jest informacja zwrotna związana z analizą budynku w fazie użytkowej. W Polsce niestety często jeszcze projektanci nie interesują się tym co się udało, a tym bardziej tym, co się nie udało w ich zrealizowanych projektach, a szkoda, bo to cenna nauka, która prowadzi do podnoszenia jakości architektury. Im więcej poświęcimy czasu i wysiłku na przygotowanie projektu, tym lepszy będzie zrealizowany budynek. Proces inwestycyjny to średnio od 1 roku do 3 lat, a cykl życia budynku to średnio około 35–80 lat, które przekładają się na konkretny biznes. Warto więc poświęcić więcej nakładów pracy i funduszy, aby stworzyć inwestycję, która latami będzie cieszyła się powodzeniem i przynosiła właścicielom zyski.

Jedna z otrzymanych przez Panią nagród była w kategorii „Architecture and Design”. Proszę powiedzieć, jak wyglądają granice i kompromis, kiedy zestawia się ze sobą design, funkcjonalność i optymalizację przestrzeni?

Dobra architektura nie lubi kompromisów, powinna być piękna, funkcjonalna i bezpieczna. Dobry projekt to taki, który znajduje harmonię pomiędzy tymi elementami. Jeśli założenia inwestorskie zaprzeczają temu, lepiej nie zaczynać takiego projektu.

Dobra architektura nie lubi kompromisów, powinna być piękna, funkcjonalna i bezpieczna.



Fot. Anna Górajka

Czy łatwiej jest zaprojektować drapacz chmur, czy być może kompleks kilku niższych budynków biurowych tworzących campus?

W drapaczach chmur, jako pracownia architektoniczna, mamy mniejsze doświadczenie, niemniej jednak bardzo nas fascynuje praca nad takimi projektami. Budynki wysokościowe nie tylko są bardziej skomplikowane pod względem technicznym, ale również ze względu na swoją specyfikę stawiane są w dość wymagających lokalizacjach. W tej chwili trwa budowa Skylinera w Warszawie, jest to 195 metrowy biurowiec, który mieliśmy przyjemność projektować dla firmy Karimpol.

Czy praca architekta ma wpływ, a jeśli tak to jaki, na finalny koszt realizacji budynku biurowego?

Architekt projektując budynek podejmuje decyzje dotyczące wyboru rozwiązań projektowych, materiałów budowlanych, technologii, sposobu eksploatacji, itp. Od doświadczenia i umiejętności architekta w dużym stopniu zależy jaki będzie finalny koszt realizacji budynku.

Od czego zależy koszt projektu budynku biurowego i ile czasu potrzeba na kompleksowe jego przygotowanie?

Projekt budynku biurowego wymaga współpracy wielu branż. W zależności od stopnia skomplikowania budynku i założeń inwestorskich koszt projektu się zmienia. Jak wcześniej wspomniałam, każdy projekt jest inny, jest właściwie prototypem, który indywidualnie jest wyceniany.

Obecnie coraz więcej inwestorów oprócz projektu wykonawczego zamawia również liczne symulacje komputerowe, które są bardzo dobrym narzędziem do wybrania najbardziej optymalnego wariantu poszczególnych elementów

budynku, takich jak konstrukcja budynku, elewacja czy systemy instalacyjne. Takie symulacje to dodatkowe koszty na etapie projektowania, jednak w efekcie to inwestycja dająca w przyszłości oszczędności.

Na koniec pytanie o Pani przewidywania odnośnie do przyszłości projektów budowlanych. W jakim kierunku będziemy podążać, co stanie się modne i czego oczekiwać będą najemcy od nowoczesnego budynku biurowego?

Myślę, że przyszłość projektowania będzie ściśle związana z rozwojem nowoczesnych technologii. Wspomniana na początku technologia BIM, która dotyczy w dużym stopniu projektowania i przygotowania inwestycji już jest rewolucją. Projektowanie 3D wzbogacone o możliwość zarządzania parametrami, zwiększenie możliwości obliczeniowych bardzo skomplikowanych struktur otwierają zupełnie nowy rozdział przed projektantami. Ograniczeniem mogą być tu możliwości wykonawcze, ale te też bardzo szybko się rozwijają ze względu na wprowadzanie nowych materiałów i technologii budowlanych. Jeszcze kilka lat temu drukowanie budynku w 3D w naturalnym rozmiarze było fikcją, teraz jest już to możliwe, a być może za jakiś czas będzie to standardem.

Dziękuję za rozmowę.

W biznesie jesteśmy też my – architekci, których rolą jest przeprowadzenie inwestora przez ten dość skomplikowany proces inwestycyjny oraz pogodzenie interesów biznesowych z estetyką, funkcjonalnością, trwałością i pięknem architektury.

Witamy w nowej erze najmu powierzchni biurowych!

Ostatnie miesiące na rynku nieruchomości biurowych bez wątpienia należały do coworków. Nic nie zapowiada, by ich ekspansja miała w najbliższym czasie wyhamować. Rozwój rynku elastycznych miejsc pracy postępuje niezwykle dynamicznie, jednak w Polsce nadal jest miejsce dla nowych operatorów oraz na ekspansję już obecnych.

Zgodnie z danymi Savills, coworki i biura serwisowane już teraz oferują w Polsce łącznie 129 000 m² powierzchni, a w samej Warszawie wynajęto w 2017 r. więcej elastycznej powierzchni, niż w stolicach Hiszpanii, Holandii czy Austrii.

W 2017 r. coworki z przysięgą zawojuwały polski rynek. Tempo ich rozwoju nie zwalnia, potwierdzając, że jest to jeden z najsilniejszych nowych trendów na rynku nieruchomości biurowych od wielu lat. Zgodnie z danymi Savills, coworki i biura serwisowane już teraz oferują w Polsce łącznie 129 000 m² powierzchni, a w samej Warszawie wynajęto w 2017 r. więcej elastycznej powierzchni, niż w stolicach Hiszpanii, Holandii czy Austrii.

Elastyczne miejsca pracy to biura serwisowane i przestrzenie coworkingowe. Oba pojęcia bywają mylone, gdyż ich wspólną cechą jest możliwość wynajęcia powierzchni na krótki okres. Biuro serwisowane oferuje w pełni wyposażone biuro, często w układzie gabinetowym, wraz z jego obsługą administracyjną i techniczną. Cowork ponadto wyróżnia się kreowaniem atmosfery współpracy między użytkownikami.

Dynamiczny rozwój powierzchni coworkingowych oraz biur serwisowa-

nych to fenomen, który obserwowany jest w całej Europie. Największym rynkiem elastycznych miejsc pracy w Europie jest Wielka Brytania – w Londynie w roku 2017 w dwóch największych biurowych strefach wynajęto ponad 204 tys. m², czyli 18% popytu brutto, ale na uwagę zasługują również mniejsze rynki jak Birmingham oraz Manchester, w których udział operatorów elastycznych miejsc pracy w popycie brutto wyniósł w 2017 r. odpowiednio blisko 21% i 10%. W Europie kontynentalnej, na rynkach, które przeanalizowaliśmy, największy udział coworków i biur serwisowanych zarejestrowaliśmy w Berlinie (80 700 m², czyli 8% popytu) i Hamburgu (42 400 m², 7,2% popytu) i w Amsterdamie (24 400 m², 7,1% popytu).

Z czego bierze się fenomen elastycznych miejsc pracy? Z badania, które Savills przeprowadził na 20 rynkach europejskich wynika, że stoi za tym przede wszystkim wzrost sektora technologicznego. Szczególnie małe przedsiębiorstwa oraz startupy,

które często potrzebują elastycznej powierzchni, a tego wymagania nie jest w stanie spełnić „tradycyjny” rynek najmu powierzchni biurowych. Kolejnym czynnikiem, który wskazywano w badaniu, jest brak możliwości wynajęcia odpowiedniej powierzchni w biurach konwencjonalnych z minimalnym okresem najmu (w Polsce to najczęściej pięć lat). Firmy chcą mieć możliwość zwiększania i zmniejszania wynajmowanej powierzchni w zależności od swoich potrzeb czy projektów, które realizują.

Jak wygląda rynek elastycznych miejsc pracy w Polsce? Warto zauważyć, że rynek ten jest bardzo zróżnicowany. Powierzchnie do wspólnej pracy oferują nie tylko operatorzy wyspecjalizowani w takiej ofercie, ale również np. niektóre centra handlowe, w których lokale handlowe zostały wyposażone w meble biurowe i przystosowane do pracy, a także kawiarnie, które wykorzystywane są do celów służbowych, m.in. przez wolnych strzelców, podobnie jak domy i mieszkania.

Największym rynkiem elastycznych miejsc pracy w Europie jest Wielka Brytania – w Londynie w roku 2017 w dwóch największych biurowych strefach wynajęto ponad 204 tys. m², czyli 18% popytu brutto.

W drugiej edycji raportu „Elastyczne miejsca pracy w Polsce” pod lupę wzięliśmy pięć miast: Warszawę, Kraków, Wrocław, Poznań oraz Łódź i z naszych analiz wynika, że na koniec 2017 r. funkcjonowały w nich 174 lokalizacje coworków i biur serwisowanych, a wiadomo, że kolejne miejsca będą otwierane jeszcze w roku 2018 i w kolejnych latach. Nad Wisłą największym rynkiem pozostaje Warszawa – działa tu 105 lokalizacji o łącznej powierzchni ponad 94 000 m². Drugi największy rynek to Kraków z 25 lokalizacjami, które oferują ponad 17 000 m². W Poznaniu oferta elastycznych miejsc pracy to 19 lokalizacji i 9300 m², a we Wrocławiu jest ich 14 (6200 m²). Łódź pod względem oferty coworków i biur serwisowanych jest najmniejszym z przebadanych rynków – na koniec ubiegłego roku działało tu 11 lokalizacji (2200 m²).

O kolejnych lokalizacjach dowiadujemy się niemal każdego tygodnia, co potwierdza dynamiczny rozwój rynku elastycznych miejsc pracy. Niedawno swoją premierę w Łodzi miał SkyHub, który powstał na 15 piętrze biurowca Red Tower z inicjatywy Urzędu Marszałkowskiego Województwa Łódzkiego. Cambridge Innovation Center w warszawskim wieżowcu Varso wynajął około 14 000 m². Wiadomo również, że kolejni operatorzy aktywnie szukają odpowiedniej powierzchni, a część z tych poszukiwań jest już na etapie finalizacji umowy najmu. Umowy te zostały i zostaną podpisane w 2018 r., dzięki czemu można oczekiwać, że bieżący rok będzie w Polsce kolejnym rekordowym pod względem popytu wygenerowanego przez operatorów elastycznych powierzchni biurowych, a powierzchnie przez nich wynajmowane będą jednymi z największych transakcji na rynku.

Kluczowi operatorzy, którzy działają na polskim rynku to: Brian Embassy, Business Link, CitySpace, Dago,

InOffice, Office Hub, OmniOffices oraz Regus. Ten ostatni operator funkcjonuje w Polsce już od roku 1997 oferując biura serwisowane, jednak w ostatnim czasie przedstawił nowy format, nieobecny dotychczas nad Wisłą, czyli Spaces, który dedykowany jest kulturze coworkingu.

Wiele mówi się o tym, że elastyczne powierzchnie biurowe to rozwiązanie dla startupów, czyli zwykle mniejszych, młodych firm, których działalność skupiona jest na innowacyjnych technologiach, które wykazują potencjał istotnego wzrostu sprzedaży lub zatrudnienia. Ważną grupą najemców są jednak również duże korporacje, które, jak wynika z naszych analiz, stanowią bardzo dużą grupę klientów coworków i biur serwisowanych. Biura takie zabezpieczają krótkoterminowe potrzeby tych firm, wynikające np. z braku możliwości wynajęcia tymczasowej powierzchni biurowej w oczekiwaniu na powierzchnię docelową, w której firma będzie funkcjonowała. Duże korporacje korzystają również z elastycznych rozwiązań w razie konieczności zabezpieczenia odpowiedniej powierzchni na projekt czy zlecenie, w związku z którym wymagane jest zwiększenie zatrudnienia.

Część operatorów elastycznych powierzchni wywodzi się od deweloperów powierzchni biurowych, jak na przykład firma Skanska i Business Link, Echo Investment i CitySpace, Ghelamco z The Meet District oraz Adgar Poland z konceptem BE Yourself i Brain Embassy. Korzyścią z takiego rozwiązania, oprócz posiadania dostępnej od zaraz powierzchni tymczasowej dla najemców, jest również m.in. fakt, że deweloperzy mają od razu kontakt z firmami, które mogą w przyszłości, w wyniku wzrostu i ekspansji, potrzebować większej powierzchni biurowej i stać się najemcą powierzchni biurowej w tradycyjnym tego słowa znaczeniu.

Biuro serwisowane oferuje w pełni wyposażone biuro, często w układzie gabinetowym, wraz z jego obsługą administracyjną i techniczną. Cowork ponadto wyróżnia się kreowaniem atmosfery współpracy między użytkownikami.

Ograniczona podaż nowej powierzchni biurowej w Warszawie planowana na lata 2018-2019 i spadający poziom pustostanów napędzi popyt na biura serwisowane i coworki. Z elastycznych miejsc pracy mogą zacząć korzystać firmy, które w tej chwili sobie tego nawet nie wyobrażają. Spodziewam się, że wiele dużych firm może wejść na polski rynek w pierwszej kolejności wynajmując biuro właśnie w takiej przestrzeni. Dla części firm taka powierzchnia jest również odpowiedzialnością za wejście w życie standardu MSSF16 i konieczność wykazania w bilansach, jako zobowiązania, umów najmu zawieranych na okres dłuższy, niż 12 miesięcy. Z drugiej strony operatorzy, których nie ma jeszcze w Polsce, mają świadomość, że jeśli podpisywać umowy to teraz, bo niedługo rynek może się nasycić. Do 2020 r. otworzy się większość nowych lokalizacji i będzie to chwila prawdy, która zweryfikuje nowy fenomen i odpowie na pytanie, czy coworków i biur serwisowanych nie jest za dużo. Bez wątpliwości jesteśmy jednak świadkami wytworzenia się mocnego alternatywnego rynku najmu wielkopowierzchniowej przestrzeni biurowej, gdzie nie ma konieczności podejmowania zobowiązań na pięć lat do przodu, jak było to dotychczas.



Jarosław Pilch,
Dyrektor Działu
Reprezentacji
Najemców
Biurowych, Savills

Monitoring wizyjny po RODO

Niezwykle często słyszane ostatnio słowo „RODO” robi zawrotną karierę w prasie, telewizji, internecie. W przypadku podmiotów profesjonalnie przetwarzających dane osobowe: pracodawców, przedsiębiorców, podmiotów prawa publicznego, instytucji i urzędów pojawia się niepokój: czy zdołają w sposób odpowiedni dostosować wszystkie procesy przetwarzania danych, by stać się „rodozgodnym”?

RODO to *Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE* (RODO, ogólne rozporządzenie o ochronie danych). Jest to akt prawny przyjęty przez Unię Europejską, który kompleksowo reguluje zasady ochrony danych osobowych i zastępuje dyrektywę 95/46/WE, a także obowiązującą dotychczas w polskim porządku prawnym ustawę z dnia 29 sierpnia 1997 roku o ochronie danych osobowych. Podkreślenia wymaga, że przepisy RODO stosuje się w Polsce od dnia 25 maja 2018 roku bezpośrednio, bez potrzeby implementowania ich do krajowego prawodawstwa za pośrednictwem aktu prawnego polskiego ustawodawcy.

Monitoring wizyjny, określany również mianem telewizji przemysłowej, wideo nadzoru, CCTV, czy telewizyjnych systemów dozorowych, wrósł na stałe w panoramę polskich miast, obiektów handlowych, użyteczności publicznej, szkół i osiedli. W rezultacie wejścia RODO w życie podmioty publiczne i prywatne stanęły przed koniecznością rozważenia zgodności z prawem rozwiązań m.in. w zakresie stosowanego przez nie dotychczas monitoringu wizyjnego, zwłaszcza wobec braku w Polsce ustawy, która całościowo regulowałaby zagadnienia związane z tą formą przetwarzania danych osobowych. Wprowadzie obowiązujące przepisy dopuszczają możliwość rejestracji obrazu i dźwięku przez służby realizujące zadania z zakresu bezpieczeństwa i porządku publicznego, takie jak m.in. Policja czy Straż Graniczna, jednak, co oczywiste, te szczególne regulacje nie wyczerpują wszystkich obszarów, w których przetwarzanie danych osobowych

w tym zakresie było i jest realizowane. Nie budzi wątpliwości, że zastosowanie systemów do rejestracji dźwięku i obrazu stanowi przykład przetwarzania danych osobowych takich jak choćby wizerunek czy głos osoby.

NOWE REGULACJE PRAWNE

Monitoring wizyjny w miejscach publicznych umożliwia gromadzenie danych osobowych, co – w myśl art. 4 pkt. 2 RODO, stanowi operację przetwarzania danych osobowych podlegającą ochronie prawnej. Ustawodawca europejski już w preambule RODO wskazuje, że *aby przetwarzanie danych było zgodne z prawem, powinno się odbywać na podstawie zgody osoby, której dane dotyczą, lub na innej uzasadnionej podstawie przewidzianej prawem: albo w niniejszym rozporządzeniu, albo w innym akcie prawnym Unii lub w prawie państwa członkowskiego (...)* – motyw 40 preambuły. W motywie 45 preambuły RODO określono wprost, że *Jeżeli przetwarzanie (...) jest niezbędne do wykonania zadania realizowanego w interesie publicznym lub w ramach sprawowania władzy publicznej, podstawę przetwarzania powinno stanowić prawo Unii lub prawo państwa członkowskiego. (...) Prawo Unii lub prawo państwa członkowskiego powinno także określać cel przetwarzania (...)*.

Monitoring wizyjny w miejscach publicznych umożliwia gromadzenie danych osobowych, co – w myśl art. 4 pkt. 2 RODO, stanowi operację przetwarzania danych osobowych podlegającą ochronie prawnej.

Nagrania obrazu pracodawca przetwarza wyłącznie dla celów, dla których zostały zebrane, i przechowuje, co do zasady, przez okres 3 miesięcy od dnia nagrania.

Jak wynika z art. 6 lit. f RODO, legalność przetwarzania danych dokonywanego przez organy publiczne w ramach realizacji ich zadań nie może być uzasadniona li tylko prawnie uzasadnionym interesem administratora (danego organu publicznego). W tej sytuacji, dla spełnienia przesłanki zgodności z prawem przetwarzania danych wymagana jest podstawa prawna wskazana przez ustawodawcę, upoważnienie ustawowe. Mimo niepewności w zakresie dostosowania polskich przepisów do RODO wyrażanej przed wejściem w życie RODO przez różne podmioty, w tym Rzecznika Praw Obywatelskich, wydaje się, że usta-

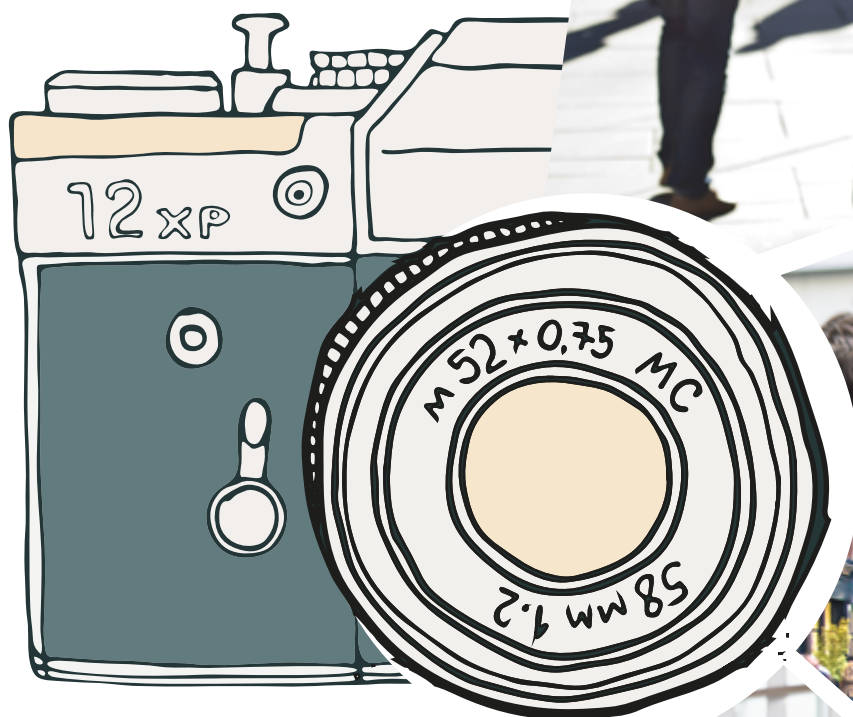


Magdalena Janiak,
Adwokat
w Kancelarii Prawnej
„Chudzik
i Wspólnicy
Radcowie
Prawni” sp.p.
www.chudzik.pl

wodawca zdążył na czas z przełożeniem skomplikowanej materii RODO w odniesieniu do obowiązków organów publicznych, na grunt polskiego prawa.

Ustawa z dnia 10 maja 2018 roku o ochronie danych osobowych, która weszła w życie z dniem 25 maja 2018 roku, wskazuje w rozdziale 12. zmiany dokonane w około 50 aktach prawnych, z czego, z punktu widzenia zagadnień związanych z monitoringiem wizyjnym, wspomnieć należy: ustawę z dnia 8 marca 1990 roku o samorządzie gminnym (art. 9a i 50), ustawę z dnia 5 czerwca 1998 roku o samorządzie województwa (art. 60 a), ustawę z dnia

szkoły/placówki poinformowania uczniów, pracowników szkoły/placówki o wprowadzeniu monitoringu w sposób zwyczajowo przyjęty w danej organizacji, nie później niż w terminie 2 tygodni (14 dni) przed uruchomieniem monitoringu. Na koniec wzmianki wymaga niewątpliwie bardzo szeroko ujęty obowiązek ochrony zgromadzonych danych przed ich nieuprawnionym wykorzystaniem. Nagrania obrazu pracodawca przetwarza wyłącznie dla celów, dla których zostały zebrane, i przechowuje, co do zasady, przez okres 3 miesięcy od dnia nagrania.



5 czerwca 1998 roku o samorządzie powiatowym (art. 4b i 50), ustawę z dnia 14 grudnia 2016 roku – Prawo oświatowe (art. 108 a), ustawę z dnia 16 grudnia 2016 roku o zasadach zarządzania mieniem państwowym (art. 5a), a także ustawę z dnia 26 czerwca 1974 roku – Kodeks Pracy, który po art. 22¹ zyskał art. 22² oraz 22³.

NOWE OBOWIĄZKI

W MIEJSCU PRACY I SZKOLE

W kontekście zmian przepisów wskazać warto: z jednej strony nałożono obowiązek informacyjny administratora (pracodawcy, dyrektora szkoły/placówki) w postaci oznaczenia w sposób widoczny i czytelny obiektów objętych monitoringiem informacją o monitoringu, w szczególności za pomocą odpowiednich znaków, a także obowiązek nałożony na pracodawcę i dyrektora

Po upływie okresów wskazanych w par. 3 i 4 art. 22² Kodeksu pracy dane osobowe podlegają zniszczeniu, o ile przepisy odrębne nie stanowią inaczej.

Podsumowując powyższe uwagi należy podkreślić, że prawna regulacja zagadnień związanych z monitoringiem wizyjnym stanowi niewątpliwie poważne wyzwanie dla ustawodawcy z uwagi na złożoność materii prawnej, a zarazem powszechność stosowanych rozwiązań. W naszym kraju, na wzór innych państw europejskich, w 2013 roku podjęto wysiłek zmierzający do stworzenia kompleksowego rozwiązania tej kwestii w postaci ustawy o monitoringu wizyjnym. Projektowana ustawa nie doszła jednak do skutku. Czas pokaże, czy ustawodawca powróci do prac legislacyjnych w celu uregulowania zagadnień związanych z monitoringiem wizyjnym w jednym, kompletnym akcie prawnym.



AKTUALNOŚCI INWESTYCYJNE

Ratuszowa 6 - nowa miejscówka na kulturalnej i kulinarnej mapie Warszawy

Posejsza sąsiadująca z warszawskim Parkiem Praskim, na której ma powstać nowoczesne centrum kulturalno-gastronomiczne Ratuszowa 6, już teraz staje się atrakcyjnym miejscem spotkań w stolicy.



Zapomniany dotąd kwartał zabudowy poprzemysłowej przy Ratuszowej 6 na warszawskiej starej Pradze zyskał właśnie nową tożsamość. Na terenie parceli zaczął działać nowy, warszawski Targ Śniadaniowy, a w pierwszy weekend czerwca br. bawili się tam najmłodsi mieszkańcy miasta z rodzicami na zainicjowanym przez inwestora projekcie „Weekendzie Dziecka”. Dzieci brały udział m.in. w warsztatach artystycznych, zawodach sportowych, turnieju gier planszowych, strzelały z łuku i skręcały balony. Z entuzjastycznym przyjęciem maluchów spotkała się też stworzona specjalnie dla nich siłownia i sześciometrowa dmuchana zjeżdżalnia. Firma MedFood - Dietetyka, Zdrowie & Lifestyle, która była współorganizatorem wydarzenia przygotowała również zdrowe przekąski i świeżo wyciskane soki sporządzone według receptur własnych dietetyków.

Targ Śniadaniowy przy Ratuszowej będzie funkcjonował do czasu rozpoczęcia realizacji inwestycji, podobnie jak to miało miejsce w przypadku Biobazaru, który działał

w fabryce Norblina przy Żelaznej przed rozpoczęciem rewitalizacji obiektu. Budowa kulturalno-gastronomicznego centrum Ratuszowa 6 ma rozpocząć się jeszcze w tym roku. Najnowszej generacji, czterokondygnacyjny obiekt o powierzchni całkowitej 2,8 tys. m², który powstanie na 4,4 ha działce, zatopiony będzie w zieleni. Z okolicznymi terenami parkowymi integrować będzie się także dzięki zielonym dachom i tarasom. Autorzy projektu postawili na nowoczesny design. W tworzeniu wystroju kompleksu wezmą udział młodzi, zdolni, polscy artyści.

Warszawska Praga zyska w ten sposób nowe, ciekawe, lokalne centrum, a miasto atrakcję turystyczną, ponieważ kompleks będzie miał swój niepowtarzalny charakter. Koncepcja aranżacji centrum wzorowana jest na najciekawszych i najpopularniejszych obiektach tego typu na świecie. Ogromne zainteresowanie projektami opartymi na rewitalizacji dało już Warszawie Halę Koszyki, a w niedalekiej przyszłości przyniesie także Elektrownię Powiśle i kompleks ArtN. Mateusz Strzelecki, Partner w firmie Walter Herz, która odpowiedzialna jest za komercjalizację centrum Ratuszowa 6, zauważa, że inwestycje bazujące na zabudowie atrakcyjnie położonych obszarów industrialnych są dla mieszkańców miasta i turystów znacznie ciekawsze niż nowe budynki powstające na wolnych działkach.

Źródło: Walter Herz

Accenture oficjalnie otworzyła swoje biuro w Katowicach

Firma Accenture oferująca globalnie usługi i rozwiązania z zakresu konsultingu, nowoczesnych technologii oraz operacji biznesowych oficjalnie otworzyła swoje biuro w Katowicach.

Jest to kolejne polskie miasto po Warszawie, Krakowie, Wrocławiu i Łodzi, w którym rozwija ona zespół. Pracownicy zatrudnieni w katowickim oddziale Advanced Technology Center to przede wszystkim eksperci, którzy zajmują się tematami technologicznymi. Docelowo planowane jest zatrudnienie kilkuset osób, w tej chwili jest ich ponad 100.

Na pojawienie się Accenture w Katowicach miało wpływ kilka czynników. Kluczowym elementem było wysokie uprzemysłowienie Górnego Śląska, a jednocześnie transformacja przedsiębiorstw, sięgających po coraz bardziej zaawansowane rozwiązania technologiczne. Stwarza to zapotrzebowanie ze strony lokalnego biznesu na usługi, jakie świadczy Accenture. Nie bez znaczenia jest też świetnie rozwinięta infrastruktura, dostępność trzech lotnisk: w Katowicach, Krakowie i Ostrawie, umożliwiających planowanie spotkań biznesowych w całej Europie. W regionie są organizowane liczne wydarzenia biznesowe, pozwalające efektywnie budować wizerunek firmy wśród klientów. Dużą zachętą dla Accenture była też bardzo dobra współpraca z władzami miasta, które aktywnie starały się przyciągnąć do Katowic kolejnego, dużego pracodawcę.

Źródło: Accenture



Cushman & Wakefield wprowadza usługę Design & Build w Polsce

Międzynarodowa firma doradczą Cushman & Wakefield rozbudowała dział Project & Development Services o nową platformę Design & Build (D&B), którą w Europie Środkowo-Wschodniej kieruje Glyn Evans z praskiego biura firmy. Za nową linię usług w Polsce odpowiada Andrew Frizell, Partner i dyrektor działu Project Management na region Europy Środkowo-Wschodniej, którego wspiera w tej roli Glyn Evans.

Nowa usługa Design & Build wzbogaci dotychczasową ofertę działu Project and Cost Management firmy Cushman & Wakefield w zakresie planowania, projektowania i budowy powierzchni, a także kompleksowej realizacji prac wykończeniowych. Dzięki nowej linii usług Klienci Cushman & Wakefield mogą zlecić jednemu podmiotowi wykonanie wszystkich prac w ramach projektów z wykończeniem „pod klucz”.

Źródło: Cushman & Wakefield

Savills wybrana zarządcą Arkada Business Park

Firma doradczą Savills została wybrana zarządcą Arkada Business Park, najnowocześniejszego biurowca klasy A w Bydgoszczy. Budynek uzyskał już pozwolenie na użytkowanie. Arkada Business Park to zespół dwóch budynków biurowych o docelowej powierzchni najmu ponad 22 000 mkw. Kompleks zlokalizowany jest przy jednym z głównych skrzyżowań w Bydgoszczy – rondzie Fordońskim. Będący obecnie na ukończeniu pierwszy etap inwestycji oferuje 11 000 mkw. nowoczesnej powierzchni do wynajęcia. Projekt realizowany w duchu zrównoważonego budownictwa otrzymał certyfikat BREEAM z oceną Very Good. Inwestorem Arkada Business Park jest For 2, spółka należąca do Grupy Holdingowej Arkada Invest. Generalnym wykonawcą jest firma Skanska.

Obecnie dział zarządzania nieruchomościami i aktywami Savills zarządza obiektami o łącznej powierzchni ponad 300 000 mkw. specjalizując się m.in. w usługach z zakresu budowania wartości nieruchomości, kontroli i optymalizacji kosztów eksploatacyjnych, marketingu oraz doradztwie technicznym. W portfolio firmy znajdują się budynki biurowe, takie

jak Millenium Park, Mokotów Plaza i Tulipan House oraz obiekty handlowe, m.in. Galeria Pomorska, Morski Park Handlowy i Ferio Wawer, a także nieruchomości magazynowo-przemysłowe.

Źródło: Savills



W Tel Awiwie otwiera się nowe biuro PAIH

Zagraniczne Biuro Handlowe w Tel Awiwie należy do sieci globalnego wsparcia dla polskich firm, zainicjowanej w 2017 roku przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu (PAIH) w ramach Strategii na Rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju premiera Morawieckiego. Aktualnie system PAIH liczy ponad 40 oddziałów na sześciu kontynentach, a do końca 2018 roku ich liczba zwiększy się do 70.

Zainteresowanie przedsiębiorców ze wspomnianych dwóch sektorów jest na tyle duże, że w maju biuro Zofii Nojszewskiej (Kierownik Zagranicznego Biura Handlowego Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu w Tel Awiwie) zorganizowało bezpłatne seminarium dla polskich przedsiębiorców dotyczące wejścia na izraelski rynek.

Inauguracja prac biura PAIH w Tel Awiwie 18 czerwca br. jest jednym z pierwszych punktów wizyty misji ekonomicznej polskich przedsiębiorców do Izraela pod przewodnictwem minister przedsiębiorczości i technologii, Jadwigi Emilewicz. Minister towarzyszyło aż 70 polskich firm, dominującym wśród nich był sektor wysokich technologii.

Źródło: PAIH

Wmurowano kamień węgielny pod Biurowiec Oficyna w Gdańsku

20 czerwca wmurowano kamień węgielny pod budowę I etapu biurowca Oficyna, powstającego w gdańskiej dzielnicy Wrzeszcz. Obiekt dostarczy na rynek 5,2 tys. m² powierzchni najmu, w tym blisko 4,2 tys. m² z przeznaczeniem na biura. Planowany termin oddania do użytku to III kwartał 2019 roku. Łącznie w ramach

dwóch etapów inwestycji powstanie 11 tys. m² powierzchni najmu, w tym ponad 9 tys. m² biurowej.

Officyna to dwa nowoczesne, połączone ze sobą budynki biurowe, które powstają w dynamicznie rewitalizującej się dzielnicy Wrzeszcz. Inwestycja certyfikowana jest w systemie LEED (Leadership in Energy and Environmental Design). Obecnie posiada precertyfikat LEED na poziomie Gold, potwierdzając tym samym zastosowanie rozwiązań przyjaznych dla człowieka oraz technologii ograniczających zużycie energii i wody, emisji gazów cieplarnianych, a także ilości produkowanych odpadów. I etap inwestycji to budynek biurowo-usługowy zlokalizowany przy al. Grunwaldzkiej 50, posiadający jedną kondygnację podziemną i 5 nadziemnych. Architektonicznie obiekt wpisując się w pierzeję al. Grunwaldzkiej, stanowi kontynuację otoczenia istniejącej zabudowy. Na parterze zaprojektowano lokale usługowe dostępne niezależnie od strony alei oraz z holu budynku. Na wyższych kondygnacjach znajdują się pomieszczenia biurowe, z charakterystycznym tarasem na IV piętrze. I etap dostarczy ponad 5,2 tys. m² powierzchni najmu, w tym blisko 4,2 tys. m² z przeznaczeniem na biura oraz blisko 900 m² na działalność handlowo-usługową. W ramach inwestycji powstanie infrastruktura parkingowa, w tym garaż podziemny. Ponadto budynki posiadać będą infrastrukturę dedykowaną rowerzystom (szatnie i miejsca postojowe dla rowerów).



W ramach II etapu (w głębi działki) powstanie budynek biurowy czterokondygnacyjny z garażem podziemnym, o nieco większej powierzchni najmu. Jego budowa rozpocznie się pod koniec października br.

Źródło: Torus



Lokalny rynek nieruchomości biurowych – Bydgoszcz i okolice

Rynki regionalne, w tym Bydgoszcz, wiążą swoje duże nadzieje z bardzo prężnie rozwijającym się rynkiem usług wspólnych, czyli rynkiem Business Process Outsourcing/Shared Services Center.



Na polskim rynku biurowym niezmiennie pierwsze miejsce zajmuje Warszawa, której pozycja wydaje się być niezagrożona, z podażą na poziomie blisko 5,3 mln m² powierzchni biurowej.

Następnie jest grupa dużych miast regionalnych z wyraźnie wybijającym się Krakowem, gdzie w 2017 r. podaż powierzchni biurowej przekroczyła milion metrów kwadratowych i Wrocławiem na trzecim miejscu, który jest bliski prze-

wyczerpujące. Dotychczas na rynku bydgoskim dominowały realizacje budowane pod konkretnego najemcę lub adaptacje i modernizacje starszych obiektów biurowych.

Często podczas spotkań czy też konferencji dało się słyszeć rozważania, czy Bydgoszcz jest omijana przez większych najemców z racji braku odpowiedniej ilości nowoczesnej powierzchni biurowej, czy też brakuje tej powierzchni z uwagi na brak najemców. W ostatnich dwóch, trzech latach widać wyraźne ożywienie na lokalnym rynku nieruchomości biurowych. Jednocześnie rozpoczęto realizację kilku projektów, z których najważniejsze to: Idea Przestrzeń Biznesu, Arkada Business Park, Optimum Park, Biznes Park przy ul. Kraszewskiego czy też realizowany przez CDI Konsultanci Budowlani Sp. z o.o. – biurowiec Immobile K3 przy Placu Kościeleckich na bydgoskiej Starówce. Optymistycznym prognozą jest rosnące zainteresowanie najemców, również ze strony podmiotów dotąd nieobecnych, nowoczesnymi powierzchniami biurowymi w Bydgoszczy.

Aby lepiej zrozumieć specyfikę oraz mniejszą podaż w średnich miastach należy zauważyć, że znakomita więk-

Według danych Bydgoskiej Agencji Rozwoju Regionalnego, podaż bydgoskiego rynku biurowego w roku 2017 była szacowana na poziomie około 74 000 m².

kroczenia bariery miliona metrów kwadratowych. Kolejne miejsca w tej grupie piastują Trójmiasto oraz dalej Katowice, Poznań i Łódź z wartościami poniżej 500 tys. m² nowoczesnej powierzchni biurowej.

Dalej warto wymienić średnie miasta, takie jak Szczecin, Lublin oraz właśnie Bydgoszcz.

Bydgoszcz jako największe miasto oraz stolica Województwa Kujawsko-Pomorskiego jest największym rynkiem biurowym w regionie. Nie mniej w porównaniu z innymi dużymi i średnimi miastami regionalnymi w Polsce, nadal dostrzegalna jest dysproporcja w tym zakresie.

Według danych Bydgoskiej Agencji Rozwoju Regionalnego, podaż bydgoskiego rynku biurowego w roku 2017 była szacowana na poziomie około 74 000 m². Jest to ilość zdecydowanie nieadekwatna do wielkości i potencjału gospodarczego miasta. Trudno też o jednoznaczne dane, z uwagi na to, że przy badaniach rynku biurowego w Polsce przez globalne firmy konsultingowe, bydgoski wolumen pojawia się w zaokrągleniu, tudzież badania tego rynku nie są zbyt

szkość inwestycji biurowych jest realizowana przez lokalnych deweloperów, często są to tzw. „projekty spekulacyjne” z niewielką liczbą lub bez zawartych umów przedwstępnych. Miasta te nadal są jeszcze omijane przez duże globalne firmy deweloperskie, a co za tym idzie gorzej pozycjonowane w wielu rankingach.

Rynki regionalne, w tym Bydgoszcz, wiążą swoje duże nadzieje z bardzo prężnie rozwijającym się rynkiem usług wspólnych czyli rynkiem Business Process Outsourcing/Shared Services Center. W przeciwieństwie do Warszawy w mniejszych ośrodkach to właśnie najemcy z tego segmentu są główną grupą docelową deweloperów. W 2017 r. bydgoski rynek BPO/SSC był ósmym co do wielkości, zatrudniając 8,7 tys. osób w tym sektorze (dane z raportu

cdi konsultanci
budowlani



Maciej Wawrzyniak,
Dyrektor ds. Sprzedaży
i Zarządzania
Nieruchomościami,
CDI Immobile

ABSL). Zgodnie z przewidywaniami bariera 10 tys. miejsc pracy zostanie przekroczona w ciągu roku do dwóch lat.

Jednym z najistotniejszych aspektów przy wyborze lokalizacji siedziby/oddziału przez firmy jest dostępność potencjalnej kadry pracowniczej, co jest jednoznaczne z liczbą absolwentów w regionie. Argument ten jest często podkreślany przy wyborze Bydgoszczy przez firmy, szczególnie z segmentu IT. W Bydgoszczy i najbliższej okolicy studiuje ponad 60 tys. studentów, gdzie spory odsetek stanowią studenci kierunków technicznych.

W związku ze znaczącym spadkiem bezrobocia i jednocześnie pogłębiającym się niżem demograficznym, a także z rosnącymi wymaganiami pracowników, dla których poza płacą oraz benefitami coraz bardziej istotne stają się takie aspekty jak atmosfera w pracy, warunki panujące w biurze, długość dojazdu do pracy, czy też ergonomia stanowiska pracy. Firmy coraz częściej na swoje lokalizacje wyszukują biur dogodnie usytuowanych, spełniających najwyższe standardy. W dzisiejszych czasach pracownik ceni sobie łatwy dojazd komunikacją miejską, bliskość restauracji, gdzie można zjeść

lunch czy też możliwość zrobienia zakupów bezpośrednio po zakończonym dniu pracy.

Realizując nasz biurowiec – Immobile K3 przy Placu Kościeleckich w Bydgoszczy przyświecały nam również powyższe idee. Poza wieloma wymogami stawianymi obiektom klasy A, które stają się standardem, staraliśmy się wprowadzać inne udogodnienia, jak choćby energooszczędne rozwiązania techniczne, ergonomicznie zaprojektowane części wspólne dla użytkowników czy też specjalne dedykowane rowerzystom parkingi na podziemnych kondygnacjach. W tych miejscach rowerzysta, poza pozostawieniem w bezpiecznym miejscu swojego jednośladu, będzie miał do dyspozycji szafkę oraz pełny węzeł sanitarny z prysznicem, aby móc

odświeżyć się po dojeździe do pracy. Dodatkowo przed budynkiem zlokalizowana została stacja Bydgoskiego Roweru Aglomeracyjnego. Zgodnie z badaniami ten środek transportu jest coraz częściej wybierany spośród pracowników biurowych, a sezon rowerowy trwa znacznie dłużej, niż w miesiącach letnich.

Na koniec, warto podkreślić nie mniej ważny aspekt, jakim jest współpraca z władzami miast. W dzisiejszych czasach, większość władarzy rozumie doskonale potrzeby wsparcia, zarówno dla nowo wchodzących na rynki przedsiębiorców, jak i lokalnych deweloperów. Świetnym przykładem, instytucji wspierającej inwestorów jest wielokrotnie doceniana Bydgoska Agencja Rozwoju Regionalnego.

Aby lepiej zrozumieć specyfikę oraz mniejszą podaż w średnich miastach należy zauważyć, że znakomita większość inwestycji biurowych jest realizowana przez lokalnych deweloperów, często są to tzw. „projekty spekulacyjne” z niewielką liczbą lub bez zawartych umów przedwstępnych.



Pro Progressio ODPOWIADAMY NA **TWOJE POTRZEBY**



CO POZA WARSZAWĄ?

O regionalnych rynkach biurowych i potencjale sektora BSS rozmawiamy z ekspertami Cushman & Wakefield.

Outsourcing&More: Głównym katalizatorem rozwoju na regionalnych rynkach biurowych w Polsce jest sektor BSS, a najaktywniejszymi miastami są Kraków, Wrocław i Trójmiasto. Co decyduje o zainteresowaniu inwestorów i deweloperów tymi lokalizacjami? Czy jest jakiś klucz, którego używają potencjalni najemcy zainteresowani rozwojem w regionach? Lokalizacja, dostęp do wykwalifikowanej siły roboczej, jakość dostępnej nowoczesnej powierzchni biurowej, a może jest jakiś inny czynnik?

Marcin Siewierski: Wrocław jest jednym z najlepiej zlokalizowanych miast w Polsce. Inwestorów kusi bliskość granicy niemieckiej i czeskiej, dobra infrastruktura drogowa, komunikacja miejska oraz lotnisko obsługujące ok. 2,5 mln pasażerów rocznie. Ogromnym atutem Wrocławia jest potencjał edukacyjny. Stolica Dolnego Śląska, obok Warszawy i Krakowa, znajduje się w czołówce miast z największą liczbą osób studiujących na najbardziej cenionych przez pracodawców kierunkach: informatycznych, nauk ścisłych, inżynierijno-technologicznych i językowych.

Wrocław to trzecie miasto w Polsce (po Krakowie i Warszawie), pod względem liczby osób zatrudnionych w sektorze usług dla biznesu (40 000), co według danych ABSL stanowi 16% całkowitego zatrudnienia w tym sektorze w Polsce. Stały rozwój firm z branży nowoczesnych usług biznesowych we Wrocławiu osiągnął już tak wysoki poziom, że miasto przyciąga kolejne tego rodzaju inwestycje jak magnes.

Dystans dzielący Warszawę i największe miasta regionalne od kilku lat wyraźnie maleje. Coraz więcej międzynarodowych firm lokuje swoje centra usług wspólnych i biura poza stolicą.



Marcin Siewierski, Associate
w Dziale Powierzchni Biurowych,
Cushman & Wakefield

Można zatem śmiało stwierdzić, że Wrocław jest obecnie jednym z najsilniejszych ośrodków R&D w Europie Środkowo-Wschodniej.

Duża podaż powierzchni biurowej we Wrocławiu przekłada się na nowe możliwości dla najemców. Nowoczesne technologie stosowane przy budowie biurowców wpływają na redukcję kosztów użytkowania powierzchni, zaś duża konkurencja na rynku nieruchomości biurowych sprawia, że można uzyskać atrakcyjne warunki komercyjne. Firmy mogą podnieść standard zajmowanego biura nie narażając się jednocześnie na wzrost kosztów. Podaż powierzchni biurowej w I kwartale 2018 r. kształtowała się na poziomie 942 400 m²,

a w budowie jest kolejne 300 000 m². Dynamiczne tempo realizacji nowych inwestycji sprawia, że już na koniec 2018 r. łączna podaż powierzchni biurowej we Wrocławiu przekroczy prawdopodobnie 1 mln m².

Adam Schroeder: Firmy, które w ostatnich latach otworzyły nowe biura lub te, które w najbliższym czasie planują otworzyć nową siedzibę w miastach regionalnych, to głównie firmy z branży BPO, SSC oraz ITO/CTO. Najważniejsze pytanie, jakie zwykle zadaje sobie inwestor przy wyborze lokalizacji na swoją nową siedzibę, to to, czy znajdzie na miejscu pracowników o odpowiednich kompetencjach, a jeśli nie – to czy wykwalifikowani pracownicy będą chcie-

li przeprowadzić się do danego miasta i tu pracować. Innymi słowy, ocenia nie tylko obecny „talent pool”, lecz także to, jaki jest potencjał danej lokalizacji. Potencjał Trójmiasta, jeśli chodzi o możliwość przyciągania pracowników, jest ogromny i inwestorzy to dostrzegają, ponieważ obserwujemy stały wzrost popytu, zarówno wśród firm, które już mają tutaj biuro, jak i wśród nowych inwestorów.

M.S.: Wrocław jest uznawany za najbardziej atrakcyjne miejsce do pracy dla specjalistów i menedżerów. Aż 39% osób przebadanych przez firmę rekrutacyjną Antal chętnie przeprowadziłoby się do stolicy Dolnego Śląska. Według raportu opublikowanego w styczniu 2017 r., Wrocław jest najpopularniejszym kierunkiem relokacji w Polsce. Miasto przyciąga coraz więcej osób, gotowych przeprowadzić się tam na stałe. Rynek usług biznesowych we Wrocławiu jest bardzo zróżnicowany, przeważa profil techniczny, jednak popularne są też procesy finansowe.

Firmy, które w ostatnich latach otworzyły nowe biura lub te, które w najbliższym czasie planują otworzyć nową siedzibę w miastach regionalnych, to głównie firmy z branży BPO, SSC oraz ITO/CTO.

Duża podaż specjalistów w tych dziedzinach, wykreowana przez już istniejące centra usług biznesowych, powoduje, że miasto nieustająco przyciąga nowe inwestycje. W obliczu zmian zachodzących na rynku pracy, jakość biura ma coraz większe znaczenie w procesie pozyskiwania wartościowych pracowników. Lokalizacja, standard, nowoczesne rozwiązania i design zastosowane w biurze mają często charakter decydujący o wyborze pracodawcy. Wielu kandydatów podpisanie umowy o pracę poprzedza obejrzeniem miejsca, w którym będą pracować.

A.S.: Ważnym czynnikiem świadczącym o atrakcyjności danej lokalizacji dla inwestorów jest oczywiście dostępność odpowiedniej infrastruktury. W Trójmieście większość budynków biurowych zlokalizowana jest przy przystankach komunikacji publicznej oraz



Adam Schroeder, Associate
w Dziale Powierzchni Biurowych,
Cushman & Wakefield

wzdłuż niekorkujących się arterii. Duża część powierzchni klasy A znajduje się w budynkach, których wiek nie przekracza 6 lat, co sprawia, że oferują one wysoki standard powierzchni. Pracownicy dużych korporacji, centrów usług wspólnych, startupów, przestrzeni co-workingowych i centrów konferencyjnych mają dostęp do dużej liczby atrakcyjnych usług dodatkowych na parterach budynków, m.in.: sal konferencyjnych, kantyn, sushi barów, centrów medycznych, przedszkoli czy centrów fitness. Urozmaicona oferta sprawia, że biura żyją nie tylko w godzinach pracy, ale również wieczorami i w weekendy (w szczególności rejon OBC/Alchemia oraz Garnizon).

Widok z biura nie jest głównym czynnikiem decydującym o wyborze Trójmiasta, ale zazwyczaj stanowi dodatkowy atut. Z większości budynków roztaczają się wyjątkowe widoki na Trójmiejski Park Krajobrazowy oraz Zatokę Gdańską. Z innych można obserwować industrialny krajobraz stoczni lub starego miasta (C200, Tryton, Heweliusz). Natomiast z kilku najwyższych biurowców widać całe Trójmiasto jak na dłoni (Neptun, czy Olivia Star). W przerwach od pracy można więc ukoić wzrok, a w czasie wolnym aktywnie korzystać z tego co oferuje miasto i jego naturalne otoczenie.



Michał Galimski, Associate
w Dziale Powierzchni Biurowych,
Cushman & Wakefield

Jaka jest obecna koncepcja Krakowa na utrzymanie pozycji lidera w przyciąganiu inwestycji z sektora BPO/SSC?

Michał Galimski: Kraków od lat skupia się na przygotowaniu i wykształceniu przyszłej kadry pracowników. W mieście funkcjonuje 29 uniwersytetów, których bramy opuszcza 70 000 absolwentów rocznie. Oferta edukacyjna, oprócz mieszkańców Krakowa, skierowana jest także do mieszkańców Polski Południowej oraz studentów zza wschodniej granicy, np. z Ukrainy. W efekcie firmy zainteresowane otwarciem swojego biura mogą liczyć na stały dopływ nowych kandydatów. Równie istotna dla rozwoju lokalnego rynku biurowego jest liczba i dostępność wykwalifikowanej kadry pracowników z dobrą znajomością języków obcych, krakowskie centra biznesowe pracują w ponad 29 językach.

Wielokrotnie przy wyborze Krakowa dla istniejącego lub nowego projektu BPO/SSC/IT/R&D (zwane inaczej BSS) decyduje możliwość obsługi kompleksowych projektów, bądź dostępność specjalistów z różnymi kompetencjami, w tym chociażby z dziedziny finansów, HR, IT, R&D. Dla firm jest to kluczowy warunek dający szansę na powodzenie i rozwój projektu.

Kolejnym elementem, mającym wpływ na postrzeganie Krakowa jako atrakcyjnej lokalizacji, jest stała obecność miasta na czołowych miejscach w różnych rankingach. W TOP 100 Outsourcing Destinations Ranking – Global Services and Tholons, Kraków znalazł się w gronie 9 najatrakcyjniejszych miast na świecie dla inwestycji z sektora outsour-

W TOP 100 Outsourcing Destinations Ranking – Global Services and Tholons, Kraków znalazł się w gronie 9. najatrakcyjniejszych miast na świecie dla inwestycji z sektora outsourcingu.

wał magazyn FDI należący do grupy Financial Times, stolica Dolnego Śląska ma najlepszą strategię pozyskiwania inwestorów.

Które z miast przy zachowaniu odpowiedniej proporcji mają szansę dogonić Warszawę i być dla niej realną konkurencją?

cingu. Natomiast w 2018 r. miasto zajęło 8. pozycję w światowym zestawieniu Tholons Services Globalization City Index oraz 2. miejsce wśród miast europejskich.

Obecnie w Krakowie funkcjonuje ponad 245 firm z sektora BSS, w których pracuje ponad 60 000 osób. Co roku w Krakowie otwiera się kilka nowych centrów biznesowych. Czynniki zachęcającymi zagraniczne firmy do lokowania inwestycji w Krakowie jest obecność instytucji wspierających biznes oraz dostępność nowoczesnych powierzchni biurowych, która na koniec I kwartału br. wyniosła 1 128 096 mln m². Rozwojowi rynku sprzyja również dostępność międzynarodowego lotniska Balice Airport, które rocznie obsługuje ponad 4 mln pasażerów. Ponadto, miasto jest atrakcyjne dla przyjezdnych z zagranicy ze względu na niższe średnie koszty życia. Nie możemy zapomnieć, że stolica Małopolski, oprócz biznesowych walorów, to także atrakcyjna europejska lokalizacja turystyczna, która jest doskonale rozpoznawalna na świecie.

Jak Gdynia na tle całego Trójmiasta przyciąga nowe inwestycje z sektora BSS?

A.S.: Siła Trójmiasta tkwi w postrzeganiu przez inwestorów tego rejonu jako spójnej metropolii. Kilka miast (bo oprócz Gdańska, Sopotu i Gdyni, mamy również Pruszcz, Rumię, Redę czy Wejherowo) połączonych wspólną tkanką miejską, drogami, komunikacją publiczną, etc. Mieszkańcy studiują i mieszkają w Gdańsku, a pracują np. w Gdyni.

Jeśli chcielibyśmy rozważyć Gdynię oddzielenie to oprócz dużych inwestorów, którzy wybrali to miasto na swoją siedzibę wiele lat temu (np. Thomson Retuters, DNV, WNS czy Sony Pictures), to

jednak w ostatnich latach Gdańsk przyciągał nowe inwestycje z sektora BSS.

Jednym z głównych powodów była szybko rosnąca podaż nowych obiektów biurowych w Gdańsku. Pod tym kątem Gdynia rozwijała się o wiele wolniej. Aby przyciągnąć nowe podmioty nie wystarczy pojedynczy budynek o średniej wielkości. Najemcy wolą wybierać spośród oferty kilku obiektów lub parków biurowych – możliwość rozwoju to jeden z głównych kryteriów wyboru konkretnej lokalizacji.

Widać jednak stałe zainteresowanie Gdynią i jeśli tylko pojawia się jakaś powierzchnia z potencjałem, zostaje ona bardzo szybko wynajęta (np. kompleks biurowy Tensor). W najbliższym czasie w Gdyni planowana jest realizacja kilku nowych, dużych inwestycji biurowych, które znacznie zwiększą możliwości Gdyni w zakresie przyciągania nowych inwestorów z sektora BSS.

Wrocław to kluczowa lokalizacja dla inwestycji typu ITO i R&D. Jaka jest polityka miasta na przyciąganie tego typu inwestycji?

M.S.: Wrocław, po Warszawie i Krakowie, najlepiej radzi sobie z przyciąganiem inwestorów, dzięki czemu buduje silną pozycję na rynku nieruchomości komercyjnych w kraju. Miasto nieustannie wspiera programy współpracy z uczelniami wyższymi, władze miasta są również aktywne na polu wsparcia dla start-upów i pomocy w uzyskiwaniu finansowania dla przedsiębiorców. Wrocław jest jednym z liderów pod względem lokowania inwestycji zagranicznych. Według raportu „Polskie miasta i regiony przyszłości 2017/18”, który opraco-

M.S.: Dystans dzielący Warszawę i największe miasta regionalne od kilku lat wyraźnie maleje. Coraz więcej międzynarodowych firm lokuje swoje centra usług wspólnych i biura poza stolicą. Na koniec 2017 r. w stolicy było ciągle więcej powierzchni biurowej niż w miastach regionalnych (5,2 mln m² vs. 4,3 mln m²). Jednak, jeśli spojrzymy na planowaną podaż, Warszawa zostaje w tyle. W roku 2017 w regionach przybyło zdecydowanie więcej nowej powierzchni biurowej (450 tys. m²) niż w Warszawie (275 tys. m²), także wskaźnik pustostanów na rynkach regionalnych jest niższy niż w Warszawie (9,9% vs. 11,7%).

Prognozy na rok 2018 wskazują, że taki trend utrzyma się w najbliższym czasie. W miastach regionalnych planowane jest oddanie ponad 640 tys. m² nowej powierzchni, a w stolicy niespełna 270 tys. m², czyli dwa razy mniej. Największe rynki, takie jak: Kraków, Wrocław czy Trójmiasto, dzięki swojej ugruntowanej pozycji jako topowe destynacje dla sektora BSS w Europie, nadal będą przyciągać dużych najemców. Rozwój ten dodatkowo będzie stymulowany przez ekspansję lub konsolidację funkcjonujących już na rynku podmiotów. 2018 rok będzie czasem intensywnej ekspansji również dla rynków regionalnych w Poznaniu, Katowicach czy Łodzi. Wraz z nasyceniem się największych ośrodków regionalnych, rośnie zainteresowanie mniejszymi miastami regionalnymi, takimi jak Szczecin, Lublin, Opole, Rzeszów, czy Bydgoszcz. Przewagą tych miast są silne ośrodki akademickie, zapewniające dostęp do wykwalifikowanej kadry.

Dziękujemy za rozmowę.

Duopolis – w Polsce tworzy się największy hub BSS w Europie

Od wielu lat w Polsce jesteśmy świadkami dynamicznego rozwoju miast. Z jednej strony jest to rozwój pojedynczych metropolii, z drugiej zaś powstawania naturalnego partnerstwa między miastami, które tworzą współpracujące ze sobą ośrodki biznesowe. Ma to swoje korzyści, zarówno z punktu widzenia mieszkańców, jak i rozwoju biznesu.

W chwili obecnej w Łodzi w trakcie budowy jest 92,2 tys. m² nowoczesnych biur, które uzupełnią dostępne już w tej chwili 196,4 tys. m².

Dobrze znanymi przykładami są Trójmiasto, które łączy Gdańsk, Sopot i Gdynię, czy też niedawno powstała Metropolia Górnośląsko-Zagłębiowska, skupiająca 41 miast okalających Katowice. Podobnych przykładów można znaleźć jeszcze kilka, lecz są one już reprezentatywne i opierają się głównie na modelu „miasto centralne – miasta satelitarne”.

Z uwagi na rozwój infrastruktury mieszkaniowej, biurowej, a także logistyki drogowej i kolejowej, w Polsce powstaje kolejny model naturalnej kooperacji dwóch dużych aglomeracji – Warszawy i Łodzi. Jak podaje GUS, pod koniec roku 2017 Warszawę zamieszkiwało 1.764.615 osób, a w Łodzi odpowiednio 690.422. Łącznie w tych dwóch miastach mieszka prawie 2,5 miliona osób. Mamy do czynienia z jeszcze większą skalą, jeśli doliczymy mieszkańców gmin ościennych, okalających oba miasta.

Jesteśmy świadkami powstawania Duopolis – ogromnej metropolii składającej się z dwóch dużych miast. Przez wiele lat to Warszawa była magnesem i miastem, do którego ludzie przyjeżdżali do pracy. Trend ten jednak w ostatnich latach się zmienia i to Łódź, m.in. za sprawą szybkiego rozwoju sektora BSS, stale zwiększa swoją atrakcyjność w oczach pracowników. Co roku proces ten staje się coraz bardziej dynamiczny, a to za sprawą rozwoju i modernizacji infrastruktury drogowej i kolejowej. Jeszcze w pierwszej dekadzie XXI wieku, aby dojechać z Warszawy do Łodzi, należało się kierować drogą katowicką, przez Rawę Mazowiecką. Ten szlak drogowy nadal jest dostępny, ale za sprawą



autostrady A2, czas dojazdu między miastami został skrócony o kilkadziesiąt minut. Podobnie jest w przypadku pociągów. Infrastruktura kolejowa jest na bieżąco modernizowana i już w tej chwili z dworca Centralnego w Warszawie do dworca Łódź Fabryczna dojazd w porannych godzinach zajmuje około 90 minut, i to w bardzo komfortowych warunkach. Czas ten ulegnie dalszemu skróceniu i docelowo powinien wynieść około 60 minut. Już teraz obłożenie pociągów w godzinach szczytu relacji Warszawa-Łódź oraz Łódź-Warszawa przekracza 60%.

Na usprawnienia logistyczne zwraca uwagę biznes, który z zainteresowaniem śledzi i analizuje możliwości rozwoju w Łodzi. Oba miasta, dzięki swoim potencjałom, ofercie kulturalnej, turystycznej i warunkom mieszkaniowym, są atrakcyjne do życia, jak i do rozwoju kariery zawodowej. Są jednak między nimi różnice, które dotyczą kosztów

oraz konkurencji. W obszarze wynagrodzeń w sektorze nowoczesnych usług dla biznesu, który głównie interesuje pracowników, znaczących różnic nie ma, a to oznacza, że w naturalny sposób inwestorzy z branż BPO, SSC, czy R&D patrząc na centralną Polskę, mają do dyspozycji nie jedno, ale dwa duże miasta, z których to Łódź, biorąc pod uwagę czynnik ekonomiczny i dostępność kadr, staje się równorzędnym graczem z Warszawą.

Fakt ten został dostrzeżony przez sektor nieruchomości biurowych. W chwili obecnej w Łodzi w trakcie budowy jest 92,2 tys. m² nowoczesnych biur, które uzupełnią dostępne już w tej chwili 196,4 tys. m². Łódź jest obecnie ogromnym placem budowy, a deweloperzy nie ukrywają, że liczą na zainteresowanie swoimi projektami biurowymi, głównie najemców z sektora BSS. Nie są to oczekiwania bez pokrycia, gdyż jak można się przekonać, niemal co miesiąc w mieście otwierane jest nowe centrum BPO, SSC lub R&D. Tylko w kilku ostatnich tygodniach otwarto, rozwinięto lub zapowiedziano nowe inwestycje, takich firm jak: BFF Banking Group, BSH, Clariant, Philips Lighting, czy Commerz Systems.

Przy tak dynamicznie rozwijającej się infrastrukturze biurowej Łodzi i jednocześnie skracaniu czasu komunikacji między stolicą Polski a Łodzią, i dodatkowo możliwością korzystania z dwóch lotnisk – model Duopolis staje się faktem. Oba miasta tworzą w ten sposób jeden z największych, o ile nie największy hub biznesu BSS w całym regionie Europy Środkowej i Wschodniej. Patrząc

Jesteśmy świadkami powstawania Duopolis – ogromnej metropolii składającej się z dwóch dużych miast.

na różnicowanie procesów, jakie są obsługiwane w centrach usług wspólnych, w odniesieniu do Duopolis można powiedzieć o wszechstronnej i kompleksowej realizacji procesów biznesowych, począwszy od multijęzycznej obsługi klienta, przez procesy finansowo-księgowo-kadrowe, na analityce finansowej, badaniach i rozwoju oraz wsparciu informatycznym kończąc. Biorąc pod uwagę profil inwestorów zagranicznych, którzy obecnie są zainteresowani lokowaniem swoich projektów biznesowych w Polsce, Duopolis odpowiada na większość ich potrzeb, zapewnia doskonałą logistykę, swobodny dostęp do kadr i powierzchni biurowych oraz – co istotne – alternatywę kosztową.

Utworzenie Duopolis daje możliwość spojrzenia na Łódź w zupełnie innym świetle – już nie tylko jako pojedynczy, choć znaczący i duży, ośrodek miejski, ale jako część potężnej aglomeracji utworzonej przez dwa biznesowe, a zarazem akademickie miasta w centralnej części Polski, które są doskonale skomunikowane i dają wiele możliwości dla rozwoju sektora BSS w Europie.



Biuro Obsługi Inwestora i Współpracy z Zagranicą
ul. Piotrkowska 104a
90-926 Łódź
tel.: +48 42 638 59 39
fax: +48 42 638 59 40
e-mail: boi@uml.lodz.pl





Bydgoszcz numerem 1 dla IT w Polsce

Wśród jedenastu największych ośrodków usług biznesowych w Polsce Bydgoszcz zajmuje pierwsze miejsce, biorąc pod uwagę udział usług IT w strukturze zatrudnienia centrów BPO, SSC, IT i R&D – wskazuje najnowszy raport na temat usług biznesowych w Bydgoszczy, przygotowany przez Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL).

Bydgoszcz znajduje się w gronie najważniejszych lokalizacji inwestycji z sektora nowoczesnych usług biznesowych w Polsce i wciąż dynamicznie się rozwija. Według danych z ostatniego raportu ABSL, opublikowanego na początku czerwca, w mieście działa 41 centrów usług BPO, SSC, IT, R&D. Od 2016 r. powstało ich już 9, a konserwatywny scenariusz przewiduje wzrost do 50 ośrodków do 2020 r. W połączeniu z intensywnym rozwojem centrów już istniejących w mieście, liczba miejsc pracy w branży zwiększyła się łącznie w tym czasie o 28%, czyli o nieco ponad 2000 osób.

MOCNY PUNKT NA KRAJOWEJ MAPIE USŁUG IT

Bydgoszcz doskonale wykorzystuje możliwości związane z rozwojem sektora, w szczególności szeroko rozumianej branży IT. Usługi IT, w tym działalność badawczo-rozwojowa w zakresie rozwoju oprogramowania, stanowią najważniejszą kategorię usług świadczonych w bydgoskich centrach i generują obecnie 86% zatrudnienia w branży. Specjalizacja Bydgoszczy w świadczeniu usług teleinformatycznych i programistycznych widoczna jest także poprzez profil inwestorów, wśród których znajdują się globalnie rozpoznawalne marki, jak Nokia, Atos, Asseco, Mobica, SDL, Cybercom czy Teldat. Większość z nich rozszerzyła w ostatnich latach zakres świadczonych usług i zwiększyła zatrudnienie w swoich centrach, sygnalizując jednocześnie realne prognozy dalszego rozwoju.

Znajdująca się w Bydgoszczy największa z polskich lokalizacji firmy Atos obecnie zatrudnia już ponad 3500 osób, a tegoroczne plany firmy zakładają zwiększenie tej liczby o kolejnych 500 pracowników. Bydgoscy specjaliści realizują tu strategiczne projekty dla globalnych klientów i uczestniczą w pracach przy tak prestiżowych projektach, jak obsługa IT Igrzysk Olimpijskich. Swoją drogę, z małego biura w centrum Bydgoszczy do rozmiarów firmy zatrudniającej niemal 200 osób, w zaledwie siedem lat, zdołał przejść bydgoski oddział międzynarodowej korporacji Mobica. Zgoła innym przykładem sukcesu inwestycyjnego jest Nokia Bydgoszcz – Centrum Technologiczne, z bardzo bogatym dziedzictwem odzwierciedlającym historię sektora telekomunikacyjnego w Polsce sięgającą 1927 r., a będące częścią fińskiej struktury od 2016 r. Doceniając istotny wkład bydgoskiego oddziału w budowanie globalnej pozycji firmy na rynku, Nokia planuje jego dalszy rozwój, szczególnie w zakresie badań i rozwoju. Te oraz wiele innych przykładów dowodzą, że w opinii najważniejszych inwestorów w mieście, Bydgoszcz jest sprawdzonym miejscem prowadzenia działalności gospodarczej.



Jeszcze sprawniejszy rozwój infrastruktury biurowej w Bydgoszczy umożliwia przyjęta na początku br. uchwała Rady Miasta Bydgoszczy o zwolnieniu z podatku od nieruchomości inwestycji w powierzchnie biurowe o wysokim standardzie w nowo wybudowanych budynkach.

Kompetencje lokalnej kadry, dogodne położenie komunikacyjne i atrakcyjna propozycja inwestycyjna miasta zachęcają także do wejścia na bydgoski rynek nowe podmioty z branży IT. W ostatnim czasie swoje oddziały otworzyły w mieście firmy Cognifide i Meelogic. – *Silna kadra IT, mocne zaplecze techniczne i cenione uczelnie – to magnesy, którymi przyciągnęła nas Bydgoszcz* – mówi Marcin Stańczyk, Dyrektor Zarządzający Cognifide. – *Duże znaczenie ma też doskonałe skomunikowanie miasta z naszymi siedzibami w Poznaniu i Londynie, a także dynamiczny rozwój aglomeracji* – dodaje.

KADRY NA MIARĘ OCZEKIWAŃ INWESTORÓW

Wysoki potencjał kapitału ludzkiego w Bydgoszczy jest jednym z czynników najbardziej docenianych przez inwestorów. Jako największy ośrodek akademicki w województwie kujawsko-pomorskim, Bydgoszcz oferuje przedsiębiorcom dostęp do zasobów ludzkich o odpowiadających im kompetencjach. Jak wskazuje wspomniany już raport ABSL, obecnie ponad jedna trzecia studentów aglomeracji bydgosko-toruńskiej kształci się na kierunkach biznesowo-administracyjnych, inżynierii technicznych, językowych oraz teleinformatycznych, których absolwenci najczęściej otrzymują zatrudnienie w branży nowoczesnych usług dla biznesu. Pozytywny wpływ na podaż wykwalifikowanych pracowników na lokalnym rynku pracy ma dodatkowo bliskie położenie Torunia, skąd wielu pracowników dojeżdża do bydgoskich centrów. Ponadto, w publikacji przygotowanej przez ABSL, podkreślono konkurencyjny poziom presji na lokalnym rynku pracy, który nadal jest w Bydgoszczy niższy niż w większości głównych ośrodków usług biznesowych w Polsce.

Kompleksowy raport „Usługi biznesowe w Bydgoszczy” jest dostępny na stronie ABSL w dziale publikacje: www.absl.pl/pl/publikacje.

EDUKACJA WE WSPÓŁPRACY Z PRZEDSIĘBIORCAMI

Kształcenie odpowiednich kadr dla sektora nowoczesnych usług dla biznesu w mieście wspierają także sami przedsiębiorcy, szczególnie jeśli chodzi o najbardziej dynamiczną branżę IT. W Bydgoszczy dostrzec można wiele dobrych praktyk w zakresie współpracy firm z uczelniami wyższymi, a także już na etapie edukacji w szkołach średnich czy kształcenia pozaformalnego. Przy znaczącym zaangażowaniu przedsiębiorstw z sektora opracowane zostały specjalne programy nauczania i stworzono kierunki partnerskie na uczelniach wyższych oraz klasy patronackie w szkołach średnich. Istotne jest też wsparcie procesu edukacji o elementy praktyczne poprzez realizację praktyk i staży w firmach.

Dodatkowo, doświadczeni pracownicy, eksperci i inżynierowie z takich firm jak np. Atos, iQor, Nokia czy SDL regularnie prowadzą praktyczne szkolenia dla uczniów, studentów oraz absolwentów, z tematyki IT, komunikacji czy zarządzania. W mieście rodzi się także coraz więcej inicjatyw popularyzujących sektor badawczo-rozwojowy oraz budujących społeczność wokół branży IT. We wrześniu odbędzie się pierwsza w mieście typowo techniczna konferencja IT „bITconf”, a w planie na listopad jest też druga edycja wydarzenia „Kobiety w IT”, propagująca nauki ścisłe i informatyczne wśród kobiet i pokazująca im możliwości rozwoju zawodowego w branży nowoczesnych technologii.

współczynnik powierzchni niewynajętej, pokazując jak bardzo chłonny jest obecnie bydgoski rynek biurowy. Jeszcze sprawniejszy rozwój infrastruktury biurowej w Bydgoszczy umożliwia przyjęta na początku br. uchwała Rady Miasta Bydgoszczy o zwolnieniu z podatku od nieruchomości inwestycji w powierzchnie biurowe o wysokim standardzie w nowo wybudowanych budynkach. Można zatem szacować, że w najbliższych dwóch latach podaż powierzchni biurowej w Bydgoszczy wzrośnie o kolejne 30%.

Bydgoszcz sukcesywnie i trwale zmienia swój wizerunek z ośrodka przemysłowego na centrum nowoczesnych technologii i usług, oferując stabilne środowisko biznesowe oraz wykwalifikowaną kadrę. Konsekwentnie realizowana strategia władz miasta, lokalna specjalizacja IT, a także kompleksowe wsparcie procesów inwestycyjnych ze strony Bydgoskiej Agencji Rozwoju Regionalnego kreują dobry klimat dla nowych inwestycji, a także dla rozwoju istniejących przedsiębiorstw.



ul. Uni Lubelskiej 4C
85-059 Bydgoszcz
Tel. +48 52 585 88 23
barr@barr.pl
www.barr.pl

NOWOCZESNY I CHŁONNY
RYNEK BIUROWY

Równoległe z rozwojem sektora BPO/SSC w Bydgoszczy, zmienia się również podaż oraz jakość oferowanych obiektów biurowych. Potwierdza to wspomniany raport ABSL, podając, że ok. 30% zasobów powierzchni biurowej w mieście zostało oddanych do użytku w okresie ostatnich trzech lat. Oznacza to, że duża część powierzchni biurowej w mieście znajduje się w nowoczesnych budynkach, co pozostaje nie bez znaczenia np. przy procesach rekrutacji pracowników w branży IT. Jednocześnie obniżył się

Nowa inwestycja
w mieście

NAZWA INWESTORA: Meelogic Consulting AG

KRAJ POCHODZENIA: Niemcy

LICZBA MIEJSC PRACY: planowane 100 miejsc pracy w ciągu 2 lat

BRANŻA: IT, doradztwo

SIEDZIBA W MIEŚCIE: Arkada Business Park

DOTYCHCZASOWA POWIERZCHNIA

ZABUDOWY W M²: 300

Oferująca rozwiązania w zakresie Internetu Rzeczy firma Meelogic rośnie dalej i otwiera nowy oddział w Bydgoszczy. Jest to druga, obok biura szczecińskiego, placówka firmy w Polsce.

Firma planuje przez pierwsze dwa lata zwiększyć zatrudnienie w bydgoskim oddziale do 100 wysoko wykwalifikowanych pracowników. Biuro firmy mieści się w położonym w ścisłym centrum miasta, nowo powstałym kompleksie biurowym Arkada Business Park. W Bydgoszczy rozwijane będą projekty z obszarów medycyny, pojazdów automatycznych i elektromobilności.

Meelogic oferuje swoim pracownikom przyjazną atmosferę pracy, płaską strukturę zarządzania i ambitne zadania.

Międzynarodowy i wielokulturowy zespół stawia na zaangażowanie i dobrą współpracę pomiędzy oddziałami.



Robert Ostojki,
Dyrektor Meelogic Polska

Biznes w poznańskiej przestrzeni miejskiej

Jak wysokiej jakości przestrzeń miejska wpływa na życie mieszkańców?
Czy inwestorzy powinni dostosowywać swoje projekty do zastanej architektury?
Czy poznańskie Alfy nie pasują do Nowego Świętego Marcina? I wreszcie:
jak Miasto dba o estetykę? – o tym w rozmowie z Piotrem Libickim,
Pełnomocnikiem Prezydenta ds. Estetyki Miasta.

Outsourcing&More: Najnowsza Strategia Rozwoju Miasta Poznania skupia się na współdziałaniu. Jak w tym świetle możemy rozumieć planowanie przestrzeni miejskiej?

Piotr Libicki: Aby odpowiedzieć na to pytanie, musimy sięgnąć do definicji przestrzeni publicznej, a nawet do definicji miasta. Miasto jest przede wszystkim wspólnotą mieszkańców, która realizuje się w przestrzeni publicznej, czyli przestrzeni pomiędzy budynkami. To jest miejsce spotkań, zacieśniania więzi, niejednokrotnie spotkań przypadkowych, które polegają jedynie na wymianie spojrzeń, ale które budują wspólnotę.

Nie ulega wątpliwości, że dzisiaj, i o tym też mówi Strategia, skupiamy nasze wysiłki, żeby poznańską przestrzeń publiczną budować jak najlepszej jakości. I to wpływa ostatecznie na jakość życia mieszkańców.

Poznań znany jest z rynków, które stanowią centralne place handlowe poszczególnych dzielnic. Historyczna architektura jest również adaptowana na potrzeby różnych instytucji i pod-

miotów. Czy Miasto tworzy projekty, które mają otoczyć opieką historyczną przestrzeń miejską?

Miasto je inicjuje i prowadzi. W najbliższym sąsiedztwie głównej siedziby Urzędu Miasta Poznania prowadzone są badania archeologiczne – wstęp do przebudowy Placu Kolegiackiego, która będzie polegała na zmianie z parkingu w pełnowartościową, wielofunkcyjną przestrzeń publiczną. W perspektywie dwóch najbliższych lat mówimy o poprawie jakości przestrzeni Starego Rynku – szczególnie w kontekście nawierzchni oraz dodatkowej zieleni. W ramach programu dla Śródmieścia częścią Strategii jest punkt „Poznańskie rynki i place”. W związku z tym, jeszcze w tym roku startuje przebudowa Rynku Łazarskiego, następnie kolejno: Rynku Jeżyckiego oraz Placu Bernardyńskiego.

Jeśli chodzi o przestrzeń publiczną w Poznaniu dzieje się bardzo dużo, a musimy pamiętać, że przestrzenią publiczną są również tereny nadwarciańskie, które dzięki wysiłkom Urzędu Miasta, stają się coraz atrakcyjniejszym miejscem dla poznaniaków i przyjezdnych.

Decyzje biznesowe zależą od bardzo wielu czynników, ale to, czy miasto jest atrakcyjne pod względem przestrzeni publicznej, też ma na pewno wpływ na wybór miejsca inwestycji. Jeżeli pracownicy firmy, czy to wyższego, czy niższego szczebla, mają przyjemną przestrzeń, w której mieszkają, mają gdzie po godzinach pójść i spędzić czas, to zachęca to do prowadzenia interesów w tym właśnie mieście.



Fot.: Przemysław Turlej

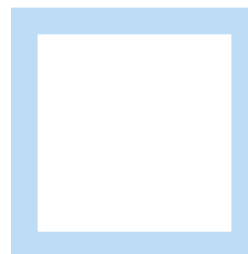
Pracujemy intensywnie nad tzw. uchwałą krajobrazową, która w przyszłym roku zostanie przyjęta przez Radę Miasta. Uchwała będzie dokładnie regulowała zasady, na jakich reklamy, czy też szyldy mogą być w przestrzeni miejskiej umieszczane.

Porozmawiamy zatem chwilę o tym, jak łączyć tradycyjną architekturę poznańską z nowoczesnymi projektami, jak chociażby niezbędne w biznesie biurowce. Niedawno do użytku został oddany Bałtyk, w trakcie realizacji są kolejne dwa biurowce, Pixel oraz kompleks Nowy Rynek. Czy warto łączyć innowacyjne projekty z tradycyjną architekturą, czy wręcz przeciwnie, inwestorzy powinni dostosowywać swoje projekty do tej przestrzeni, którą zastali już w mieście?

Zawsze należy dostosowywać projekt do zastanej przestrzeni, niezależnie od tego, jaką architekturę planujemy tworzyć. Przestrzeń jest palimpsestem, składanką obiektów, które powstawały w różnych epokach. Nie ulega wątpliwości, że my dzisiaj oczekujemy architektury dzisiejszej – współczesnej, zarówno ze zrozumieniem i szacunkiem ulokowanej w zastanej tkance miejskiej, jak i wnoszącej nową, odważną wartość.

Akurat Bałtyk to projekt bardzo odważny, bo stara się dominiować w przestrzeni, ale został stworzony z taką dużą świadomością, że ma do tego pełne prawo. Bałtyk tak naprawdę buduje tożsamość tej nijakiej przestrzeni, jaką do tej pory

Nowa architektura jest nam bezwzględnie potrzebna – w kontekście budowania nowej tożsamości miejsca, jak w przypadku Bałtyku i Ronda Kaponiera, ale również w sposób skromniejszy, tak jak w przypadku biurowca i parkingu Za Bramką, który jest również siedzibą Biura Obsługi Inwestorów Urzędu Miasta Poznania.



Fot. Agata Łakińska

Piotr Libicki,
Pełnomocnik Prezydenta
Miasta Poznania
ds. Estetyki Miasta,
Urząd Miasta Poznania
piotr_libicki@um.poznan.pl
tel.: +48 61 878 5101
tel. kom. +48 783 949 077

było Rondo Kaponiera. Kaponiera jest węzłem komunikacyjnym, ale dzisiaj staje się powoli przestrzenią publiczną, ponieważ to nie jest tylko sam budynek, który przyciąga swoją architekturą. To jest budynek, który u swojej podstawy tworzy miejsce spotkań (kawiarnie i restauracje) oraz wydarzeń kulturalnych.

Nowa architektura jest nam bezwzględnie potrzebna – w kontekście budowania nowej tożsamości miejsca, jak w przypadku Bałtyku i Ronda Kaponiera, ale również w sposób skromniejszy, tak jak w przypadku biurowca i parkingu Za Bramką, który jest również siedzibą Biura Obsługi Inwestorów Urzędu Miasta Poz-

nania. Budynek harmonijnie wpasował się w gęstą tkankę śródmiejską i nie chce dominować. Wprowadza nowe funkcje publiczne, uzupełnia przestrzeń, ale robi to z wielkim szacunkiem wobec zastanego otoczenia. Wprowadzenie nowoczesnych form architektury może się w mieście odbywać naprawdę w różnej formie. Ważne, żeby nie popełniać błędów przeszłości, czyli ignorowania kontekstu – zdarzało się, że w Poznaniu budowano bez zastanowienia, bez szacunku wobec tego, co wokół. Nowe projekty muszą mieć bardzo świadomą relację z otoczeniem.



Jak w takim razie pięć wieżowców dawnej Alfę wpisuje się w rewitalizację ulicy Święty Marcin? Projekt Centrum – Nowy Święty Marcin jest naprawdę nowoczesny, natomiast wieżowce Domów Towarowych Alfa o modernistycznym, wręcz siermiężnym charakterze wyraźnie kontrastują.

Ja się z tym nie zgodzę. Alfę były takim Bałtykiem w swoim czasie (powstały w latach 1965-1972). Były modernistycznym projektem wpasowanym w historyczną tkankę miejską. To wysokość Alf nadaje charakter panoramie Poznania i w tym sensie tworzy nowy obraz Śródmieścia, podobnie jak utworzył go teraz Bałtyk w ramach Kaponiery. W przypadku Alf widzę przykład odważnego działania, wpisującego się w epokę, ale nie tak bez-

strzeni. Do wykorzystania dla inwestorów pozostają kolejne trzy budynki. Nie widzę w Alfach problemu dla przyszłości Świętego Marcina po remoncie – widzę ogromny potencjał, który powoli jest uruchamiany.

Z rewitalizacją ścisłego centrum wiąże się również temat szpecących reklam, którym daleko do pięknych neonów, jakimi przed laty Poznań mógł się szczycić. Jak w tym zakresie działa Miasto, aby poprawić estetykę przestrzeni miejskiej?

Wyzwań jest cały czas bardzo dużo, ale też bardzo dużo już się zmieniło. Pracujemy intensywnie nad tzw. uchwałą krajobrazową, która w przyszłym roku zostanie przyjęta przez Radę Miasta. Uchwała będzie dokładnie regulowała zasady, na jakich reklamy, czy też szyldy mogą być w przestrzeni miejskiej umieszczane (wielkość, wysokość, lokalizacja, rodzaj nośników).

Wydaliśmy „Szyldownik”, który jest precyzyjnym poradnikiem dla mniejszych podmiotów i zarządców nieruchomości, jak



czelnego, jak w przypadku wieżowców przy ul. Piekary (tzw. Punktowców), które szpecą tkankę historyczną i wprowadzają jakość, która jest dysonansem, a nie harmonijnym wpasowaniem.

POZnań*

**Biurow Obsługi
Inwestorów
Miasto Poznań**
ul. Za Bramką 1
61-842 Poznań
tel. +48 61 878 54 28
inwestor@um.poznan.pl
www.poznan.pl

Co najważniejsze, dzisiaj Alfę mogą uzupełnić i wzbogacić funkcje publiczne w ramach odnowionego Świętego Marcina. W pierwszym wieżowcu realizowana będzie funkcja hotelowa, w kolejnym planowany jest akademik, który przyciągnąłby nową, bezwzględnie potrzebną grupę użytkowników prze-

znaczających punkty handlowe i usługowe w mieście. „Szyldownik” powstał na podstawie założeń do uchwały krajobrazowej – działamy już teraz, żeby wprowadzona uchwała nie była dla przedsiębiorców zaskoczeniem.

Na co dzień podejmujemy również działania oczyszczające miasto – w ciągu ostatnich trzech lat ponad 100 nielegalnych nośników reklamowych, oszpecających wiele przestrzeni udało nam się usunąć. Chociażby na ul. Strzeleckiej, która bezpośrednio prowadzi do Śródmieścia, zlikwidowaliśmy takich nośników kilkanaście. To daje natychmiastowy efekt wizualny.

Poprawa estetyki przestrzeni miejskiej jest istotnym zadaniem. Poznań w tym kierunku działa bardzo aktywnie. Jakie działania są jeszcze prowadzone w miejscach publicznych?

Zmieniliśmy wygląd wszystkich ogródków gastronomicznych w Poznaniu. Jednokolorowe, nie za duże parasole znacząco wpływają na odbiór Starego Rynku oraz innych ulic. Staraliśmy się, we współpracy z innymi jednostkami Urzędu Miasta, uporządkować również kwestie infrastruktury – słup-

ków, mebli miejskich, wiat przystankowych, całego miejskiego wyposażenia. Chcemy, by te elementy też dobrze się wpisywały w przestrzeń publiczną, były estetyczne, dyskretne, w subtelnych kolorach.

W Strategii Rozwoju Miasta Poznania znajdziemy również zapis dotyczący zieleni miejskiej – ilość zieleni w pasach drogowych powinna się zwiększać.



Jako Wydział Urbanistyki i Architektury staramy się opiniować projekty i zwracać na to szczególną uwagę. W Poznaniu wyjątkową, wieloletnią tradycją jest dbałość o zieleni ulic, placów i parków.

Obszarów działania estetycznego w mieście jest bardzo dużo – jest to bardzo ważny element w przestrzeni publicznej, dzięki któremu dane miejsce postrzegamy jako przyjemne do przebywania.

Na zakończenie, powiedzmy trochę więcej o projekcie Wolny Dziedziniec, czyli przywróceniu użyteczności dziedzińcowi w głównej siedzibie Urzędu Miasta Poznania.

Jeżeli mówimy o zmianach i odzyskiwaniu historycznej przestrzeni publicznej to trzeba zacząć od siebie, czyli od urzędu. Decyzją Prezydenta Jacka

Jaśkowiaka, samochody urzędników i radnych zostały z tej przestrzeni usunięte. Obecnie Wolny Dziedziniec jest otwarty na potrzeby mieszkańców i turystów. Wszystkie siedziska są mobilne, a donice można przesunąć w łatwy sposób. Precyzyjny projekt zaowocował stworzeniem wielofunkcyjnej przestrzeni do codziennego przebywania czy też do organizacji koncertów, imprez i innych przedsięwzięć.

Każda przestrzeń miejska powinna być z założenia wielofunkcyjna. Miasto, które może pochwalić się wysokiej jakości przestrzenią publiczną, będzie miastem przyjemnym do mieszkania i miastem przyciągającym nowych mieszkańców i nowych inwestorów.

Dziękujemy za rozmowę.

Nowa inwestycja w mieście



NAZWA INWESTORA: Nordcloud Sp. z o.o.

KRAJ POCHODZENIA: Finlandia

LICZBA MIEJSC PRACY: 40+

BRANŻA: IT, R&D

SIEDZIBA W MIEŚCIE: Kupiec Poznański,
pl. Wiosny Ludów 2

ZAJĘTA POWIERZCHNIA W M²: 520

Nordcloud jest europejskim liderem rozwiązań chmury publicznej AWS, Azure oraz GCP. Pomagamy klientom w tworzeniu najwyższych standardów rozwiązań chmurowych i uzyskaniu maksymalizacji korzyści z chmury publicznej.

Aktualnie buduję i rozwijam zespoły IT oraz działalność operacyjną w Nordcloud Polska. Intensywnie rekrutujemy w Poznaniu, ale również w innych miastach Polski, umożliwiając pracę zdalną dla nas. Wspieram aktywnie zespół rekrutacyjny, ale także współpracuję z partnerami biznesowymi z regionu, by wspólnie z grupą Nordcloud rozwijać nasz oddział.

Zatrudniamy właściwie na te same stanowiska, co w innych krajach, w których działamy. Przykładowo, są to Cloud Architekci, Deweloperzy i Inżynierowie wsparcia. Rozbudowaliśmy już kilka działów, następne tworzone będą jeszcze w tym roku.

Zmieniliśmy biuro i teraz jesteśmy na ostatnim piętrze Kupca Poznańskiego, mamy więc ogromną przestrzeń do znacznego wzrostu.

Henri Jääskeläinen,
Site Manager
Nordcloud Sp. z o.o.

RZESZÓW PRZYCIĄGA INNOWACYJNY PRZEMYSŁ

Pierwszy i drugi kwartał 2018 roku w Rzeszowie obfitowały w wiele kluczowych decyzji o realizacji nowych, niezwykle ważnych inwestycji na terenie Rzeszowa oraz sąsiadujących z miastem Specjalnych Stref Ekonomicznych. W poniższym artykule pokrótce omówione zostały najważniejsze z nich. Zapraszamy do lektury.

Rzeszowski potentat informatyczny, **Asseco Poland S.A.**, w listopadzie 2017 r. podjął decyzję o utworzeniu w mieście Rzeszowie **Asseco Innovation Hub** – nowatorskiego centrum badawczo-rozwojowego. Centrum będzie się zajmować rozwojem zaawansowanych systemów i technologii dla kluczowych sektorów krajowej oraz globalnej gospodarki – m. in. służby zdrowia, energetyki, sektora bankowego, przedsiębiorstw, telekomunikacji, jak również rolnictwa. Prace badawcze Asseco Innovation Hub będą się koncentrować na priorytetowych zjawiskach i trendach ze świata nowoczesnych technologii, takich jak: elektromobilność, telemedycyna, sztuczna inteligencja, Internet Rzeczy, jak również na modułach sterowania dla bezzałogowych systemów latających. W Asseco Innovation Hub będą też rozwijane koncepcje, związane z szeroko pojętym bezpieczeństwem IT.

Projekt utworzenia w stolicy Podkarpacia innowacyjnego centrum badawczo-rozwojowego przy siedzibie głównej firmy Asseco Poland skomentował Adam Góral, Prezes Zarządu spółki: *Asseco Innovation Hub będzie nowoczesnym centrum R&D, które pozwoli nam, jako polskiej firmie, jeszcze skuteczniej konkurować na zagranicznych rynkach. Dzięki tej inwestycji docelowo*

powstanie ok. 400 nowych miejsc pracy, a jej realizacja przełoży się na wzrost innowacyjności i konkurencyjności całego regionu. Całkowity koszt utworzenia Asseco Innovation Hub to ponad 80 mln złotych, a planowany termin otwarcia centrum badawczo-rozwojowego to II kwartał 2020 r.

Pod koniec stycznia 2018 r., na uruchomienie swojego oddziału w Rzeszowie zdecydowała się firma **Sii Polska** – jedna z najdynamiczniej rozwijających się w Polsce firm z branży IT oraz inżynierii. Rzeszowski oddział będzie odpowiedzialny za realizację projektów z zakresu tworzenia aplikacji, Business Intelligence oraz inżynierii mechanicznej i elektrycznej dla klientów z kluczowych sektorów gospodarki. – *Otwarcie Sii Rzeszów było decyzją strategiczną wpisującą się w plan rozwoju Sii Polska, zwłaszcza że przychody firmy cały czas rosną, więc reinwestujemy zysk. Rzeszów to świetny rynek dla pracodawców, ponieważ w mieście znajdują się wysoko cenione centra akademickie. Ponadto, jest to region pełen możliwości biznesowych, nie tylko w obszarze IT, ale przede wszystkim inżynierii. Niewykorzystanie*

Pod koniec stycznia 2018 r., na uruchomienie swojego oddziału w Rzeszowie zdecydowała się firma **Sii Polska** – jedna z najdynamiczniej rozwijających się w Polsce firm z branży IT oraz inżynierii.

tego potencjału byłoby stratą – mówi Gregoire Nitot, Prezes i założyciel Sii Polska.

W ciągu najbliższego roku firma planuje zatrudnić w Rzeszowie kilkadziesiąt osób. Na początku poszukiwani są przede wszystkim pracownicy z minimum 3-letnim doświadczeniem. – *W Rzeszowie znajduje się Politechnika, Uniwersytet i kilka innych świetnych uczelni wyższych kształcących w obszarze IT i inżynierii, więc jest to rynek o ogromnym potencjale. Jest to również świetne miejsce do życia i rozwijania swojej kariery zawodowej. Oprócz wielu terenów zielonych i bogatej oferty kulturalnej, atutem Rzeszowa jest również bliskość lotniska obsługującego połączenia krajowe i międzynarodowe – mówi Tomasz Eberbach, Branch Manager w Sii Rzeszów.*



**Biurowo Obsługi
Inwestora Urzędu
Miasta Rzeszowa**
ul. 3-Maja 7
35-030 Rzeszów
tel. 17 875 47 43
tel. 17 875 47 65
e-mail:
boi@erzeszow.pl

Dynamicznie rozwija się **Centrum Usług dla Biznesu Deloitte dla Europy Środkowej**. Na dzień dzisiejszy rzeszowskie Centrum zatrudnia już ponad 400 pracowników i zgodnie z zapowiedziami Gerarda Murray'a, wiceprezesa Deloitte CE Business Services Center, do końca bieżącego roku planuje zatrudnić kolejnych 100 pracowników. Centrum Usług dla Biznesu Deloitte świadczy usługi wewnętrzne związane m.in. z księgowością, audytem, obsługą IT, administracją oraz zarządzaniem ryzykiem dla oddziałów Deloitte z 18 krajów. W jego ramach funkcjonują cztery działy: audit delivery center, finanse, IT i zarządzanie ryzykiem, w połączeniu z usługami wsparcia wewnętrznego: studium graficznym, administracją, zespołem kadr i płac, działem prawnym i globalnym zespołem marketingu.

Spółka **EME Aero**, w której skład wchodzi potencjaci lotniczy **Lufthansa Technik** oraz **MTU Aero Engines**, w połowie marca 2018 roku zakupiła w podrzeszowskim Trzebownisku 16-hektarową działkę, na której powstanie jedno z najnowocześniejszych centrów serwisowania i naprawy silników lotniczych w Europie. Firma będzie świadczyła usługi typu MRO – czyli konserwację, przeglądy oraz naprawy silników turbowentylatorowych. W zakładzie EME Aero Sp. z o.o. docelowo zatrudnienie znajdzie 800 pracowników – w głównej mierze mechaników silników lotniczych, logistyków, planistów i technologów. Przedstawiciele spółki EME Aero planują rozpoczęcie działalności podrzeszowskiego zakładu na rok 2020.

Warto w tym miejscu wspomnieć, iż przedsiębiorstwo **MTU Aero Engines** podjęło decyzję o kolejnej rozbudowie swojego podrzeszowskiego kompleksu. Rozpoczęcie prac zaplanowano na wrzesień 2018 r., a obecnie funkcjonujące obiekty produkcyjne zostaną powiększone o kolejnych 11 400 m². W rozbudowanym zakładzie produkowane będą komponenty do najnowocześniejszych silników lotniczych typu GTF, jak również podzespoły i moduły do najnowszej generacji silników odrzutowych General Electric, stosowanych w Boeingach 787. W rzeszowskim zakładzie MTU Aero Engines Polska zatrudnia blisko 800 pracowników i w okresie najbliższych 3 lat planuje zwiększyć zatrudnienie do ponad 1000 osób.

W marcu bieżącego roku działalność produkcyjną w obszarze Parku Naukowo-Technologicznego „Rzeszów Dworzysko” zainicjowała firma **Lisi Aerospace Creuzet Polska**. Lisi Group to światowy lider rozwiązań inżynierskich oraz technicznych w branżach aerospace, automotive oraz medycznej. Działa na 4 kontynentach, w 13 krajach i składa się z 43 zakładów produkcyjnych, w których pracuje blisko 11 000 pracowników. Lisi Aerospace Creuzet Polska zajmuje się produkcją wyspecjalizowanych komponentów z zastosowaniem w przemyśle lotniczym, w tym obróbką i wykańczaniem łopatek kompresorów do silników lotniczych takich firm, jak Airbus, Boeing czy Comac.

Kolejnym podmiotem, który zdecydował się na inwestycję w obszarze Parku Naukowo-Technologicznego „Rzeszów Dworzysko” jest firma **Weiss Solutions**. W rzeszowskim zakładzie firma będzie produkować innowacyjne stoły obrotowe, jak również elementy niezbędne do automatyzacji linii przemysłowych. Powstanie również nowoczesne centrum inżynierii, w którym projektowane będą koncepcje nowych urządzeń. Firma będzie rekrutować specjalistów z zakresu mechatroniki, informatyki, automatyki, jak również operatorów obrabiarek numerycznych.

Jeden z globalnych liderów w dziedzinie przemysłowych systemów zamknięć, amerykańska firma **Southco**, podjęła decyzję o budowie nowoczesnego zakładu produkcyjnego o powierzchni 6,5 tys. m² w podrzeszowskiej Tajęcinie, na terenie Podkarpackiego Parku Naukowo-Technologicznego „Aeropolis”. Docelowo pracę w zakładzie znajdzie ok. 400-500 osób. Firma Southco jest znana z produkcji m.in. zasuw, zamków, łączników blokujących, zatrzasków, zawiasów, elektronicznego dostępu i innych akcesoriów. – Wyroby Southco używane są w przemyśle elektronicznym przez takie spółki, jak Cisco, Samsung i Lenovo, w przemyśle motoryzacyjnym przez Mercedesa, Forda i Toyotę oraz w przemyśle medycznym przez Siemens i Olympus – mówi Thomas Mehler, Prezes Southco. Nasze rozwiązania można też znaleźć w wielu innych sektorach. Wykorzystywane są w przemyśle lotniczym, morskim czy choćby rolnictwie. Przedstawiciele firmy planują rozpoczęcie działalności operacyjnej podrzeszowskiego zakładu na rok 2019.



Źródło: Asseco Poland S.A.



Źródło: EME Aero Sp. z o.o.



Źródło: EME Aero Sp. z o.o.



Fot. B. Szczupaj



Warszawa wspiera start-upy: 60 tys. przedsiębiorców skorzystało z usług miejskiego inkubatora

W rankingach miast najbardziej przychylnych biznesowi, otwartych i przyjaznych, Warszawa zajmuje w ostatnich latach najwyższe pozycje. Podstawę jej sukcesu stanowią m.in. aktywne działania wspierające przedsiębiorczość. Stolica, kładąc nacisk na innowacje biznesowe, przykładą wagę do realizowania inicjatyw skierowanych do warszawskich start-upów.

W 2017 r. w Warszawie zostało założonych 15,3 tys. podmiotów gospodarczych, a według raportów Fundacji Startup Poland co czwarty start-up powstaje właśnie w Warszawie. Jednym ze sposobów stolicy na ułatwianie startu w biznesie jest rozwój nowoczesnych centrów służących wsparciu przedsiębiorczości i integracji warszawskich firm. Działalność tych miejsc koncentruje się na trzech głównych obszarach: informacyjnym, szkoleniowo-doradczym i inkubacyjnym.

Chcieliśmy zaoferować warszawiakom nie tylko miejsca do pracy w postaci biur, z bezpłatnymi szkoleniami i miejscem do spotkań, ale naszym celem było też budowanie kontaktów z interesariuszami rozwoju przedsiębiorczości w Warszawie oraz przede wszystkim budowa zaufania na linii urz ąd - przedsiębiorca, w szczególności przedsiębiorca początkujący, otwierający swój start-up i rozpoczynający nowy rozdział w życiu – mówi zastępca prezydenta Warszawy Michał Olszewski. |

5 LAT NA SMOLNEJ

Pierwszy warszawski inkubator Centrum Przedsiębiorczości Smolna rozpoczyna szósty rok działalności. Z jego szerokiej oferty bezpłatnych warsztatów,

coachingu i sieciowania skorzystało w tym czasie ponad 10 tys. osób, a ekspertami i wykładowcami byli znani szkoleniowcy, m.in. Agnieszka Skala, Artur Kurasiński, Paweł Tkaczyk, Piotr Bucki, czy instytucje jak Startup HUB Poland i Investin.

W Centrum wynajmowane są na preferencyjnych stawkach 4 pokoje i 40 biurerek. W tym momencie zajmuje je 11 firm. O miejsce w inkubatorze może ubiegać się każda firma, która działa na terenie Mazowsza i funkcjonuje na rynku nie dłużej niż trzy lata. – *To świetnie miejsce na start – wynajmujesz biurko, dostajesz dostęp do kuchni, wszystkich sprzętów biurowych oraz sale konferencyjne i szkolenia* – mówi Eliza Kruczkowska, PFR, dawniej prezes Startup Poland. W budynku udostępniane są też nieodpłatnie trzy sale konferencyjne – wszystkim osobom, które chcą zorganizować wydarzenie dotyczące przedsiębiorczości.

Niezmiennie dużym zainteresowaniem ze strony młodych przedsiębiorców cieszą się w CPS specjalistyczne doradztwo prawno-księgowo-finansowe oraz warsztaty i spotkania sieciujące. Właściciele małych i średnich firm i ci, którzy planują otworzyć działalność, mogą dowiedzieć się, jak zdobyć środki na start, jak rozliczyć składki w ZUS, jak chronić własność przemysłową czy unikać problemów z VAT-em.

W inkubatorze można też założyć działalność gospodarczą. W ciągu 5 lat z tej możliwości skorzystało półtora tysiąca osób.

Bardzo doceniamy wsparcie, jakie tu otrzymaliśmy. Udostępniliśmy usługę carsharingu – czyli możliwość wypożyczania aut na minuty – jako pierwsi w Warszawie. Zaczynaliśmy od 10 aut, a obecnie w samej stolicy mamy ich już 300 – mówi Paweł Błaszczak z 4Mobility.

WIELKI PRZYSPIESZACZ FIRM

Bardzo efektywnym i skutecznym sposobem na budowanie i dopracowanie nowych pomysłów biznesowych jest akcelerator dla start-upów w początkowej fazie rozwoju, które mają jedynie pomysł na produkt lub usługę w danej branży. Programy akceleratorne pomagają krok po kroku wyskalować biznes – od konceptu przez prototyp do towaru na eksport. W 4 edycjach skorzystało na tym 250 zespołów start-upowych z różnych branż.

Warszawa realizuje największe w Polsce miejskie programy akceleratorne od 2015 r. Pierwszy WAW.AC przeznaczony był dla branży biologicznej i biotechnologicznej. W latach 2016 i 2017 odbyły się dwie edycje programu Startup Hub Warsaw dla start-upów zajmujących się nowoczesnymi techno-

W ostatnich latach w Warszawie licznie powstają nowe miejsca skupiające młodych przedsiębiorców, takie jak Campus Warsaw, HubHuB, The Brain Embassy, Mindspace czy The Heart. Szacuje się, że w tej chwili działa w stolicy około 100 hubów przedsiębiorczości.

logiami komunikacyjnymi i Internetem rzeczy oraz skierowane do sektora kreatywnego akceleracja Be Creative in Warsaw.

W tegorocznym programie #Warsaw_booster udział bierze 40 zespołów reprezentujących technologie ubezpieczeniowe i finansowe (fintech i insurtech). Zaproszono 30 mentorów i przedstawicieli 12 partnerów biznesowych, pod okiem których uczestnicy odbędą 600 godzin mentoringów i doradztwa biznesowego.

Pierwszym etapem są warsztaty Startup Camp, a następnym preakceleracja – 4 tygodnie warsztatów z zakresu weryfikowania potencjału rynkowego produktu lub usługi, tworzenia wartości dla klientów i prezentacji inwestorskiej. O przejściu do drugiego etapu zadecyduje 5-minutowa prezentacja przed komisją konkursową. Do drugiego etapu zakwalifikuje się 10 firm, a w finale uczestnicy zawalczą o nagrody o łącznej wartości 100 tys. zł.

JAK JESZCZE WSPIERAĆ START-UPY

Nie bez znaczenia jest fakt, że w Centrum na Smolnej ma swą siedzibę Biuro Rozwoju Gospodarczego odpowiadające za działania będące uzupełnieniem oferty dla sektora MŚP. Promocja gospodarcza poza granicami kraju, szczególnie na targach inwestycyjnych, na których promowany jest potencjał miasta, w tym przedmioty zaprojektowane i wyprodukowane w stolicy, nawiązywanie relacji z inwestorami gotowymi lokować w Warszawie swe inwestycje, nadzór nad rejestracją działalności gospodarczej w mieście oraz bazarami i targowiskami – to tylko najważniejsze z szerokiej palety zadań biura.

W budowaniu ekosystemów ważne wydaje mi się to, aby każdy element wiedział, po co jest. Centrum Smolna znalazło swoje miejsce w obszarze pomocy w starcie i rozwoju biznesu. Niezależnie, czy ktoś chce otworzyć warzywniak, myjnię czy

startup, znajdzie tam szkolenia, które pomogą mu uniknąć podstawowych błędów. A to ważne dla motywacji i stanu konta początkującego przedsiębiorcy – podkreśla Konrad Latkowski ze Startup Poland.

Miasto st. Warszawa jest też współorganizatorem i partnerem wydarzeń służących wymianie wiedzy i doświadczeń czy pozyskiwaniu partnerów i inwestorów. Są to m.in. tematyczne spotkania dla przedstawicieli branż kreatywnych – Creative Mikser, Wolves Summit – największe w tej części Europy międzynarodowe spotkanie początkujących przedsiębiorców z inwestorami, Kongres Innowacyjnej Gospodarki, Pixel Heaven, Młodzi Innowacyjni, konferencje Fundacji

lata temu otwarte zostało Centrum Kreatywności Targowa, które jest pierwszą z miejskich inwestycji dedykowanych sektorowi kreatywnemu. W nowoczesnym, przestronnym budynku przy ulicy Targowej 56 start-upy mogą korzystać z biur, przestrzeni konferencyjnych i coworkingowej, czy też brać udział w wydarzeniach odbywających się w przestrzeni budynku. Za trzy lata powstanie kolejne miejsce dla przedstawicieli tego sektora – Centrum Kreatywności Nowa Praga.

Centra przedsiębiorczości to dla wielu fizyczne miejsce spotkań społeczności startupowej, ale dla trwałego rozwoju środowiska high-tech w Warszawie to znacznie więcej. To przede wszystkim doświadczony team, centrala dla polskich i zagranicznych kontaktów oraz wizytówka otwartości i wsparcia miasta dla młodych firm, które mając do wyboru kilkanaście stolic w regionie, najchętniej wybierają stolicę Polski – mówi Maciej Sadowski ze Startup Hub Poland.

W ostatnich latach w Warszawie licznie powstają nowe miejsca

skupiające młodych przedsiębiorców, takie jak Campus Warsaw, HubHuB, The Brain Embassy, Mindspace czy The Heart. Szacuje się, że w tej chwili działa w stolicy około 100 hubów przedsiębiorczości (coworków, centrów przedsiębiorczości, inkubatorów, etc.). Centrum Przedsiębiorczości Smolna wpisuje się w ten pejzaż aktywizując aktorów warszawskiego ekosystemu w celu budowania wizerunku Warszawy jako silnego ośrodka, atrakcyjnego dla zagranicznych talentów i inwestorów.

Miejskie centrum nie zamierza zwalniać tempa. Zlecone zostały badania ewaluacyjne, które pomogą odpowiedzieć na pytanie, w którym kierunku i z jaką ofertą oraz funkcjami powinno rozwijać się wsparcie przedsiębiorców oraz jaką rolę i funkcje pełnić będzie Centrum przy ulicy Smolnej.



Fot. R. Motyl

Przedsiębiorczości Kobiet, Targi Pracy i Przedsiębiorczości, targi Hush Warsaw czy Innoshare. W ostatnich 5 latach w 120 konferencjach i kongresach wzięło udział ponad 30 tys. uczestników.

Idea naszej firmy jest tworzenie modułowych obiektów drewnianych, które można zestawiać ze sobą jak klocki lego. Podczas współpracy z miastem przekształciliśmy się z jednoosobowej działalności gospodarczej w firmę, która opracowała gotowy produkt. W tym czasie uczestniczyliśmy w kilkunastu różnych szkoleniach i mogliśmy zaprezentować się na targach inwestycyjnych MIPIM w Cannes – opowiada właścicielka enJoinera, Agnieszka Bukowska.

KOLEJNE MIEJSKIE INKUBATORY

Sukces pierwszego inkubatora pociągnął za sobą kolejne inwestycje. Dwa



Warszawa
Pl. Bankowy 3/5
00-095 Warszawa
tel.: +48 22 443 22 44;
+48 22 443 22 20
e-mail: investinwarsaw@um.warszawa.pl

4 Synchronicity jest grupą ekspertów w zakresie definiowania, wdrażania oraz optymalizacji procesów biznesowych w Centrach Usług Wspólnych.

4 Synchronicity to:

- Maksymalizacja efektywności kosztowej
- Doradztwo strategiczne
- Rozwiązania restrukturyzacyjne
- Kompleksowość usług



Wspieramy Klientów w 50 krajach świata, na gruncie lokalnym i globalnym.

Definiujemy potrzeby, proponujemy zmiany oraz nadzorujemy ich wdrażanie, według międzynarodowych standardów i przy użyciu sprawdzonych narzędzi.



CZAS NA CZĘSTOCHOWĘ

Wywiad z Krzysztofem Matyjaszczykiem,
Prezydentem Miasta Częstochowy.

Outsourcing&More: Jak zmieniła się Częstochowa na przestrzeni ostatnich lat?

Krzysztof Matyjaszczyk: Miasto zmieniło się istotnie, zmienia się jego krajobraz, powstają nowe wielkopowierzchniowe hale produkcyjne, równolegle rozwija się infrastruktura drogowa, powstają nowe rozwiązania komunikacyjne – to widać. Zmienia się też mentalność mieszkańców, którzy dzięki swej aktywności i narzędziom, np. w postaci budżetu obywatelskiego, mogą realnie wpływać na rozwój miasta. Zauważają to zwłaszcza ci, którzy przyjeżdżają do Częstochowy po dłuższym okresie nieobecności.

W ostatnich latach przybyło firm w mieście, a także inwestorów w specjalnych strefach ekonomicznych. Tylko w 2017 r. odbyło się aż 11 strefowych przetargów. Jednocześnie dzięki środkom unijnym, które udało się pozyskać, miasto zrealizowało wiele strategicznych inwestycji, wpływających na układ komunikacyjny i zmianę oblicza miasta.

Przyjęliśmy priorytety, które sprzyjają zmianie wizerunku miasta: otwarcie na inwestorów, wspieranie przedsiębiorczości, budowa nowoczesnej sieci dróg, lepszej komunikacji czy tworzenie

różnych form pomocy mieszkańcom (np. programy zdrowotne, wsparcie dla rodzin – w tym zastępczych, młodych rodziców i osób starających się o dziecko). Stawiamy na efektywne wykorzystywanie środków europejskich – ich rola w modernizacji miasta i realizacji programów społecznych jest nie do przecenienia. Dysponując środkami publicznymi oddajemy też głos samym mieszkańcom, zachęcając do udziału w kolejnych edycjach budżetu obywatelskiego czy lokalnej inicjatywy mieszkańców.

Ożywienie gospodarcze zawdzięczamy w sporym stopniu kompleksowym działaniom z myślą o inwestorach, choćby na terenach Specjalnych Stref Ekonomicznych. W latach 2014–2017 zarządy obu działających w Częstochowie stref ekonomicznych przeprowadziły w sumie 25 postępowań przetargowych częstochowskich działek, a inwestorzy zadeklarowali nakłady inwestycyjne na łączną sumę blisko 1 mld 269 mln zł. Te pozwolenia skutkują powstaniem ok. 1000 nowych oraz utrzymaniem blisko 5400 funkcjonujących już miejsc pracy w Częstochowie. System miejskich ulg podatkowych owocuje równolegle tworzeniem ponad 500 miejsc pracy. Już

ok. 64% przeznaczonej pod inwestycje części miasta ma miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego, uwzględniające potrzeby rozwojowe firm. Częstochowa staje się coraz ważniejszym ośrodkiem branży automotive, a Polska Agencja Inwestycji i Handlu uznaje nas za „wschodzącą gwiazdę” sektora usług dla biznesu.

Z jakimi głównymi wyzwaniami mierzy się teraz miasto?

Częstochowa stawia na zrównoważony rozwój gospodarczy i budowanie kapitału społecznego w oparciu o szeroką współpracę miejskich środowisk: samorządowego, biznesowego, akademickiego czy artystycznego.

W mieście poszerza się baza małych i średnich przedsiębiorstw, ale pojawiają się też – m.in. dzięki specjalnym strefom ekonomicznym – nowe, duże inwestycje. Liczymy na dalszy rozwój tradycyjnie mocnych w mieście branż i lokowanie się w Częstochowie centrów usług wspólnych.

Częstochowa staje się coraz ważniejszym ośrodkiem branży automotive, a Polska Agencja Inwestycji i Handlu uznaje nas za „wschodzącą gwiazdę” sektora usług dla biznesu.

Będziemy robić wszystko, żeby zagospodarowanie terenów specjalnych stref ekonomicznych przyniosło optymalne efekty w postaci nakładów inwestycyjnych, a także kolejnych, coraz lepszych miejsc pracy dla mieszkańców miasta i regionu. Ruch w strefach jest spory, nowe zakłady budują kolejne firmy, składane są kolejne listy intencyjne. Idealnym rozwiązaniem dla miasta byłoby objęcie dodatkowych, przygotowanych terenów statusem działek „strefowych”. W innych sferach – chcemy kontynuować programy modernizacji dróg (w tym dzielnicowych), poprawy komfortu życia w mieście i opieki nad mieszkańcami, rozwijać ekonomię społeczną i szkol-

nictwo zawodowe, współpracę z organizacjami pozarządowymi, a także poszerzać partycypację społeczną.

Proszę opowiedzieć o najważniejszych aktualnych inwestycjach i projektach w Częstochowie.

Najwyższe kwotowo inwestycje to zakończona niedawno budowa przedłużenia alei Bohaterów Monte Cassino do ul. Dżbowskiej oraz rozbudowa drogi wojewódzkiej nr 908 (ul. Dżbowska, Powstańców Warszawy,

Gościnną), dofinansowana z Unii Europejskiej. Trwają też prace projektowe i przygotowawcze do jeszcze większej unijnej inwestycji drogowej – rozbudowy DK-46 – ulic Główniej i Przejazdowej wraz z budową obejścia ul. św. Barbary do ul. Pułaskiego. Tu mamy już podpisaną umowę wykonawczą w wysokości 98 mln zł. Przed nami także kolejne sztandarowe zadanie drogowe – przebudowa alei Wojska Polskiego – DK 1.

Kontynuujemy także miejski program budowy i przebudowy ulic. Wkrótce zakończymy odwodnienie dzielnicy Grabówka, nieco później – Kiedrzyńska. Zamierzamy też zbudować centra przesiadkowe przy dworcach. Realizujemy

termomodernizację kolejnych obiektów użyteczności publicznej – wszystko również dzięki europejskiemu wsparciu. Trwa budowa dużego bloku komunalnego, planujemy już kolejny. Rozpoczynamy budowę następnego odcinka drogi w Katowickiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej na Skorkach, w zeszłym roku oddaliśmy nową drogę na terenie KSSE w obszarze Kusięcka oraz przebudowę mostu w ul. Legionów. Nie zapominamy o rekreacji. Wkrótce sfinalizujemy budowę strefy wypoczynku „Adriatyk” w Parku Lisiniec. Niedawno mieliśmy prezentację projektu Parku Wodnego, który powstanie w sąsiedztwie miejskiej letniej pływalni (prace zaczną się w tym roku). Rozbudowujemy infrastrukturę rowerową, mamy już ok. 80 km dróg rowerowych w mieście, w tym roku wystartował system Częstochowskiego Roweru Miejskiego.

W zeszłym roku trafiło do Częstochowy 40 nowych autobusów, mamy podpisane umowy na dostawę kolejnych 12, a także 10 nowych tramwajów. Rozpoczynamy przebudowę starszej części linii tramwajowej. To projekty europejskie wartości ok. 215 mln zł. Poza tym rozszerzamy programy zdrowotne, prowadzimy unijne projekty społeczno-edukacyjne, kontynuujemy program budowy wielofunkcyjnych boisk, możemy się też pochwalić m.in. modernizacją i rozbudową Szpitalnego Oddziału Ratunkowego.

Co sprzyja rozwojowi i innowacjom w Częstochowie?

Sama lokalizacja stref na terenie miasta już wiąże się z rozwojem innowacyjności ponieważ jest ona niejako wpisana w działalność Specjalnych Stref Ekonomicznych, a jak wiadomo na terenie miasta znajdują się aż dwie SSE – w trzech lokalizacjach. Ponadto, Rada Miasta Częstochowy pod koniec 2016 r. podjęła kolejną uchwałę w sprawie zwolnień z podatku od nieruchomości w zakresie regionalnej pomocy inwestycyjnej na wspieranie nowych inwestycji dla przedsiębiorców innowacyjnych lub prowadzących działalność badawczo-rozwojową na terenie Miasta Częstochowy.

Nieco dłużej mamy ulgę w podatku od nieruchomości dla deweloperów budujących w standardzie B+ lub wyższym, która wzbudziła zainteresowanie branży. W mieście powstał biurowiec DL Center Point wybudowany w standardzie B+, po nim przyszły kolejne inwestycje. Dla sektora interesująca jest też współpraca samorządu z biznesem i uczelniami w mieście. Wydział Zarządzania Politechniki Częstochowskiej po konsultacjach z kołami biznesowymi utworzył specjalność – księgowość w centrach usług wspólnych. Studenci pracujący na kupionym przez miasto programie SAP mogą już w trakcie studiów znaleźć pracę, np. w centrum rozliczeniowym ZF TRW. Politechnika Częstochowska rusza z kierunkiem dedykowanym branży szkła i ceramiki, któremu patronuje miasto. Ma on kształcić kadry m.in. dla firmy Guardian, która stawia w Częstochowie kolejną nowoczesną hutę.

To oczywiście tylko przykłady działań służących rozwojowi i innowacyjności. Te i inne inicjatywy wpisują się w miejski program wspierania przedsiębiorczości i tworzenia miejsc pracy, przygotowany i uchwalony kilka lat temu. Trzeba wspomnieć też o niekonwencjonalnych formach promocji miasta czy terenów inwestycyjnych (np. festiwal street artu w strefie ekonomicznej), które przyciągają zainteresowanie i wpływają pozytywnie na wizerunek miasta.

Jakie firmy decydują się na działalność w Częstochowie i co zachęca ich do inwestowania właśnie w tym mieście?

Częstochowa była i jest miastem ludzi przedsiębiorczych. Większość z firm inwestujących w mieście to firmy rodzime, które podejmują decyzję o rozwoju, inwestują i relokują się w obrębie miasta. W specjalnych strefach ekonomicznych inwestują również firmy zagraniczne: niemieckie, francuskie i włoskie. Są to głównie małe i średnie



Będziemy robić wszystko, żeby zagospodarowanie terenów specjalnych stref ekonomicznych przyniosło optymalne efekty w postaci nakładów inwestycyjnych, a także kolejnych, coraz lepszych miejsc pracy dla mieszkańców miasta i regionu.



Wydział Zarządzania Politechniki Częstochowskiej po konsultacjach z kołami biznesowymi utworzył specjalność – księgowość w centrach usług wspólnych. Studenci pracujący na kupionym przez miasto programie SAP mogą już w trakcie studiów znaleźć pracę, np. w centrum rozliczeniowym ZF TRW.

przedsiębiorstwa. Największym pracodawcą w mieście jest natomiast obecnie ZF (dawniej TRW), koncern działający w branży automotive. Po otwarciu nowej siedziby Centrum Usług Wspólnych TRW rozliczającego prawie wszystkie europejskie fabryki firmy, powiększeniu Centrum Inżynieryjnego i Centrum Zakupów, powstało Centrum Usługowe IT, a obecnie ZF rozpoczyna budowę nowego zakładu produkcyjnego (zaawansowane systemy bezpieczeństwa) oraz kolejnego biurowca. Inwestują też inne firmy z branży Automotive, w zaawansowaną technologicznie hutę szkła inwestuje wspomniany Guardian.

Co zachęca do inwestowania? Wypracowaliśmy rozwiązania związane z miejskimi ulgami w podatku od nieruchomości, uzbroiliśmy tereny inwestycyjne, działamy tak, aby planowane inwestycje, w tym nowe projekty unijne, nie tylko

poprawiały komfort życia mieszkańców, lecz także możliwości prowadzenia biznesu w naszym mieście.

Przedsiębiorcy, którzy zainwestują w Częstochowie na terenach objętych strefami ekonomicznymi – oprócz ustawowych, częściowych zwolnień z podatku dochodowego od działalności prowadzonej na terenie specjalnej strefy ekonomicznej – mogą skorzystać z lokalnej ulgi podatkowej, uchwalonej przez samorząd, właśnie dla inwestorów w strefach.

Potrzeby środowiska biznesowego Częstochowy staramy się zawsze traktować priorytetowo, czy to w zakresie możliwych ułatwień w procedurach administracyjnych czy w planowaniu inwestycji miejskich wspierających otoczenie biznesu i rozwój stref aktywności gospodarczej.

W czasach, kiedy wiele miast posiada w swej ofercie atrakcyjne nieruchomości do zagospodarowania, istotne stają się inne atuty lokalizacji. Przedsiębiorcy dużą uwagę przykładają do klimatu, jaki tworzony jest przez władze miasta.

To jest zauważane przez świat biznesu oraz agencje doradcze w Polsce. My weszliśmy już do rankingów miast atrakcyjnych pod kątem relokacji sporządzanych przez agencje rekrutujące na stanowiska specjalistyczne i menedżerskie.

Proszę opowiedzieć o programach aktywizujących pracowników, a także projektach wspierających młodych ludzi w Częstochowie.

Rokrocznie na aktywne formy przeciwdziałania bezrobociu z Funduszu Pracy i Europejskiego Funduszu Społecznego (EFS) Powiatowy Urząd



Pracy w Częstochowie wydawał kilkadziesiąt milionów złotych. Z roku na rok coraz więcej osób udawało się objąć różnymi programami, szkoleniami, dotacjami na rozpoczęcie działalności gospodarczej czy innymi formami wsparcia. Te działania, lepsza koniunktura na rynku pracy i wzrost liczby przedsiębiorstw w mieście, przyczyniły się do tego, że w Częstochowie mamy bezrobocie najniższe od 15 lat. To bezrobocie spadało u nas szybciej niż średnio w kraju i województwie.

Dla miasta bardzo istotne jest m.in. wsparcie szkolnictwa zawodowego – tworzymy zatem klasy wielozawodowe, rozbudowujemy bazę warsztatową, mamy system doradztwa zawodowego. Dostosowujemy ofertę edukacyjną szkół do lokalnych potrzeb rynku pracy. Szkoły coraz częściej podpisują umowy o współpracy z przedsiębiorcami i wychodzą naprzeciw ich oczekiwaniom. Jednym z większych projektów realizowanych przez miasto jest program „Zawodowa współpraca”

(to kilkanaście milionów złotych z Unii Europejskiej). Z jego pomocą staramy się koordynować system kształcenia i odbywania praktyk oraz staży zawodowych u różnych pracodawców.

Ten i inne programy unijne związane ze szkolnictwem zawodowym są realizowane po to, aby tworzyć wykwalifikowaną kadrę, a także „kierunkowo” doposażać nasze centra kształcenia praktycznego i pracownie zawodu. Chcemy, aby młodzi ludzie, którzy kończą edukację, byli jak najlepiej przygotowani do wejścia na rynek pracy w tych kierunkach i zawodach, które są szczególnie poszukiwane.

Z kolei w ramach programu „Akademicka Częstochowa” wspieramy efektywne dla studentów kierunki kształcenia na naszych uczelniach, wyposażamy pracownie, kupujemy programy. Pamiętamy też o aktywnych „wykluczonych”, którzy mogą skorzystać z oferty centrów integracji społecznej czy zainteresować się uczestnictwem np. w spółdzielni socjalnej.

Jakie są plany na rozwój miasta w kolejnych latach? Proszę opowiedzieć o najważniejszych przedsięwzięciach.

Priorytety rozwojowe miasta skupiają się wokół trzech programów strategicznych. Plan na najbliższy czas, to dalsze optymalne wykorzystanie środków z Unii Europejskiej w obecnym okresie programowania.

Pod hasłem „Lepsza komunikacja” realizujemy inwestycje, dzięki którym Częstochowa stanie się miastem równie przyjaznym kierowcom, pasażerom komunikacji miejskiej, rowerzystom, jak i pieszym.

Powstaje wreszcie obwodnica autostradowa miasta, dlatego nasze działania idą w kierunku połączenia węzłów autostradowych z terenami inwe-

stycyjnymi i układem sieci drogowej w mieście. Temu służyła m.in. rozbudowa drogi wojewódzkiej nr 908 w granicach miasta, temu służyć będzie przebudowa mocno obciążonych miejskich fragmentów DK-1 i DK-46. Równolegle chcemy też rozwiązać problem skrzyżowania DK-1 z ul. Bugajską, wypracowaliśmy też koncepcję połączenia nad torami kolejowymi Starego Miasta ze Śródmieściem.

Jednym z kluczowych programów miejskich jest także „Teraz Lepsza Praca”. Nowe miejsca pracy dla Częstochowian były jednym z priorytetów naszych działań w ostatnich latach. Wyzaczyliśmy sobie jasny cel: nowi inwestorzy, nowe miejsca pracy, mniejsze bezrobocie. Od pewnego czasu trzeba walczyć o więcej, bo teraz nie chodzi już tylko o miejsca pracy, ale o to, aby dostępna w mieście praca była coraz lepszej jakości. Stąd program Teraz Lepsza Praca, a w nim: Program Fair Play, Centrum Lepszych Miejsc Pracy oraz projekty prorozwojowe.

cownika wiedząc, że to ich największy kapitał. Stąd ulgi, certyfikaty dla solidnych pracodawców, a z drugiej strony programy ułatwiające powrót na rynek pracy (np. zatrudnianie niań) oraz podnoszące kompetencje zawodowe częstochowian.

Wierzę, że konsekwentnie budując infrastrukturę miejską, tworząc korzystne warunki dla przedsiębiorców i poprawiając komfort mieszkania w mieście, stawiając na dalszy rozwój ekonomii społecznej i partycypacji społecznej, Częstochowa jest w stanie nadal zmierzać ku dobremu europejskim wzorom, jeżeli chodzi o standardy miejskiego życia. Temu służy program Kierunek Przyjazna Częstochowa, w ramach którego skupiamy się m.in. na poszerzaniu możliwości w zakresie bardziej aktywnego, zielonego i kulturalnego miasta. Wierzę, że tym celom będą sprzyjać czynniki makroekonomiczne i nie będzie im przeszkadzać polityka.

Dziękujemy za rozmowę. •

Przyjęliśmy priorytety, które sprzyjają zmianie wizerunku miasta: otwarcie na inwestorów, wspieranie przedsiębiorczości, budowa nowoczesnej sieci dróg, lepszej komunikacji czy tworzenie różnych form pomocy mieszkańcom.

Lepsza Praca to taka, która spełnia oczekiwania, daje satysfakcję, poczucie bezpieczeństwa, umożliwia rozwój oraz spełnienie ambicji. Chcemy, aby częstochowski rynek pracy był rynkiem pracodawców wrażliwych społecznie, którzy dbają o swojego pra-

Planowanie przestrzeni miejskiej w Kielcach

W ujęciu ogólnym trudno wskazać jeden konkretny aspekt planowania przestrzennego, który byłby najbardziej istotny. Sztuka budowy miast – urbanistyka – jest jedną z dziedzin najbardziej interdyscyplinarnych.

W gospodarce przestrzennej bierze się pod uwagę niesamowitą ilość aspektów, w tym m.in. ekonomiczne, finansowe, funkcjonalne, infrastrukturalne, transportowe, ochrony środowiska, kulturowe, własnościowe, socjologiczne, społeczne, itd. To wszystko należy brać pod uwagę w sposób jednakowo wyważony, dodatkowo przy bardzo dynamicznie zmieniających się w czasie zewnętrznych i wewnętrznych uwarunkowaniach rozwojowych, zawirowaniach politycznych oraz wpisanych w tę „branżę” nieuniknionych konfliktach, słusznych skądinąd interesów podnoszonych przez różne podmioty, grupy i lobby – w tym konfliktów interesu prywatnego i publicznego, często przejawianych w sposób bardzo ostry. Każde miasto ma swoją odrębną specyfikę, każdy konkretny fragment przestrzeni miasta cechuje się swoistymi potencjałami i problemami – stąd każdy plan miejscowy jest innego rodzaju niepowtarzalną oraz bardzo skomplikowaną „łamigłówką”.

Pod względem tzw. „warsztatu urbanistycznego” obowiązani jesteśmy odpowiadać na bieżące potrzeby rozwojowe przy poszanowaniu zasad rozwoju zrównoważonego, bazując na lokalnych tradycjach, wartościach i potencjałach oraz stosując współcześnie sformułowane idee, priorytety i wytyczne projektowania miast. Rozwojowi gospodarczemu towarzyszyć musi więc

podnoszenie jakości szeroko rozumianego środowiska (naturalnego i kulturowego), dbałość o zasoby dla przyszłych pokoleń oraz spójności i sprawliwości społecznej – współczesne miasto musi być organizmem egalitarnym. W przełożeniu na cechy struktury urbanistycznej oznacza to: zwartość, wysoką gęstość zaludnienia, pełne wyposażenie w komfortową infrastrukturę (techniczną, transportową, społeczną, usługową), maksymalną wielofunkcyjność (mieszane użytkowanie gruntów) oraz tworzenie mieszanki społecznościowej („social mix”).

Każde miasto ma swoją odrębną specyfikę, każdy konkretny fragment przestrzeni miasta cechuje się swoistymi potencjałami i problemami – stąd każdy plan miejscowy jest innego rodzaju niepowtarzalną oraz bardzo skomplikowaną „łamigłówką”.

Do tych uniwersalnych istotnych zasad dodałbym jeszcze jedną, którą porusza się zdecydowanie za rzadko – otóż miasto powinno być przede wszystkim PIĘKNE jako całość (struktura, sylweta) i to we wszystkich jego fragmentach. Piękno nie jest pojęciem tożsamym z eksponowanym w naszym prawie poję-

ciem „ładu przestrzennego”, które ująć należy raczej jako „porządek”, piękno to coś więcej... Piękno nie jest mierzalne, jest to nieuchwytny element twórczy, który – wydaje się – tkwi w autorskich decyzjach osadzonych w lokalnych tradycjach kulturowych, odrzucających skompromitowaną urbanistykę modernistyczną, a odwołujących się do urbanistyki tradycyjnej miasta „zwartego i gęstego” (neotradycjonalizm – „new urbanism”). I tu jest ogromna rola tzw. „designu urbanistycznego”, krajobrazowej kompozycji systemu przestrzeni publicznych jako całości oraz kształtowania ciągów i sekwencji wewnątrz urbanistycznych, których ściany formowane są przez pierzeje i fasady budynków.

To trójwymiarowy układ, proporcje i wyposażenie miejskich przestrzeni publicznych (dostępnych dla każdego) decyduje o wizualnym odbiorze miasta. Piękno jest przeciwieństwem unifikacji, jest silnie związane z poczuciem dobrostanu ludzi, o czym zapominamy lub często bagatelizujemy – szczególnie jeśli w grę zaczynają wchodzić pieniądze. Piękno przestrzeni ma także olbrzymi i niedoceniany wymiar ekonomiczny.

W celu sprawnej wymiany informacji w Kielcach stworzyliśmy internetową platformę konsultacyjną (www.idea.kielce.eu), gdzie prezentujemy do konsultacji wszystkie bieżące projekty w kolejnych fazach prac – ważne jest, aby mieszkańcy mieli poczucie rzeczywistego współtworzenia miasta.

Pamiętajmy o tym, że planowanie przestrzenne jest tylko jednym z narzędzi służącym realizacji celów nadrzędnego dokumentu samorządowego, tj. strategii rozwoju – planowanie jest więc na tyle efektywne, na ile pozwala realizować konkretne cele określone w tej strategii.

Największą trudnością w planowaniu miast jest uzyskanie konsensusu społecznego wokół projektowanych rozwiązań. Prawo czynnego udziału w procedurze sporządzania planów miejscowych mają nie tylko władający gruntami w danym obszarze, ale – zgodnie z prawem – dosłownie każdy. Zagospodarowanie przestrzeni jest z definicji materią bardzo konfliktową, a pogodzenie licznych, z reguły sprzecznych ze sobą, partykularnych interesów i postulatów, jest niezwykle trudne. Osiągnięcie w tym

zakresie pełnej zgody jest praktycznie nieosiągalne; w swojej wieloletniej pracy planisty nie przypominam sobie przypadku, aby projekt planu miejscowego osiągnął pełną, stuprocentową akceptację społeczną.

Rolą miejskiego planisty jest więc – poza autorskim zaprojektowaniem prawidłowej pod względem inżynierskim oraz atrakcyjnej funkcjonalnie i przestrzennie struktury – przeprowadzenie całego długotrwałego procesu planistycznego w taki sposób, aby ww. często sprzeczne ze sobą interesy i postulaty pogodzić w możliwie wysokim stopniu, nie tracąc przy tym jakości rozwiązań. Pomijając kwestię jakości tzw. „warsztatu urbanistycznego” sądzę, że aspekt szeroko pojętego konsensusu społecznego wokół kształtowania przestrzeni miasta jest w całym procesie najistotniejszy i najtrudniejszy.

W tym aspekcie kluczowa jest sprawna i intensywna wymiana informacji pomiędzy wszystkimi interesariuszami planu w trakcie jego sporządzania.

Z roku na rok intensyfikujemy proces konsultacji społecznych, stosując różnorodne formy komunikacji. W celu sprawnej wymiany informacji w Kielcach stworzyliśmy internetową platformę konsultacyjną (www.idea.kielce.eu), gdzie prezentujemy do konsultacji wszystkie bieżące projekty w kolejnych fazach prac – ważne jest, aby mieszkańcy mieli poczucie rzeczywistego współtworzenia miasta. Dbamy też o to, aby radni (do których należą ostateczne decyzje) byli na bieżąco szczegółowo informowani o przebiegu prac na każdym etapie procedury.

W Kielcach do planowania przestrzennego miasta podchodzimy w sposób bardzo pragmatyczny. Celem nadrzędnym jest rozwój jakościowy miasta jako całości, wykorzystanie rezerw i możliwości przemian tkwiących w obszarach już zurbanizowanych (wyposażonych w infrastrukturę) oraz zmieniających funkcje w obszarach poprzemysłowych. Nowe tereny inwe-



Rynek Miasta w Kielcach
po rewitalizacji.

stycyjne do zabudowy w najbliższych kilkunastu latach wybraliśmy ze staranną rozważą, typując je w taki sposób, aby nakłady na uzupełnienie infrastruktury były stosunkowo niskie w stosunku do planowanego przyrostu tkanki miejskiej. Realizując zasadę rozwoju zrównoważonego dbamy o to, aby struktura terenów zurbanizowanych miasta pozostała zwarta i wykorzystana intensywnie. Dążymy też do tego, aby poszczególne fragmenty miasta miały charakter maksymalnie wielofunkcyjny. Wielofunkcyjność terenów na poziomie lokalnym poważnie redukuje konieczność przemieszczania

mowanie spójnych decyzji na wielu poziomach jednocześnie oraz na rzeczwiiste efektywne wsparcie wszelkich inwestycji, niezależnie od ich charakteru. W 2015 r. Kielce zajęły III miejsce w ogólnopolskim rankingu sprawności administracji budowlanej, przyznawanej przez Polski Związek Firm Deweloperskich.

Nowe otwarcie w gospodarce przestrzennej miasta rozpoczęliśmy w Kielcach od budowy solidnej bazy dla tych procesów – stworzyliśmy jeden z najlepszych w Polsce miejskich systemów informacji przestrzennej, który

dzania planu). Posiadanie takich gruntownie przygotowanych koncepcji planistycznych pozwoli na tzw. „szybkie reagowanie” w przypadku, kiedy zajdą rzeczywiste potrzeby uchwalenia planu. Jednym z takich wyprzedzających opracowań jest koncepcja zagospodarowania północno-zachodniej części miasta, która w najbliższych latach będzie najprawdopodobniej przedmiotem intensywnej urbanizacji w związku z planowanymi inwestycjami dotyczącymi nowych ulic klasy technicznej głównej. Bardzo koncentrujemy się na podnoszeniu jakości przestrzeni miejskiej publicznej,

W swojej wieloletniej pracy planisty nie przypominam sobie przypadku, aby projekt planu miejscowego osiągnął pełną, stuprocentową akceptację społeczną; osiągnięcie w tym zakresie pełnej zgody jest praktycznie niemożliwe.



Koncepcja zagospodarowania Placu Wolności w Kielcach (I miejsce w konkursie urbanistyczno-architektonicznym); aut. Em4 Pracownia Architektury. Brataniec.

się (wewnętrzne obciążenia transportowe), tworzy pożądaną różnorodność użytkowania przestrzeni i jej krajobrazu oraz stwarza bardzo elastyczne warunki dla inwestorów.

W ciągu ostatnich lat weszło w życie ok. 50 planów miejscowych zapewniających rozwój wszystkich możliwych funkcji na najbliższą przyszłość. W Kielcach procesami strategii rozwoju, aktywizacji gospodarczej, rewitalizacji, planowania przestrzennego i administracji budowlanej zajmuje się jedna komórka urzędu – Wydział Rozwoju i Rewitalizacji Miasta; w jej strukturach jest też Centrum Obsługi Inwestora. Pozwala to na sprawne i szybkie pode-

jęt jest konsekwentnie rozbudowywany o nowe warstwy tematyczne i zbiory danych. System ten znakomicie ułatwia i przyspiesza rozważania urbanistyczne – duża część tych danych (w tym dotyczących planowania przestrzennego) jest udostępniona publicznie na lokalnym kieleckim geoportalu (www.gis.kielce.eu), stanowiąc doskonałą platformę informacyjną dla mieszkańców i inwestorów.

Poza sporządzaniem planów miejscowych, w coraz większym stopniu przygotowuje się operacyjne wariantowe koncepcje urbanistyczne dla wybranych obszarów miasta – bez uruchamiania formalnych procedur planistycznych (tj. uchwał o przystąpieniu do sporzą-

konsekwentnie realizując projekty poszczególnych wnętrz urbanistycznych.

W Kielcach nie zapominamy o dążeniu do wspomnianego piękna – odziedziczyliśmy po poprzednich pokoleniach miasto niezwyklej urody, w ujęciach krajobrazowych zewnętrznych i wewnętrznych, gdzie krajobraz kulturowy przenika się z atrakcyjnym krajobrazem naturalnym o wysokich walorach przyrodniczych. Walory przyrodnicze i krajobrazowe budują jakość życia w mieście – ta wartość, wraz z bardzo sprawnym wewnętrznym układem transportowym, jest jedną z naszych przewag w warunkach konkurencyjności ośrodków miejskich.



mgr inż. arch. Artur Hajdorowicz,
Architekt Miejski
Miasta Kielce,
Dyrektor Wydziału
Rozwoju i Rewitalizacji
Miasta Urzędu Miasta
Kielce, Pełnomocnik
Prezydenta
ds. rewitalizacji miasta
www.invest.kielce.pl
www.mapa.invest.kielce.pl

IMMOBILE | K3

BYDGOSZCZ - PLAC KOŚCIELECKICH 3



1600 m²



7200 m²



80



www.immobile-k3.pl

Zabudowa biurowa
zdecydowanie koncentruje
się wokół Nowego
Centrum Łodzi –
multimodalny dworzec
Łódź Fabryczna, atrakcyjne
ceny gruntów i koszty
pracy oraz dostępność
wykwalifikowanych
pracowników przekonują
o tym, że warto lokować
swoją działalność w Łodzi.

Fundusze
Europejskie
Program Regionalny



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



Biznes wymaga architektonicznej oprawy

Adam Pustelnik, Dyrektor Biura Obsługi Inwestora i Współpracy z Zagranicą, w rozmowie z prof. Markiem Janiakem, architektem miasta Łodzi.

Adam Pustelnik: Minęły już chyba czasy, w których do prowadzenia biznesu wystarczyło po prostu jakieś biuro, zlokalizowane w przypadkowym miejscu i bez uwzględnienia współczesnych standardów urbanistycznych?

Marek Janiak: W planowaniu przestrzeni miejskiej najważniejsze jest zapewnienie jej spójnego połączenia z kontekstem – zarówno na poziomie formy architektonicznej, struktury urbanistycznej, jak i koherentności funkcjonalnej. Ten cel winien przyświecać również zabudowie biurowej. „Szklane domy”, idea realizowana szczególnie w kontekście właśnie takich budynków, już dawno straciła na aktualności. Współczesne biura muszą mieć charakter, który będzie atrakcją dla inwestora, najemców i mieszkańców.

Obserwujemy w ostatnich latach prawdziwy boom na budowę biurowców w naszym mieście – tak jest np. na terenie Nowego Centrum Łodzi. Czy nie grozi to tworzeniu branżowych enklaw w oderwaniu od tkanki miejskiej?

Jestem bardzo zadowolony, że taka zabudowa pojawia się w Łodzi. Miasto przeżywa boom inwestycyjny – funkcjonalność komunikacyjna, sąsiedztwo Warszawy i atrakcyjność Strefy Wielkomiejskiej Łodzi sprawiły, że zainteresowanie inwestorów wzrasta. Zabudowa biurowa zdecydowanie koncentruje się wokół Nowego Centrum Łodzi – multimodalny dworzec Łódź Fabryczna, atrakcyjne ceny gruntów

i koszty pracy oraz dostępność wykwalifikowanych pracowników przekonują o tym, że warto lokować swoją działalność w Łodzi. Aby jednak uniknąć monofunkcyjności tego terenu – zabójczą dla centrum miasta – miejscowy plan dla NCŁ przewidział różnorodność funkcji i atrakcyjne przestrzenie publiczne, otoczone różnorodnymi aktywnościami. Industrialny charakter miejsca i otoczenie pięknych eklektycznych kamienic sprzyja rozwojowi i zdrowemu uzupełnieniu struktury Strefy Wielkomiejskiej.

Tutaj nie tylko można w sposób optymalny organizować pracę, lecz również spędzić czas wolny. Zdrowy balans między życiem zawodowym i zarobkowym sprawia, że średnia kadra menadżerska może lokować swoje centra życiowe w samym centrum Łodzi, co ma niebagatelne znaczenie dla współcześnie rozwijających się biznesów.

Drugi trend w branży biurowej w Łodzi to również rewitalizacja i przystosowanie zabytkowych obiektów do nowych funkcji.

Biurowce to nie tylko nowa architektura, która nie zawsze potrafi współpracować z otoczeniem, dlatego wielu inwestorów mierzy się z adaptacją budynków historycznych (fabryk, willi i kamienic) na takie funkcje. Mamy w Łodzi wiele świetnych przykładów, jak zespół pałacowy Jakuba Kestenberga przy ul. Sterlinga i Jaracza, Zenit przy ul. Sienkiewicza czy Monopolis przy ul. Kopcińskiego. Są to fantastyczne przykłady, już działających obiektów i w trakcie tworzenia, które

wykorzystują ducha miejsca, indywidualność rozwiązań projektowych, zachowują zabytkowy charakter budynków i wprowadzają nowe życie w stare mury, dając niepowtarzalną możliwość promocji i autentyczności miejsca.

Równocześnie Łódź nadal oferuje duże, puste przestrzenie w ścisłym centrum miasta, które można zabudować nową architekturą, korzystając z języka architektury klasycznej. Inaczej niż w Wiedniu czy Londynie, gdzie umieszczenie nowego budynku wiąże się z koniecznością destrukcji starego. W Łodzi można nadal budować obiekty na niezabudowanych działkach w znakomitym sąsiedztwie historyzmu i secesji.

Można zatem powiedzieć, że ten budowlany eklektyzm służy Łodzi...

Mieszanie funkcji, które jest nieodrodną cechą tego miasta – już w XIX wieku sytuowano fabryki obok kamienic czynszowych, willi i pałaców fabrykanckich – skłania do współczesnego mieszania funkcji usługowych, biurowych, handlowych, mieszkalnych i kulturowych. Daje to mozaikę rozwiązań, wyróżniającą Łódź w krajobrazie miast europejskich i amerykańskich o korzeniach XIX-wiecznym. Poczucie „miejskości”, które w Łodzi jest najsilniejsze, stało się wreszcie atrakcją kapitału i przy zachowaniu dotychczasowej harmonii mamy szansę na oddanie hołdu przedsiębiorcom, którzy tworzyli to miasto ponad wiek temu.

Dziękuję za rozmowę.

Łódź nadal oferuje duże, puste przestrzenie w ścisłym centrum miasta, które można zabudować nową architekturą, korzystając z języka architektury klasycznej. Inaczej niż w Wiedniu czy Londynie, gdzie umieszczenie nowego budynku wiąże się z koniecznością destrukcji starego.



Gdynia rozwija się z udziałem przemysłu turystycznego

Odbywa się to systematycznie w efekcie przybywającego potencjału turystycznego kreowanego i tworzonego przez miasto, z udziałem miasta, ale też przez zainteresowanych inwestowaniem w Gdyni gdyńskich, krajowych i zagranicznych przedsiębiorców.

Według przeprowadzonego w 2016 r. przez T-mobile badania ruchu turystycznego, Gdynię odwiedziło w sezonie letnim 1,5 mln osób z kraju i zagranicy, spędzając w mieście od 2–3 dni.

Podstawą oferty turystycznej są posiadane przez miasto walory, tj. usytuowana w centrum plaża, przystań jachtowa, modernistyczna zabudowa śródmieścia i bliskość Trójmiejskiego Parku Krajobrazowego. Wymienione atrakcje wskazują na rodzaje turystyki, które rozwijane są w Gdyni z powodzeniem. Dominująca jest obecnie turystyka kulturowa, oferująca specjalistyczne i co roku wzbogacane produkty, np. Gdyński Szlak Modernizmu, Szlak Legendy Morskiej Gdyni i Kulinaryny Szlak Centrum Gdyni. Propozycje szlaków uzupełniają wydarzenia kulturalne, np. Festiwal Polskich Filmów Fabularnych,

Open'er Festival czy rewelacyjne przedstawienia teatralne największego w Polsce teatru muzycznego im. Danuty Baduszkowej, Teatru Miejskiego im. Witolda Gombrowicza ze słynną sceną letnią na plaży w Orłowie.

Nadmorskie, w sąsiedztwie TPK (Trójmiejski Park Krajobrazowy) położenie Gdyni, zobowiązuje do organizacji, popularyzacji oraz uczestnictwa w różnych formach aktywności ruchowej, mieszkańców i turystów. Aktywny styl życia i bycia lansuje Gdynia poprzez projekty, m.in. PKO Grand Prix Gdynia, cztery cykliczne zawody biegowe, Volvo Gdynia Sailing Days, Enea IRONMAN 70.3 Gdynia.



Gdynia uzupełnia ofertę spektakularnych wydarzeń proponując eventy branżowe, imprezy specjalistyczne, widowiska awangardowe i nowatorskie dla wąskiej grupy odbiorców turystów i mieszkańców w różnym wieku. Są to m.in.: Gdynia Design Days, Blues Festival Gdynia, Globaltica Gdynia World Cultures Festival.

Rozpoznawalne, gdyńskie imprezy, wzbogacane są kolejnymi wydarzeniami, wpisującymi się w nowe trendy, mody i zainteresowania współczesnych turystów odwiedzających Gdynię coraz liczniej. Według przeprowadzonego w 2016 r. przez T-mobile badania ruchu turystycznego, Gdynię odwiedziło w sezonie letnim 1,5 mln osób z kraju i zagranicy, spędzając w mieście od 2–3 dni.

Równocześnie z dużą podażą wydarzeń kulturalno-sportowych, rośnie zainteresowanie turystów, uczestników zawodów, osób im towarzyszących, kibiców obiektami hotelarskimi. Aktualnie wśród 13 gdyńskich hoteli są obiekty od pięciogwiazdkowych do dwugwiazdkowych, hotele sieciowe i będące prywatną własnością, butikowe, eleganckie, kameralne, posiadające magiczny klimat i luksusową ofertę spa i wellness. Wymagających gości zachwyca nadmorskie położenie, wysoka jakość i różnorodność usług, profesjonalizm obsługi. Ofertę hoteli uzupełniają inne obiekty noclegowe, tj. hostele, wille,

apartamenty. Ich sprawdzony standard jest rekomendowany z przekonaniem przez Miejską Informację Turystyczną.

W Gdyni branża turystyczna współpracuje w ramach Gdyńskiej Rady Turystycznej, skupiającej ok. 50 podmiotów, w tym: hotele, muzea, teatry, przewoźników, podmioty gastronomiczne, itp. Środowisko to na bieżąco obserwuje tendencje na rynku turystycznym, chętnie korzysta z wiedzy eksperckiej, uczestniczy w szkoleniach specjalistycznych, realizuje innowacyjne projekty promocyjne. Komu i czemu służą systematyczne spotkania, dyskusje, „burze mózgów” podejmowane przez członków i partnerów GRT? Służą działaniom mającym wykreować Gdynię jako „miejsce spotkań”, atrakcyjne dla turystyki biznesowej, konferencyjnej, tzw. MICE.

Kompleksowe zestawienie możliwości konferencyjnych Gdyni przedstawiono w opracowanym i dostępnym w internecie katalogu „Spotkajmy się w Gdyni”. Uwzględniono w nim wszystkie gdyńskie powierzchnie konferencyjne, ich wielkość i wyposażenie sal, zaproponowano ciekawe miejsca oraz wydarzenia spędzenia czasu wolnego. Wśród pierwszych warto zwrócić uwagę na Pomorski Park Naukowo-Technologiczny, Gdynia Arena, aule Akademii Morskiej i Akademii Marynarki Wojennej, sale dostępne w Muzeum Emigracji, Teatrze Muzycz-

nym i Muzeum Marynarki Wojennej. Uczestników turystyki biznesowej Gdynia zaprasza do hoteli funkcjonalnych, ze sprawdzoną gastronomią, umożliwiającą łączenie wyjazdów biznesowych z wypoczynkiem tzw. bleisure. Organizatorom turystyki konferencyjnej Gdynia zapewnia wykwalifikowany personel obiektów, nowoczesne wyposażenie, urozmaiconą i związaną z morzem ofertę spędzenia czasu wolnego.

Planowany i już realizowany rozwój Gdyni w kierunku turystyki MICE wymaga nowych inwestycji w obiekty hotelowe 4-, 5-gwiazdkowe, jednocześnie unikatowych o wysokim i bardzo wysokim standardzie.

I jeszcze, atutami miasta są: „świeżość” nie tylko powietrza, wykorzystanie nowych technologii również w funkcjonowaniu teatrów, muzeów i obiektów sportowych, dostępność tych miejsc dla osób z niepełnosprawnościami i gdyńskich seniorów.

Gościnni mieszkańcy Gdyni, serdecznie witają turystów o każdej porze roku, a samorząd tworzy przychylną, stabilną atmosferę gospodarczą inwestorom, zainteresowanym szeroko pojętym biznesem turystycznym w mieście o najbardziej czystym powietrzu w Polsce, doskonale skomunikowanym i współpracującym z krajami skandynawskimi. Po to i więcej zapraszamy do Gdyni.



**Urząd Miasta Gdyni
Referat Rozwoju
i Obsługi Inwestora**

ul. 10 Lutego 24
81-364 Gdynia
tel. +48 58 668 20 18
politykagospodarcza@gdynia.pl
www.gdynia.pl
www.gdynia.pl/turystyczna-eu
www.kulinarnagdynia.pl/
www.modernizmgdyni.pl/
www.legendamorska.pl

Planujemy przestrzeń miejską pod inwestycje

Lublin od 2010 roku przeżywa boom inwestycyjny, zarówno pod względem projektów miejskich, jak i biznesowych. W ciągu ośmiu lat z budżetu miasta wydano niemal 3,5 miliarda złotych na poprawę infrastruktury – zarówno transportowej, gospodarczej, jak i społecznej. Wraz z idącą za tym poprawą jakości życia i pracy w mieście, rozwinęła się Podstrefa Lublin Specjalnej Strefy Ekonomicznej, a nowoczesne biurowce powstają jak grzyby po deszczu. O tym, jak planowanie przestrzeni miasta wpływa na rozwój gospodarczy, porozmawialiśmy z dr. Mariuszem Saganem – dyrektorem Wydziału Strategii i Obsługi Inwestorów Urzędu Miasta Lublin.

Outsourcing&More: Ostatnie miesiące to bardzo ważny okres dla Lublina – powstaje nowe Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego. Jaka wynika z niego przyszłość miasta?

W Lublinie jest już 200 tys. m² nowoczesnej powierzchni biurowej, a kolejne 80 tys. m² jest na etapie budowy lub planowania.

Mariusz Sagan: Nowe Studium to solidny fundament dla dalszego rozwoju miasta – zarówno notego infrastrukturalnego, jak i gospodarczego czy społecznego. Studium jest przecież podstawowym dokumentem kreującym politykę przestrzenną gminy i to w odniesieniu do niego powstają miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego. Poprzedni tego typu dokument został przyjęty 18 lat temu – jeszcze przed ponownym rozkwitem lubelskiej gospodarki czy życia kulturalnego, a przede wszystkim przed wejściem do Unii Europejskiej i pojawieniem się ogromnych możliwo-

ści związanych ze współfinansowaniem projektów ze środków unijnych. Stąd potrzeba stworzenia nowego studium, które odpowiadać będzie metropolitalnej przyszłości Lublina.

Co oznacza dla miasta takie podejście?

Zmiany zachodzące w Lublinie wyraźnie pokazują, że Lublin utwierdza swoją dominującą pozycję w Polsce Wschodniej, stając się jedynym znaczącym ośrodkiem miejskim po tej stronie Wisły, nawet w skali europejskiej. Zgodnie ze wspólną definicją obszarów metropolitalnych przyjętą przez Komisję Europejską i OECD, Lublin jest centrum jednego z ośmiu takich obszarów w Polsce, obok Warszawy, Katowic, Łodzi, Krakowa, Wrocławia, Poznania i Gdańska. W praktyce oznacza to potrzebę przygotowania nowych terenów pod zabudowę mieszkaniową, zaplanowania powierzchni do rozwoju sportu i rekreacji oraz publicznej zieleni, a także nowych terenów aktywności gospodarczej. To wszystko zgodnie z ideą budowy miasta zrównoważonego. Do rozwoju tych terenów potrzebne są in-

westycje miejskie, które już w dużej części są od kilku lat konsekwentnie realizowane.

Które z nich mają największy wpływ na atrakcyjność inwestycyjną Lublina?

Przede wszystkim trwają prace nad domknięciem wewnątrzmiejskiej obwodnicy, dzięki czemu docelowy kształt trzech obwodnic: śródmiejskiej, miejskiej i ekspresowej pozamiejskiej zostanie osiągnięty w 2019 roku. W odległych planach jest też południowa obwodnica miasta, która stałaby się głównym dojazdem do terenów aktywności ekonomicznej planowanych w południowej części miasta. Nie można też zapomnieć o budowanej drodze ekspresowej, a także linii kolejowej do Warszawy oraz nowej S19, która połączy Lublin z autostradą A4. Te inwestycje w infrastrukturę transportową wraz z rozbudowującym się lotniskiem sprawiają, że Lublin w ciągu najbliższych kilku lat znacząco poprawi swoją dostępność transportową, co ma niebagatelne znaczenie pod kątem przyszłych inwestycji w dowolnym sektorze gospodarki.





Myśląc o przyszłości miasta w perspektywie roku 2030, do którego zaczynamy właśnie pisać strategię rozwoju, nie zapominamy o bieżącym tworzeniu odpowiednich warunków przedsiębiorcom chcącym zainwestować w Lublinie.

Jakie znaczenie w takim razie mają projekty związane z infrastrukturą społeczną? Czy one też wpływają na ocenę miasta przez potencjalnych inwestorów?

Oczywiście. Musimy pamiętać, że każda nowa inwestycja wiąże się z nowymi pracownikami, którzy przynajmniej dwie trzecie dnia spędzają poza firmą, stąd nawet najnowocześniejszy biurowiec czy innowacyjny zakład produkcyjny nie wystarczą na obecnym rynku pracy, na którym pracownik zaczyna dyktować warunki pracodawcy. W Lublinie możemy cieszyć się z tego, że od lat jako miasto wypadamy bardzo dobrze we wszystkich rankingach jakości życia, a określające ją wskaźniki polepszają się z roku na rok.

Mamy bardzo wysoko ocenianą, nowoczesną i niskoemisyjną komunikację miejską, niezwykle aktywne środowisko kulturalne, nowoczesne stadiony – lekkoatletyczny i piłkarski – oraz pływalnię z basenem olimpijskim, a przy tym sukcesywnie rewitalizowane są przestrzenie publiczne: Ogród Saski, Plac Litewski, niedługo Park Ludowy i dolina rzeki Bystrzycy. Rozwijamy infrastrukturę rowerową oraz Lubelski Rower Miejski, dzięki któremu można z niej skorzystać w każdej chwili. Szykujemy się też do dwóch połączonych ze sobą dużych projektów, które odmienią obraz bardzo ważnych miejsc w Lublinie. W najbliższych latach powstanie dworzec metropolitalny w sąsiedztwie obecnego dworca kolejowego, dzięki któremu tamta część miasta zmieni się nie do poznania. Przeniesienie funkcji dworcowych z Podzamcza pozwoli natomiast na stworzenie w tym reprezentacyjnym miejscu – u podnóża Zamku i Starego Miasta – nowej wizytówki Lublina – zgodnie z najlepszymi standardami projektowania przestrzeni miejskiej.

Lublin planuje nowe tereny pod aktywność gospodarczą, jednocześnie sukcesywnie zwiększając nowymi inwestycjami jakość życia w mieście. Są to jednak plany długookresowe. Czy w takim razie Lublin jest gotowy na przyjęcie nowych inwestorów już teraz?

Myśląc o przyszłości miasta w perspektywie roku 2030, do którego zaczynamy właśnie pisać strategię rozwoju, nie zapominamy o bieżącym tworzeniu odpowiednich warunków przedsiębiorcom chcącym zainwestować w Lublinie. Lubelska Podstrefa SSE jest już w pełni zagospodarowana, jednak wciąż nowi inwestorzy przemysłowi mogą znaleźć na jej terenie odpowiednie hale magazynowe i produkcyjne. Podobnie wygląda sytu-

wych obiektów hotelowych, w tym także znanych globalnych sieci, a kolejne trzy duże hotele w bezpośrednim sąsiedztwie centrum miasta są już w budowie. Teraz już jesteśmy gotowi na przyjmowanie gości odbywających się w Lublinie festiwali o międzynarodowej renomie, konferencji biznesowych czy na rodziny odwiedzające studiujących tu studentów zagranicznych.

Zmiany zachodzące w Lublinie wyraźnie pokazują, że Lublin utwierdza swoją dominującą pozycję w Polsce Wschodniej, stając się jedynym znaczącym ośrodkiem miejskim po tej stronie Wisły, nawet w skali europejskiej.

acja na rynku nowoczesnych powierzchni biurowych, gdzie występuje bardzo stabilna podaż budynków klasy A. W Lublinie jest już 200 tys. m² nowoczesnej powierzchni biurowej, a kolejne 80 tys. m² jest na etapie budowy lub planowania. Stąd jesteśmy pewni, że zainteresowane firmy z branży IT i BPO znajdą dla siebie idealne miejsce. Budynki te powstają w bardzo dobrze skomunikowanych miejscach, co tworzy bardzo komfortowe warunki nie tylko dla firm, ale też dla ich pracowników i gości.

Odnosnie do gości, ostatnie lata w Lublinie obfitowały w duże, międzynarodowe festiwale, imprezy i konferencje. Wzmógł się ruch turystyczny, zarówno ten rekreacyjny, jak i biznesowy, ujawnił pewien problem, jakim jest brak miejsc hotelowych. Czy Lublin znalazł na to rozwiązanie?

Rzeczywiście, wraz z rozwojem miasta i polepszaniem się jego wizerunku w kraju i na świecie, do Lublina zaczęło przyjeżdżać coraz więcej turystów, w tym również przedsiębiorców odwiedzających nasze miasto w interesach. O ile jeszcze rok-dwa lata temu w niektórych dni rzeczywiście ciężko było znaleźć odpowiednie dla biznesu miejsca noclegowe w mieście, tak teraz również i w tym aspekcie możemy zauważyć duże zmiany, jakie zaszły w mieście. Otwarto kilka no-

Jak więc podsumowałby Pan działania Lublina w ramach planowania przestrzeni miejskiej pod kątem nowych inwestycji gospodarczych?

Lublin od ośmiu lat konsekwentnie realizuje ścieżkę rozwoju, która w sposób zrównoważony uwzględnia potrzeby mieszkańców i przedsiębiorców, przy jednoczesnej dbałości o środowisko. Dzięki temu miasto jest w stanie zaoferować inwestorom wysoką jakość życia w mieście oraz przestrzeń do rozwoju biznesu zarówno w sektorze usług, jak i przemysłu. Ten model rozwoju przyniósł nam sukces, więc nie zamierzamy schodzić z tej ścieżki w kolejnych latach.

Dziękujemy za rozmowę.

Stawiamy na zrównoważony rozwój tkanki miejskiej

Wywiad z Jarosławem Bondarem, Architektem Miasta Szczecin.





DymitrDoktór, Outsourcing&More:
Co dla Architekta Miasta jest naj-
bardziej priorytetowe w planowa-
niu przestrzeni miejskiej?

Jarosław Bondar, Architekt Miasta Szczecin: Głównym wyzwaniem, stojącym nie tylko przed naszym miastem, jest znalezienie formuły zrównoważonego rozwoju. Zrównoważony rozwój jest nie tylko globalnie powtarzanym hasłem, lecz przede wszystkim koniecznością wynikającą z obecnego stanu środowiska i jego ograniczonych zasobów. Sytuacja ta jest niejako „efektem ubocznym” rozwoju naszej cywilizacji.

Zarówno globalnie, jak i w skali naszego miasta „stawiamy na rozwój” ze świadomością, że wysoka

jakość życia mieszkańców zależy od bardzo wielu, często zależnych od siebie czynników.

Wracając do „priorytetów”. Bez wątplenia na szczycie listy znajduje się zrównoważenie dwóch potrzeb związanych z pracą i zamieszkiwaniem. W planowaniu przestrzennym rozwiązanie powyższych kwestii wymaga zapewnienia rezerw przestrzeni związanych z budową mieszkań oraz zapewnienia miejsca na aktywność gospodarczą, skutkującą nowymi miejscami pracy. Ważne jest przy tym, że wzorem wszystkich dużych miast na świecie, doświadczamy skutków „rozlewania się miast” poprzez intensywną, często żywiołową urbanizację terenów podmiejskich.

W ostatnim czasie obserwujemy wyraźny powrót do idei „mieszkania w mieście”, tj. w obszarze jego centrum. Dla administracji samorządowej rodzi to wyzwania związane z zapewnieniem odpowiedniego standardu przestrzeni publicznej, w szczególności wzmocnienia oferty związanej z uczestnictwem w wydarzeniach kulturalnych i spędzaniem wolnego czasu. W tym kontekście należy wspomnieć o, ważnym z punktu widzenia mieszkańców miasta, procesie rewitalizacji – w odniesieniu do trzech aspektów życia miasta: społecznego, przestrzennego i gospodarczego.

Filharmonię im. Mieczysława Karłowicza w Szczecinie można bez wątpienia nazwać perłą architektury. Czy miasto planuje kolejne tego typu obiekty?

W ostatnim czasie obserwujemy wyraźny powrót do idei „mieszkania w mieście”, tj. w obszarze jego centrum.

Nagradzany wielokrotnie i prowadzony z sukcesem nowy gmach Filharmonii Szczecińskiej, dopełnia listę zrealizowanych inwestycji publicznych takich, jak basen olimpijski „Floating Arena”, hala sportowa przy ul. Szafera, nowa hala na terenie kortów tenisowych przy al. Wojska Polskiego, port jachtowy „North East Marina” na wyspie Grodzkiej. Szczecin doświadczył sukcesu związanego z konsekwentnie prowadzoną polityką podnoszenia jakości obiektów publicznych, dzięki stosowaniu konkursu architektonicznego, jako drogi prowadzącej do wyboru najlepszego projektu.

W nadchodzących latach nasze miasto wzbogaci swoją ofertę o nowy Aquapark „Fabrykę Wody”, gruntownie przebudowany zostanie Stadion Miejski im. Floriana Krygiera, zupełnie

nową formę zyska Teatr Letni im. Heleny Majdaniec, rozpoczynamy proces przygotowania do realizacji nowego gmachu Teatru Współczesnego. Ważne dla prawobrzeżnej części miasta inwestycje to budowa Centrum Aktywności Lokalnej w Podjuchach i filii Miejskiej Biblioteki Publicznej na Osiedlu Majowe. Te ważne miejskie inwestycje publiczne

wraz z nagradzanym Centrum Dialogu – Przełomy oraz planowaną budową Muzeum Morskiego – Centrum Nauki, a także znaczącą rozbudową Teatru Polskiego, wzmocniają ofertę miasta i pozycję Szczecina, jako ośrodka metropolitalnego – stolicy regionu – także w relacjach transgranicznych.

Biorąc pod uwagę położenie miasta nad Odrą, to, czy w planach rozbudowy Szczecina uwzględnione jest zagospodarowanie bulwarów nadrzecznych?

Wysoko na liście „priorytetów” są działania w zakresie podnoszenia jakości przestrzeni publicznej. Przedwojenne rozwiązania Wałów Chrobrego, Jasnych Błoni, placów i ulic „Złotego Szlaku” pokazują, jak ważna w przestrzeni miasta jest wysokiej jakości przestrzeń publiczna. Przebudowa bulwarów pokazała, że mieszkańcy chcą przebywać w dobrze zaprojektowanej, wysokiej jakości przestrzeni. Działania w tym zakresie są kontynuowane w postaci realizowanych obecnie projektów przebudowy Alei Wojska Polskiego (na odcinku pomiędzy Placem Zwycięstwa i Placem Szarych Szeregów) i Alei Jana Pawła II (pomiędzy Placem Lotników i Placem Żołnierza Polskiego) oraz szeregu inwestycji dotyczących gruntownych przekształceń ulic i placów.

Ważnym zagadnieniem z punktu widzenia planowania przestrzennego jest zapewnienie możliwości realizacji idei „zrównoważonego transportu”, zwiększającego w obszarze ścisłego centrum udział komunikacji publicznej, rowerowej oraz ruchu pieszego.

Czy plan infrastruktury biurowej w Szczecinie oparty jest na centralnym ośrodku biurowym czy też na budynkach rozmieszczonych w różnych częściach miastach? Czym podyktowany jest taki stan rzeczy?

Specyfika współczesnego rynku inwestycji oraz zmieniające się trendy w gospodarce światowej pokazują, że przeznaczenie terenów i obiektów musi być w największym stopniu uniwersalne, otwarte na coraz szybsze zmiany. Ponadto koncentracja

Ważnym zagadnieniem z punktu widzenia planowania przestrzennego jest zapewnienie możliwości realizacji idei „zrównoważonego transportu” zwiększającego w obszarze ścisłego centrum udział komunikacji publicznej, rowerowej oraz ruchu pieszego.

jednej funkcji, czy usługi na dużym obszarze może negatywnie wpływać na atrakcyjność przestrzeni z punktu widzenia potrzeb różnych użytkowników. Przestrzeń współczesnego miasta jest miejscem spotkania i koegzystencji różnych funkcji i potrzeb, wzajemnie się wspomagających i uzupełniających. Powstawanie obiektów biurowych jest potrzebą rynku i na realizację takiej potrzeby przygotowujemy miasto, lecz nie możemy narzucić wprost takiego obowiązku inwestorowi, czy właścicielowi terenu.

Odnosząc niniejszą kwestię do realizowanego w chwili obecnej ambitnego projektu zagospodarowania terenów Międzyzdrza, w tym wyspy Łasztowni, zakładamy na tym obszarze możliwość wprowadzenia funkcji biurowej, lecz nie narzucamy takiej konieczności – pozostawiając tę kwestię potrzebom rynku oraz inwestorom.

Myśląc o mieście przyszłości, chcemy włączyć tę część – centralnie położonych terenów – do wspólnego organizmu miejskiego, stwarzając możliwości wprowadzania różnorodnych funkcji na zasadach równoważących potrzeby wszystkich uczestników procesu kształtowania przestrzeni naszego miasta.

Dziękuję za rozmowę.



AKTUALNOŚCI HR

Marika Hartwich przejmuje dywizję FMCG w Devire



Marika Hartwich objęła stanowisko Principal Consultant w agencji rekrutacyjnej Devire, biorąc odpowiedzialność za dywizję FMCG w Polsce centralnej i północnej. Marika zawodowo związana jest z rynkiem rekrutacyjnym od 7 lat. Wcześniej pracowała jako Associate Manager w agencji Michael Page. Marika z sukcesem realizuje projekty dla branży dóbr konsumenckich, ze szczególnym naciskiem na sektor FMCG. Dla swoich Klientów rekrutuje na stanowiska średniego i wyższego szczebla do działów Sprzedaży i Marketingu. Marika jest absolwentką Uniwersytetu Humanistyczno-Społecznego SWPS na kierunku Psychologia.

Firma doradcza CBRE wzmacnia kompetencje sektorowe

Firma doradcza CBRE, działająca w obszarze nieruchomości komercyjnych, wzmacnia kompetencje sektorowe. Zespołem wynajmu powierzchni biurowych pokieruje Mikołaj Sznajder, natomiast Magdalena Kozińska i Mariusz Majkowski zostali dyrektorami działu wynajmu powierzchni handlowych.

Mikołaj Sznajder posiada ponad 12-letnie doświadczenie na rynku nieruchomości. W przeszłości pracował m.in. dla funduszy inwestycyjnych, prywatnych

inwestorów oraz najemców. W trakcie swojej kariery był zaangażowany w nabywanie nieruchomości, finansowanie ich, asset management oraz reprezentację najemcy.



Nowi dyrektorzy będą mieli inny zakres obowiązków i specjalizację. Magdalena Kozińska, jako dyrektor działu wynajmu powierzchni handlowych, będzie zajmowała się poszukiwaniem najlepszych lokalizacji biznesowych dla klientów (marek). Magdalena posiada 18-letnie doświadczenie w branży nieruchomości, a z CBRE jest związana od października 2014 roku. Wcześniej pracowała dla takich deweloperów, jak Centrum Development&Investments oraz Redis.



Była zaangażowana w komercjalizację m.in. Magnolia Park i Renomy we Wrocławiu, Cedetu w Warszawie i Pasażu Victoria w Lublinie. Magdalena posiada również doświadczenie w handlu po stronie najemcy, które zdobyła pracując dla Van Graaf i Sky For Sky, gdzie odpowiadała za operacje i rozwój sieci sklepów.

Mariusz Majkowski, jako dyrektor działu wynajmu powierzchni handlowych, będzie odpowiadał za komercjalizację centrów handlowych. Mariusz posiada 14-letnie doświadczenie na rynku nieruchomości. Specjalizuje się w przygotowywaniu strategii wynajmu dla powierzchni handlowych. Do jego zadań należy prowadzenie negocjacji i podpisywanie umów najmu. Poprzednio pracował w Echo Investment S.A. oraz Atrium Poland Real Estate Management Sp. z o.o. Był zaangażowany w liczne projekty związane z komercjalizacją m.in. galerii handlowych, budynków biurowych i retail parków w Polsce i zagranicą. Jest absolwentem studiów MBA Executive we Francuskim Instytucie Zarządzania w Warszawie.



Wspólnym zadaniem Magdaleny, Mikołaja i Mariusza jako dyrektorów poszczególnych działów, będzie koordynacja pracy zespołów i świadczenie najwyższej jakości usług dla klientów.

Marcin Klammer Prezesem Zarządu BNP Paribas Real Estate w Europie Środkowej i Wschodniej



W dniu 4 czerwca, Marcin Klammer zastąpił na stanowisku Prezesa Zarządu Patricka Delcol, który zarządzał firmą nieprzerwanie od 2013 roku. Nowy prezes BNP Paribas Real Estate na region Europy Środkowo-Wschodniej będzie nadzorował rozwój wszystkich linii biznesowych.

Marcin Klammer jest uznanym menedżerem rynku nieruchomości komercyjnych. Przed dołączeniem do zespołu BNP Paribas Real Estate pełnił funkcję European Sector Leader i był odpowiedzialny za rozwój międzynarodowych klientów w Arcadis – jednej z wiodących globalnych firm konsultingowych i projektowych.

Równolegle pełnił funkcję Prezesa Zarządu polskiej spółki, gdzie kierował zespołem ponad 200 osób, świadcząc usługi w sektorach: Nieruchomości, Infrastruktura, Środowiska i Wody. Zanim został dyrektorem generalnym Arcadis, był partnerem zarządzającym EC Harris w Polsce i członkiem Europejskiego Zespołu Zarządzającego odpowiedzialnego za Europę Środkową i Wschodnią oraz Rosję.

Dariusz Forysiak nowym Dyrektorem w dziale doradztwa inwestycyjnego w Colliers International

Dariusz Forysiak awansował na stanowisko Dyrektora w Dziale Doradztwa Inwestycyjnego w Colliers International.



W nowej roli będzie odpowiedzialny za dalszy rozwój wyspecjalizowanej linii biznesowej Retail Investment w ramach Działu Usług Inwestycyjnych, świadczenie usług doradczych w transakcjach nabycia lub sprzedaży nieruchomości w sektorze handlowym, umacnianie i poszerzanie relacji z aktywnymi na polskim rynku inwestorami, operatorami handlowymi oraz nowymi źródłami kapitału. Dział Usług Inwestycyjnych Colliers International świadczy usługi doradcze w sektorze nieruchomości komercyjnych, w tym budynków biurowych, centrów logistycznych, centrów handlowych oraz obiektów hotelowych. Dział oferuje właścicielom, inwestorom oraz deweloperom szeroki zakres usług, w szczególności realizację procesów sprzedaży i nabycia budynków, doradztwo w zakresie kreowania wartości kapitałowej aktywów nieruchomościowych, przeprowadzanie badania komercyjnego due diligence oraz pozyskiwanie kapitału.

Paweł Nowakowski dołączył do Cresa Polska

Paweł Nowakowski, ekspert z 12-letnim doświadczeniem na rynku nieruchomości komercyjnych, został Dyrektorem działu rynków kapitałowych w firmie doradczej Cresa Polska. Paweł stanie na czele zespołu doradztwa strategicznego i transakcyjnego w warszawskim biurze Cresa. Będzie doradzał klientom przy zakupie i sprzedaży nieruchomości w Polsce i regionie Europy Środkowo-Wschodniej. Specjalizuje się także w strategiach zarządzania portfelami nieruchomości w zakresie restrukturyzacji i optymalizacji.



Nowe twarze Adaptive Group!



W pierwszych miesiącach 2018 roku, do zespołu Adaptive Group dołączyła kolejna grupa utalentowanych.

Do grona ekspertów Adaptive Group dołączyli:

- Aleksandra Pudlarz na stanowisku F&A Consultant,
- Robert Godziszewski na stanowisku Program Manager,
- Agata Oplątowska na stanowisku F&A/HR Consultant,
- Irmina Liczbik na stanowisku Marketing Specialist&Content Manager.

Zespół Adaptive Group został również wzmocniony przez nowe osoby w roli Junior Consultant: Liliya Artym, Galyna Biletska, Agnieszka Gałązka, Anastasia Kotvytska, Szymon Litman, Aleksandra Owczarek, Ana Ubović, Antoni Wilkiel.

CI OD KRÓW,



czyli budowanie marki pracodawcy w branży SSC



W sytuacji rynkowej, gdzie większość liczących się firm dysponuje niemal identyczną ofertą produktów i usług – to marka, reputacja oraz warstwa komunikacji marketingowej decydują o końcowym sukcesie lub porażce. Employer branding w branży SSC porównać można do rynku sprzedaży soli lub wody mineralnej, gdzie strategia komunikacji i grupy docelowe kategoryzują ofertę: czy jesteśmy wodą do picia z plastikowej butelki, czy lekko gazowaną, serwowaną w kieliszkach?



Skojarzenia często nie są pochlebne. Branża postrzegana jest, jako „taśma produkcyjna dla białych kołnierzyków”, na której praca jest nudna i powtarzalna. Dodatkowo, skojarzenia z marką główną (core brand) rodzą niekontrolowane wyobrażenia na temat tego, co dzieje się na wysokich piętrach biurowców, niedostępnych dla człowieka z ulicy.

EMPLOYER BRANDING W SSC

Mówiąc o podobieństwie ofert pracodawcy mam na myśli kilka czynników, które są immanentnymi cechami branży shared services.

Po pierwsze – struktura stanowiskowa organizacji, która jest bezpośrednim wyznacznikiem możliwości rozwoju kariery dla pracowników. W zależności od wachlarza procesów biznesowych przejętych z centralnych jednostek, oferta rozwojowa różni się w poziomie, niemal nigdy w pionie. Klasyczna ścieżka awansu wiedzie od Juniora, przez Specjalistę, Seniora, Koordynatora Zespołu, Team Leadera po Managera obszaru.

Po drugie – polityka płacowa, której głównym wskaźnikiem są oszczędności, będące przecież jedną z głównych przyczyn przenoszenia procesów biznesowych m.in. do Polski. Wyjątkiem są nowo powstające centra, które z uwagi na konieczność szybkiego pozyskania pracowników zwykle podnoszą podstawowe wynagrodzenie względem rynkowego. Przynajmniej na etapie tranzycji.

Po trzecie – zależność, a raczej niezależność od core brandu. Z jednej strony rozpoznawalność marki i jej produktów może stanowić przewagę na starcie, z drugiej jednak praktyka pokazuje relatywnie niską identyfikację pracowników z globalną strukturą. Choćby dlatego, że nie widzą większego wpływu „ich” centrum na decyzje biznesowe spółki-matki. Na dodatek, nierzadko są przekonani, że reprezentują „low cost country”, co nie pomaga w identyfikacji z marką i budowaniu zaangażowania.

z marką główną (core brand) rodzą niekontrolowane wyobrażenia na temat tego, co dzieje się na wysokich piętrach biurowców, niedostępnych dla człowieka z ulicy.

Kwestia wizerunkowa wpływa oczywiście na proces pozyskiwania nowych pracowników. Dla tych, którzy w branży SSC już funkcjonują, jest ona dobrym i – co ważne – długoterminowym wyborem. Co zresztą znajduje odbicie w decyzjach zawodowych – pracownicy z doświadczeniem w sektorze przesuwają się raczej między centrami, niż wychodzą z branży.

Biorąc pod uwagę powyższe czynniki, głównymi polami walki o najlepszych pracowników są takie elementy, jak: polityka benefitowa, kultura pracy, relacje międzyludzkie i warstwa komunikacji marki, zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz organizacji.

ARLA GLOBAL SHARED SERVICES W GDAŃSKU

Globalny lider w produkcji i przetwórstwie mleka, duńska spółdzielnia Arla Foods otworzyła swoje centrum biznesowe w Gdańsku dziesięć lat temu. Przez pierwsze lata swojej działalności centrum skupiało się na obsłudze procesów finansowo-księgowych, a od niedawna przejęło także procesy HR, IT i zakupowe (procurement).

Ponad trzystu lingwistycznie uzdolnionych pracowników Arli wykonuje swoje obowiązki na kilku piętrach Neptuna, najwyższego biurowca w Gdańsku. Specjalnie zaprojektowana dla nich

Skandynawskie korzenie firmy wpływają również na kulturę pracy i zabezpieczenia socjalne. Polityka benefitowo-opiekuńcza także jest rozbudowana i poza standardowymi już dla rynku benefitami kupowanymi przez firmę w formie usługi, zawiera także szereg programów prozdrowotnych i prorozwojowych.

Jak centrum Arli radziło sobie z pozyskiwaniem pracowników? Zaczniemy od tego, że gdańskie centrum miało stosowną zakładkę na stronie korporacyjnej, ale już dotarcie do niej było dla użytkowników nie lada wyzwaniem. Wszystko przez rozbudowaną architekturę strony arla.pl. Pozyskiwanie kandydatów odbywało się więc za pomocą tradycyjnych narzędzi i kanałów. Tylko dzięki kompetencjom, pomysłowości i zaangażowaniu zespołu Talent Acquisition procesy rekrutacyjne były zamykane z sukcesem. Jednak przez dekadę funkcjonowania na rynku trójmiejskich pracodawców nie udało się zbudować świadomości oferty, jaką dysponuje pracodawca. Specyfika działalności gdańskiej Arli była natomiast kojarzona (o ile w ogóle) z produktem Arla Appetina Feta – pierwszej fety pokrojonej w kostkę.

PROBLEM DO ROZWIĄZANIA

W ciągu wspomnianej dekady rynek trójmiejskich pracodawców bardzo się zmienił. Zaczęły powstawać nowe centra biznesowe, znacznie bardziej rozpoznawalnych marek, oferujące tożsamą pracę, ale z lepszymi warunkami płacowymi na początek. Zagrożenie odpływu części pracowników i coraz trudniejsze pozyskiwanie nowych tradycyjnymi kanałami, wywołało potrzebę odkrycia tożsamości firmy i jej kultury na nowo. Przy jednoczesnym określeniu strategicznych ram walki o najlepszych pracowników na rynku.

Główną przeszkodą, zdefiniowaną już na samym początku, był brak świadomości oferty pracodawcy w grupie kandydatów oraz niekontrolowane skojarzenia z marką. Przy stoisku Arli podczas targów pracy kandydaci pytali o oferty na Przedstawicieli Handlowych w branży FMCG, a absolwenci chemii i biotechnologii oczekiwali zatrudnienia w dziale jakości firmowego laboratorium (bo przecież tym się firma zajmuje). Skojarzenia z marką związane były z takimi słowami kluczami jak: śniadanie, mleko, łąka, krowa, ser.

Ostatnim, nie mniej ważnym czynnikiem jest wizerunek samej branży SSC i niska świadomość kandydatów, co do idei jej funkcjonowania i zakresu ofert pracodawców. Skojarzenia często nie są pochlebne. Branża postrzegana jest, jako „taśma produkcyjna dla białych kołnierzyków”, na której praca jest nudna i powtarzalna. Dodatkowo, skojarzenia

przestrzeń biurowa gwarantuje dużo światła dziennego i zieleni. Ponadto wyposażona jest w najnowocześniejszy sprzęt – począwszy od foteli biurowych prestiżowej marki Kinnarps, przez elektrycznie sterowane biurka, czy świetnie wyposażoną kuchnię. Obrazu dopełniają jeszcze m.in. biblioteka i pokoje chilloutu z konsolami do gier.

Głównym wyzwaniem strategii employer branding stało się zatem zbudowanie świadomości działania firmy na lokalnym rynku, jako centrum finansowego, zatrudniającego księgowych z kompetencjami językowymi. W dalszej kolejności natomiast prezentacja atrybutów marki pracodawcy, czyli EVP (employment value proposition).

WSZYSTKIE RĘCE NA POKŁAD

Nie od dziś wiadomo, że pracownicy są największą siłą w employer branding, a od ich zaangażowania zależy sukces projektu. Dlatego w warsztaty wypracowujące silne strony pracodawcy zaangażowano ponad 120 pracowników (czyli jedną trzecią zasobów firmy), poczynając od Senior Managementu i Team Leaderów, przez Juniorów, Specjalistów i Seniorów z różnym stażem w organizacji, po grupę „newcomers”, czyli tych, którzy dołączyli w ostatnich tygodniach. Każda z grup miała swoje zadanie do wykonania. Senior Management zdefiniował model kompetencji przyszłości, łącząc go ze strategią biznesową spółki. Pracownicy operacyjni przygotowali listę korzyści z pracy w Arli, a nowi wnieśli

perspektywę rynku zewnętrznego i skojarzenia z firmą w procesie podejmowania decyzji o aplikowaniu na staż, czy pozycję juniorską.

Proces zbierania danych trwał miesiąc, a jego efektem było zdefiniowanie czterech atrybutów marki, które najlepiej oddają jej charakter i zarazem odpowiadają na oczekiwania grup docelowych rekrutacji. Wypracowana strategia komunikacji została zaprezentowana wszystkim uczestnikom warsztatów podczas specjalnej sesji strategicznej. Chodziło o włączenie pracowników w proces decyzyjny, oddanie im wpływu na kształt komunikacji firmy, której są częścią i danie kolejnego powodu do dumy z miejsca pracy, które tworzą. Prezentacja strategii miała również na celu zebranie feedbacku od pracowników i – dodatkowo – wzmocnienie ich zaangażowania w projekt. Prezentacja strategii zakończyła się demokratycznym i tajnym głosowaniem nad scenariuszami komunikacji marki pracodawcy oraz pierwszym małym sukcesem projektu – 100 proc. pracowników mając wybór pomiędzy „in” i „out”, wskazało „in”.

Nie od dziś wiadomo, że pracownicy są największą siłą w employer branding, a od ich zaangażowania zależy sukces projektu.

Głównym zadaniem komunikacji zewnętrznej pracodawcy było utrwalenie atrybutów marki w dwóch grupach. W gronie studentów trójmiejskich uczelni oraz wśród pracowników innych centrów biznesowych w Polsce, którzy gotowi są przeprowadzić się nad morze, w poszukiwaniu work-life balance. Jednak jak to zrobić, kiedy media społecznościowe, powierzchnie reklamowe w centrach miast czy nawet telewizja, przepełnione są komunikatami pracodawców szukających pracowników?

BEZ RYZYKA NIE MA SZAMPANA

Realizację strategii employer branding Arla podzieliła na kilka faz, rozpoczynając etapem budowania świadomości samej marki i jej atrybutów. Szczególnie ważnym, bo sprawdzającym na ile możliwa jest realizacja wskaźników strategii, jako całości. Przygotowano nowe narzędzia m.in. nową stronę www.jobs.arla.pl, nowe ogłoszenia rekrutacyjne, plakaty i ulotki, stoisko targowe. Opracowano również zupełnie nową

identyfikację i materiały do mediów społecznościowych (Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube, Vimeo) oraz film, który stały się głównym narzędziem komunikacji i zarazem angażowania pracowników. W produkcję pięciu filmów i sesję zdjęciową zaangażowano ponad 60 pracowników, którzy pomimo braku warsztatu aktorskiego wykonali fantastyczną pracę.

Pierwszy film, „We Are Arla GSS” (dostępny w serwisach YouTube, Vimeo i na stronie jobs.arla.pl), w miesiąc obejrzało blisko 100 tys. osób, wywołując ponad 10 tys. reakcji społecznościowych. Jak to się udało?

Arla wykorzystała stereotypy na temat korporacji i skojarzenia z marką produktów, z których słynie na całym świecie. Duża dawka humoru i dystansu pozwoliła wciągnąć pracowników i widzów w grę, stawiając pytanie: co by było, gdyby Arla była typową korporacją?

Przebrani w maski krów i garnitury pracownicy pokazywali smutne środowisko pracy, w którym każdy jest taki sam, grzecznie wypełnia zadania,

a relacje międzyludzkie ograniczone są do minimum. Dopiero wejście kuriera – człowieka z zewnątrz, wywołało proces przemiany bohaterów. Spowodowało porzucenie standardów i reguł korporacyjnych, a w praktyce – pokazanie prawdziwej twarzy organizacji: młodej, energicznej i otwartej. Przekaz filmu brzmiał: *Jeśli myślisz, że mamy tu krowy pracujące nad strategią sprzedaży mleka – pomyśl jeszcze raz. Działamy w finansach w skandynawskim stylu. I miał za zadanie zmusić widza do refleksji na temat swojego aktualnego miejsca pracy i szukania kolejnych informacji o firmie. Video wywołało spory buzz medialny i branżowy, pisał o nim m.in. portal trojmiasto.pl i blog ekspercki [bardzoHR](http://bardzoHR.pl). Dyskutowano o nim również na konferencjach praktyków HR. Arla z miejsca stała się też tematem rozmów studentów finansów i rachunkowości, po uczelnianej części kampanii, gdzie pokazywano przemianę korporacyjnych krów w młodych, fajnych ludzi. Wyróżnienie w prestiżowym konkursie EB Kreator 2017 w kategorii „Najlepsze Video Wizerunkowo-Rekrutacyjne w Polsce” było już wisienką na torcie.*

WE DEAL WITH FINANCE THE SCANDINAVIAN WAY!

To główny przekaz strategii employer branding pracodawcy, poparty czterema atrybutami (ofertą pracodawcy):

FLEXIBLE WORKING HOURS – czyli możliwość pracy zarówno w biurze, jak i w domu, bez sztywnych ram czasowych, w zadaniowym trybie. To jeden z kluczowych argumentów dla grup docelowych komunikacji wizerunkowo-rekrutacyjnej, który w Arli działa i jest doceniany przez pracowników. To też wyraz zaufania, jakim pracodawca obdarza swoich ludzi.

FAST CAREER – struktura stanowiskowa firmy pozwala na estymację ścieżki kariery od Juniora do stanowisk zarządzających. Niemal każdy menedżer w Arli zaczynał od pozycji juniorskiej, a przechodzenie z jednego szczebla na kolejny (szczególnie z poziomu entry level) można zaplanować w perspektywie kilku miesięcy. Szybkość w zdobywaniu kompetencji jest szczególnie ważna dla jednej z grup docelowych, która została zdefiniowana w strategii.

NO DRESS CODE ZONE – czyli celebrowanie indywidualizmów i odejście od korporacyjnych zwyczajów związanych z ubiorem w miejscu pracy. W Arli każdy czuje się jak w domu, swobodnie i bez zbędnych konwenansów. To też element odróżniający ofertę pracodawcy Arla od innych pracodawców na rynku trójmiejskim.

GREAT ATMOSPHERE – to emanacja wartości firmy i skandynawskiej kultury organizacji, opartej na szacunku i partnerstwie. Wystarczy przyjść na jedną z imprez integracyjnych Arli, żeby dowiedzieć się, co ten atrybut oznacza w praktyce.



pracownia^{eb}

Szymon Motławski,
Strateg marki pracodawcy
i Dyrektor Kreatywny,
Pracownia EB
www.pracowniaeb.pl

PREZENTACJA ATRYBUTÓW MARKI

Po sukcesie pierwszej fazy komunikacji Arla przeszła do komunikacji EVP, zaczynając od elastycznych godzin pracy. Faza złożona z trzech kolejnych filmów miała pokazać, jak elastyczne godziny pracy wspierają codzienne życie pracowników, dla których praca jest tylko częścią szerszej całości. Główny przekaz tej fazy komunikacji brzmiał: *Niektórzy mówią, że to work-life balance – my wolimy powiedzieć: elastyczne godziny pracy w praktyce*. W filmie pojawił się więc sportowiec, który wraz koleżankami i kolegami z pracy uprawia jogging na plaży oraz romantyk, który urywa się z pracy wcześniej, aby odebrać swoją ukochaną z lotniska (publikacja z okazji Walentynek 2018). „Zagrała” w nim też mama, która tak układa swoje zawodowe zobowiązania, aby zdążyć na pierwszy przedszkolny teatrzyk swoich dzieci.

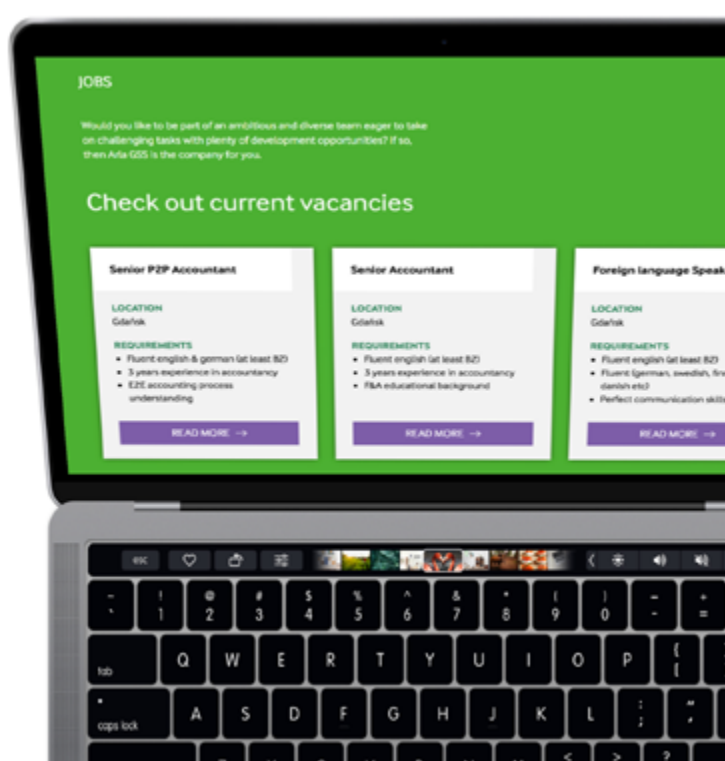
Materiały można obejrzeć na kanale YouTube: Arla GSS. Emocje i autentyczność przekazu dały kolejne świetne efekty. Ponad 150 tysięcy obejrzeń materiałów video, tysiące interakcji społecznościowych i łyż wzruszenia duńskiej CFO (będącej mamą) po obejrzeniu jednego z filmów – to tylko niektóre efekty drugiej fazy komunikacji. Zasięg obu faz realizacji strategii EB przekroczył cztery miliony internautów, a Arla pomimo działań wizerunkowych (nie rekrutacyjnych) pozyskała ponad 1 tys. nowych aplikacji na rekrutowane role. Przyjęta strategia employer branding zyskała uznanie także jury konkursu Employer Branding Excellence Awards. Arla zdobyła wyróżnienie w kategorii: Najlepsza Strategia Employer Branding w Polsce, zostawiając w tyle znacznie potężniejsze marki, nie mówiąc już o konkurencji z branży SSC.

CIĄG DALSZY NASTĄPI

Kiedy piszę ten tekst, Arla przygotowuje się do trzeciej fazy komunikacji, której efekty będzie można śledzić w kanałach społecznościowych marki. Już teraz doświadczenia Arli mogą być wzorem skutecznego planowania i wdrażania działań employer brandingowych, nie tylko w branży SSC. To też dowód na to, że EVP jest skuteczne, jeśli odaje DNA organizacji, a nie jest wymyślonym marketingowym sloganem pozbawionym uwiarygodnienia.

SPECJALNE PODZIĘKOWANIA:

Wyjątkowe projekty nie są możliwe bez wyjątkowych ludzi. Specjalne podziękowania za otwartość, merytorykę i wybitny profesjonalizm dla działu Talent Acquisition w Arla GSS na czele z: Anią Gugałą, Joanną Grzegorzewską, Patrycją Spinek, Magdą Jurkowską-Bogusz, Kasią Komorowską.



SPOTKAJMY SIĘ NA

The BSS Tour Częstochowa

The BSS Tour

Częstochowa

TEMAT

Employer Branding
w usługach

DATA

27 września 2018 r.

MIEJSCE

Częstochowa



Improvement Manager Continuous

Continuous Improvement Manager to osoba, która często niesłusznie przypisywana jest jedynie do organizacji o charakterze stricte produkcyjnym. Jest to natomiast stanowisko cieszące się coraz większą popularnością również w realiach operacyjnych, finansowych i wszystkich tych, gdzie szeroko pojęte usprawnienia przekładać mogą się na redukcję kosztów działalności firmy.

ZAKRES OBOWIĄZKÓW

Rola takiej osoby w dużej mierze uzależniona jest od potrzeb i specyfiki organizacji, do której trafia oraz „samoświadomości” firmy w zakresie obszarów wymagających ulepszeń. Stąd Continuous Improvement Manager może być w różny sposób ulokowany w strukturach firmy, w zależności od zespołów, na których ma skoncentrować swoje działania. Najczęściej jednak spotyka się tego rodzaju stanowiska w obszarach Quality Improvement i Operational Excellence. Zadaniem Continuous Improvement

Managera jest więc w pierwszej kolejności analiza obecnej sytuacji w podległych obszarach, których wydajność lub jakość należy podnieść. Warto wspomnieć, że zwykle do tego rodzaju analizy używa się narzędzi z zakresu metodologii Lean Management oraz Lean Six Sigma lub narzędzi typowo jakościowych. MUDY (marnotrawstwa) występujące w poszczególnych procesach są identyfikowane w parze z przyczynami ich występowania oraz czynnościami mającymi wartość dodaną (value added).

Zadaniem Continuous Improvement Managera jest w pierwszej kolejności analiza obecnej sytuacji w podległych obszarach, których wydajność lub jakość należy podnieść.

Równie istotna jest świadomość tego, co w procesie jest ważne i musi zostać pozostawione bez zmian. W dalszej kolejności wdrażane są działania korygujące, mające na celu osiągnięcie założonego poziomu. Jeśli chodzi o rolę Continuous Improvement Managera, przypisuje się jej jeszcze jeden cel pośredni – budowanie zaangażowania oraz kultury „leanowskiej” w organizacji. Warto pamiętać, że jedna osoba nie jest w stanie zoptymalizować całej struktury, jej rolą jest raczej optymalizowanie sposobu myślenia i działania innych członków organizacji, więc tym samym należy zapewnić jej odpowiedni stopień decyzyjności oraz dostęp do niezbędnych danych, procesów oraz narzędzi. Zdarza się, że do tego obszaru dedykowany w organizacji jest cały zespół złożony ze specjalistów różnych szczebli i różnie umiejscowionych w strukturze, wówczas do obowiązków Continuous Improvement Managera należało będzie również zarządzanie taką strukturą macierzową.

KANDYDAT IDEALNY

Osoba na tym stanowisku przede wszystkim powinna cechować się doskonałą znajomością narzędzi z zakresu Lean Six Sigma. Najbardziej pożądana jest obecnie certyfikacja Black Belt, ale również osoby z poziomu Green Belta są chętnie angażowane do procesów rekrutacji. Idealnie, aby kandydat posiadał doświadczenie wyniesione z organizacji o podobnej kulturze czy stopniu złożoności procesów. W zależności od stanowiska i jego roli, istotne jest również rozumienie poszczególnych działań w obszarach podległych, zależności i wpływów, jakie wywierają

na siebie poszczególne jednostki biznesowe (Zakupy – Magazyn, Produkcja – Logistyka, etc.).

Dodatkowo to stanowisko związane jest z szeregiem kompetencji miękkich, niezbędnych do wykonywania tego typu pracy. Najważniejsze z nich to przede wszystkim umiejętność analizy danych, wysoki stopień kreatywnego myślenia oraz sprawna komunikacja niezbędna w celu optymalizowania procesów w różnych obszarach struktury. W tej roli dobrze sprawdzają się osoby charyzmatyczne, pasjonaci, którzy potrafią przekonać biznes do potrzeby zmian i wartości, jakie z tego płyną.

Oczywiście, podobnie jak na innych stanowiskach, tutaj również liczy się staż pracy powiązany z doświadczeniem, aczkolwiek coraz częściej można zauważyć tendencję do sięgania po osoby niezwiązane wcześniej stricte z Quality Improvement, ale za to z silnym zapleczem w postaci doświadczenia w jednym konkretnym obszarze, do którego mogą być przypisane, np. Inżynier Procesu, Planista Produkcji czy Purchasing Manager.

ROZWÓJ

W przypadku tego stanowiska i możliwości rozwoju, tak naprawdę „sky is the limit”. Doskonała znajomość merytoryki, procesów, działań (zarówno tych produkcyjnych, ale również w aspekcie finansowym) pozwala osobom na tym stanowisku na osiągnięcie pozycji leaderskich w organizacjach, nie wyłączając tych w rangach Dyrektorów lub Członków Zarządu. Ważna jest świadomość organizacji w zakresie roli takiej osoby i faktu,

że ciągle doskonalenie nie kończy się na wyeliminowaniu podstawowych błędów, ale wymaga ustawicznej kontroli, zaangażowania i ulepszania. Coraz częściej można spotkać się również z takimi stanowiskami na poziomie globalnym, odpowiadającymi za przepływ procesu pomiędzy poszczególnymi „Plantami” na świecie.

WYNAGRODZENIE

Widelki wynagrodzeń na tym stanowisku są bardzo szerokie i uzależnione od wielu czynników, w tym od branży i stopnia odpowiedzialności takiej osoby. Zdecydowanie na najlepsze zarobki mogą liczyć posiadacze „black belta” działający w segmencie Automotive (20 000–30 000 PLN). Na podobnym poziomie kształtują się oferty dla osób z branży przetwórstwa tworzyw sztucznych, FMCG oferuje nieco niższe stawki rozpoczynając od 12 000 PLN w górę. Niemniej, na rynku można spotkać się również z ofertami bardziej zbliżonymi do średniej krajowej i oscylującymi w granicy 6000–10 000 PLN w przypadku ofert skierowanych do „juniorów”, wspartych np. możliwością finansowania dodatkowego rozwoju (certyfikat green lub black belt, studia podyplomowe, etc.).

Jednocześnie istnieje grono osób, które chętnie podejmuje tego rodzaju współpracę w oparciu o umowę B2B, zapewniając tym samym niezbędne szkolenia dla dedykowanych w organizacjach zespołów, zaszczepiając w ich umysłach „leanowską” metodologię. Wynagrodzenie takich osób często osiąga poziom nawet 35 000 PLN miesięcznie pod warunkiem, że w tym czasie nie mają możliwości wykonywania innych zleceń.

wyser
Your Search. Our Work.
a GIGGROUP company



Joanna Kłopotowska,
Division Manager
Technical & Engineering,
Wyser

Przywództwo to przywilej – lekcja dla młodych managerów

Każdego dnia w Polsce przybywa managerów. W samej tylko branży outsourcingowej blisko 20 tys. team leaderów, managerów operacyjnych i senior managerów zmagają się z wysoką rotacją pracowników, szuka sposobów na zaangażowanie swoich ludzi i często naraża się na samotne radzenie sobie ze stresem i codziennymi wyzwaniami. Bycie managerem to odpowiedzialność. Jednak jest to także swoista nobilitacja, bo właśnie swojego przełożonego pracownicy uważają za bezpośredniego przedstawiciela firmy. Jak zatem realizować siebie i zaspokoić potrzeby pracowników, by chcieli z nami pozostać?



Ludzie przychodzą do firmy, ale odchodzą od szefa – tę prawdę zna z pewnością każdy lider. Obejmując stanowisko menedżerskie otrzymujesz odpowiedzialność, ale także olbrzymi kredyt zaufania. Niestety, w niewielu firmach przygotowuje się pracowników do roli szefa. Najczęściej awansuje się tych rzetelnych, aktywnych, wykazujących się inicjatywą i przynajmniej „na oko” wydaje się, że bardziej niż inni angażujących się. Rzadko kiedy są to osoby, które osiągnęły naprawdę wysoki poziom zrozumienia nie tylko biznesu, ale także swojej roli, jako szef. A jeszcze rzadziej organizacja przekazuje awansowanemu pracownikowi pełny zakres celu i oczekiwań wobec danego stanowiska. W taki oto sposób młody manager opiera swoją pracę o wyobrażenia, doświadczenia z własnymi przełożonymi i to, co wydaje mu się, że jest słuszne.

Wyniki exit interview, które przeprowadzałam na przestrzeni lat, pokazują, że w blisko połowie przypadków przyczyną odejść z firmy była postawa managera. Ponadto wyniki najstarszej organizacji badania opinii publicznej, Instytutu Gallupa wskazują, że prawie 60% społeczeństwa ma problemy ze snem z powodu relacji z przełożonym. Bycie szefem to odpowiedzialne zajęcie, obciążone ryzykiem i wymagające pracy nad i z samym sobą. I nie chodzi tu o psycho-

logiczny bełkot, ale o to, że można tak komunikować, dobierać obowiązki oraz budować relacje w oparciu o mocne strony swoje i swoich pracowników, by ludzie pokochali swoją pracę. Zwłaszcza, że zdecydowana większość z nas naprawdę chce pracować i swoją pracę lubić.

TEMAT POSTAWIONY NA GŁOWIE

Lubię swoje badania i często zaglądam się w wyniki najnowszych analiz. Jednak, czytając powyższe dane, dodając to, że jedynie 8% społeczeństwa ma pracę marzeń, naprawdę napawają one strachem. Bo w końcu nasze dzieci też pójdą do pracy i też będą miały szefa, a później

może same szefami zostaną. Czy zatem naprawdę kondycja polskiego managementu jest tak zła? No więc, nie chodzi o ocenę, a o zrozumienie przyczyn aktualnej sytuacji. Średnio raz na miesiąc otrzymuję zapytania o szkolenia z motywowania i budowania zaangażowania pracowników. Konsultując i wdrażając programy rozwojowe, obserwuję także, że korporacje dysponują ogromnymi możliwościami i budżetami na poprawę warunków socjalnych, kolejne benefity i rozrywki.

Ostatnimi czasy zdarzyło mi się zasugerować klientowi zmniejszenie liczby imprez integracyjnych w roku. Takie aktywności mogą zmniejszyć dyskomfort, być rozrywką, spowodować, że pracownicy nie będą nienawidzić swojej pracy. Nie sprawią jednak, by stała się ona pracą marzeń. Zatem stawiamy temat na głowie – zamiast rozwinąć funkcję przywódczą i przygotować pracowników do bycia liderami, zwołujemy wszystkich na kolejne wydarzenia, wierząc, że poprawią one relacje i zaangażowanie.

O potrzebie kompetencji, jako jednej z najważniejszych potrzeb każdego człowieka, pisałam już wielokrotnie. Dla przypomnienia – to pragnienie odczuwania własnej efektywności i poczucie sensu podejmowanych działań. Dzięki temu jesteś zainteresowany własną aktywnością, otwarty na nowe doświadczenia i chętny do uczenia się nowych rzeczy. Jak więc „gry i zabawy” albo kolorowe biura zapewnią zaspokojenie tej potrzeby?

WIARYGODNOŚĆ ROBI RÓŻNICĘ

Ostatnio przeprowadziłam mały eksperyment. Ponad setce uczestników seminarium zadałam pytanie, kto lubi wiedzieć, po co coś robi.

jak oni. Podejmują decyzje i zlecają zadania bez uzasadnienia, bez szerszego kontekstu. „Mój pracownik, to go sobie przesunę” – tak jeden z managerów uzasadnił swoją decyzję o zmianie zakresu obowiązków dla jednego ze swoich podwładnych. O nowych zadaniach został on poinformowany mailowo bez możliwości wypowiedzenia się w tym temacie.

Informacja jest niezbędna do tego, aby dać ludziom wybór, a to jest podstawa skutecznego przywództwa. Mahatma Gandhi stwierdził, że niegdyś wystarczała siła mięśni, dziś trzeba się z ludźmi dogadywać. Chodzi więc o to, aby rozwinąć w sobie taki zestaw kompetencji, które sprawią, że ludzie za tobą pójdą. Tu podstawą jest zaufanie i wiarygodność. Tego nie zbudujesz jednym spotkaniem, komunikatem czy wspomnianą imprezą integracyjną. Tak naprawdę będzie to długi i niekończący się proces. To jedna z tych rzeczy, o którą trzeba zabiegać nieustannie.

„NIE WIEDZĄ, CO CZYNIAJ,
NIE WIEDZĄ, JAK BĘDZIE...”

Tak śpiewał Muniek Staszczuk z Ziemowitem Kosmowskim. To piosenka o nowożeńcach – niby

Ludzie przychodzą do firmy, ale odchodzą od szefa – tę prawdę zna z pewnością każdy lider. Obejmując stanowisko menedżerskie otrzymujesz odpowiedzialność, ale także olbrzymi kredyt zaufania.

Jak pewnie się domyślasz, zobaczyłam las rąk. Sam pewnie teraz zastanawiasz się, jak to jest z tobą. Założę się, że również należysz do tych, dla których poczucie sensu i celu jest warunkiem motywacji i zaangażowania. Jest to tak oczywiste, że aż nieprawdopodobne, jak często o tym zapominamy. Szefom zdarza się zapomnieć, że mają do czynienia z ludźmi, takimi samymi,

śmieszna, a trochę straszna. Przy czym, nieodparcie ta nonszalancka radość, szczęście, nadzieja i przekonanie o słuszności decyzji młodej pary kojarzy mi się z emocjami i przeżyciami, jakie towarzyszą młodemu managerowi. A potem przychodzi życie i okazuje się, że praca z ludźmi to jedno z największych życiowych wyzwań. Na co dzień pracuję z doświadczonymi managerami i zarządami. Ci wiedzą



Monika Reszko,
Ekspert ds. komunikacji,
Psycholog biznesu

już bardzo często, jak ciężką pracą i ilością wyzwań dochodzi się do pozycji, kiedy ludzie idą za tobą, nie dlatego, że masz władzę, ale dlatego, że pozwalasz im się rozwijać. Dlatego coraz częściej budujemy programy dla początkujących liderów.

Mądre organizacje wiedzą, że kondycja managerów warunkuje kondycję pracowników. Tu metafora życia rodzinnego jest trafiona – jesteśmy coraz bardziej świadomymi rodzicami. Wiemy, że to od naszych decyzji, sposobu wychowania i czasu, jaki poświęcimy na zbudowanie relacji z dziećmi, zależy ich poczucie wartości w przyszłości. Będąc szefem, liderem, bierzesz również na siebie odpowiedzialność za samopoczucie twoich ludzi. Tak, to są ludzie dorośli, więc też odpowiadają sami za siebie. Jednak głęboko zakorzenione poczucie hierarchii i „miejsca w szeregu” sprawia, że zanim zaskoczą cię swoją kreatywnością i kompetencjami, najpierw będziesz musiał do nich dotrzeć.

JAK CHCESZ

Wiem, że jest lato i chętnie poczytałbyś coś lekkiego, a tu poważny temat i jeszcze tak powszechny. Jednak połowa roku i sprzyjający wakacyjny klimat to dobry czas na refleksję, że dziś nie wystarczą tylko wyrafinowane narzędzia i techniki zarządzania. Standardy mamy już świetnie opracowane. Czas na czynnik ludzki i spersonalizowane podejście do pracownika. To jednak zaczyna się od podejścia do siebie – swoich celów i wartości. Więc jeśli zmagasz się z wyzwaniami młodego managera, to niech ten wakacyjny czas będzie dla ciebie inspiracją do zdefiniowania twojej roli, określenia siebie, jako szefa i wyznaczenia planu dojścia do momentu, gdzie ludzie będą walczyć o to, by być w twoim zespole. Nie ma jednego skutecznego sposobu na bycie liderem, jednakże bycie szefem to naprawdę przywilej.



LEKCJA WŁAŚCIWA – 4 KROKI

Tożsamość lidera

Odpowiedzialność i wyzwania szefa to fantastyczne doświadczenie i przestrzeń na własny rozwój. Aby czerpać z tego faktu satysfakcję i dumę określ, jakim chcesz być szefem? Co chcesz, aby ludzie mówili o tobie? Jak chcesz, aby przy tobie się czuli? Odpowiadając na te pytania zdefiniujesz siebie, swoją tożsamość lidera – swoistą markę, którą inni będą mogli pokochać. Relacje i zaufanie, jakimi cię obdarzają pracownicy, jest najlepszą rekompensatą trudu, jaki trzeba włożyć, aby być szefem, którego sam chciałbyś mieć.

Proś o pomoc

W momencie awansu dzieje się w głowie coś dziwnego – nagle czujesz, jakbyś musiał wszystko wiedzieć, na wszystkim się znać i w dodatku wszystko robić sam. Nawet będąc szefem, nadal jesteś pracownikiem, a nade wszystko człowiekiem. Poszukaj mentora, odnoś się do własnych autorytetów, zadawaj pytania i korzystaj z tego, że twoi ludzie naprawdę chcą się zaangażować. A decydując się na awans ustal ze swoim przełożonym plan rozwoju, czas wdrożenia i zasady, na których będziesz uczył się nowej odpowiedzialności.

Nie wszystko HR

Ta funkcja doczekała się swojej zasłużonej rangi i roli w całym procesie zarządzania. Jednak dla mnie to funkcja, która realizuje potrzeby liderów. Dlatego nie czekaj, aż ktoś się domyśli, że potrzebujesz wsparcia, szkolenia czy dodatkowych narzędzi rozwoju siebie lub swoich pracowników. Zgłaszaj je, dziel się przemyśleniami, regularnie spotykaj ze swoim HR-owcem i zbudujcie synergii, która nie będzie doświadczeniem, a stanem. Pamiętaj, idąc sam – dojdiesz szybciej, idąc z kimś – dojdiesz dalej.

Monitoring

Coraz częściej mam poczucie, że szefem się nie bywa, szefem człowiek się staje. To nieustanny rozwój i zmiany wewnętrzne, których efektem są wyniki zewnętrzne. Dlatego obserwuj, formułuj cele i monitoruj ich osiągnięcie. Okres dojrzewania rzadko kiedy jest przyjemny dla nastolatka. Dojrzewanie do bycia szefem może być nie tylko przyjemne, ale przede wszystkim świadome. Skorzystaj z tego i ciesz się każdym kolejnym osiągnięciem. Duma i satysfakcja to najlepsze motywatory. A kiedy wykształcisz to u siebie, z łatwością dasz to innym.

DZINGA

Telefonia internetowa w chmurze dla firm



Poszukiwanie specjalistów w branży IT

Wywiad z Magdą Staniszewską, HR Business Partner w ESKOM.

Niedobór talentów to wyzwanie dla każdej firmy. Pracując w branży IT szczególnie należy pamiętać o jasnej komunikacji, szczerości oraz indywidualnym podejściu.

Outsourcing&More: Od jak dawna jest Pani związana z branżą HR?

Magda Staniszewska: Z HR jestem związana od 2010 roku, od 4 lat zajmuję się zarządzaniem zespołem i działem HR. W ESKOM pracuję od marca. Wcześniej pracowałam jako Lider Zespołu Rekrutacji w agencji rekrutacyjnej oraz firmie zajmującej się outsourcingiem IT.

Patrząc na Pani historię zawodową – co sprawiło i przyczyniło się do tego, że wybrała Pani dla siebie miejsce w świecie kadr i to kadr informatycznych?

Branża HR od zawsze była moją wymarzoną ścieżką kariery – już w trakcie studiów wiedziałam, że chcę się tym zająć w przyszłości. Przełomem były praktyki w agencji rekrutacyjnej. Pamiętam swój pierwszy dzień pracy podczas praktyk. Firma organizowała dużą konferencję, a ja zajmowałam się obsługą recepcji. W pewnym momencie pojawił się szef HR Google na Polskę. Możliwość poznania go i rozmowy zrobiła na mnie duże wrażenie. To było moje pierwsze miejsce pracy w branży. Osoby, które tam poznałam, dobra atmosfera oraz możliwość rozwoju, przekonały mnie, że ta ścieżka kariery to właściwy wybór.

Kolejnym przełomowym dla mnie momentem był pierwszy projekt rekrutacyjny dla dużej firmy ubezpieczeniowej, pamiętam, że był to Programista Java. Musiałam bardzo dokładnie i szczegółowo przygotować się do tej rekrutacji – poznać technologie, przygotować pytania. Wymagało to ode mnie dużo zaangażowania, a sam proces poszukiwań zakończył się sukcesem.

Stanowisko HR Business Partnera w firmie informatycznej to nie lada wyzwanie. Na rynku powszechne jest twierdzenie o niedoborze talentów informatycznych. Czy w ESKOM też jest to wyzwanie?

Niedobór talentów to wyzwanie dla każdej firmy. Pracując w branży IT szczególnie należy pamiętać o jasnej komunikacji, szczerości oraz indywidualnym podejściu. ESKOM dynamicznie się rozwija, każdego miesiąca do firmy dołączają nowe osoby. Oczywiście, te procesy nie zawsze są łatwe. Poszukując specjalistów staramy się skupić na indywidualnych potrzebach i aspiracjach osób. Kwestie wynagrodzenia czy benefitów w firmach są podobne. Kluczem jest utrzymanie specjalisty, zdobycie wzajemnego zaufania, jasna komunikacja, dobra atmosfera i szczere rozmowy, nawet w trudnych sytuacjach.

Wiemy, że poza wewnętrznym zapotrzebowaniem na kadry IT, ESKOM również wszedł w obszar IT contracting, a także zdobywa międzynarodowe rynki. Jak te nowe inicjatywy przekładają się na obszar zarządzania kadrą?

Staramy się myśleć globalnie, a działać lokalnie. Oprócz biura w Warszawie, mamy spółkę w Wielkiej Brytanii oraz planujemy ekspansję na rynek niemiecki i amerykański. W kwestiach rozwoju naszych pracowników, oprócz planowania ścieżek kariery, dajemy możliwość doskonalenia znajomości języków obcych oraz uzyskiwania ścieżek certyfikacyjnych w obszarze IT. Dbamy również o zachowanie *work-life balance*. W ESKOM promujemy aktywność fizyczną, mamy nawet własną drużynę rowerową i brydżową.



Gdyby miała Pani możliwość przewidywania przyszłości, to co według Pani będzie kluczowe w obszarze zarządzania kadrami w nadchodzącym roku lub nadchodzących latach?

Bardzo chciałabym mieć taką moc. W obszarze HR dużo się mówi o automatyzacji i robotyce, są to narzędzia, które niewątpliwie mają usprawnić pracę HR-owca. Należy jednak pamiętać, że dział HR zawsze powinien być dla pracowników i kandydatów, mieć ludzką twarz i czas dla swoich talentów.

Na koniec chcielibyśmy zadać pytanie w odniesieniu do zajmowanego przez Panią stanowiska – na co, według Pani, powinna zwrócić uwagę osoba, która chciałaby kierować Działem HR w firmie IT? Czy jest to praca łatwa i przyjemna?

W pracy z ludźmi kluczowe są relacje, umiejętność rozmowy, empatia oraz odpowiedzialność za wyznaczone cele. Istotna jest również umiejętność prognozowania zagrożeń oraz nastawienie na rozwiązywanie problemów i odporność na pojawiające się trudności.

Rolą osoby zarządzającej jest wyznaczanie kierunku działania oraz prowadzenie zespołu do realizacji powierzanych zadań, wsparcie w cięższych momentach, bycie mentorem w przypadku błędów oraz także pozostanie członkiem zespołu, w którym się pracuje.

Dziękujemy za rozmowę.

Ogłoszenie rekrutacyjne

REKRUTUJĄCY:



KONTAKT: MARIANNA.SWIDERSKA@HRK.PL

SERVICE DELIVERY DIRECTOR

(Wynagrodzenie: 40 000 – 50 000 PLN/m-c brutto)

Główne zadania:

- Współpraca z Kierownikami ds. Dostaw (lokalnie i globalnie) w celu zapewnienia sprawnej dostawy i zadowolenia klientów oraz pracowników,
- Nawiązywanie i utrzymywanie silnych relacji biznesowych ze starszymi interesariuszami,
- Odpowiedzialność za monitorowanie jakości świadczonych usług,
- Rozwijanie i kierowanie kulturą wysokiej wydajności w całym zespole poprzez opracowywanie celów dotyczących wydajności pracy,
- Zarządzanie finansami i działaniami administracyjnymi,
- Przygotowywanie budżetu, zarządzanie P&L oraz powiązаныmi komponentami, tj. eksploatacja, wydatki, itp. zgodnie z budżetem,
- Szkolenie i wspieranie pracowników

Profil kandydata:

- Doświadczenie zdobyte w SSC / BPO na podobnej pozycji w dynamicznym, międzynarodowym środowisku,
- Dobra znajomość branży usług i outsourcingu procesów biznesowych,
- Wymagane są umiejętności przywódcze oraz umiejętność efektywnego zarządzania,
- Mile widziana także wiedza i doświadczenie w finansach / rachunkowości,
- Obowiązkowy jest płynny język polski i angielski,
- Może pojawić się konieczność wzięcia udziału w krótkich podróżach na terenie Europy.

Ogłoszenie rekrutacyjne

REKRUTUJĄCY:



KONTAKT: ANNA.FEDEROWICZ@GRAFTON.PL

BUSINESS INTELLIGENCE FINANCIAL ANALYST

(Salary: 14,000 – 18,000 PLN/m)

Main duties:

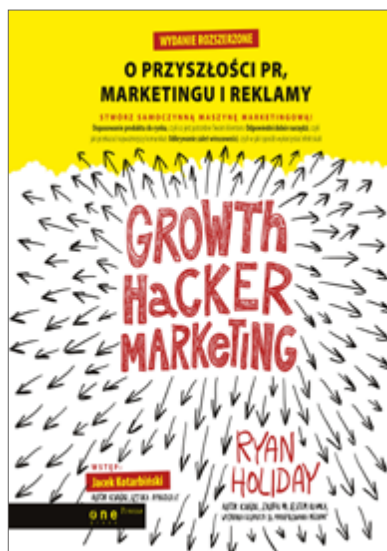
- provide SQL support for data extracts (regional accounting systems),
- design, develop and test new reporting requirements and tools,
- cooperate with finance and global integration teams,
- produce formats and templates (global key clients,
- create dashboards and reports,
- provide BI recommendations.

Requirements:

- min. 2 - 3 years of experience and proficiency in working with spreadsheets, databases, business intelligence and analytical tools e.g. (not all are required):
- spreadsheets (Excel, VB),
- databases (Access, Oracle, SQL Server, DB2, MySQL, ODBC),
- reporting (Crystal Reports, SSRS, Brio, Cognos Report Studio),
- business intelligence: SSIS, SSAS, SSRS, MDX, PowerPivot, Power BI, OLAP, ETL),
- fluent English.

Biblioteka Managera

Growth Hacker Marketing. O przyszłości PR, marketingu i reklamy. Wydanie rozszerzone



Autor:
Ryan Holiday
Rok: 2015
ISBN:
978-83-283-0728-5



Stwórz samoczynną maszynę marketingową!

- Dopasowanie produktu do rynku, czyli co jest potrzebne Twoim klientom,
- Odpowiedni dobór narzędzi, czyli jak przekazać najważniejszy komunikat,
- Odkrywanie zalet wirusowości, czyli w jaki sposób wykorzystać efekt skali.

Kim, u diabła, jest growth hacker? To pytanie z pewnością nurtuje Cię od chwili, gdy spojrzales na tytuł tej książki. Nurtowało ono też jej autora, gdy po raz pierwszy zetknął się z tym terminem i rewolucyjnym podejściem, które się za nim kryje. Najprościej rzecz ujmując, growth hacker — inaczej: haker wzrostu — to ktoś, kto wyrzucił wszystkie podręczniki z teorii marketingu i zajął się tym, co faktycznie

działa, czyli przekonuje klientów do kupna produktu lub usługi. To ktoś, kto nie ma zamiaru wydawać milionów na reklamę telewizyjną i dawać ogłoszeń w gazetach. Woli posłużyć się możliwościami internetu: sprawdzić na małej grupie, czy pomysł w sieci przyciąga uwagę i skłania do kliknięcia, przeanalizować dane z serwisów, przekonać się, ile osób wchodzi na stronę bloga. To właśnie tacy ludzie stoją za sukcesem Hotmaila, Twittera, Instagrama...



Tajniki Konwersji. Jak zmienić potencjalnego klienta w zadowolonego nabywcę



Autor:
Chris Smith
Rok: 2017
ISBN:
978-83-283-3392-5



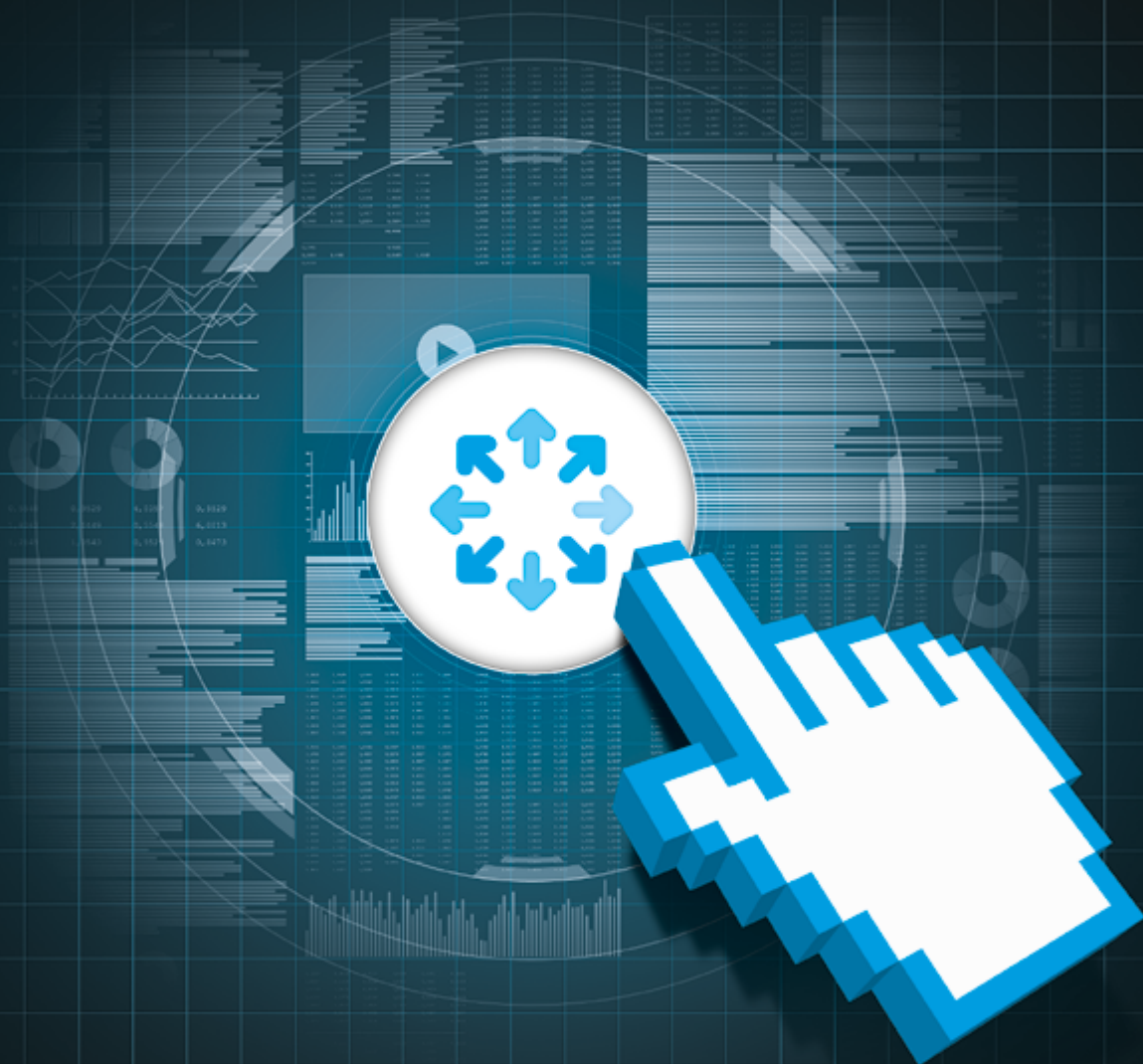
Poznaj tajniki konwersji i poczuj, jak zwiększają się Twoje zyski!

Marketing — to właśnie on pozwala wyróżnić się z tłumu przeciętnych sprzedawców, usiłujących wcisnąć swoje produkty coraz bardziej świadomym konsumentom. Naprawdę dobry marketing to nie taki, w którym rzucasz się na oślep i próbujesz przekonać do zakupu każdego, kto tylko zechce choć przez moment Cię posłuchać. To przemyślana, dopracowana strategia, obejmująca zarówno zdobywanie dobrych kontaktów do potencjalnych klientów, jak i odpowiedni dobór metod działania. Jeśli chcesz poznać sprawdzone sposoby na udaną sprzedaż oraz tajniki jej finalizowania i zacząć wreszcie realnie zarabiać, nie możesz przegapić tej książki.

Autor pokazuje wszystkie swoje sztuczki: od budowania baz danych z użyciem najróżniejszych narzędzi, przez korzystanie z technologii informatycznych, aż po gotowe scenariusze rozmowy z klientem, uwzględniające najdrobniejsze szczegóły takiej konwersacji. Sprawdź, jak znacząco zwiększyć swoje zyski dzięki idealnemu połączeniu nowych technologii i starej sztuki perswazji. Zobacz, jak ocenić własną skuteczność i z dnia na dzień poprawić osiągi. Zaczynaj korzystać z narzędzi ułatwiających umawianie spotkań. Udanych łowów!



Wszystko o Outsourcingu



w jednym miejscu

SPOTKAJMY SIĘ NA

The BSS Tour Bydgoszcz

The BSS Tour

Bydgoszcz

TEMAT

F&A bez tajemnic

DATA

11 września 2018 r.
Wtorek godz. 9.00-19.00

MIEJSCE

Hotel Holiday Inn,
ul. Grodzka 36