

Outsourcing & More

www.outsourcingportal.pl

Bezpłatny magazyn

nr 4 (5) lipiec / sierpień 2012 (dwumiesięcznik)

ISSN 2083-8867



USA



FRANCJA/POLSKA



INDIE



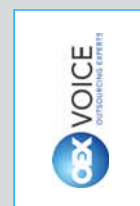
WIELKA BRYTANIA

Temat numeru
**Car Fleet
Management**



**Outsourcing
Procesów Biznesowych
w Łodzi**

POLSKA



WIELKA BRYTANIA

NIEMCY



WIELKA BRYTANIA

POLSKA



USA

UCZELNIA



IRLANDIA



NIEMCY



POLSKA





ŚWIADCZYMY USŁUGI **BUSINESS PROCESS OUTSOURCING**
W ZAKRESIE OBSŁUGI KLIENTA I SPRZEDAŻY PRZEZ TELEFON.



ZA POMOCĄ NARZĘDZI CALL/CONTACT CENTER OFERUJEMY KOMPLEKSOWE
ROZWIĄZANIA POLEGAJĄCE NA OUTSOURCINGU CAŁEGO PROCESU BIZNESOWEGO
ZWIĄZANEGO Z OBSŁUGĄ KLIENTÓW, MARKETINGIEM I SPRZEDAŻĄ.

W NASZEJ OFERCIE ZNAJDUJE SIĘ SZEROKI ZAKRES USŁUG Z OBSZARÓW:
POZYSKANIA KLIENTA, OBSŁUGI KLIENTA, UTRZYMANIA KLIENTA, KOMPLEKSOWEGO
WSPARCIA DZIAŁÓW SPRZEDAŻY, MARKETINGU I FINANSÓW.

NASZA SKUTECZNOŚĆ TWOIM SUKCESEM !!

www.europecalling.pl

Outsourcing&More

Bezpłatny magazyn

Redaktor naczelny

Dymitr Doktor
d.doktor@outsourcingandmore.pl

Grafika/DTP

Jacek Cieśliński
Mateusz Budzisz

Okladka

Jacek Cieśliński

Reklama

reklama@outsourcingandmore.pl

Wydawca

RIPOSTA

RIPOSTA Doktor S.J.
ul. Dolna 21b/40
00-773 Warszawa
www.riposta.pl

Adres redakcji

RIPOSTA Doktor S.J.
ul. Dolna 21b/40
00-773 Warszawa
Tel.: +48 22 213 02 45
Fax: +48 22 213 02 49
redakcja@outsourcingandmore.pl
www.outsourcingandmore.pl

Druk:

Drukarnia Jantar

Prenumerata i dystrybucja:

Bezpłatna prenumerata po uprzedniej
rejestracji na stronie
www.outsourcingandmore.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone.
Kopiowanie, reprodukcja bez pisemnej
zgody redakcji nie jest dozwolona.

Redakcja nie odpowiada za treść reklam
i ogłoszeń.

Wybrane zdjęcia pochodzą z serwisu
Fotolia.pl

Nakład:

3000 egz.

Drodzy Czytelnicy,

Zapraszamy do serca Polski, do Łodzi – to w ostatnich latach najdynamiczniej rozwijająca się lokalizacja dla branży outsourcingowej. Jeszcze pięć lat temu sektor outsourcingowy był w Łodzi reprezentowany przez kilka organizacji, ale rok 2012 to już mocno rozwinięty rynek, na którym znaleźli się zarówno krajowi jak i międzynarodowi gracze. Wśród firm prowadzących tu swoją działalność znajdują się Fujitsu, Xerox, City, Infosys, SouthWestern, ale również i Transition Technologies, Tate&Lale, Nycomed i wiele wiele innych. Po raz pierwszy poprosiliśmy lokalnych przedsiębiorców o zaprezentowanie swoich Spółek, na naszą prośbę część z nich nadesłała główne informacje o swojej działalności, o czym możecie Państwo zapoznać się na pierwszych stronach Magazynu.



W Łodzi spotkaliśmy się z dużą życzliwością i bardzo otwartym podejściem do usług outsourcingowych. Pani Prezydent miasta Hanna Zdanowska zgodziła się udzielić nam wywiadu, w którym zapewnia, iż „Łódź to idealne miejsce dla rozwoju tego typu usług przede wszystkim ze względu na bezpośrednie sąsiedztwo stolicy kraju, bogate zaplecze akademickie i doskonałą współpracę uczelni z biznesem.” Udało nam się zebrać kompleksowe informacje o mieście, Strefie Ekonomicznej, edukacji, rynku nieruchomości, jak również rynku telekomunikacyjnym – Rafał Rodziewicz, Prezes Technitel Polska, członek Business Centre Club, zebrał dane o usługach i infrastrukturze telekomunikacyjnej, co zaowocowało przejrzystym raportem.

Kontynuujemy nasz cykl prezentowania różnych form outsourcingu. W bieżącym numerze przedstawiamy branżę Car Fleet Management. Dzięki uprzejmości Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów oraz firm Cartrack Polska i Fracht, temat outsourcingu w świecie motoryzacji został przedstawiony obszernie i szczegółowo. Temat numeru od tej pory będzie prezentowany jako oddzielna sekcja, tak aby dać czytelnikom jak najlepszą wiedzę i opis poruszanego zagadnienia. Mam nadzieję, że przyjęta przez nas forma przypadnie Państwu do gustu.

Zapraszam do lektury, a już we wrześniu zawitamy do Poznania oraz skupimy się na branży CRM, Call i Contact Centre. We wrześniu będziemy też obecni na wielu konferencjach, a wśród nich konferencja SSON w Pradze, konferencja ABSL w Sopocie, VII Polish Outsourcing Forum w Warszawie, IX International Outsourcing Forum w Sopocie, Call Centre Awards oraz na VIII edycji Kongresu Contact Center.

Zapraszam do lektury

W imieniu Zespołu Redakcyjnego
Redaktor naczelny
Dymitr Doktor

Spis treści



Outsourcing Procesów Biznesowych w Łodzi

Outsourcing & More

- 6 Aktualności
- 8 Kalendarium
- 14 Regiony piszą nowy rozdział
- 17 BPO oraz ITO w Niemczech – rynek, modele, inicjatywy
- 19 Outsourcing Procesów Biznesowych w Łodzi



Wywiad z Prezydent Łodzi Hanną Zdanowską

Państwo a Outsourcing

- 35 Łódź – Miasto Możliwości
- 41 „Łódź to idealne miejsce dla rozwoju usług outsourcingowych” – wywiad z Prezydent Łodzi Hanną Zdanowską
- 46 Nowe inwestycje, nowe połączenia – Port Lotniczy Łódź
- 48 Wywiad z Justyną Ciumaszko, Opiekunem inwestora z branży BPO/IT
- 50 Zgierz – dlaczego warto?
- 52 Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna – Modna Strefa!
- 59 Rynek biurowy w Łodzi
- 64 Łódzki Regionalny Park Naukowo-Technologiczny
- 66 Sieci telekomunikacyjne w województwie łódzkim
- 70 Nowe życie fabryki Grohmana
- 71 Centrum Nowych Mediów
- 72 Nowe Centrum Łodzi



Dołącz do nas na Facebook'u - www.facebook.com/outsourcingandmore

29



Krystian Bestry – wywiad z Dyrektorem Zarządzającym Infosys BPO Europe

Edukacja a Outsourcing

- 74 Program Młodzi w Łodzi. Można tylko zyskać!
- 76 Kapitał ludzki województwa łódzkiego
- 80 Uniwersytet Łódzki dla Pracodawców
- 83 Międzynarodowy model kształcenia studentów
- 86 English for specific purposes - konieczność czy moda

Kto jest kim w outsourcingu

- 10 VII Forum Outsourcingu w Polsce – wywiad z Evą Aboo
- 29 Krystian Bestry – wywiad z Dyrektorem Zarządzającym Infosys BPO Europe

89



CAR FLEET MANAGEMENT

Temat numeru

- 90 Nowoczesność i wygoda, czyli FSL
- 91 Full service leasing
- 94 Kiedy opłaca się korzystać i jakie są warianty usług wynajmu pojazdów?
- 94 TCO, czyli całkowity koszt posiadania floty
- 95 Metody obniżenia kosztów floty
- 97 Jak outsourcing może wpłynąć na obniżenie kosztów floty?
- 97 Rozmowa z Radosławem Grzelą, Dyrektorem Handlowym Arval Service Lease Polska Sp. z o.o.
- 98 Rozmowa z Martą Bielecką-Gozdek, Dyrektorem Sprzedaży MSP, Alphabet Polska Fleet Management
- 99 Rozmowa z Arturem Sulewskim, Dyrektorem Handlowym LeasePlan Fleet Management
- 102 Leasing zwrotny, czyli jak odzyskać zamrożone pieniądze?
- 103 Metody remarketingu samochodów po wynajmie długoterminowym
- 104 Wynajem długoterminowy pojazdów ciężarowych
- 105 Jak często i z jakich względów wymienia się floty pojazdów ciężarowych?
- 106 Transport samochodowy – sytuacja i krótkoterminowe prognozy
- 108 Wywiad z Bartłojem Dębskim, Prezesem zarządu firmy Cartrack Polska



Aktualności

8 poznańskich spółek utworzyło Upright Group

Upright Group to nowy podmiot na rynku oferujący kompleksowe rozwiązania outsourcingowe (BPO). W jego składzie znalazło się 8 poznańskich firm świadczących usługi na terenie całej Polski. Spółki należące do Grupy Upright zatrudniają łącznie około 300 stałych pracowników i współpracują z około 8 tys. osób miesięcznie na terenie całego kraju. Najstarsze spółki działają na rynku już 16 lat. Zrzeszenie firm pod wspólną marką pozwoli na dostarczenie klientom Grupy oferty komplementarnych usług outsourcingowych, które będą realizowane w obrębie jednego podmiotu.

Spółki wchodzące w skład Grupy to: PMT Marketing System, Grupa Job, Branch Brothers, Inventory Solutions, S&P Partners, Radium, RTM oraz Merchandising Team. Od początku działalności, w zespołach zarządzających tych firm obecne były osoby, które teraz stanowią zarząd Upright Group: Piotr Buczyk, Maciej Kozicki oraz Tomasz Matuszewski. W ciągu kilkunastu lat swojej działalności spółki zrealizowały setki projektów, współpracując z największymi firmami z branży FMCG, usługowej, handlowej, produkcyjnej, bankowej oraz telekomunikacyjnej, m.in. z Bakoma, Carlsberg Polska, H&M Hennes&Mauritz Logistics, Hipermarket/Supermarket Tesco Polska, Kuehne + Nagel Poland, L'Oreal Polska, Nestle Polska, Orange, PKO Bank Polski.

Prowadzenie zróżnicowanych projektów powoduje konieczność współpracy pomiędzy spółkami, których oferty wzajemnie się dopełniają. Dlatego też decyzja o powołaniu Upright Group jest naturalnym kierunkiem działania i kolejnym etapem rozwoju firm. Rozwiązanie to pozwoli na dostarczenie klientom atrakcyjnych usług outsourcingowych, realizowanych wspólnie przez wybrane spółki. – *Możemy z powodzeniem wykorzystywać kooperację między naszymi firmami w celu stworzenia jeszcze pełniejszej oferty dla naszych klientów. Wspólna realizacja projektów przez kilka zespołów jednocześnie, zaowocowała wypracowaniem optymalnego modelu współpracy pomiędzy spółkami. Teraz możemy jeszcze skuteczniej wdrażać i prowadzić nawet bardzo złożone projekty* – mówi Maciej Kozicki, członek zarządu Upright Group. Atutem Upright Group jest to, że nie powstała poprzez przejęcia niezależnych spółek, lecz jest wynikiem współpracy pomiędzy podmiotami, które są ze sobą związane, i których zespoły znają się i dobrze razem



MACIEJ KOZICKI

Członek zarządu
Upright Group

funkcjonują. Dlatego istotną cechą podmiotów tworzących Grupę jest ich organiczny rozwój oraz stabilne podstawy działania wynikające z jednolitej kultury zarządzania.

Branża outsourcingowa dynamicznie się rozwija. Szczególnie widoczny jest trend łączenia usług, które są względem siebie komplementarne, co pozwala ich odbiorcom skupić się na głównej działalności firmy i optymalizować koszty. Potrzeby rynku determinują tworzenie efektywnych rozwiązań w celu sprostania zmieniającym się wymaganiom klientów, na różnych etapach prowadzonych przez nich projektów. – *Dzięki współpracy z Upright Group możliwe będzie na przykład zaprojektowanie od podstaw punktu handlowego, z uwzględnieniem zasad merchandisingu, visual merchandisingu oraz customer experience. Po wdrożeniu projektu będziemy w stanie zabezpieczyć jego pełną obsługę merchandisingową, inwentaryzacyjną, promocyjną, a także doradczą oraz HR-ową* – tłumaczy Maciej Kozicki.

Oprócz wspomnianych obszarów działalności, Upright Group oferuje również usługi z zakresu trade marketingu, HR oraz pracy tymczasowej, kreowania pozytywnych doświadczeń klienta w salonach sprzedaży usług i produktów, organizacji konferencji i eventów, digital signage, a także obsługi księgowo-kadrowej.

Więcej informacji znaleźć można na stronie
www.uprightgroup.pl

Źródło: Upright Group



Biznes w dydaktyce – kreatywna SGH

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, najstarsza uczelnia ekonomiczna zaprasza do współpracy wszystkie przedsiębiorstwa, które chcą inwestować w swój rozwój rynkowy i kadrowy. Partnerzy biznesowi SGH mają możliwość materialnego oraz merytorycznego wspierania Szkoły w dążeniu do umacniania pozycji wiodącej uczelni biznesowo-ekonomicznej w Polsce.

Firmy, które zdecydowały się na współpracę wzbogacają ofertę dydaktyczną w ramach prowadzonych wspólnie z wykładowcami SGH przedmiotów znajdujących się w programie studiów oraz mają możliwość organizowania spotkań ze studentami w formie seminariów, konferencji i warsztatów.

W efekcie stałej obecności przedsiębiorstw w SGH oraz licznych kampanii wizerunkowych, studenci z łatwością rozpoznają swoich przyszłych pracodawców, jak również firmy zostają zapamiętane na długi czas trwania kariery zawodowej naszych absolwentów.

W celu realizacji szerszej współpracy z firmami w 1998 r. powstał **Klub Partnerów SGH** (www.sgh.waw.pl/bwb/partnerzy) jako wspólna inicjatywa polskich i międzynarodowych przedsiębiorstw. Do Klubu należą firmy: **Ernst&Young, Deloitte, Schenker, L'Oreal, Firma Roleski, McKinsey and Company, Bank PKO BP, Procter & Gamble, MasterCard, TP SA, oraz KPMG i Bank Pekao SA.**

W 2010 r. została powołana Rada Konsultacyjna Partnerów Korporacyjnych SGH, do zadań której należy doradzenie Rektorowi SGH w sprawach strategicznych kierunków rozwoju SGH, wzmocnienia pozycji uczelni na międzynarodowym rynku edukacyjnym oraz budowania sieci współpracy naukowo-badawczej SGH z biznesem.

Zapraszamy na stronę internetową www.sgh.waw.pl/bwb, a w celu uzyskania szerszych informacji dotyczących współpracy prosimy o kontakt z **Biurem Współpracy z Biznesem**, wspolpraca.firmy@sgh.waw.pl tel. 22 564 96 26

Autor:
Urszula Siama
Biuro Współpracy z Biznesem SGH



Klub Partnerów SGH

Call Center Awards – prestiżowe wyróżnienie!

Czym jest Call Center Awards i jaka jest idea konkursu?

Jest to wydarzenie przeznaczone dla organizacji Call Center, departamentów Call Center i osób nimi zarządzających, mające na celu uhonorowanie, prezentację i promocję najlepszych praktyk, ale również budowanie prestiżu i profesjonalizmu branży. Wyróżnienia przyznawane są w dwóch kategoriach: Manager Call Center oraz Zespół Call Center.

Czy każdy może wziąć udział w Call Center Awards?

Konkurs prowadzony jest w otwartej formule. Udział mogą wziąć firmy prywatne, instytucje publiczne oraz wszyscy ci, którzy reprezentują branżę Call Center. Udział biorą zarówno duże korporacje, małe i średnie przedsiębiorstwa posiadające wewnętrzne Call Center, jak również firmy świadczące usługi outsourcingowe w tym zakresie.

Czy zwycięstwo w konkursie Call Center Awards przynosi wymierne korzyści?

Najlepszą oceną są wypowiedzi zwycięzców poprzedniej edycji:

- *Nagroda upewniła wszystkich, iż jesteśmy profesjonalistami, jak również że każdy z nas jest na właściwej drodze do sukcesu współpracując właśnie z Pharma Distribution Group - Ireneusz Pankiewicz, Pharma Distribution Group.*
- *Wyróżnienie jest potwierdzeniem tego, iż Spółka BEST jest kreatywną, prężnie rozwijającą się firmą inwestującą w innowacyjne rozwiązania – Mariusz Gryglicki, BEST S.A.*

Weź udział w uroczystej Gali Call Center Awards. Zarejestruj się na www.iir.pl/EA0020

Kontakt:

Rafał Szary
Kierownik Projektu
Institute for International Research Sp. z o.o.
tel.: 22 420 55 21
e-mail: rafal.szary@iir.pl
www.callcenterawards.pl

Źródło: Institute for International Research Sp. z o.o





25.07.2012 Warszawa	Elektroniczny Obieg Informacji w Firmie GigaCon 2011	Organizator: GigaCon Miejsce: Warszawa (Polska)	
23.08.2012 Poznań	Outsourcing IT GigaCon	Organizator: GigaCon Miejsce: Poznań (Polska)	
29.08.2012 Warszawa	Efektywne zarządzanie przedsiębiorstwem z wykorzystaniem systemów ERP	Organizator: MultiTrain Sp. z o.o. Miejsce: Warszawa (Polska)	
30.08.2012 Warszawa	New-Tech GigaCon Nowoczesne Technologie w Firmie	Organizator: GigaCon Miejsce: Warszawa (Polska)	
10.09.2012 Sopot	III Konferencja Związku Liderów Sektora Usług Biznesowych w Polsce (ABSL).	Organizator: ABSL Miejsce: Sopot (Polska)	
16.09.2012 Praga	6th Shared Services and Outsourcing Exchange	Organizator: SSON Miejsce: Praga (Czechy)	
20.09.2012 Warszawa	VII Forum Outsourcingu - Polska najszybciej rosnącym rynkiem outsourcingu w Europie	Organizator: ROADSHOW POLSKA Sp. z o.o. Miejsce: Warszawa (Polska)	
24.09.2012 Warszawa	Kongres Contact Cener VIII edycja	Organizator: nowoczesnafirma Miejsce: Warszawa (Polska)	

SPOTKANIE LIDERÓW BRANŻY CONTACT CENTER

GOŚĆ SPECJALNY *Jens Moeller*

MANAGING DIRECTOR
JMC

W PROGRAMIE

- SKUTECZNE WYKORZYSTANIE
I INTEGRACJA NOWYCH KANAŁÓW
KOMUNIKACJI
- JAKOŚĆ OBSŁUGI KLIENTA
A REDUKCJA KOSZTÓW
OPERACYJNYCH
- ZASADY POZYSKIWANIA
I UDOSTĘPNIANIA DANYCH
OSOBOWYCH
- EWOLUCJA CONTACT CENTER
W KIERUNKU PROFIT CENTER
- EFEKTYWNE ZARZĄDZANIE ZESPOŁEM
W CONTACT CENTER

30%
ZNIŻKI
DO
15 LIPCA!

kongrescontactcenter.pl

ORGANIZATOR



SPONSORZY



PARTNERZY MEDIALNI



PARTNER MERYTORYCZNY





VII Forum Outsourcingu w Polsce

– wywiad z Evą Aboo



Outsourcing&More: Pani Evo, to już siódma edycja Forum Outsourcingu w Polsce, co potwierdza szerokie zainteresowanie tematyką outsourcingu w naszym kraju. Czym tegoroczna edycja będzie różniła się od poprzednich?

Eva Aboo: W poprzednich edycjach Forum współpracowaliśmy między innymi z ABSL (Association of Business Service Leaders in Poland), Instytutem Outsourcingu, PAliIZ, Forbes i Business Week. Od wielu lat współpracujemy i otrzymujemy wsparcie Krajowej Izby Gospodarczej, Ministerstwa Gospodarki oraz miast takich jak: Kraków, Szczecin, Opole, Bydgoszcz, Łódź, Lublin, Poznań, Wrocław czy Gdańsk. Wśród gości honorowych mieliśmy okazję gościć między innymi: Danutę Hübner, Michała Boniego, Dariusza Rosati, Andrzeja Olechowskiego, Kazimierza Marcinkiewicza, Rafała Baniaka, Sławomira Majmana. Wśród firm, które sponsorowały nasze wydarzenia znalazły się między innymi: IBM, HP, Bank Millennium, Cushman & Wakefield, Hays, SWS BPO, Bosch-Siemens, Fraikin, Baker & McKenzie, PwC, Ernst & Young, Kruk S.A.

W tym roku głównym partnerem został ASPIRE – największa organizacja działająca od roku 2009 w branży outsourcingu, IT i tzw. usług wspólnych Polsce. Wybraliśmy dwa bardzo ciekawe tematy przewodnie.

Pierwszy to – jak outsourcing może przyczynić się do doskonalenia usług w sektorze publicznym. Odpowiemy na pytania, czy polski sektor publiczny jest przygotowany na pełne korzystanie ze wsparcia zewnętrznych specjalistów, jak to się dzieje np.: w Irlandii czy Nowej Zelandii, czy najbliższe lata przyniosą znaczny wzrost zainteresowania usługami outsourcingowymi w instytucjach państwowych.

Kolejnym dużym tematem będzie indyjski model biznesowy. Dlaczego firmy indyjskie wybrały Polskę i Europę? Jak to działa w Indiach?. Do tej części zostały zaproszone największe firmy indyjskie obecne w Polsce. Spróbujemy przybliżyć specyfikę tych firm, ich cele oraz zasięg, model działania, a także odpowiedzieć na pytanie: dlaczego państwo leżące w Europie Środkowej zostało wybrane na obszar ich działań inwestycyjnych. Tematy te będą przygotowane w ścisłej współpracy z Indyjską Izbą (IPCCI), ASPIRE, PAliIZ przy wsparciu eksperckim PwC. Nazwiska gości honorowych tegorocznej edycji będziemy mogli podać w lipcu.

O&M: W ostatnich roku pojawiło się kilka innych konferencji i spotkań o podobnej tematyce. Co wyróżnia Forum Outsourcingu na tle innych wydarzeń?

EA: To prawda, że w ostatnich dwóch latach pojawiło się więcej imprez o tematyce outsourcingu. Oznacza to, że temat outsourcingu w Polsce jest w tej chwili modny, aktualny, cieszy się zainteresowaniem rynku zarówno od strony dostawców jak i odbiorców usług. Organizatorzy spotkań, konferencji, wystąpień przekazują wiedzę różnym grupom odbiorców i o różnej tematyce. Część imprez jest organizowana lokalnie, a część ma zasięg regionalny lub krajowy. Cieszy mnie, że Roadshow Polska jest prekursorem imprez outsourcingowych i że nadaliśmy ogólnokrajowy trend rozpowszechniania wiedzy o tej branży.

Polish Outsourcing Forum to wydarzenie, które podchodzi do tematu outsourcingu wielotorowo i skupia reprezentantów wszystkich najważniejszych sektorów zainteresowanych rozwojem branży w Polsce. Są to: sektor publiczny, wiodące organizacje branżowe reprezentujące sektor usług biznesowych, firmy aktywnie działające na rzecz sektora, w tym firmy świadczące szeroki wachlarz usług w różnych branżach, jak również w branży usług wspólnych (Shared

VII Forum Outsourcingu

20 września, Hotel Hyatt, Warszawa



Więcej informacji:

www.roadshowpolska.pl

info@roadshowpolska.pl

tel.: +48 22 357 09 77

+48 22 498 92 77

Organizator:



Partner Główny:



Partner:



Brązowi Sponsorzy:



Główny Partner Samorządowy:



Sponsorzy:



Współpraca z Uczelniami:



Patroni:

Główni Patroni Medialni:



Patroni Medialni:





Services Center) oraz obsługi biznesowej (Business Process Outsourcing), międzynarodowe korporacje, świat akademicki oraz najważniejsze media (w tym media branżowe). Dodam, że głównymi partnerami medialnymi są: wiodący magazyn branżowy – Outsourcing&More oraz Forbes.

O&M: Stałym elementem imprezy są informacje i komentarze sektora publicznego, w tym polskiego rządu. Czy rzeczywiście polski sektor publiczny interesuje się zagadnieniami outsourcingu, w tym inwestycjami BPO/SSC czy też R&D? Kogo będziemy mogli spotkać na Waszej wrześniowej imprezie?

EA: Zaprosiliśmy reprezentantów rządu i samorządów (najwyższych szczebli), oczywiście nie może zabraknąć również przedstawicieli PAIiZ. Sektor publiczny powinien do zagadnienia outsourcingu podejść dwutorowo. Szeroko wspierać inwestycje oraz outsourcować procesy, które mogłyby swoją efektywnością przyczynić się do obniżenia kosztów publicznych, zwiększając tym samym zatrudnienie w branży profesjonalnych usług biznesowych. Jak wiadomo, w wachlarzu zachęt oferowanych w Polsce znajdują się m.in. granty rządowe, fundusze strukturalne oraz zachęty w specjalnych strefach ekonomicznych. Jednak inwestorzy nadal dostrzegają wiele utrudnień takich jak: zbyt wysokie kryteria umożliwiające ubieganie się o wsparcie (szczególnie dla przedsięwzięć w sektorze B+R), zbyt długie procedury przyznawania wsparcia, ograniczony budżet, niski poziom dostępności informacji o konkursach, przekraczanie terminów oceny, biurokratyczny sposób rozliczania dotacji itp. O tym wszystkim będziemy mieli możliwość podyskutować oraz przyrzeć się, które pozytywne zmiany będą możliwe do zrealizowania w najbliższej przyszłości.

O&M: Z sektorem publicznym nierozzerwalnie połączone są inicjatywy i projekty w tak zwanej formule Partnerstwa Publiczno-Prywatnego. PPP doskonale rozwija się na przykład w Wielkiej Brytanii. Czy przedstawiciele Polsko-Brytyjskiej Izby Handlowej, którzy są Partnerami Forum podzielą się uwagami na temat PPP, a może inni zaproszeni goście wypowiedzą się na ten temat?

EA: PPP, będące rozwiązaniem bardzo często stosowanym w Unii Europejskiej i na świecie, staje się coraz bardziej popularne także w Polsce.

Wobec stałego braku środków publicznych partnerstwo publiczno-prywatne pozwala na zrealizowanie wielu inwestycji, które bez tej formuły prawdopodobnie w najbliższych latach by nie powstały. Zainteresowaniu formułą PPP sprzyja także Euro 2012, które stało się swoistym katalizatorem procesów inwestycyjnych w Polsce. Dlatego też uważam, że ważne jest, aby na przykładzie krajów, w których formuła ta



odniosła sukces (takich jak Wielka Brytania), promować to rozwiązanie.

Zaprosiliśmy do wypowiedzenia się na ten temat reprezentantów sektora publicznego, PwC, firmę Capita – jedną ze stu największych firm giełdy londyńskiej, która jest też największą w Wielkiej Brytanii firmą outsourcingową, jak również przedstawicieli Polsko-Brytyjskiej Izby, aby podzieliли się doświadczeniami.

O&M: Polska zdecydowanie jest europejskim liderem w pozyskiwaniu inwestycji zagranicznych w obszarze BPO. W ubiegłym roku przekroczone została liczba 300 działających centrów operacyjnych, zatrudnienie w branży niebawem przekroczy lub już przekroczyło 100.000 pracowników. Tak dynamicznie rozwijający się sektor wymaga odpowiednio przygotowanych kadr – czy dla uczelni i studentów znajdzie się coś ciekawego na Forum?



EA: W tym roku po raz pierwszy bardzo mocno zaangażujemy polskie uczelnie i ich studentów w nasze Forum. Pragniemy mieć swój wkład w kształcenie przyszłych pracowników sektora usług oraz umożliwienie studentom spotkania się z przyszłymi pracodawcami. W ramach naszej nowej inicjatywy, nawiązując współpracę z polskimi uczelniami kształcącymi studentów na kierunkach outsourcingowych, postanowiliśmy sfinansować uczestnictwo w Forum 10-ciu studentom z Polski zaproponowanych przez dane uczelnie. Będziemy starać się także o dofinansowanie uczestnictwa większej liczby studentów przez samorządy oraz firmy poszukujące nowych pracowników.

W kolejnych edycjach Polish Outsourcing Forum planujemy zorganizować „mini-targi”, spotkania studentów z firmami rekrutacyjnymi oraz bezpośrednio z firmami z branży. Uczelnie, z którymi już współpracujemy to SGH, Uniwersytet Szczeciński, Uniwersytet Łódzki, Uniwersytet Gdański i Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie.

O&M: W ostatnich latach nasz rynek outsourcingu, tak na prawdę, jest bardziej skierowany na offshoring.

Zdecydowana większość centrów operacyjnych obsługuje podmioty, które nie mają swoich siedzib i nie prowadzą działalności w Polsce. Polscy menedżerowie powinni mieć ułatwiony dostęp do wiedzy o tym czym jest outsourcing, sourcing i korzystanie ze wsparcia firm zewnętrznych. Czy wśród tematów tegorocznej imprezy dowiemy się nieco więcej o teorii sourcingu i zagrożeniach jakie może nieść za sobą sam outsourcing?

EA: Tak jak wspomniałam wcześniej, nasze Forum charakteryzuje się bardzo szerokim wachlarzem poruszanych tematów, również ze względu na naszych odbiorców. Inwestycje „offshoringowe” pomimo, iż nastawione są na obsługę zewnętrznych podmiotów, zajmują istotne miejsce w inwestycjach i mają znaczny wpływ na skalę zatrudnienia w sektorze usług biznesowych w naszym kraju. Dlatego też chcąc brać aktywny udział w edukacji outsourcingowej nie możemy tego tematu pominąć. Chcemy także omówić problemy jakie mogą się pojawiać przy wdrażaniu procesów oraz zagrożenia, które niesie za sobą outsourcing, tym bardziej, że na innych konferencjach zazwyczaj pokazuje się pozytywne aspekty outsourcingu.

O&M: Z outsourcingu w szerokiej skali korzystają raczej duże organizacje, a co z sektorem Małych i Średnich Przedsiębiorstw – czy przedstawiciele MŚP powinni pojawić się na Forum?

EA: Jak najbardziej, a szczególnie te firmy z sektora MŚP, które dbając o profesjonalizm i efektywność kosztową, chciałyby inwestować w dalszy rozwój. Coraz więcej przedsiębiorców korzysta z różnych form outsourcingu i z pewnością większość z nich ma lepszą możliwość na rozwinięcie współpracy z firmami świadczącymi usługi outsourcingowe.

O&M: Gdyby miała Pani jednym zdaniem zaprosić uczestników do wzięcia udziału w tegorocznym VII Forum Outsourcingu, to jak by to zdanie brzmiało?

EA: Polish Outsourcing Forum nie przypadkowo jest jedynym wydarzeniem na rynku, organizowanym co roku w stolicy, o najdłuższej, siedmioletniej tradycji, które na stałe wpisało się w kalendarz corocznych najważniejszych spotkań największych firm branży outsourcingowej. Forum organizowane 20 września w warszawskim Hotelu Hyatt będzie kolejną okazją by porozmawiać o outsourcingu.

O&M: Dziękujemy bardzo za rozmowę i zapraszamy serdecznie 20 września do Hotelu Hyatt w Warszawie. Outsourcing&More z wielką przyjemnością objął głównym patronatem medialnym to największe, a zarazem najważniejsze wydarzenie branży outsourcingu w Polsce. ■



Regiony piszą nowy rozdział

Polski sektor nowoczesnych usług biznesowych na bieżąco reaguje na trendy pojawiające się na globalnym rynku outsourcingu. W kwietniu bieżącego roku największe ośrodki inwestycyjne z branży usługowej podjęły inicjatywę ABSL Regional Chapters. Jej idea jest przeniesienie akcentu ze skali ogólnopolskiej na skalę lokalną oraz praca nad poprawą klimatu inwestycyjnego poszczególnych regionów. Jednakże ABSL Regional Chapters to nie tylko debaty, ale także współpraca z władzami lokalnymi i uniwersytetami, warsztaty, konferencje, czy też promocja miast poza granicami Polski.

Do tej pory spotkania w ramach cyklu Regional Chapters odbyły się już w Łodzi, Krakowie, Poznaniu, Katowicach, Trójmieście i Wrocławiu. Tych sześć ośrodków odpowiada łącznie prawie za trzy czwarte zatrudnienia w sektorze nowoczesnych usług biznesowych w Polsce. Jednym z najbardziej owocnych okazało się spotkanie w Łodzi, którego gospodarzem była Agnieszka Jackowska, Dyrektor Zarządzająca Infosys BPO Poland, lider łódzkiego ABSL Regional Chapter. Dziś miasto to przyciąga inwestorów centralną lokalizacją geograficzną, dobrą infrastrukturą, a przede wszystkim, jako ważny ośrodek akademicki, oferuje dostęp do wykwalifikowanej kadry, zwłaszcza absolwentów kierunków informatycznych. Działa tu obecnie 37 centrów usług zatrudniających 7,7 tys. specjalistów.

- Dziś nasze miasto jest w czołówce, jeśli chodzi o liczbę zatrudnionych w centrach usług biznesowych. To tu coraz częściej lokują swoje siedziby duże korporacje zatrudniające co najmniej kilkuset specjalistów – zauważa Agnieszka Jackowska. – Cieszę się, że podobnie jak w innych polskich miastach, również tutaj wspólnie z inwestorami będziemy budować lokalne struktury ABSL. Wymiana wiedzy i doświadczeń jest szczególnie cenna w tej branży – dodaje.

Regiony przejmują inicjatywę

ABSL Regional Chapters to odpowiedź na dynamiczne zmiany zachodzące na globalnej mapie usług biznesowych. Jedną z nich jest przeniesienie ciężaru konkurencji z państw na miasta i regiony, w wyniku czego w walce o inwestorów stopniowo maleje rola władz centralnych – obecnie starania o nowe inwestycje coraz częściej podejmowane są na szczeblu miast, a nie na szczeblu ogólnopolskim. Tego rodzaju decentralizacja pozytywnie wpływa na zwiększenie konkurencyjności poszczególnych aglomeracji. Co więcej,

zaangażowanie władz i organizacji lokalnych ułatwia podjęcie działań uwzględniających specyfikę danego regionu i identyfikację obszarów, które szczególnie wymagają usprawnień. W efekcie przekłada się to na wzrost dynamiki rozwoju całego sektora. Dobrym przykładem takich przedsięwzięć może być tzw. Polska Strefa, która została utworzona przez cztery wiodące aglomeracje, Łódź, Poznań, Katowice i Trójmiasto we współpracy z PAliIZ i ABSL podczas majowej konferencji Shared Services & Outsourcing Week w Amsterdamie. W trakcie tego największego branżowego eventu w Europie poszczególne miasta promowały się jako dojrzałe lokalizacje outsourcingowe.



Marki polskich miast

Przejawem decentralizacji jest także trend lokowania przez inwestorów więcej niż jednego centrum tej samej firmy w różnych regionach kraju. Na tego typu rozwiązanie zdecydowały się np. Capgemini, IBM czy Geoban. W ten sposób inwestorzy mogą jeszcze lepiej odpowiedzieć na potrzeby klientów dzięki wykorzystaniu mocnych stron poszczególnych lokalizacji, które coraz wyraźniej zacierają w stronę specjalizacji w zakresie obsługiwanych procesów. Jak wynika z Raportu ABSL, w Warszawie i Poznaniu



dominują usługi finansowo-księgowe, w Krakowie – usługi IT oraz finanse i księgowość, we Wrocławiu – badania i rozwój, w Katowicach – obsługa klienta, zarządzanie zasobami ludzkimi i usługi IT, natomiast w Trójmieście – badania i rozwój oraz usługi IT. Tego rodzaju specjalizacja związana jest z dostępnością specjalistów z poszczególnych dziedzin w danym regionie, jak również z profilem ośrodków akademickich – np. najwięcej absolwentów studiów technicznych jest w Krakowie, a ekonomicznych w Warszawie. Z kolei położenie geograficzne oraz czynniki historyczne wpływają na dostępność kadry posługującej się danymi językami obcymi. Właśnie ten aspekt zadecydował o wyborze lokalizacji otwartego w kwietniu nowego – piątego już w Polsce – biura Capgemini w Opolu. Po analizie zasobów potencjalnych lokalizacji okazało się, że właśnie to miasto może najlepiej opowiedzieć na zapotrzebowanie firmy na pracowników biegle posługujących się językiem niemieckim. Otwarcie następnego centrum Capgemini jest przejawem jeszcze innej tendencji – inwestorzy coraz chętniej obok wielkich aglomeracji wybierają także mniejsze miasta. Tworzenie kolejnych centrów usług w różnych regionach przez firmy już obecne w kraju świadczy o tym, że reprezentanci zagranicznego biznesu czują się w Polsce komfortowo.

Dziś w globalnym sektorze usług biznesowych możemy zaobserwować postępujące zjawisko globalizacji - poczynając od rozwoju branży na poziomie globalnym poprzez wzrost krajowych rynków offshoringowych, aż po rozwój subbrandów krajów, czyli marek miast i regionów. Jak wynika z raportu FDI Intelligence European Cities and Regions of the Future 2012/2013, polskim regionom udało się stworzyć solidne, rozpoznawalne przez inwestorów marki. W badaniu oceniono potencjał 253 miast i 110 regionów europejskich w pozyskiwaniu bezpośrednich inwestycji zagranicznych.

Wśród analizowanych czynników znalazły się: potencjał gospodarczy, kapitał ludzki, efektywność kosztowa, jakość życia, infrastruktura i przyjazność dla biznesu. Polskie miasta zostały szczególnie wyróżnione w kategorii „strategia pozyskiwania inwestorów zagranicznych”. W pierwszej dziesiątce Europy Wschodniej znalazło się aż pięć polskich ośrodków: Katowice, Kraków, Lublin, Warszawa i Poznań. Jest to tym większy sukces, że w poprzedniej edycji badania, polskie miasta były poza pierwszą piątką.

Centra chcą współpracować z otoczeniem

Wszystko to sprawia, że inwestorzy coraz wyraźniej dostrzegają korzyści płynące ze współpracy podejmowanej na szczeblu regionalnym. Już pierwsze spotkania, inicjujące ABSL Regional Chapters w sześciu głównych ośrodkach inwestycyjnych w Polsce przyciągnęły liczne grono uczestników. W wydarzeniach udział wzięli przedstawiciele 80 % centrów z sektora. Nie zawsze spotkania przyjmowały wyłącznie formę debaty – w Krakowie w ramach inicjatywy Regional Chapters w siedzibie Capgemini zorganizowano także warsztaty dla przedstawicieli centrów usług wspólnych, które poświęcone zostały wymianie najlepszych praktyk z obszaru doskonalenia jakości usług.

Z nowej edycji raportu ABSL wynika, że współpraca centrów nowoczesnych usług z otoczeniem biznesowym jest jednym z priorytetów inwestorów. Ponad 80 % centrów analizowanych w tej edycji badania zadeklarowało kooperację z władzami na szczeblu lokalnym, w tym pośrednie kontakty w ramach organizacji branżowych czy izb gospodarczych. Co więcej, tego typu relacje są w większości przypadków określane jako pozytywne, a najlepszą ocenę w zakresie współpracy władz lokalnych (i podległych im jednostek)



z centrami usług uzyskał Wrocław, za nim natomiast uplasowała się Łódź.

Firmy z sektora nowoczesnych usług biznesowych dostrzegają, że zacieśnienie kooperacji i wymiana doświadczeń mogą zaprocentować wzrostem skuteczności działań podejmowanych na rzecz wprowadzenia korzystnych dla inwestorów zmian. Jest to tym istotniejsze, że, jak wynika z Raportu ABSL, inwestorzy nadal dostrzegają obszary współpracy z władzami, które wymagają poprawy. Jednym z nich, o zasadniczym znaczeniu dla rozwoju sektora, jest zaangażowanie władz lokalnych jako pośrednika we współpracę pomiędzy centrami usług, a uczelniami. W czasie spotkania inauguracyjnego wrocławską edycję Regional Chapters, jednym z najważniejszych wątków dyskusji były plany rozwoju i zwiększenia zatrudnienia przez lokalnych inwestorów, a co za tym idzie wzrostu zapotrzebowania na wykwalifikowanych pracowników.



- To oznacza, że dzięki wspólnym inicjatywom promocyjnym i rekrutacyjnym Agencji Rozwoju Aglomeracji Wrocławskiej, Urzędu Miasta, uczelni oraz inwestorów, Wrocław może budować swoją europejską markę miasta dla biznesu, będącego mocną alternatywą dla Pragi, Budapesztu czy Krakowa – mówi Agnieszka Orłowska, Prezes Globalnego Centrum Biznesowego HP we Wrocławiu, lider wrocławskiego ABSL – Chcemy koncentrować się na współpracy z instytucjami lokalnej władzy i uczelniami, wymieniać wiedzę oraz doświadczenia.

Wspólny cel

Udział inwestorów w tego rodzaju inicjatywach o charakterze non-profit, jest także przejawem chęci zaangażowania się firm działających na polskim rynku w projekty wykraczające zasięgiem poza obszar ich organizacji. ABSL Regional Chapters to dla organizacji z sektora nowoczesnych usług biznesowych szansa na wspólne działanie na rzecz poprawy atrakcyjności inwestycyjnej polskich regionów, co ostatecznie przyczyni się do wzrostu całej branży. Dzięki tej inicjatywie inwestorzy, którzy zdecydowali się na poszerzenie

swojej działalności w Polsce, mogą mieć istotny wpływ na dalszy rozwój kraju jako „zielonej wyspy” na mapie Europy.

- Działania ABSL mają na celu wzmocnienie wizerunku Polski, jako najlepszej w Europie i jednej z wiodących na świecie lokalizacji dla inwestycji z obszaru zaawansowanych usług dla biznesu. Według Hackett Group, Polska jest najpopularniejszą lokalizacją dla tego sektora na Starym Kontynencie i zajmuje 3. miejsce na tzw. shortliście potencjalnych offshoringowych lokalizacji na świecie, zaraz po Indiach i Chinach. Mamy swoje 5 minut i powinniśmy to dobrze wykorzystać. – podsumowuje Jacek Levernes, Prezes ABSL, Członek Zarządu HP Europa, Bliski Wschód i Afryka (EMEA), Wiceprezes Global Business Services EMEA.

O ABSL

Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych (Association of Business Service Leaders in Poland, ABSL) to organizacja branżowa reprezentująca sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce. ABSL powstał 21 maja 2009 r. z inicjatywy największych firm działających w branży, takich jak Capgemini, Hewlett-Packard, IBM, Infosys, Thomson Reuters, UBS oraz wielu innych. ABSL jest platformą wymiany wiedzy, doświadczeń i dobrych praktyk wewnątrz branży. Partnerami Związku są wiodące, zarówno polskie, jak i europejskie organizacje branżowe. ABSL współpracuje również z Ministerstwem Gospodarki oraz Polską Agencją Informacji i Inwestycji Zagranicznych (PAIIIZ), przedstawicielami miast regionów oraz agencjami wspierającymi inwestorów zagranicznych. ABSL zrzesza centra usług wspólnych (Shared Service Centers, SSC), outsourcingu procesów biznesowych (Business Process Outsourcing, BPO), outsourcingu IT (Information Technology Outsourcing, ITO), centra badawczo-rozwojowe (Research&Development, R&D) i firmy wspierające rozwój sektora. Obecnie Członkami ABSL jest 55 wiodących firm sektora oraz ponad 200 managerów wyższego szczebla z 15 polskich miast. Firmy zrzeszone w ABSL odpowiadają za 40% ogólnego zatrudnienia w branży w kraju. Więcej informacji: www.absl.pl



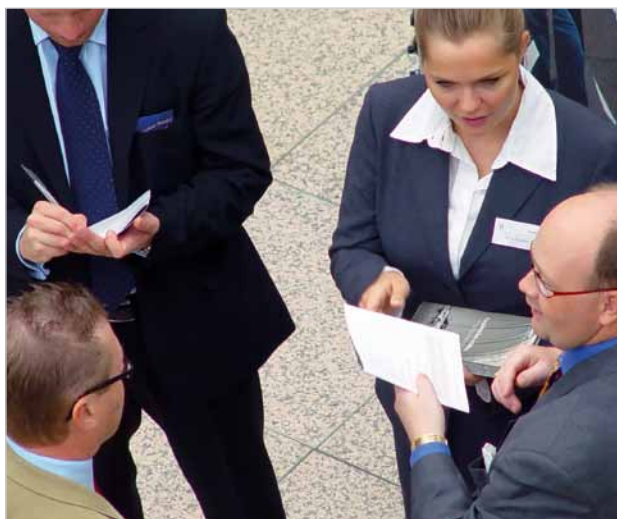
ASSOCIATION
of BUSINESS SERVICE LEADERS
IN POLAND

Autor:
Tomasz Podolak
ABSL



BPO oraz ITO w Niemczech – rynek, modele, inicjatywy

Według Pierre Audoin Consultants (PAC) z Monachium, niemiecki rynek usług outsourcingu procesów biznesowych (BPO) osiągnie do 2015 r. szacowaną wartość równą 3.6 miliarda Euro. Roczna stopa wzrostu branży BPO wynosi zatem około 12%. Największy wzrost spośród usług BPO wykazują usługi finansowo-księgowe oraz zaopatrzeniowe.



Rynek usług finansowo-księgowych w DACH

Najnowszy sondaż przeprowadzony w czerwcu 2012 r. w Monachium przez PAC wśród oddziałów i organizacji finansowych w Niemczech¹ wykazuje wyraźny trend polegający na lepszych wynikach oraz niższych kosztach procesów biznesowych w branży finansowo-księgowej.

Według sondażu trzema najważniejszymi priorytetami decydentów są:

- zapewnienie zarządowi większej ilości informacji oraz ich lepszej jakości (65%),
- redukcja kosztów (34%),
- rozwój analityki i wywiadu gospodarczego (29%).

Mimo, że zarówno to, jak i inne badania wykazują wyraźny trend w kierunku zwiększania udziału outsourcingu procesów finansowo-księgowych w Niemczech, nabywcy wciąż mają

pewne obawy, z którymi dostawcy usług wchodzący na rynek niemiecki muszą się liczyć.

Trzema najpoważniejszymi barierami związanymi z outsourcingiem procesów finansowo-księgowych w Niemczech są:

- utrata wiedzy i kontroli (49%² / 50%³),
- ryzyko związane z bezpieczeństwem (39%² / 47%³),
- obniżona jakość usług (34%² / 40%³).

Więcej informacji na temat outsourcingu procesów finansowo-księgowych w Niemczech, Austrii i Szwajcarii można znaleźć w opracowaniu PAC pt. "Der CFO im Spannungsfeld zwischen Wertbeitrag und Kostendruck" (Czerwiec 2012).

Obsługa rynku krajowego w Niemczech – Model Onshore

Model świadczenia usług typu onshore sprawdził się w Niemczech. Duże firmy, jak TCS, Sitel, Infosys, HP, ADP i inne, mają w Niemczech własne centra operacyjne obsługujące rynek krajowy.

Pozostali dostawcy BPO i ITO, zamiast własnych centrów operacyjnych, posiadają mniejsze ośrodki regionalne, służące jako biura zarządzania projektami lub przedstawicielstwa na rynek niemiecki lub inne rynki europejskie. Warunki są naprawdę atrakcyjne, a dostawca niemal natychmiast zyskuje zaufanie i wiarygodność.

Aspekty międzykulturowe – Jak wygrać na niemieckim rynku?

Jeden z powodów, dla których model onshore ma w Niemczech takie powodzenie jest zakorzenienie w niemieckiej kulturze biznesu. Niemiec biznesmeni, bardziej konserwatywni i tradycyjnie ostrożni, są mniej podatni na „sprzedaż” niż na przykład Amerykanie czy Hiszpanie, którzy ze względu na swoją kulturę zazwyczaj lubią podejmować ryzyko.

W kontaktach na rynku niemieckim dostawcy powinni się przygotować na mnóstwo informacji, logiczną argumentację oraz pewne specyficzne sytuacje.

Należy wykazać zrozumienie dla szczegółowego planowania, które ma olbrzymią wartość w niemieckiej kulturze biznesu.

1 "Der CFO im Spannungsfeld zwischen Wertbeitrag und Kostendruck"

2 firmy, które nie korzystają jeszcze z outsourcingu

3 firmy korzystające z outsourcingu



Niemcy uważają planowanie za korzystne dla obu stron i na spotkaniach bardzo otwarcie mówią o ewentualnych problemach. W związku z tym udając się na spotkanie biznesowe dostawca powinien się przygotować; można też omówić niektóre kwestie wcześniej na mniejszych, mniej formalnych spotkaniach.

Generalnie niemieccy biznesmeni skupiają się bardziej na zadaniu niż na relacji pomiędzy stronami, dlatego dostawcy powinni skoncentrować się na zapewnieniu fachowych usług i rozwiązań.

Inicjatywy, organizacje, media i usługi dla nabywców i dostawców

W celu wspierania rozwoju rynku usług BPO i ITO w Niemczech, Niemiecko-Austriacko-Szwajcarskie Stowarzyszenie – Outsourcing Verband prowadzi szereg inicjatyw oraz oferuje usługi informacyjne i prezentacyjne, a także platformy zarówno dla nabywców usług, jak i dla międzynarodowych dostawców.

Nabywcy i Dostawcy znajdują w Outsourcing Journal (zarówno w języku polskim jak i angielskim) ponad 400

profesjonalnych artykułów i informacji rynkowych. Outsourcing Journal jest dostępny online (www.outsourcing-journal.org) oraz w wersji PDF/drukowanej. W celu informowania o dostawcach usług i ich kompetencjach, Stowarzyszenie stworzyło dokument oraz usługę firmową - EUBIS (European Business- & IT-Services – Europejskie Usługi Biznesowe i Informatyczne), dostępną nieodpłatnie dla nabywców i dostawców za pośrednictwem strony www.eubis.org (obecnie w wersji beta).



Autor:

Stephan Fricke jest jednym z założycieli oraz prezesem Niemiecko-Austriacko-Szwajcarskiego Stowarzyszenia Outsourcingu (Deutscher Outsourcing Verband e.V.). Aktywnie działa w branży usług outsourcingowych w regionie DACH, wspiera transfer wiedzy oraz wiele inicjatyw i publikacji. (www.outsourcing-verband.org).

OUTSOURCING
VERBAND

German Austrian Swiss Outsourcing Association

Reklama

Profesjonalny serwis w całości poświęcony tematyce outsourcingu



Państwo
a Outsourcing



Edukacja
a Outsourcing



Czym jest
Outsourcing



Kto jest kim
w Outsourcingu

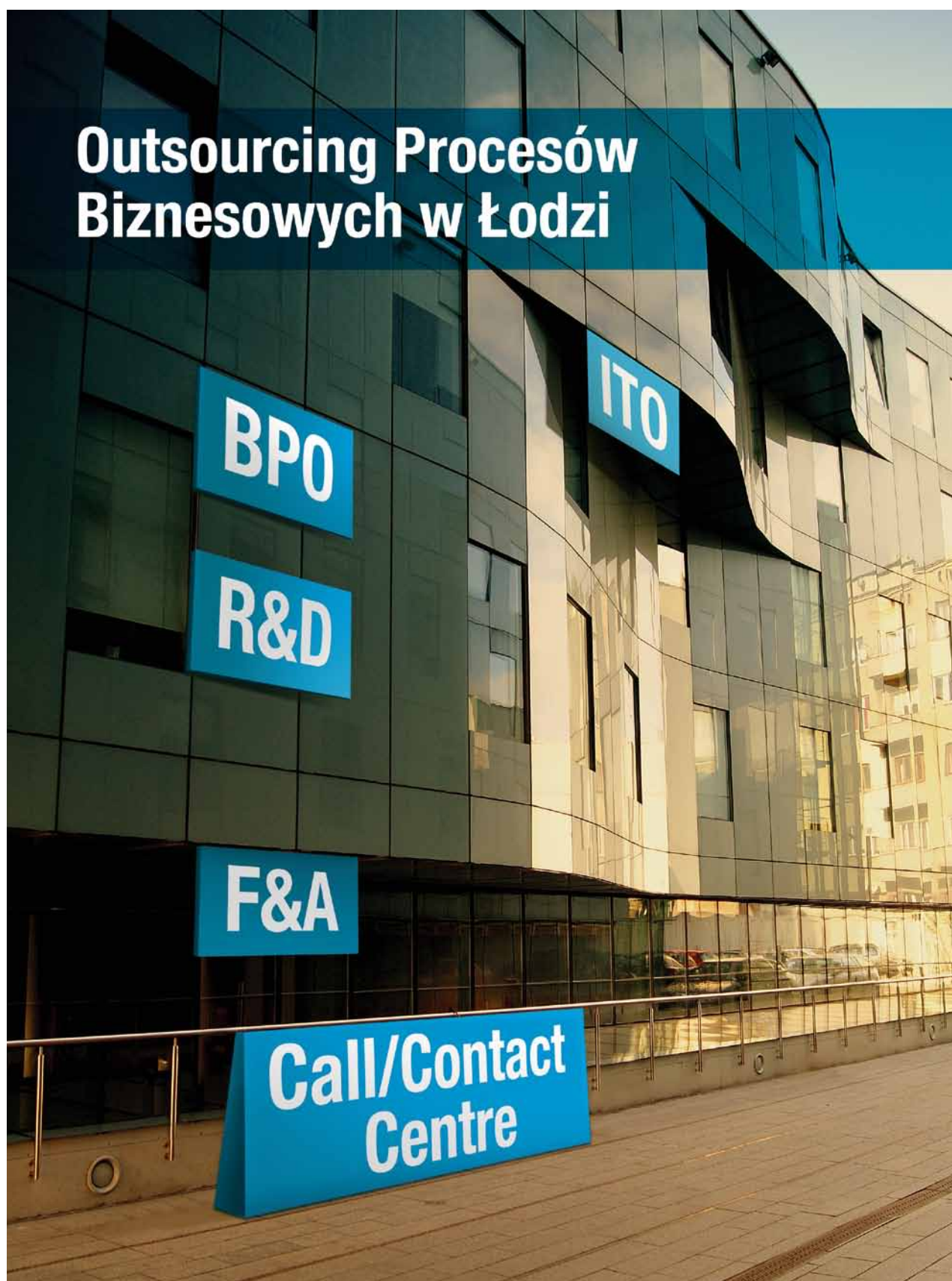
www.outsourcingportal.pl



outsourcing
portal



Outsourcing Procesów Biznesowych w Łodzi





Outsourcing Procesów Biznesowych w Łodzi

Łódź od kilku lat konsekwentnie realizuje strategię pozyskiwania podmiotów z branży outsourcingu procesów biznesowych. Jeszcze nie tak dawno temu, gdyż w roku 2007 było tu ulokowanych jedynie kilka firm z sektora nowoczesnych usług dla biznesu. Jednak rok 2012 to już rynek, na którym swoje centra operacyjne ma szereg międzynarodowych i krajowych outsourcerów. Wśród zagranicznych podmiotów w Łodzi ulokowanych zostało również wiele Centrów Usług Wspólnych dużych korporacji.

Rozwój

Przez ostatnie pięć lat branża outsourcingowa w Łodzi rozwija się zarówno poprzez nowe inwestycje, ale również i przez rozwój obecnych na tym rynku organizacji. Jeszcze kilka lat temu w Łodzi ciężko było znaleźć nowoczesne budynki biurowe – i to między innymi dzięki branży BPO/SSC rynek nieruchomości biurowych ruszył mocno do przodu. Jeśli spojrzeć na mapę biurowców, to praktycznie w każdym z nich znajduje się dostawca usług outsourcingowych. Firmy szczególnie upatrzyły sobie nowe obiekty takie jak University Business Park, Park Biznesu Teofilów, Textorial Park, Cross Point, czy też Sterlinga Business Center. Jest też wiele innych lokalizacji, które w sumie na swoich kilkudziesięciu tysiącach metrów kwadratowych goszczą przeszło 30 organizacji outsourcingowych.

Firmy

Dostawców usług outsourcingowych, o których udało nam się zebrać informacje można podzielić na trzy zasadnicze grupy. Zaliczamy do nich:

- Firmy świadczące usługi finansowo-księgowe:
Infosys, mBank, Multibank, GE Power Controls, Nordea, Ceri, BSS, Tate&Lyle, Phillips, Indesit, City Handlowy, SouthWestern, ACS Solutions, Nycomed, Target BPO.
- Firmy Call Centre:
mBank, Multibank, Dimar, City Handlowy, SouthWestern, DHL Express, Telmon, Ecta on-line.
- Firmy informatyczne i prowadzące działalność naukowo-badawczą:
Fujitsu Technology Solutions, BSH, Mobica, Rule Financial, Ericpol, AMG.net, Accenture, Transition Technologies, TomTom, Comarch, MacoLab, ABB, Teleca, BMS, LSI, Sii.

Swoje Centra Operacyjne w Łodzi posiadają także spółki, które od wielu lat są obecne na rynku polskim, a są wśród nich takie podmioty jak Polkomtel, PZU, T-mobile, Orange czy też Warta Insurance i kilka innych.

Na tle innych miast

Patrząc na rynek outsourcingu oraz usług wspólnych w Polsce możemy potwierdzić, iż Łódź dogania i to w dość szybkim tempie te główne polskie miasta, gdzie branża ta się już na dobre zadomowiła, czyli Warszawę, Kraków i Wrocław. Poprzez dostęp do wykwalifikowanej siły roboczej, multijęzyczność i rozwinięty rynek nieruchomości biurowych Łódź stała się jedną z najlepszych lokalizacji do działalności centrów outsourcingowych, o czym z roku na rok przekonuje się kolejna grupa nowych inwestorów. Jeszcze pod koniec roku 2012, w Łodzi rozpocznie swoją działalność kolejny wielki gracz na rynku usług outsourcingowych jakim jest HP.

Języki

Większość outsourcerów świadczy usługi w językach obcych. Standardem jest obsługa w języku angielskim, lecz działalność operacyjna jest prowadzona w kilkudziesięciu językach obcych. Dwie spółki: Infosys i SouthWestern obsługują końcowych klientów w blisko 20 językach każda. Obsługiwani klienci końcowi są ulokowani na wszystkich kontynentach, a zakres świadczonych dla nich usług ma szeroki wachlarz, rozpoczynający się od podstawowych procesów finansowo-księgowych a kończący na zaawansowanych audytach i procesach raportowania finansowego.

Ankieta

Zwróciliśmy się z prośbą do wszystkich wyżej wymienionych firm o przedstawienie w kilku słowach informacji o swoich łódzkich centrach operacyjnych. Na naszą prośbę odpowiedziało kilkanaście podmiotów. Na kolejnych stronach przedstawiamy zebrane informacje o wielkości poszczególnych spółek, portfolio usług jakie świadczą, ilu zatrudniają pracowników oraz w jakich językach obcych świadczą usługi. Dodatkowo zamieszczamy krótkie notki biograficzne Dyrektorów Zarządzających lub Prezesów.



**Dyrektor Generalny
BMS Poland Sp. z o.o.**

Bartłomiej Papierski

Zajmował się tworzeniem, rozwojem i zarządzaniem firm sektora IT, w tym także wprowadzaniem oddziałów międzynarodowych przedsiębiorstw do Polski. W ostatnich latach zaangażowany między innymi jako kierownik zespołu project managerów w poznańskim Cognifide, w Łodzi tworzył od podstaw oddział Rule Financial. Od marca 2011 r. buduje i zarządza polskim oddziałem amerykańskiego Bankruptcy Management Solutions.

Posiada doświadczenie z zakresu zarządzania projektem i rozwojem oprogramowania w oparciu o metodyki zwinne.



Dyrektor Zarządzający w Polsce

Andrzej Górecki

Posiada ponad 20-letnie doświadczenie w bankowości i finansach.

Karierę zawodową rozpoczął w BRE Banku, w którym był odpowiedzialny za funkcjonowanie pierwszego centrum rozliczeniowego w Polsce, zajmującego się centralizacją płatności krajowych dla BRE Banku.

W 2002 r. współtworzył Centrum Rozliczeń i Informacji CERI Sp. z o.o., jedną z pierwszych w Polsce firm z sektora BPO. Był zaangażowany w poszerzenie portfela klientów o banki i instytucje finansowe spoza Grupy BRE Banku.

BMS Poland Sp. z o.o.



W Łodzi od: 2011

Kapitał: USA

Usługi: BMS zajmuje się rozwojem oprogramowania, dostarczając platformę technologiczną służącą do zarządzania procesem upadłościowym. W Stanach Zjednoczonych firma od ponad 20 lat jest liderem tego typu usług, zaopatrując sektor prawny w innowacyjną technologię i współpracując z instytucjami związanymi z zarządzaniem upadłościami.

Zatrudnienie: 20 osób

Obsługiwane języki: angielski

Potrzeby rekrutacyjne: 10 programistów.

CERI International Sp. z o.o.



W Łodzi od: 2003

Kapitał: Niemcy

Usługi: Bankowość Transakcyjna, Obsługa Procesów Biznesowych Klienta, Zarządzanie Dokumentami

Zatrudnienie: 150 osób

Obsługiwane języki: polski, angielski, niemiecki, hiszpański, francuski

Potrzeby rekrutacyjne: w CERI International zatrudniane są osoby aktywne i odpowiedzialne – również bez doświadczenia zawodowego. Firma wysoko ceni znajomość języków obcych (angielskiego, niemieckiego, francuskiego i hiszpańskiego) oraz chęć do pracy w międzynarodowym środowisku biznesowym. Pracownicy zatrudniani są w pełnym oraz niepełnym wymiarze czasu pracy w takich obszarach jak zarządzanie dokumentami, obsługa akredytyw, płatności i wprowadzanie danych.



Citibank International Plc Branch Representative

Beata Skawińska

Beata Skawińska, reprezentant Citibank International Plc Oddział w Polsce, jest odpowiedzialna za zarządzanie inicjatywą Citi Service Center w Polsce. Oprócz tej funkcji pełni również rolę głównego szefa Operacji Securites & Banking w Polsce. Swoją karierę w Citi rozpoczęła 18 lat temu, w obszarze kontroli. Rozwój kariery zawodowej Beaty jest mocno związany z obszarem Operacji, w którym sukcesywnie sięgała po stanowiska zarządcze wymagające coraz większej odpowiedzialności.

Beata aktywnie uczestniczyła w projektach związanych z fuzją Banku Handlowego SA w Warszawie z Citibank Poland, centralizacją, implementacją nowych systemów oraz z projektami związanymi z migracjami procesów z jednostek Citi z Europy Zachodniej do Polski.



Prezes Zarządu w Polsce

Tomasz Buraś

Tomasz Buraś jest absolwentem Wydziału Transportu Politechniki Warszawskiej. Od ponad dwudziestu lat jego kariera zawodowa związana jest z branżą logistyczną. Był wykładowcą w Zakładzie Eksploatacji i Utrzymania Pojazdów na Wydziale Transportu Politechniki Warszawskiej. Zajmował kluczowe stanowiska w obszarze zarządzania projektami logistycznymi. Pracował jako menadżer operacyjny biura zakupów w IKEA Hanim Poland S.A. (od 1992 r.), Dyrektor ds. Logistyki na Centralną i Wschodnią Europę w Sony Poland (1994-2001) oraz Dyrektor ds. Logistyki i Rozwoju w P&O Trans European Poland. W 2002 r. związał się z DHL Express, obejmując stanowisko Wiceprezesa Zarządu ds. Operacyjnych. W 2007 r. Tomasz Buraś został Prezesem Zarządu. Jest żonaty, ma dwoje dzieci. Jego pasją jest żeglarstwo i sporty motorowe.

Citi Service Center, Citibank International Plc Oddział w Polsce



W Łodzi od: 2004

Kapitał: USA

Usługi: Windykacja, Weryfikacja Kredytowa, CitiPhone, Zaawansowane Usługi Technologiczne

Zatrudnienie: 1716 osób w Łodzi, Warszawie i Olsztynie

Obsługiwane języki: angielski, białoruski, bułgarski, czeski, holenderski, niemiecki, grecki, francuski, hinduski, węgierski, irlandzki, włoski, litewski, portugalski, rumuński, rosyjski, hiszpański, suahili, turecki, ukraiński, urdu, wietnamski

Potrzeby rekrutacyjne: 60 osób.

DHL Express (Poland) Sp. z o.o.



W Łodzi od: lata 90-te (obecnie: terminal i Contact Center.)

Kapitał: Niemcy

Usługi: Usługi kurierskie: międzynarodowe i krajowe przesyłki ekspresowe

Zatrudnienie: ponad 5500 pracowników i kurierów w Polsce

Obsługiwane języki: polski, angielski, inne

Potrzeby rekrutacyjne: na całym świecie w DHL istnieje wiele możliwości zrobienia kariery zawodowej, na różnych szczeblach. Informacje na temat najnowszych rekrutacji są zamieszczane m.in. na stronie www.dhl.com.pl/kariera/praca.



Dyrektor Zarządzająca w Polsce

Agnieszka Jackowska-Durkacz

Absolwentka Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego Uniwersytetu Łódzkiego. Ukończyła także studia podyplomowe z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi. Jest dyplomowanym coachem ICC (International Coaching Community). W 2003 r. współzarządzała projektem utworzenia Centrum Usług Wspólnych Philipsa w Łodzi w zakresie usług finansowo-księgowych. W latach 2007-2008 odegrała znaczącą rolę w procesie przekształcenia łódzkiego centrum Philipsa w centrum Infosys BPO Poland. W latach 2007-2010 pełniła funkcję Dyrektora ds. HR Infosys BPO Europe, gdzie była odpowiedzialna między innymi za ujednolicenie oraz wdrożenie różnorodnych narzędzi z obszaru HR w europejskich oddziałach spółki, wprowadzenie szkoleń z zakresu zarządzania, skierowanych do menedżerów średniego szczebla oraz opracowanie innowacyjnych metod rekrutacyjnych. Od 2010 r. jest Dyrektorem Zarządzającym Infosys BPO Poland.

INFOSYS BPO POLAND SP. Z O.O.**W Łodzi od:** 2007**Kapitał:** Indie

Usługi: F&A, usługi zakupowe, wsparcie procesu zamówień i sprzedaży, zarządzanie procesem reklamacji w logistyce, MDM, raporty w zakresie rachunkowości zarządczej, konsolidacja danych finansowych, KPO (wewnętrzny audyt i dostosowanie do regulacji SOX, standaryzacja procesów, zarządzanie projektami, consulting), usługi związane z infrastrukturą IT, programowaniem i wdrażaniem i obsługą aplikacji (m.in. systemu ERP), obsługa zadań związanych z wdrożeniem i obsługą systemu SAP dla klientów z całego świata

Zatrudnienie: ponad 1300 osób w Łodzi

Obsługiwane języki: bułgarski, czeski, duński, holenderski, francuski, niemiecki, grecki, węgierski, włoski, norweski, portugalski, rumuński, rosyjski, słowacki, hiszpański, szwedzki, turecki, ukraiński

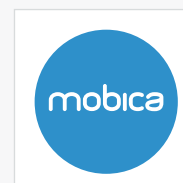
Potrzeby rekrutacyjne: kilkaset wakatów, m.in. w obszarze finansowy, księgowości, kontrolingu i analizy finansowej, audytu i kontroli.



Dyrektor Zarządzający w Polsce

Mike Gibbons

Dyrektor zarządzający; posiada 25 letnie doświadczenie w prowadzeniu firm skupionych na świadczeniu usług w zakresie oprogramowania w branży telekomunikacyjnej i mobilnej. Założył i zarządzał wieloma wiodącymi firmami konsultingowymi w całej Europie.

Mobica Limited Sp. z o.o. Oddział w Polsce**W Łodzi od:** 2007**Kapitał:** Anglia

Usługi: Usługi w zakresie tworzenia oprogramowania, od wstępnej definicji, koncepcji, projektu poprzez implementację, wdrożenie i testowanie. Mobica wykorzystuje swoje kompetencje na wielu sektorach rynku:

- Producenci chipsetów
- Usługi bankowe i płatności mobilne
- TV i set box
- Transport samochodowy, drogowy i kolejowy

Zatrudnienie: 110 osób**Obsługiwane języki:** polski, angielski

Potrzeby rekrutacyjne: 20 programistów low level, 10 programistów HTML5/Web, 5 hardware developers (VHDL/Verilog etc), 5 programistów iOS, 5 programistów Windows Phone7, 5 specjalistów ds. Telecom oraz starszych inżynierów ds. testów.



Prezes Zarządu

Adam Kotrych

Z branżą call center związany od 1997 r. Od września 2009 r. Prezes nowopowstałej spółki Voice Contact Center. Szybko doprowadził do pozyskania inwestora finansowego – Neo Investments. Dwa lata później nadzorował połączenie Voice Contact Center ze spółką Call One w ramach Grupy Outsourcing Experts. W 2011 r. kampania realizowana przez Voice Contact Center została nagrodzona w konkursie Golden Arrow jako jedyna kampania telemarketingowa w historii konkursu.

Do roku 2009 Adam Kotrych był Prezesem Zarządu ContactPoint. Od 2006 r. zajmował stanowisko Członka Zarządu w spółce. W 2003 r. został Dyrektorem Obsługi Klienta. W swojej karierze zajmował także stanowiska Kierownika Realizacji i Supervisora; pracował w Dziale Planowania i Raportów oraz w Dziale Marketingu. Zdaniem Adama Kotrycha w biznesie najważniejsi są ludzie, dlatego zawsze stara się budować relacje i strategię w oparciu o zespół. Pasjonuje się piłką nożną i sztuką kulinarną.



Country Manager w Polsce

Piotr G. Kania

Country Manager zarządza polskim oddziałem Rule Financial od maja 2011 r. budując centrum dostarczania usług informatycznych dla klientów z Wielkiej Brytanii oraz USA. Od 15 lat jest związany z branżą usług doradczych ICT w Polsce i regionie EMEA. W przeszłości zdobywał doświadczenie w firmach: CGI uczestnicząc w projektach w Portugalii, Belgii i Polsce; Nokia doradzając operatorom telekomunikacyjnym w Europie i na Bliskim Wschodzie; P4 uczestnicząc w uruchomieniu usług nowego operatora na Polskim rynku oraz był odpowiedzialny za rozwój działalności polskiego oddziału Teleca pełniąc rolę Dyrektora Zarządzającego.

Trzykrotny absolwent Szkoły Głównej Handlowej: kierunku Informatyka Ekonomiczna i Cybernetyka, programu Academy of Business Ernst & Young na kierunku Zarządzanie Finansami Przedsiębiorstwa oraz Executive MBA wraz z Université du Québec à Montréal. Prywatnie fan nurkowania rekreacyjnego, żeglarstwa oraz Portugalii.

Voice Contact Center, Grupa Outsourcing Experts



W Łodzi od: 2010

Kapitał: Polska

Usługi: sprzedaż, obsługa klienta, badania marketingowe, doradztwo i consulting, obsługa social media

Zatrudnienie: 300 osób w Łodzi, 6 000 osób w całej Grupie OEX

Obsługiwane języki: polski

Potrzeby rekrutacyjne: konsultant contact center.

Rule Financial Sp. z o.o.



W Łodzi od: 2008

Kapitał: Wielka Brytania

Usługi: Usługi informatyczne w zakresie rozwoju oraz utrzymania oprogramowania dla bankowości inwestycyjnej i hurtowej.

Zatrudnienie: 200 osób w Łodzi, 500 osób na świecie

Obsługiwane języki: angielski

Potrzeby rekrutacyjne: programiści, analitycy i kierownicy projektów, w tym: programista Java, lider techniczny Java, programista C#, lider zespołu C#, programista WPF/Silverlight, programista Sharepoint, programista SQL/ETL, inżynier wsparcia technicznego (2 i 3 linia).

Infosys®

Building
Tomorrow's Enterprise



www.infosysbpo.com

WIODĄCA EKSPERTYZA W OBSZARZE:

FINANSÓW I KSIĘGOWOŚCI, OBSŁUGI

PROCESÓW LOGISTYCZNYCH I ZAKUPOWYCH,

ZARZĄDZANIA **BAZAMI DANYCH**

ORAZ ZAAWANSOWANYCH USŁUG, TAKICH

JAK: ZARZĄDZANIE **RYZYKIEM**, DORADZTWO

I KONSULTING, OBSŁUGA **PODATKOWA**



Prezes Zarządu w Polsce

Gregoire Nitot

Prezes Zarządu i pierwszy pracownik Sii w Polsce.

Zakochany w Polsce od 1999 r., kiedy odbywał stypendium Erasmus na SGH. Przez kilka lat pracował w Paryżu, a w 2005 r. stworzył biznes plan, aby założyć firmę IT w Polsce. Spośród potencjalnych inwestorów wybrał Sii – firmę informatyczną notowaną na paryskiej giełdzie, i w styczniu 2006 r. otworzył w Warszawie Sii Sp. z o.o. Posiada w niej 30% udziałów. Jako Prezes Gregoire jest odpowiedzialny m.in. za całościową strategię firmy, wyznaczanie celów i kierunków rozwoju, zarządzanie działami dyrektorów, nadzór działalności i kontrolę finansową oraz podejmowanie kluczowych decyzji dotyczących Sii. Konsekwentny i dynamiczny wzrost spółki pokazuje, że strategia wyznaczana przez Nitota jest dobra. Spółka otwiera co roku nowy oddział: posiada biura w Warszawie, Gdańsku, Wrocławiu, Poznaniu, Krakowie i Łodzi. Obecnie zatrudnia 1000 osób – co miesiąc średnio 35 nowych specjalistów IT wysokiej klasy.

Czas wolny Gregoire Nitot spędza z rodziną – żoną i trójką dzieci. Uwielbia sport, szczególnie żeglarstwo, windsurfing, tenis, piłkę nożną i jazdę na rowerze.

Sii Sp. z o.o.



W Łodzi od: 2011

Kapitał: Francja, Polska

Usługi: Jedna z najszybciej rosnących firm świadczących usługi outsourcingu IT i inżynierii produkcji. Realizujemy usługi z zakresu budowy i utrzymania aplikacji, testów, integracji systemów, rozwiązań biznesowych, konsultingu oraz inżynierii.

Zatrudnienie: 20 osób w Łodzi, ponad 900 osób w Polsce

Obsługiwane języki: polski, angielski, francuski, na życzenie klienta także inne języki

Potrzeby rekrutacyjne: do końca 2012 r. planujemy zatrudnić 40 osób, m. in. programistów .net, Java, administratorów systemów Unix/Linux oraz analityków biznesowych.



Dyrektor Zarządzający w Polsce

Wiktor Doktor

Dyrektor Zarządzający w SouthWestern BPS Poland Sp. z o.o.. W swojej karierze brał udział w procesach związanych z budową

kilku Spółek na terenie Polski, zajmując stanowiska kierownicze średniego i wyższego szczebla. Wiktor ma doświadczenie w tworzeniu, rozwoju, usprawnianiu i zarządzaniu w obszarze Provisioningu, CRM, Obsługi Klienta oraz Billingów i Windykacji. W ciągu kilku ostatnich lat Wiktor m.in. stworzył i kierował działem Obsługi Klienta w Formus Polska, brał udział przy budowie i później zarządzał działami Billingów, Rozliczeń Międzyoperatorskich, Windykacji oraz Obsługi Klienta w Energis Polska, wdrożył Call Center w Lafarge Gips Polska. Z SouthWestern związany jest od lipca 2007 r., od początku budując i zarządzając łódzkim Centrum Operacyjnym. Od listopada 2011 r. Wiktor pełni również rolę International Sales Manager i odpowiada za sprzedaż usług BPO na rynku brytyjskim.

SouthWestern BPS Poland Sp. z o.o.



W Łodzi od: 2007

Kapitał: Irlandia

Usługi: Centrum BPO – usługi finansowo-księgowe (zarządzanie zobowiązaniami, należnościami, raportowanie finansowe, płatności, call i contact center).

Zatrudnienie: 192 osoby w Łodzi, 700 osób na świecie

Obsługiwane języki: polski, angielski, niemiecki, hiszpański, francuski, włoski, serbski, czeski, norweski, szwedzki, rosyjski, bułgarski, węgierski, rumuński, ukraiński, litewski, łotewski, arabski, joruba

Potrzeby rekrutacyjne: specjaliści ds. Obsługi klienta z językiem hiszpańskim, francuskim, norweskim, holenderskim, włoskim i angielskim. Księgowi ds. zobowiązań i należności.



Wiceprezes Zarządu w Polsce

Krzysztof Twardowski

Krzysztof Twardowski – Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Operacyjny. Absolwent Uniwersytetu Łódzkiego, na kierunku: Finanse i Bankowość. Posiada ponad 13-letnie doświadczenie zawodowe, zdobywane głównie na stanowiskach menedżerskich. Jego aktualny zakres kompetencji to odpowiedzialność za realizację strategii firmy, nadzór nad Działem Operacyjnym, negocjacje i ofertowanie do potencjalnych Klientów Spółki, a także prawidłowe funkcjonowanie oraz rozwój prowadzonych projektów (w tym kontrolę budżetów projektowych oraz wypracowywanie optymalnych rozwiązań operacyjnych, dobór narzędzi analitycznych i systemów raportowych).

Target BPO Sp. z o.o.



W Łodzi od: 2003

Kapitał: Polska

Usługi: Outsourcing sił sprzedaży, kadry, płace, księgowość, controlling, doradztwo prawne

Zatrudnienie: 60 osób w Łodzi, 1000 osób w Polsce

Obsługiwane języki: polski, angielski

Potrzeby rekrutacyjne: przedstawiciele handlowi.



Dyrektor ds. Usług Wspólnych w Polsce

Gerry Niven

Gerry ma ogromne doświadczenie praktyczne w zakresie świadczenia usług wspólnych oraz w kierowaniu obszarem Finance Transformation. W czasie 25-letniej praktyki w sektorze usług wspólnych, Gerry prowadził 9 dużych projektów – 5 start-up'ów i 4 projekty transformacji – w Wielkiej Brytanii, Europie i globalnie – w branżach obejmujących: napoje, sprzedaż detaliczną, turystykę, produkcję i telekomunikację.

Sprawował funkcję jurora podczas przyznawania nagród SSON European Shared Services Excellence Awards, jest prelegentem i prowadzi warsztaty na największych konferencjach poświęconych usługom wspólnym.

Tate&Lyle



W Łodzi od: 2011

Kapitał: Wielka Brytania

Usługi:

- Usługi w zakresie prowadzenia księgi głównej oraz planowania i analizy finansowej
- Usługi w zakresie kont dostawców
- Usługi w zakresie kont klientów

Zatrudnienie: 130 osób w Łodzi, 4500 osób na świecie

Obsługiwane języki: polski, angielski, francuski, bułgarski, turecki, włoski i słowacki

Potrzeby rekrutacyjne: Absolwenci kierunków związanych z finansami lub doświadczonych księgowych, którzy dysponują biegłą znajomością angielskiego i, jeśli to możliwe, innych języków europejskich, pasjonują się finansami i księgowością, są otwarci na rozwiązania innowacyjne i elastyczni w zmieniającym się środowisku biznesowym.



Prezes Zarządu

Artur Kapacki

Prezes Zarządu TELMON Sp. z o.o. S.K.A. i TELMON Sp. z o.o. – powołany przez akcjonariuszy w grudniu 2010 r. Stworzył i prowadzi spółkę do dnia dzisiejszego.

Ukończył Politechnikę Warszawską, Wydział Inżynierii Produkcji na kierunku Zarządzanie i Marketing. Posiada przeszło 10 letnie doświadczenie w pracy w telemarketingu głównie z zakresu finansów i ubezpieczeń.

W latach 2002-2010 pełnił szereg funkcji menedżerskich w branży ubezpieczeniowej i finansowej. Odpowiadał za rozwój Call Center LINK 4 TU S.A., Call Center Provident Polska S.A. sprzedającego nowe produkty spółki oraz za stworzenie Call Center zajmującego się sprzedażą produktów BRE Ubezpieczenie TUIR S.A. Pracował również na stanowisku Kierownika Projektów w Telbridge Sp. z o.o. Artur Kapacki jest żonaty. Pasjonuje się podróżami, lubi aktywnie spędzać czas np. wycieczki rowerowe czy gra w squash-a.

Telmon Sp. z o.o. S.K.A.



W Łodzi od: 2010

Kapitał: Polska

Usługi: Outsourcing call/contact center; telesprzedaż, infolinie, generowanie leadów badania CATI, voice mailing, SMS, chat

Zatrudnienie: 150 osób w Łodzi, 150 osób na świecie

Obsługiwane języki: polski, angielski, inne na życzenie klienta

Potrzeby rekrutacyjne: konsultanci telefoniczni: Łódź.

Reklama

3-4 października EXPO XXI Warszawa

Targi Office Days

wyposażenie i usługi dla biur

Z ofertą Twojej firmy zapoznają się
office managerowie, architekci, zarządcy i administratorzy!

- Targi OfficeDays - dni, które pozwolą odmienić Twoje biuro. Ponad 3 tys. zwiedzających podczas 2 dni imprezy.
- Kompleksowy wachlarz usług i towarów - 4 sektory tematyczne: biurowiec od a do z, przyjazne biuro, technologiczne nowinki i świat usług.
- Kongres OfficeDays - wymiana opinii i doświadczeń. 10 paneli dyskusyjnych, prezentacje produktów, usług i trendów na rynku.
- Nowości, oferty specjalne, rabaty targowe, konkursy dla zwiedzających.



ORGANIZATOR



PATRONI MEDIALNI





Krystian Bestry

Wywiad z Dyrektorem Zarządzającym Infosys BPO Europe





Outsourcing&More: Panie Krystianie, zarządza Pan największą firmą BPO w Łodzi. Jak to jest być największym w branży?

Krystian Bestry: Tak naprawdę naszym Centrum w Łodzi zarządza już od parunastu miesięcy Agnieszka Jackowska, od wielu lat moja „prawa ręka” w Infosys BPO Europe. Natomiast faktycznie, od kilku lat jesteśmy największym graczem na rynku łódzkim, będąc jednocześnie w pierwszej piątce najdynamiczniej rozwijających się firm BPO w Polsce. Odpowiadając zaś na pytanie – trzeba wziąć pod uwagę kilka aspektów:

Z jednej strony – kompleksowość. Być największym, a przede wszystkim dynamicznie rozwijającym się centrum, to przede wszystkim kompleksowe wyzwanie w zakresie zapewnienia odpowiednich kompetencji i umiejętności naszych pracowników tak, aby jak najlepiej odpowiadać na zapotrzebowanie klientów.

Z drugiej strony – wielka odpowiedzialność. Każda nasza managerska decyzja potencjalnie dotyka minimum kilkuset pracowników, szeroką grupę kooperantów, partnerów biznesowych itd.

Jednak, przede wszystkim – olbrzymie wyzwanie. Każdy nowy projekt, każdy nowy kontrakt, to w naszym przypadku miliony złotych przychodów i dziesiątki zatrudnionych specjalistów. To olbrzymie oczekiwania klientów w zakresie nowego modelu pracy, często niełatwe decyzje w zakresie redukcji zatrudnienia w poszczególnych krajach, przeniesienia ośrodka zarządzania procesem w inne miejsce. W Infosys Europe kilka takich projektów dzieje się jednocześnie!

O&M: Proszę nam powiedzieć kilka słów o historii Infosys. To jedna z największych indyjskich firm z sektora outsourcingowego. Dlaczego wybraliście Łódź, czy głównym powodem było przejęcie części procesów Philipsa, czy to raczej element bardziej strategicznej globalnej ekspansji?

KB: Faktycznie jesteśmy jednym z największych globalnych graczy zarówno w zakresie BPO (Business Process Outsourcing), jak i, a może przede wszystkim ITO (Information Technology Outsourcing). Historia naszej obecności w Polsce wiąże się oczywiście z przejęciem obsługi operacji finansowych Philipsa w 2007 r. Jednak Grupa Infosys jest znana na całym świecie z tego, iż podejmując kluczowe decyzje w zakresie ekspansji na nowe lokalizacje – przyjmuje kryteria długoterminowe, ściśle związane z realizacją szerszej strategii rozwoju. Tak też było w przypadku przejęcia Philipsa, a co za tym idzie – stworzenia Centrum Usług w Łodzi. Nasz długofalowy plan związany był ściśle z potrzebą szybkiej ekspansji na rynku europejskim, zakładał

przejęcie usług Philipsa dla Europy oraz zbudowanie na tej podstawie wielofunkcyjnego centrum serwisowego w zakresie obsługi procesów typu high-end oraz procesów wymagających znajomości języków europejskich.

O&M: Polska nie jest jedynym krajem poza Indiami, gdzie Infosys ma swoje Centra Operacyjne. Gdzie jeszcze jesteście obecni i co stanowi główne czynniki przy wybieraniu lokalizacji na Wasze Centra?

KB: Grupa Infosys jest obecna w ponad 70 krajach na świecie, w zasadzie we wszystkich znaczących ekonomicznie gospodarkach świata. Natomiast Infosys BPO, na dziś posiada 16 ośrodków operacyjnych na świecie: w Indiach, Chinach, na Filipinach, Australii, Meksyku, Brazylii i USA. Jeśli chodzi o Europę to naszą główną bazę stanowi Łódź oraz dwa ośrodki w Czechach – w Brnie i w Pradze. Trzeba jednak powiedzieć, że siatka Centrów Operacyjnych zmienia się w ostatnim czasie bardzo dynamicznie, tylko w ostatnich 12 miesiącach dodaliśmy do naszej mapy lokalizacji BPO trzy nowe oddziały, w najbliższych miesiącach planujemy otwarcie kolejnych 3-5 centrów w wybranych lokalizacjach na świecie. Nie ukrywamy, że część będzie zlokalizowana w Europie, a może szerzej – w regionie EMEA.

O&M: Wiemy już nieco o Waszej globalnej obecności, może teraz przejdźmy do usług. Jak zdecydowana większość centrów outsourcingowych, świadczyacie usługi finansowo-księgowe. Czy są to jedyne obsługiwane przez Was procesy? W ramach F&A również widać sporą dysproporcję od weryfikacji i wprowadzania danych, aż po zaawansowane procedury zakupowe czy też proces raportowania finansowego – jakie procesy obsługujecie w Łodzi?

KB: Kilka lat temu znakomitą większość działalności operacyjnej stanowiły transakcyjne procesy finansowo-księgowe (Finance & Accounting, F&A) i zakupowe. Tu jednak zaszczyt bardzo znaczące zmiany. Oczywiście ciągle usługi F&A stanowią nieco ponad połowę naszej działalności, są to jednak usługi jakościowo inne niż jeszcze 2-3 lata temu. Na dziś 60-70% działalności centrum to procesy high-end: konsultingowe, audytu wewnętrznego, zarządzania projektami, kontrolingu, raportowania i konsolidacji finansowej, obsługa podatków europejskich, czy kompleksowe programy wdrożeniowe. Rozwinęliśmy też znacząco obsługę baz danych, obsługę procesów marketingowych, zarządzania sprzedażą czy implementacji oprogramowania. Kilka interesujących przykładów – dziś nasi specjaliści z Łodzi decydują m.in. o ustawieniach konfiguracji produkcji opakowań kosmetyków jednego z naszych klientów w Kanadzie, czy np. uaktualnieniach cen hurtowych maszyn rolniczych dla jednego z naszych klientów w Argentynie, Brazylii czy Chile. Dziś



nasze centra obsługują procesy z całego świata o bardzo zróżnicowanej specyfice.

O&M: Procesy same się oczywiście nie zrealizują. Potrzeba do tego odpowiednich kadr. W tak dużej firmie jak Infosys, zapewne procesy rekrutacyjne odbywają się nieustannie i wymagają stosowania wielu mechanizmów. Jak wygląda Wasza współpraca z lokalnymi uczelniami i jak wygląda w Infosys proces rekrutacyjny? Czy wśród rekrutowanych osób większość stanowią absolwenci uczelni, czy być może osoby posiadające już doświadczenie w branży BPO/SSC?

KB: Faktycznie nasz wzrost zatrudnienia w Polsce sięga ostatnio ok. 50 osób miesięcznie. Wymaga to bardzo bliskiej współpracy z największymi uczelniami w regionie, ale także szkołami językowymi, organizacjami studenckimi i związkami branżowymi. W miarę „dojrzwania” naszego centrum, jak i rozszerzania zakresu naszych usług, z coraz większą intensywnością szukamy jednak pracowników z doświadczeniem, niekoniecznie z branży BPO/SSC, raczej z doświadczeniem z tzw. „biznesu”. Dostrzegamy długoterminową perspektywę naszych klientów – oczekują oni od nas nie tylko najlepszej jakości serwisu, wdrożeń nowinek technologicznych czy zarządzania globalnymi procesami dostarczanych z kilkunastu lokalizacji, ale przede wszystkim – regularnych propozycji transformacyjnych, stałej dostępności do specjalistycznej wiedzy z poszczególnych sektorów gospodarki, czy wreszcie ciągle „świeżego” spojrzenia na zastane problemy.



O&M: Infosys, to druga duża firma z sektora BPO, która w ostatnich latach awansowała na stanowisko Dyrektora Zarządzającego kobietę, piastującą wcześniej stanowisko Dyrektora HR? Czy to kwestie zarządzania personelem są tak kluczowe w środowisku SSC/BPO, że wybiera się menedżerów HR na najważniejsze stanowiska w firmach? A być może to kobiety lepiej radzą sobie z zarządzaniem niż mężczyźni?

KB: Nie podejmuję się odpowiadać na ostatnią część pytania. Z pewnością jednak w firmach takich jak nasza, masowo zwiększających zatrudnienie i przechodzących transformację w zakresie wiedzy i zaawansowania świadczonych usług – najbardziej kluczowym elementem jest dbałość o wiedzę, dbałość o rozwój pracowników, ciągle wyławianie talentów i przyszłych liderów zespołów czy procesów. Z tej perspektywy bezsprzecznie znajomość środowiska HR, umiejętność motywowania i tworzenia programów rozwoju jest kluczowa dla efektywnego zarządzania. Agnieszka Jackowska jest z nami od początku działalności Centrum w Łodzi, tak więc doskonale zna również tajniki zarządzania operacyjnego i finansowego. Nasz wybór nie powinien zatem dziwić.

O&M: Od kompetencji menedżera zależy rozwój firmy zarówno na lokalnym jak i na międzynarodowym rynku. Proszę nam powiedzieć kilka słów o Pana drodze zawodowej. Co wpłynęło na Pańską ścieżkę kariery? Należy Pan do kluczowej kadry zarządzającej Infosys w Europie – co w tej chwili należy do Pańskich kompetencji?

KB: W sektorze outsourcingu funkcjonuję już od 9 lat, sprawując różne funkcje managerskie, zarówno w Philipsie (w latach 2004-2007), jak i w Infosys (2007-2012). Odpowiadałem zarówno za projekty przeniesienia procesów finansowo-księgowych Philipsa z Holandii i Hiszpanii do Polski, jak i stabilizację procesów raportowania finansowego. Wcześniej pracowałem kilka lat w jednej z firm konsultingowych tzw. Wielkiej Czwórki (kiedyś Wielkiej Szóstki, potem Piątki...).

Centrum Infosys w Łodzi kierowałem od 2008 roku, centrami Infosys BPO w Europie – od dwóch lat.

Dzisiaj odpowiadam bezpośrednio za budowanie i realizację strategii wzrostu Infosys BPO w regionie EMEA. W zakresie moich obowiązków mieści się zarówno koordynacja strategicznych projektów Infosys realizowanych w Europie, relacje z klientami na najwyższych szczeblach zarządzania, jak i zdobywanie nowych kontraktów, zwłaszcza w regionie Europy Centralnej i Wschodniej.

Jeśli miałbym dzisiaj określić jedną kluczową decyzję dotyczącą ścieżki mojej kariery – z pewnością jednym z najważniejszych wyborów był ten o przejściu do sektora SSC w 2003 roku. Wtedy, nieznanego szerzej, dzisiaj jednego z najdynamiczniej rozwijających się sektorów nie tylko w Polsce, ale w wielu krajach na świecie. Ten ruch w tamtym momencie, nie wiązał się bezpośrednio ani z awansem stanowiskowym, ani nie był spowodowany korzystniejszą ofertą finansową. To był wybór wyłącznie związany z intuicją, jak i ciekawością nieznanego branży, z oczekiwaniem, że kiedyś, w przyszłości ten sektor wejdzie na ścieżkę dynamicznego rozwoju,



a umiejętności zdobyte wcześniej będą procentować. Było to zatem pewnego rodzaju ryzyko.

Niemale znaczenie miał też los – miałem przyjemność pracować z wieloma wybitnymi postaciami branży outsourcingu, od których mogłem się uczyć zdecydowanego podejścia do tego typu projektów w skali globalnej. Dla osób związanych z branżą, takie postaci, jak Michel de Zeeuw dziś zarządzający globalną siatką centrów usług firmy Siemens, czy Ritesh Idnani, odchodzący Chief Operating Officer Infosys BPO, największy chyba wizjoner branży ostatnich lat, są znane choćby z wielu konferencji czy wywiadów na temat branży.

O&M: Poza karierą w Infosys, ma Pan jeszcze czas na działalność edukacyjną i rozwój branży outsourcingowej w Polsce. Jest Pan w Zarządzie ABSL – Związku Liderów Sektora Usług Biznesowych w Polsce i jest Pan w nim odpowiedzialny za PR i Planowanie Konferencji. Co stanowi największe wyzwanie w obszarze PR w branży outsourcingowej? W odniesieniu do Konferencji branżowych, to jest ich już sporo, co roku przybywają nowe – czy nie zrobiło się w tym obszarze nieco za gęsto na polskim rynku? Co wyróżnia doroczną konferencję ABSL?

KB: Z pewnością największe wyzwanie stanowi przełamywanie stereotypów z przeszłości. Nasz sektor w pierwszych latach działalności w Polsce został niejako zaszklakowany w grupie prostych transakcji, do których nie potrzeba wiedzy ani umiejętności. Pomimo znaczących osiągnięć ABSL

w zakresie zmiany tego wizerunku w środowisku biznesowym, jest jeszcze sporo do zrobienia w obszarze edukacji potencjalnych pracowników naszej branży, lokalnych władz, przystosowania programów nauczania do zmieniających się wymagań sektora i warunków na rynku. To główne zadanie ABSL na dziś.

Co do liczby konferencji w Polsce – wydaje się, że wraz z rozwojem sektora pojawiło się zainteresowanie jednostek komercyjnych, które specjalizują się w organizacji konferencji z wielu obszarów biznesowych. Często niestety mamy do czynienia z wydarzeniami bardzo ubogimi w treść, natomiast bardzo rozbudowanymi w zakresie ofert komercyjnych. Nie tak dawno przedstawiciele jednego z polskich regionów zapytali mnie podczas wielkiej międzynarodowej konferencji: „Jak się podobają targi?”. Faktycznie, wydarzenia branżowe w założeniu dedykowane wymianie doświadczeń stały się w ostatnim czasie wybitnie wystawienniczo-komercyjne. W ABSL, który jest organizacją non-profit staramy się skupić przede wszystkim na wartości merytorycznej konferencji, moderując agendę w oparciu o oczekiwania firm sektora. Misją związku jest promocja Polski, jako miejsca do lokalizacji centrów biznesowych i służenie wsparciem dla firm decydujących się na takie inwestycje w Polsce. Stąd nastawienie konferencji na wymianę doświadczeń w dziedzinie HR, IT, innowacji czy efektywnego korzystania z rządowych i unijnych programów pomocowych.

ABSL od pewnego czasu tworzy struktury regionalne, które przy współpracy z lokalnymi władzami i uczelniami staną się



Green Horizon – nowa siedziba Infosys BPO Poland

w niedługim czasie ośrodkami współpracy firm działających w tych samych lokalizacjach. To również doskonała okazja do mobilizacji sił biznesu przy promocji poszczególnych miast wśród inwestorów.

O&M: Pański kalendarz jest wypełniony szeregiem projektów, a co ze spędzaniem wolnego czasu? Jaką ma Pan receptę na odłożenie obowiązków na półkę – czy jest to możliwe?

KB: Nie. A w każdym razie nie dłużej niż na kilka dni. O długich 2-3 tygodniowych urlopach bez kontaktu ze sprawami firmy można zapomnieć. Rzeczywiście jedyną receptą na chwilę oddechu jest połączenie przyjemnego z pożytecznym. Moje dwie największe pasje – podróże i sport. Zawsze przy wyjazdach służbowych na inne kontynenty staram się wygospodarować parę dni dla siebie na krótką wycieczkę czy poznanie lokalnej kultury. Infosys od kilku lat aktywnie wspomaga też kilka ośrodków sportowych w Polsce (sporty wodne i narciarstwo), staram się więc korzystać z niedługich, kilkudniowych wypadów nad Bałtyk, czy w góry i tam odetchnąć choć na chwilę od bieżących obowiązków.

O&M: Wywiad z Panem przeprowadzamy w miesiącu, w którym dedykujemy naszą publikację również Miastu Łódź. Przy tej okazji pytamy się menedżerów dużych i znanych firm o to, czym Łódź zachęca, a czym zniechęca nowych inwestorów. Proszę nam powiedzieć, ze swojego punktu widzenia – jakie są największe atuty Łodzi, a co

powinno zostać poprawione, aby w kolejnych latach sektor i branża outsourcingu mogła się dalej prężnie rozwijać?

KB: Chyba nie odkryję tu niczego nowego. Atrakcyjność inwestycyjna Łodzi jest przede wszystkim rezultatem jej otwartości, jak również elastyczności władz na proponowane czy sugerowane przez nas zmiany w zakresie ułatwień dla inwestorów, czy współpracy z uczelniami wyższymi. Pomimo trzech prezydentów w ostatnich kilku latach, grupa odpowiedzialna za obsługę inwestorów w Urzędzie Miasta w zasadzie się nie zmieniła. Naturalną jest więc współpraca biznesu z miastem w coraz to nowych obszarach.

Natomiast samo miasto – z pewnością zachęca mnóstwem terenów zielonych, w zasadzie lasów w obrębie miasta, przejrzystą infrastrukturą drogową, zwartym centrum wokół ulicy Piotrkowskiej, co powoduje, że wszędzie jest blisko. Pod kątem komfortu życia Łódź ma wszystko, czego potrzeba zarówno do pracy, jak i wypoczynku.

Zniechęca? Brudnymi kamienicami, rozpadającymi się ruunami w samym centrum, brakiem wizji w obszarze zmian estetycznych. Kilka projektów ostatnich lat, np. Manufaktura, rewitalizacje na Księżym Młynie, Atlas Arena, czy Aquapark Fala, nie zostało w mojej ocenie urbanistycznie dokończonych, skomunikowanych z resztą miasta lub innymi obiektami w pobliżu.

Łódź cierpi jednak przede wszystkim w zakresie swojego własnego wizerunku. Brak skutecznej strategii PR-owej to



moim zdaniem największy od wielu lat problem władarzy miasta. Szkoda, że nie ma tutaj odwagi do przeprowadzania drastycznych zmian, wymiany obecnych specjalistów odpowiedzialnych za promocję Łodzi na prawdziwych ekspertów z branży. Jestem łodzianinem, tym bardziej więc wizerunek mojego miasta ma dla mnie duże znaczenie i powiem szczerze, że ostatnie kilkanaście lat zostało zmarnowanych w tym zakresie. Doskonale wypromowały się Kraków i Wrocław, nieźle Poznań, obecnie widzimy wielką zmianę w strategii promocji Trójmiasta, tymczasem w Łodzi w tej dziedzinie panuje absolutny marazm.

Myszę jednak, że Łódź ma wszelkie atuty, żeby stać się drugą stolicą sektora outsourcingu w Polsce. Wysoka liczba dostępnych nowych powierzchni biurowych w atrakcyjnych i dobrze skomunikowanych częściach miasta, duże ośrodki akademickie zarówno uniwersyteckie jak i inżynierskie, wreszcie zmodernizowane lotnisko i sieć transportowa do Warszawy. Jeżeli uda się jeszcze ściągnąć do Łodzi większą liczbę specjalistów z dziedziny marketingu, obsługi logistyki czy konsultantów IT, rozszerzyć liczbę kształconych kadr w zakresie znajomości języków obcych oraz umiejętności obsługi klienta, to podstawy do rozwoju branży będą kompletne.

O&M: Serdecznie dziękujemy za poświęcony czas i życzymy dalszego rozwoju przede wszystkim w Łodzi, ale również i w innych lokalizacjach, którymi Pan zarządza. ■■

KB: Dziękuję serdecznie.



Krystian Bestry

Dyrektor Zarządzający Infosys BPO Europe

Wiceprezes ABSL

Jako Dyrektor Zarządzający Infosys BPO Europe Krystian Bestry jest odpowiedzialny za zarządzanie usługami serwisowymi europejskich centrów Infosys BPO – przedsiębiorstwa należącego do międzynarodowego koncernu Infosys Ltd., będącego globalnym dostawcą zintegrowanych usług doradztwa biznesowego i technologicznego, outsourcingu i IT. Krystian Bestry wdraża strategię rozwoju Infosys BPO w Europie oraz jest odpowiedzialny za pozyskiwanie nowego biznesu.

Do 2010 r. Krystian Bestry pełnił funkcję Dyrektora Zarządzającego Infosys BPO Poland, centrum nowoczesnych usług biznesowych ulokowanego w Łodzi, zatrudniającego obecnie ok. 1300 osób.

Jest Wiceprezesem Zarządu i współzałożycielem Związku Liderów Sektora Usług Biznesowych w Polsce (ABSL).

Krystian Bestry ukończył rachunkowość finansową na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego w 1999 r. Przez 6 lat pracował w Deloitte & Touche, realizując projekty audytowe dla wiodących międzynarodowych firm.

W roku 2004 związał się z łódzkim centrum finansowo-księgowym Philipsa. Był odpowiedzialny za projekty migracyjne oraz zarządzał departamentem księgi głównej i raportowania dla regionu EMEA. W 2006 r. objął stanowisko Dyrektora ds. Operacyjnych Philips Royal Electronics, jednego z największych klientów firmy Infosys BPO. Odegrał kluczową rolę w przejęciu i przekształceniu łódzkiego centrum Philipsa w spółkę Infosys BPO Poland.

Specjalizuje się w tematach: outsourcing – polski i globalny rynek nowoczesnych usług biznesowych, sektorowe inwestycje zagraniczne w obszarach BPO i SSC, recenzyjny prawa i przepisów w zakresie wspierania i współpracy z inwestorami zagranicznymi, rynku pracy oraz edukacji kadr dla sektora usług biznesowych.



Łódź – Miasto Możliwości

Łódź to trzecie co do wielkości miasto w Polsce, przez inwestorów nazywane Miastem Możliwości. Wśród głównych zalet Łodzi należy wymienić: centralną lokalizację, rozwijającą się infrastrukturę komunikacyjną oraz dostęp do doświadczonej i dobrze wykształconej kadry. W Łodzi rozwijają się nowe branże, dotychczas nie utożsamiane z miastem: centra usług biznesowych (BPO i IT), produkcja AGD, przemysł elektroniczny oraz biotechnologia.

Położenie i inwestycje infrastrukturalne

Miasto położone jest na skrzyżowaniu powstających autostrad A1 i A2, drogi ekspresowej S8 oraz zachodniej obwodnicy S14. Modernizacja i budowa dróg pozwala na przejazd z Łodzi do Warszawy w czasie 1.5 godziny, a do Berlina w ciągu 4 godzin.

Ponadto realizowane są inwestycje w postaci sprowadzenia kolejowego Dworca Fabrycznego pod ziemię oraz modernizacji linii kolejowej Łódź-Warszawa, co przyczyni się do skrócenia czasu podróży pociągiem między miastami do

60 minut. Trwa rozbudowa Międzynarodowego Portu Lotniczego im. Władysława Reymonta. Oddany do użytku nowy III Terminal o przepustowości 2,5 mln pasażerów rocznie jest w głównej mierze dedykowany destynacjom zagranicznym. Połączenia lotnicze z największymi miastami Europy takimi jak: Londyn, Dublin, Dortmund, Brema czy Mediolan, a także uruchomione w tym roku połączenia krajowe z Gdańskiem, Krakowem i Warszawą spełniają oczekiwania łódzkich przedsiębiorców. Niewątpliwie realizowane projekty infrastrukturalne przyczyniają się do zwiększenia poziomu atrakcyjności miasta w oczach inwestorów, których liczba wyraźnie wzrosła w ostatnich latach, zwłaszcza w sektorze BPO/IT.

Nowe Centrum Łodzi – największy projekt rewitalizacyjny w Europie

Także tu, w Łodzi realizowana jest największa publiczna inwestycja europejska – budowa Nowego Centrum Łodzi oraz najnowocześniejszego w Polsce podziemnego dworca kolejowego – docelowo także stacji dla Kolei



Dużych Prędkości. To dziś jedyna inwestycja tego rozmiaru w naszej części Europy. W projekt zaangażowany był światowej sławy urbanista i architekt, Rob Krier, który podjął się opracowania planu zagospodarowania tego terenu. Nowe Centrum Łodzi to 90-hektarowy obszar postindustrialny w samym sercu Miasta, gdzie będą realizowane zarówno funkcje komercyjne, jak i publiczno-kulturalne. Przykładem drugiej funkcji jest trwająca rewitalizacja elektrociepłowni, która dziś przyciąga unikatową, secesyjną architekturą.

Kluczowy element Nowego Centrum to wielopoziomowa, podziemna stacja kolejowa z kondygnacjami schodzącymi na poziom 16,5 metra pod powierzchnią terenu. Projekt budowy dworca ma wartość 135 942 852 USD. Na realizację tego przedsięwzięcia otrzymaliśmy ponad 50% dofinansowania z UE. Zgodnie z założeniem projekt zostanie oddany do użytku 2015 r. Przedsięwzięcie zakłada rozbudowę infrastruktury transportowej ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb transportu publicznego, poprzez stworzenie multimodalnego węzła transportowego łączącego linie kolejowe z siecią transportu miejskiego, podmiejskiego oraz regionalnego, w tym przebudowę i budowę nowego systemu dróg, komunikacji publicznej, systemu parkingów. Realizacja ww. inwestycji ma na celu stworzenie zintegrowanego oraz bezpiecznego systemu transportu miejskiego i regionalnego, o wysokiej jakości świadczonych usług, spełniającego normy unijne w zakresie ochrony środowiska, a zarazem konkurencyjnego względem transportu indywidualnego.

Nadrzędnym celem Nowego Centrum Łodzi jest stworzenie dostępnych, bezpiecznych i atrakcyjnych dla mieszkańców i turystów przestrzeni publicznych, rewitalizacja obszarów poprzemysłowych, a także wzmocnienie funkcji kulturalnej. Całkowity koszt projektu wynosi 549 228 724 USD.

Zachęty inwestycyjne

Należy podkreślić, że Łódź oferuje atrakcyjne zachęty inwestycyjne dla firm wyrażających zainteresowanie podjęciem bądź rozwojem działalności w mieście. Warto zaznaczyć, że intensywność pomocy publicznej w Łodzi jest wyższa niż w innych dużych miastach i kształtuje się na poziomie 50% dla dużych przedsiębiorstw. Podstawowe zachęty inwestycyjne to: zwolnienie od podatku od osób prawnych w Łódzkiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej (ŁSSE), pakiet zwolnień od podatku od nieruchomości (5 miejskich programów pomocowych), zwrot kosztów wyposażenia lub doposażenia stanowisk pracy, dofinansowanie szkoleń dla pracowników m.in. w zakresie nauki niszowych języków obcych.



W Urzędzie Miasta Łodzi zostało powołane Biuro Obsługi Inwestora, które jest kluczowym partnerem publicznym wspierającym strategicznych inwestorów na terenie Łodzi. Ścisłe współpracując z administracją publiczną wszystkich szczebli, w tym z Polską Agencją Informacji i Inwestycji Zagranicznych, ościennymi gminami, Łódzką Specjalną Strefą Ekonomiczną, urzędami pracy, a także uczelniami wyższymi, deweloperami i agencjami doradztwa zawodowego, zapewnia ono pełną obsługę każdego inwestora. Firma otrzymuje dedykowanego sobie opiekuna projektu odpowiedzialnego za:

- Przedstawienie podstawowych informacji nt. warunków inwestycyjnych, potrzebnych pozwoleń, pomocy publicznej oraz oferty inwestycyjnej Miasta.
- Wsparcie podczas całego procesu inwestycyjnego, w tym przy wyborze miejsca inwestycji i rekrutacji.
- Pomoc w kontaktach z urzędami i instytucjami publicznymi.



Zadaniem opiekuna, wspomaganego przez urzędników najwyższego szczebla w Urzędzie Miasta Łodzi, jest proaktywne pozyskiwanie oraz obsługa inwestorów.

Rozwój firm

Dzięki wyjątkowo dobremu klimatowi biznesowemu, wysokiej jakości kadry, a także bliskości stolicy, Łódź przekształciła się z gospodarki opartej na przemyśle w bazującą na wiedzy i usługach. Konsekwencja w podejmowanych działaniach oraz stworzenie i rozwój Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej przyniosły wymierne korzyści w postaci wielu inwestycji, zwłaszcza z w sektorach priorytetowych. Wymiernym efektem wykonanej pracy jest spadek stopy bezrobocia z 16,4 % w 2005 r. do 10% w 2012 r.

Uwagę nowych inwestorów przyciągają przykłady rozwoju i poszerzania działalności przez firmy, które funkcjonują w Łodzi od kilku lat. Jednym z przykładów jest firma Infosys, która oferuje coraz szerszy wachlarz usług, zwiększając jednocześnie wielkość zatrudnienia. Z doświadczeń firmy HR partners wynika, że intensywnie rozwijającą się branżą

w Łodzi jest również sektor IT. Pod koniec roku 2011 w regionie działały 82 firmy świadczące usługi informatyczne z zatrudnieniem powyżej 9 pracowników w ostatnich trzech latach (źródło: Biuletyny statystyczne i dokumenty Sytuacja społeczno-gospodarcza dla poszczególnych miast). Liczna grupa większych przedsiębiorstw z sektora IT zajmuje się rozwijaniem rozwiązań mobilnych (m.in. Comarch, Mobica, Teleca, Cybercom). Intensywnie rozwija się również sektor ITO. W roku 2011 ulokowała w Łodzi swoje Centrum Usług Wspólnych brytyjska spółka Tate & Lyle. Łódzki oddział firmy wspiera procesy biznesowe spółki w zakresie IT, finansów i księgowości. Stanowiska informatyczne należą do tych najbardziej poszukiwanych wśród wszystkich zawodów technicznych. Z zapotrzebowania zgłaszanego przez klientów HR partners z sektora IT wynika, że najbardziej poszukiwani są specjaliści z umiejętnością programowania w językach C++ i Java. Często poszukiwani są również specjaliści z zakresu metodyk zwinnych (Scrum) oraz oprogramowania SAP.

Poza sektorem BPO, bardzo dynamicznie rozwijającym się obszarem jest branża produkcyjna. Co za tym idzie, wielu pracodawców zgłasza zapotrzebowanie na stanowiska inżynierskie. Szczególnie poszukiwani są Inżynierowie Procesu, Inżynierowie ds. Projektów, Inżynierowie specjalizujący się w zakresie Lean Manufacturing a także Mechanicy oraz Automatycy. Firmy produkcyjne – dzięki wyjątkowo dobremu klimatowi biznesowemu, wysokiej jakości pracowników – rozwijają się inwestując w usługi oraz badania i rozwój (B+R). Przykładem może być Centra B+R firm BSH (zatrudniające 30 osób) i Rossmann (zatrudniające 200 osób).

Niektórzy inwestorzy, tacy jak Amcor czy HTL Strefa, otworzyli w naszym regionie kolejne inwestycje tworząc nowe miejsca pracy. Łódzka firma PGF (obenie Pelion) utworzyła spółkę-córkę – firmę Business Support Solution, świadcząca wyspecjalizowane usługi w obszarze obsługi finansowo-księgowej, obsługi prawnej, prowadzenia spraw kadrowo-płacowych, budżetowania i kontroingu. Zaufały nam już takie uznane firmy jak m.in. Fujitsu Technology Solution, Accenture, Infosys BPO, DHL Express, SouthWestern BPO, Ericpol, Nordea, Dell, Procter & Gamble, Amcor, Hutchinson, Indesit czy BSH. W Łodzi również powstał największy w Polsce sklep IKEA, który został otwarty w Centrum Handlowym Port Łódź, oferujący docelowo pracę dla 3 tys. osób. W 2011 r. zostało otwarte Łódzkie Centrum Badań i Rozwoju Banku Citi Handlowy. To pierwsza w Polsce, po Singapurze i Dublinie, samodzielna placówka wyodrębniona ze struktur bankowych, której zasadnicza działalność stanowi poszukiwanie innowacyjności w bankowości. W tym celu Bank zaprosił do współpracy łódzkie środowisko akademickie – Politechnikę Łódzką oraz Uniwersytet Łódzki. W Łodzi także, w 2012 r.,



Hewlett-Packard – światowy koncern branży informatycznej – otworzył swoje centrum usług wspólnych.

Z czego wynika tak duże zainteresowanie inwestorów regionem łódzkim? Motywów przemawiających za koncentrowaniem działalności biznesowej w Łodzi jest kilka. Należy wśród nich wymienić między innymi silne środowisko akademickie i naukowe, a co za tym idzie wykwalifikowaną kadrę pracowników. Co roku łódzki rynek pracy rozszerza się o kilkadziesiąt tysięcy absolwentów szkół wyższych (źródło: Urząd Statystyczny w Łodzi). Co więcej, wielu absolwentów kontynuuje naukę na studiach podyplomowych. Każdego roku kilkadziesiąt z nich decyduje się na unikalne w skali Polski studia podyplomowe z zakresu BPO prowadzone na Uniwersytecie Łódzkim. Atutem Łodzi są również konkurencyjne koszty pracy. Różnice w zakresie kosztów pracy wynosiły od 5% w przypadku Krakowa, przez blisko 14% w Poznaniu, po prawie 30% w Warszawie (źródło: GUS), co niewątpliwie wpływa na atrakcyjność inwestycyjną Łodzi. Zaletą miasta jest także ogromny potencjał w zakresie powierzchni biurowej, która z końcem 2012 r. wynosić będzie około 270 tys. m² i w znacznej części zajmuje tereny centrum miasta, co wpływa na zwiększenie dostępności usług oferowanych przez szeroką gamę przedsiębiorstw. Do walorów Łodzi należy również zaliczyć jej usytuowanie zarówno w centrum Polski jak i całej Europy.

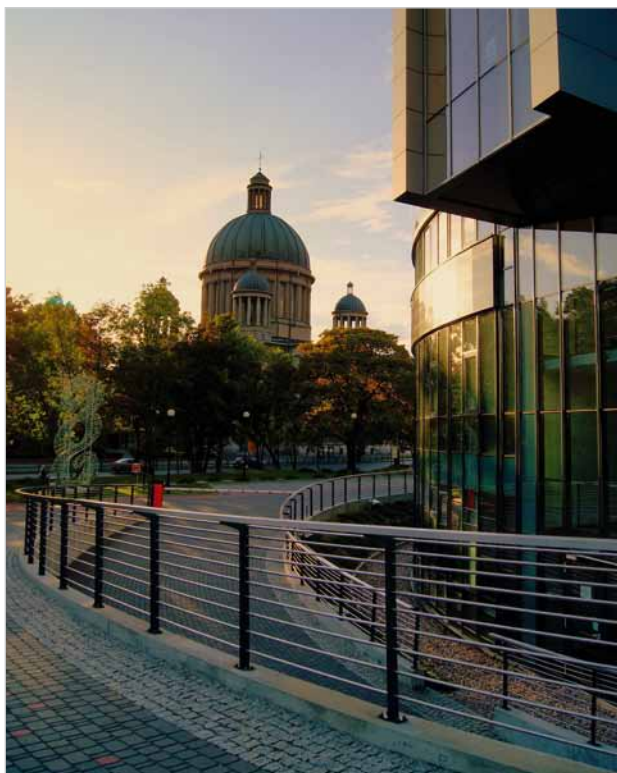
Nie ulega wątpliwości, że wszystkie wymienione wyżej czynniki budują atrakcyjność Łodzi w oczach potencjalnych inwestorów, również z branży BPO. Na dzień dzisiejszy Łódź, jako centrum BPO specjalizuje się przede wszystkim w finansach, księgowości oraz IT, stanowiąc siedzibę dla 30 firm z branży BPO, będących miejscem pracy dla kilkunastu tysięcy Łódzian.

Niekwestionowaną dla inwestorów wartością dodaną Łodzi jest Klub HR cyklicznie organizowany przez firmę doradztwa personalnego IDES Consultants Polska i Alliance Française będący platformą rozwoju wiedzy i wymiany doświadczeń związanych z pozyskiwaniem i nowoczesnym zarządzaniem kapitałem ludzkim. To miejsce spotkań ekspertów HR, przedstawicieli firm polskich i międzynarodowych, władz samorządowych, instytucji edukacyjnych i stowarzyszeń pracodawców regionu łódzkiego cieszy się sporą popularnością wyrażoną frekwencją i zaangażowaniem uczestników. Klubowi patronują: Wojewoda Łódzki, Prezydent Miasta Łodzi, Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna, Klub 500, Łódzka Izba Przemysłowo Handlowa, zaś jego celem jest utrzymywanie wysokiego poziomu świadomości problematyki HR i podnoszenie stanu wiedzy wszystkich interesariuszy mających wpływ na politykę personalną w regionie.

Ponadto we współpracy z łódzkimi firmami IT, Centrami BPO i Usług Wspólnych stworzyliśmy program „Łódź – center of opportunities”. W ramach programu rozwijany jest szereg różnych działań (m.in. konferencja BPO, program „Młodzi w Łodzi – Językowzięci”, strona internetowa www.bpo.lodz.pl poświęcona sektorowi) – mających na celu wzmocnienie wizerunku Łodzi, jako najlepszego miejsca do inwestycji w branży outsourcingu oraz IT.

Uczelnie wyższe

W Łodzi swoją siedzibę ma 25 szkół wyższych, kształcących łącznie ponad 100 tys. studentów. Większość absolwentów posługuje się płynnie przynajmniej jednym językiem obcym. Wśród uczelni państwowych należy wymienić Uniwersytet Łódzki i Politechnikę Łódzką, których programy edukacyjne na większości kierunków studiów są dedykowane współpracy z biznesem. Nauczanie na Uniwersytecie Łódzkim



odbywa się na ponad 40. kierunkach studiów i ponad 150. specjalnościach. Oferta edukacyjna placówki zawiera również studia podyplomowe z zakresu „organizacji i zarządzania centrum usług wspólnych BPO (Business Process Outsourcing/ Offshoring)”.

Potwierdzeniem wysokiego poziomu nauczania łódzkich uczelni są miejsca zajmowane przez nie w ogólnopolskich rankingach. W corocznym zestawieniu uczelni przygotowanym przez „Rzeczpospolitą” i miesięcznik „Perspektywy”, Politechnika Łódzka od 6 lat zajmuje wysoką – 4 pozycję wśród uczelni technicznych w Polsce. Jest ona jedyną uczelnią techniczną w regionie i jedną z największych w kraju. Obecnie w uczelni kształcą się ponad 20 tys. studentów na 9 wydziałach i 36 kierunkach. Unikatową jednostką jest Centrum Kształcenia Międzynarodowego, w którym studia prowadzone są w języku angielskim i francuskim. Aktualnie w Centrum Kształcenia Międzynarodowego (IFE) studiuje około 1200 studentów, z których każdy przynajmniej jeden semestr studiów realizuje w uczelni zagranicznej. Każdego roku IFE przyjmuje ponad 250 studentów zagranicznych, którzy realizują na Politechnice Łódzkiej 1 bądź 2 semestry studiów.

Od początku swojego istnienia uczelnia podejmuje współpracę z przemysłem. Podpisywane są umowy zarówno z dużymi firmami z kapitałem zagranicznym, jak i z firmami prywatnymi i państwowymi. Prace te mają charakter

naukowy, badawczy, rozwojowy, usługowy i ekspercki. Co roku realizowanych jest kilkadziesiąt projektów badawczych oraz zleceń dla podmiotów gospodarczych.

W celu zapewnienia szerokiego dostępu do dobrze wykształconych zasobów ludzkich, władze miasta, łódzkie uczelnie wyższe i łódzcy pracodawcy współpracują także w ramach realizowanego od czterech lat programu „Młodzi w Łodzi” (www.mlodziwlodzi.pl). Program „Młodzi w Łodzi” objął patronatem projekt „SPIN ŁÓDZKIE. Program promujący przedsięwzięcia typu spin-off i spin-out” realizowany jest przez Kombinatorium. Celem projektu jest stworzenie platformy komunikacyjnej umożliwiającej współpracę sfery nauki z przedsiębiorstwami, a której zadaniem jest kreowanie procesu komercjalizacji innowacyjnych technologii. Do projektu zaproszeni zostaną przedstawiciele biznesu, związani z ogólną tematyką HI-TECH.

Hotele i przestrzeń konferencyjna

W Łodzi rozwija się również rynek hotelowy. Pierwszy czterogwiazdkowy hotel (Andel's) powstał w roku 2009. Drugi został otwarty rok później – Ambassador, a od czerwca 2012 r. funkcjonuje kolejny – Holiday Inn. W połowie 2010 r. wbudowano kamień węgielny pod budowę hotelu DoubleTree by Hilton. W tym samym roku otwarto także nowe hotele trzygwiazdkowe – Hotel Borowiecki, mHotel. W drugiej połowie 2011 r. rozpoczęto budowę następnego czterogwiazdkowego hotelu w ścisłym centrum Miasta – hotelu sieci Novotel. W planach są także budowy kolejnych obiektów hotelowych o różnicowanym standardzie.

Miasto oferuje także przestrzeń konferencyjną. Centrum Konferencyjno-Wystawiennicze Międzynarodowych Targów Łódzkich znajduje się w centrum Łodzi. Centrum dysponuje 13 117 m² powierzchni wystawienniczo-konferencyjnej, 4 salami konferencyjnymi i aulą o łącznej powierzchni 700 m². Obiekt stworzony do organizacji nie tylko targów, ale także wystaw, kongresów, konferencji, pokazów mody i koncertów. CKW wyposażone jest w najnowocześniejszą infrastrukturę komunikacji elektronicznej, sprzęt do tłumaczenia symultanicznego. Brak wewnętrznych słupów konstrukcyjnych i dźwiękoszczelne, przesuwane ściany przy optymalnej zabudowie, dostępności mediów zapewniają dobrą akustykę i spełniają najwyższe wymagania techniczne.

Łódź – ośrodkiem kulturalno-rozrywkowym

Łódź to także centrum wydarzeń kulturalnych o zasięgu ogólnopolskim i międzynarodowym. Spośród ponad 70 imprez organizowanych w ciągu roku w Mieście należy wymienić Łódzkie Spotkania Baletowe, Fotofestiwal, Festiwal Łódź Czterech Kultur, Forum Kina Europejskiego



Cinergia, Międzynarodowy Festiwal Sztuk Przyjemnych i Nieprzyjemnych, a także te nawiązujące do włókienniczej tradycji Miasta: konkurs Złota Nitka czy FashionWeek, FashionPhilosophy, będące największymi wydarzeniami modowymi w Polsce. Fashion Week Poland to przede wszystkim pokazy uznanych projektantów „Designer Avenue”, pokazy mody offowej i debiutantów „OFF out of Schedule”, prezentacje w projektach „Showroom” – prezentacje projektantów oraz Concept Store – prezentacje firm/marek odzieżowych, a także szkolenia i seminaria „Let Them Know”. Dzięki Fashion Week (a także Fotofestiwalowi i Festiwalowi Designu) Łódź otrzymała nagrodę „Miasto doskonale 2010” od redakcji magazynu „Twój Styl”. Sam tydzień mody zyskał tytuł „Event Roku 2010” od redakcji magazynu „Aktivist”.

Atrakcją miasta jest niewątpliwie unikalna XIX-wieczna architektura, widoczna szczególnie na ulicy Piotrkowskiej oraz „Manufaktura” – jedno z największych w Europie centrów handlowo-kulturalno-rozrywkowych. Oddana do użytku w 2009 r. najnowocześniejsza w Polsce wielofunkcyjna hala sportowa - Atlas Arena - mieszcząca 12 tys. widzów, przy której powstanie Stadion Miejski (ok. 20 tys. miejsc) spełniający wszelkie wymogi UEFA, razem z Aquaparkiem Fala stworzą największy w kraju kompleks sportowo-rekreacyjny.

Łódź w ocenie Związku Liderów Usług Biznesowych (ABSL)

W czerwcu 2011 r. podczas VI Forum Outsourcingu i II Konferencji Związku Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL) Miasto Łódź otrzymało prestiżową nagrodę w kategorii Excellent Partner przyznawaną za intensywne działania promujące sektor nowoczesnych usług biznesowych i aktywne działania na rzecz przyciągania inwestorów zagranicznych z tego sektora, a także współpracę z inwestorami już obecnymi na polskim rynku. W opracowanym w tym roku przez ABSL raporcie „Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce” Łódź plasuje się w grupie 5 najważniejszych i największych centrów BPO/IT w Polsce. W opracowaniu podkreślono największy wzrost zatrudnienia w sektorze od 2009 r., argumentując to m.in. dostępem do bogatego zaplecza akademickiego. Warto podkreślić, że w Łodzi, zgodnie z danymi opracowanymi przez ABSL, jest najwięcej absolwentów informatyki. Miasto, wraz z Wrocławiem, otrzymało także najlepszą ocenę w zakresie współpracy władz lokalnych (i podległych im jednostek) z przedstawicielami centrów usług.

Ponadto ŁSSE zajęła także 11 miejsce na świecie (pierwsze miejsce w Polsce) w rankingu najlepszych Stref Ekonomicznych według „Financial Times”.

Strategia na lata 2020+

Przygotowana Strategia Zintegrowanego Rozwoju Łodzi 2020+ jest kolejnym etapem na drodze pełnego rozwoju naszego miasta. Definiuje ona wyzwania i priorytetowe kierunki rozwojowe miasta, co w rezultacie pomoże planowanie działań i inwestycji miejskich oraz uporządkuje miejskie zarządzanie. Dokument jest fundamentem budowy systemu planowania strategicznego w Łodzi, a przy tym będzie stanowił pomoc w racjonalnym planowaniu przyszłości zarówno mieszkańcom, jak i inwestorom.

Strategia Zintegrowanego Rozwoju Łodzi 2020+ przygotowana została w oparciu o zasady: zrównoważonego rozwoju, rozwoju inteligentnego, pomocniczości, skuteczności i gospodarności oraz zasadę koncentracji działań. Dzięki temu Strategia jest w pełni zgodna z unijnym modelem strategii zintegrowanej. Zawiera filar gospodarczy – którego celem jest zwiększenie dochodów łódzian i miasta, społeczny – służący wzrostowi kapitału społecznego oraz środowiskowy, którego priorytetem jest miasto zdrowe i przyjazne dla mieszkańców. Wszystkie filary oparte są na fundamencie, który ma na celu usprawnienie zarządzania miastem oraz wskazanie narzędzi systemowych realizacji strategii.

Konsekwentne wdrażanie Strategii Zintegrowanego Rozwoju Łodzi 2020+, w perspektywie kilku lat usprawni zarządzanie miastem, przez co nastąpi kolejny wzrost liczby miejsc pracy dla Łódzian, a także przyniesie korzyści w postaci udoskonalenia wizerunku miasta, poprzez stworzenie tętniącego życiem, odnowionego centrum miasta, z dobrze funkcjonującą miejską i pozamiejską komunikacją. Dzięki Strategii zostanie poprawiony stan bezpieczeństwa i czystości Łodzi, będzie więcej dostępnych i dobrze zagospodarowanych terenów zielonych, podniesiony zostanie poziom edukacji oraz polepszona dostępność do przedszkoli i żłobków. Strategia stanowi też impuls do zbudowania w Łodzi kultury współpracy, zaufania i aktywności obywatelskiej.

Wszystkie działania zawarte w Strategii Zintegrowanego Rozwoju Łodzi 2020+ przyczynią się do przekształcenia Łodzi w *Przyjazne, twórcze miasto zrównoważonego rozwoju o konkurencyjnych warunkach życia, pracy i inwestowania, wykorzystujące historyczny, infrastrukturalny i kreatywny potencjał*.

Łódź to miasto otwarte i nastawione na rozwój oraz na wspierające inicjatywy, a także kreatywność swoich mieszkańców.

Witamy w Łodzi!

Materiały: Miasto Łódź



**„Łódź to idealne miejsce
dla rozwoju usług
outsourcingowych”**



**Wywiad z Prezydent Łodzi
Hanną Zdanowską**



Outsourcing&More: Pani Prezydent, serdecznie dziękujemy za poświęcony nam czas. Łódź od wielu lat w swojej strategii rozwoju umiejscowiła BPO jako jedną ze strategicznych branż. Dlaczego BPO jest tak ważne dla Łodzi i czy w kolejnych latach nadal będzie tak istotną branżą?

Hanna Zdanowska: Światowe koncerny coraz częściej przenoszą zewnętrzną obsługę księgową, finansową i serwisową swoich spółek. Outsourcing obejmuje już nie tylko proste procesy finansowo-księgowo. Ta branża zyskuje coraz silniejszą pozycję, centra outsourcingowe zyskują większą niezależność od centrali i obsługują coraz bardziej skomplikowane procesy. Łódź to idealne miejsce dla rozwoju tego typu usług przede wszystkim ze względu na bezpośrednie sąsiedztwo stolicy kraju, bogate zaplecze akademickie i doskonałą współpracę uczelni z biznesem. Warto zauważyć także wysoką dostępność powierzchni biurowej i niskie koszty prowadzenia działalności gospodarczej, co jest cechą charakteryzującą nasze miasto na tle innych największych aglomeracji skupionych na rozwoju BPO.

Ambicją Łodzi jest pozyskiwanie inwestycji z różnych gałęzi outsourcingu – ITO – outsourcing procesów informatycznych, LPO – outsourcing procesów prawnych, czy KPO – outsourcing procesów zarządzania wiedzą.

Cieszy nas, że w Łodzi funkcjonuje już wiele firm tworzących nowoczesne rozwiązania informatyczne nie tylko na potrzeby własne ale i dla klientów zewnętrznych. Dostrzegamy także wzrost popularności outsourcingu także w pozostałych branżach priorytetowych dla Miasta, np. w logistyce. Korzyści dla przedsiębiorstw korzystających z tej formy delegowania usług to m.in. obniżenie kosztów obsługi magazynowej czy transportowej oraz większa elastyczności w relacjach z kontrahentami.

Pomysłem na Łódź XXI wieku jest rozwój i wspieranie biotechnologii oraz projektów innowacyjnych. Będzie to możliwe przede wszystkim dzięki budowie Łódzkiego Regionalnego Parku Naukowo-Technologicznego.

O&M: Jeszcze w roku 2007 na rynku łódzkim było mniej niż 10 firm z sektora nowoczesnych usług, w tej chwili liczba ta przekroczyła 30. Czy Łódź zdobywa zagranicznych inwestorów, co takiego jest w ofercie miasta, że stało się atrakcyjną lokalizacją dla inwestorów z Ameryki, Europy Zachodniej, ale też i Indii? A wiemy też że inwestorzy z Chin zwiększyli swoje zainteresowanie Pani miastem – czyżby i stamtąd miały się pojawić nowe inwestycje?

HZ: Dzięki wyjątkowo dobremu klimatowi biznesowemu i wysokiej jakości pracowników, których inwestor znajduje w Łodzi, firmy operujące w naszym mieście nie tylko zwiększają zatrudnienie ale także ilość oraz poziom złożoności procesów, którymi się zajmują.

Silnym magnesem dla nowych inwestorów jest fakt, iż firmy, które istnieją w Łodzi od kilku lat, rozwijają się i poszerzają skalę swojej działalności. Jest to możliwe głównie dzięki konsekwentnie realizowanej, przyjętej jeszcze w 2005 r. strategii, która główny nacisk położyła na zapewnienie profesjonalnej obsługi inwestorów, zwłaszcza z branż strategicznych. Od tego czasu powstało w Łodzi 10 tys. nowych miejsc pracy.

Miasto oferuje projekty wsparcia, a także szeroki pakiet zachęt i ulg od podatku od nieruchomości oraz podatku CIT oferowanych przez Miasto w Łódzkiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej. Warto pamiętać, że w rankingu Financial Times ŁSSE uzyskała 1 miejsce wśród wszystkich stref ekonomicznych w Polsce i 11 miejsce w Europie.



Nasze nowe projekty także spotkały się z pozytywnym przyjęciem. W czasie Targów Nieruchomości w Cannes po raz drugi zaprezentowaliśmy projekt Nowego Centrum Łodzi, który spotkał się z dużym zainteresowaniem i został uznany przez odwiedzających, za jedną z najciekawszych lokalizacji biznesowych w Europie.

Liczba delegacji, które w ostatnim czasie odwiedzają Łódź świadczy o dużym zainteresowaniu miastem i jego potencjale gospodarczym wśród chińskich przedsiębiorstw. W Łodzi działają obecnie 2 chińskie firmy: Victory Technology Polska Sp. z o.o. oraz Yung Cheng Poland Sp. z o.o.



W najbliższym czasie planowane są kolejne wizyty władz Łodzi w Chinach, mające na celu podniesienie zainteresowania miastem oraz jego bogatą ofertą inwestycyjną. Sprzyjać temu będzie również kontakt nawiązany z polskim oddziałem jednego z największych chińskich banków wspierających inwestycje, Bank of China.

O&M: Na polskiej mapie outsourcingu Łódź znajduje się już w pierwszej piątce jeśli chodzi o liczbę inwestycji tego sektora. Duży wpływ mają na ten stan rzeczy zasoby ludzkie i dostępność wyedukowanych potencjalnych pracowników. Jakim potencjałem kadrowym dysponuje Łódź?

HZ: Łódź jest jednym z wiodących polskich ośrodków akademickich, w którym na 6 uczelniach publicznych i 18 uczelniach niepublicznych studiuje ponad 100 tys. studentów. Każdego roku łódzkie uczelnie kończy 30 tys. absolwentów.

Największą uczelnią publiczną jest Uniwersytet Łódzki – ok. 41 tys. studentów (kolejne pozycje zajmują Politechnika Łódzka i Uniwersytet Medyczny). Na 1000 mieszkańców przypada w Łodzi ok. 170 studentów.

Studenci Politechniki Łódzkiej odnoszą sukcesy w organizowanym przez Microsoft konkursie Imagine Cup. W 2009 r. zajęli oni drugie miejsce, a w roku 2011 zwyciężyli w polskim finale prezentując swój pomysł LlifeCircle+.

Niezwykle istotne znaczenie ma znajomość języków obcych wśród potencjalnych pracowników centrów. Politechnika Łódzka już w 1992 r. utworzyła Centrum Kształcenia Międzynarodowego (International Faculty of Engineering – IFE). Studenci IFE uczą się w języku angielskim i francuskim. Studia w języku angielskim realizowane są przez Uniwersytet Łódzki. Kierunek Informatyka i ekonometria realizowany na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego, kształci przyszłych analityków systemów ekonomicznych i informatycznych. Wszystkie zajęcia prowadzone są w języku angielskim.

Łódzkie uczelnie realizują nowe projekty, takie jak budowane Centrum Technologii Informatycznych Politechniki Łódzkiej – centrum wspierać będzie kształcenie w zakresie opracowywania i wykorzystywania nowatorskich technologii informatycznych w różnych obszarach kształcenia technicznego realizowanego przez Politechnikę Łódzką, czy otwarte w 2011 r. Centrum Nowych Mediów w Państwowej Wyższej Szkole Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej. Działania uczelni łódzkich wpisują się w założenia strategii marki „Łódź kreuje”.

O&M: Łódź to też ośrodek pionierskich pomysłów, do których można zaliczyć choćby takie programy jak „Młodzi w Łodzi”, czy też „Młodzi w Łodzi – językowzięci”, ale też



i inne inicjatywy, którym patronuje miasto, jak choćby Klub HR. Czy te programy spełniają Państwa oczekiwania, jak wygląda ich rozwój i plany na przyszłość? Wiemy, że np. „Młodzi w Łodzi” to program kierowany do mieszkańców miasta, ale osób, które chciałyby z niego skorzystać jest znacznie więcej, jak np. z Pabianic, Zgierza, Aleksandrowa – czy miasto bierze pod uwagę poprowadzenie tego projektu z sąsiednimi miejscowościami?

HZ: Program „Młodzi w Łodzi” działa od 2008 r. Program powstał aby zachęcić młodych ludzi do wiązania swojej przyszłości z Łodzią oraz budować pozytywny wizerunek Miasta sprzyjającego rozwojowi zawodowemu.

W ramach programu „Młodzi w Łodzi” współpracuje z nami obecnie już ponad 60 łódzkich firm oraz trzy największe łódzkie uczelnie publiczne: Uniwersytet Łódzki, Politechnika Łódzka oraz Uniwersytet Medyczny w Łodzi.



Jedną z najważniejszych inicjatyw programu jest rozbudowany i unikatowy na skalę kraju program stypendialny, w którego skład wchodzi fundowane przez Pracodawców lub Urząd Miasta Łodzi stypendia na kierunkach, których absolwenci są najbardziej poszukiwani przez łódzkich pracodawców, dofinansowanie akademików dla osób spoza województwa łódzkiego oraz dofinansowanie dodatkowych lektoratów języków obcych.

Kolejną, bardzo ważną inicjatywą programu jest znajdujący się pod adresem Portal Praktyk i Staży (www.praktykilodz.pl), za pośrednictwem którego młodzi ludzie mogą zdobywać doświadczenie zawodowe podczas praktyk i staży w najlepszych łódzkich firmach. W bieżącym roku rozpoczęliśmy również realizację, związanego z portalem projektu Praktykuj w Łodzi!, w ramach którego oferowaliśmy płatne staże wakacyjne u najlepszych łódzkich Pracodawców.

Jeśli student chciałby poszerzyć swoją wiedzę może wziąć udział w bezpłatnych szkoleniach dla studentów „Twoja kariera w Twoich rękach” organizowanych przy współpracy z Partnerami programu „Młodzi w Łodzi”. Dla młodych przedsiębiorczych osób mamy Konkurs „Młodzi w Łodzi – Mam pomysł na biznes”. Jest to inicjatywa mająca na celu wyróżnienie i wsparcie realizacji najlepszych biznesplanów przyszłych i obecnie funkcjonujących młodych łódzkich przedsiębiorców. Wszyscy uczestnicy, którzy zgłoszą swoje

pomysły na własny biznes mają możliwość udziału w bezpłatnych szkoleniach oraz indywidualnym doradztwie, a najlepsi otrzymują m.in. nagrody finansowe, nagrody rzeczowe, kursy językowe czy bezpłatną obsługę księgową przyszłego przedsiębiorstwa.

W roku 2011 rozpoczęliśmy realizację nowej inicjatywy programu „Młodzi w Łodzi” pod hasłem Poznaj łódzkich Pracodawców! Jest to cykl wizyt u łódzkich Pracodawców – Partnerów programu „Młodzi w Łodzi” – zwiedzanie firmy, zakładu; prezentacja możliwości zatrudnienia, procesu rekrutacji.

O&M: Rozwój inwestorów jest ściśle powiązany z możliwościami jakie daje Strefa Ekonomiczna, Parki Przemysłowo-Technologiczne, nowoczesna infrastruktura biurowa. Jak to wygląda w Łodzi? Jak układa się współpraca miasta z innymi organizacjami wspierającymi rozwój inwestycji w regionie?

HZ: Współpracujemy ściśle ze wszystkimi naszymi partnerami, takimi jak: ŁSSE, Uczelnie, PAIiZ.

Jesteśmy zaangażowani w utrwalanie relacji biznes-nauka. Wspieramy działania uczelni i firm łódzkich w tym zakresie, podejmujemy szereg wspólnych działań takich jak: organizacja konferencji z udziałem firm łódzkich, warsztatów, udział w targach pracy, które mają na celu dostosowanie programów nauczania do potrzeb inwestorów. Inwestycja w łódzkie kadry i zapewnienie jak najwyższego wykształcenia absolwentów szkół wyższych jest dla nas szczególnie ważne w kontekście pozyskiwania nowych inwestorów.

Współpraca z ŁSSE, jak i innymi instytucjami oferującymi wsparcie dla rozwoju przedsiębiorczości w Łodzi, wpisuje się w założenia relacji biznesowych, nawiązywanych przez Miasto z firmami. Niejednokrotnie, wspólnie również uczestniczymy w misjach gospodarczych organizowanych przez PAIiZ. Ścisła współpraca z Agencją opiera się jednak w głównej mierze na realizowanych projektach inwestycyjnych. Obecnie prowadzone są rozmowy z kilkoma inwestorami, którym rekomendowana była Łódź, jako miejsce właściwe pod inwestycję. Partnerami biznesowymi miasta są także firmy HR i firmy deweloperskie.

O&M: Współpraca to bardzo istotny element rozwoju miasta i regionu. Nie mniej istotna jest promocja poza własnym podwórkiem. Łódź jest widoczna na wielu imprezach takich jak choćby konferencja SSON w Amsterdamie, spotkania z inwestorami w Londynie, a w poprzednich latach obecność na konferencjach branżowych organizowanych przez Roadshow Polska, ASPIRE czy też ABSL. Jaka forma promocji miasta jest dla Łodzi najważniejsza i przynosi oczekiwane rezultaty?



HZ: Promocja wśród przedstawicieli biznesu to dla Łodzi szczególne wyzwanie w kontekście przemian zachodzących w Mieście. W roku ubiegłym przedstawiliśmy projekt nowej strategii Miasta, która zakłada m.in. rozwój priorytetowych gałęzi przemysłu przy jednoczesnej poprawie wizerunku Łodzi. Pierwszym krokiem w kierunku zmian było opracowanie nowego logo i hasła identyfikującego miasto. „Łódź kreuje” w najpełniejszy sposób przedstawia charakter naszego Miasta. Stawiamy na przemysł kreatywny i szukamy innowacyjnych rozwiązań w każdej dziedzinie.

Łódź kreuje BPO, jako tę branżę, dla której stworzone są najdogodniejsze warunki rozwoju.

Ogromną rolę w promocji miasta i sektora BPO, odgrywają branżowe konferencje oraz targi, podczas których przedstawiciele Łodzi prezentują potencjał gospodarczy i inwestycyjny Miasta. Ważne znaczenie mają również indywidualne rozmowy prowadzone podczas takich wydarzeń, czy targów, które dają możliwość zaprezentowania Łodzi poszczególnym zainteresowanym.

Dostrzegamy także konieczność zamieszczania materiałów promocyjnych w magazynach i czasopismach o zasięgu globalnym.... Stąd nasza decyzja o współpracy z Outsourcing & More (uśmiech).

Zależy nam także na pokazaniu, że Łódź to Miasto przyjazne przede wszystkim dla mieszkańców i odwiedzających. Inicjatywy podejmowane w ramach projektu „Łódź kreuje” mają na celu podniesienie atrakcyjności kulturowej miasta, uwypuklenie jego unikatowości i niepowtarzalnego klimatu. Służą temu m.in. takie wydarzenia jak „Łódź Miastem Kobiet” będące propozycją skierowaną do par w każdym wieku szukających doskonałej rozrywki i inspirujących spotkań.

Na kanwie naszej historii inspirujemy artystów i twórców, a także przyciągamy uwagę świata. Dzięki ogólnopolskim wydarzeniom takim jak: FashionWeek, FashionPhilosophy, Expolers Festiwal, czy konkurs Złota Nitka, nawiązujący do włókienniczych tradycji Miasta, Łódź staje się miejscem rozpoznawalnym na arenie imprez międzynarodowych. Dlatego też, coraz częstszymi gośćmi miasta stają się światowe gwiazdy, które znajdują w Łodzi inspirację i materiał do pracy twórczej. Przykładem są architekci Robert Krier, Daniel Libeskind, obaj włączeni w projekt Nowego Centrum Łodzi. Właśnie dzięki obecności tak wielkich nazwisk w naszym mieście, Łódź zyskuje kolejne możliwości promocji i reklamy w skali globalnej.

O&M: Jak już proces marketingowo-promocyjny zostanie odpowiednio i prawidłowo przeprowadzony, przychodzi czas na wprowadzenie i opiekę nad inwestorem. W przypadku



Łodzi funkcję tę pełni Zespół Obsługi Inwestora. Jak duży jest to zespół i na jaką pomoc ze strony pracowników ZOI może liczyć organizacja decydująca się na inwestycję w Łodzi?

HZ: Zespół liczy 6 opiekunów inwestora, 3 BPO i IT, 1 biotechnologii, 2 firm produkcyjnych oraz sektora logistyki. Nad Zespołem czuwa koordynator.

Zadaniem Zespołu jest proaktywne pozyskiwanie oraz obsługa inwestorów przez dedykowanych opiekunów, wspomaganych przez urzędników najwyższego szczebla w Urzędzie Miasta Łodzi. Każdy strategiczny inwestor podczas całego procesu inwestycyjnego oraz po jego zakończeniu wspierany jest przez dedykowanego Opiekuna wyznaczonego do danego projektu inwestycyjnego.

O&M: Pani Prezydent, na koniec naszej rozmowy poprosilibyśmy o małą statystykę w odniesieniu do inwestycji BPO. Proszę nam podać ile obecnie jest w Łodzi organizacji świadczących usługi typu BPO/SSC/ITO i Call/Contact Centre i ilu zatrudniają pracowników?

HZ: W Łodzi istnieje 30 firm BPO, Call Centre, zatrudniających ponad 7 500 osób a w 20 firmach IT pracuje ponad 2 400 osób.

O&M: Dziękujemy za rozmowę i liczymy na dalszy wzrost inwestycji branży outsourcingowej w Łodzi, o którym chętnie będziemy informować na naszych stronach. ■■



Nowe inwestycje, nowe połączenia – Port Lotniczy Łódź

Port Lotniczy w Łodzi przeżywa niewątpliwie okres bardzo pozytywny. W ciągu ubiegłego roku łódzkie lotnisko obsłużyło blisko 400 tys. pasażerów i sukcesywnie uruchamia nowe połączenia. Już teraz z Łodzi można dostać się do Mediolanu, Londynu, Liverpoolu, Edynburga, Dortmundu, East Midlands, Dublina, Bremy, Oslo i Bristolu. Wiosną powitaliśmy nowe linie lotnicze OLT Express, które operują z naszego lotniska do Gdańska, a od jesieni także do Warszawy, Wrocławia, Rzymu, Paryża, Frankfurtu, Edynburga i Barcelony.

Wraz z początkiem zimowego rozkładu lotów, Skandynawskie Linie Lotnicze SAS uruchomią nowe połączenie na trasie Łódź – Kopenhaga. SAS to pierwszy od kilku lat tradycyjny przewoźnik w Porcie Lotniczym im. Władysława Reymonta w Łodzi. Dzięki pojawieniu się SAS w łódzkim porcie lotniczym, miasto zyskuje pierwsze i jedyne bezpośrednie, regularne połączenie z dużym, międzynarodowym hub-em, co ma kluczowe znaczenie m.in. dla zagranicznych inwestorów, których coraz więcej pojawia się w regionie łódzkim. Rejsy na nowej trasie wystartują 28 października 2012 r. i będą realizowane sześć razy w tygodniu: we wszystkie dni z wyjątkiem sobót. Połączenie będzie obsługiwane przez 50-osobowe samoloty CRJ200.

Ceny biletów na trasie Łódź – Kopenhaga zaczynają się już od 435 PLN (w jedną stronę, wszystkie podatki i opłaty wliczone).

Samoloty SAS wylatujące z Łodzi będą lądować w kopenhaskim porcie lotniczym Kastrup, który jest głównym hub-em

linii SAS (co oznacza liczne możliwości przesiadek na inne rejsy) i jednocześnie jednym z najbardziej lubianych przez pasażerów i przyjaznych lotnisk: łatwym do przesiadki, kameralnym, określanym jako „ciche”, wielokrotnie nagradzanym.

Tym samym dzięki licznym, bezpośrednim połączeniom SAS i partnerów sojuszu Star Alliance z kopenhaskiego lotniska, pasażerowie podróżujący z Łodzi zyskują nie tylko dogodną komunikację z Danią i Skandynawią ale także z wieloma miastami Europy oraz wybranymi na innych kontynentach.

Poza połączeniami regularnymi, w okresie letnim z Łodzi pasażerowie mogą polecieć czarterami na wakacje m.in. do: Bułgarii, Egiptu, Grecji, Tunezji i Turcji.

Władze Portu Lotniczego skupiają się nie tylko na poszerzaniu oferty połączeń ale także realizują na lotnisku nowe inwestycje, które wpływają na jego dynamiczny rozwój.

Otwarcie nowego Terminala Pasażerskiego o powierzchni 26 tys. m² nastąpiło niedawno – 6 czerwca 2012 r. Rocznie terminal może obsłużyć ok. 1,5 mln podróżnych. Odprawa bagażowa odbywa się na parterze terminala, na 14 stanowiskach check-in. W tym ciągu przewidziano też dodatkowe 15 stanowisko tzw. linię czerwoną odprawy, z deklarowaną kontrolą celną. Maksymalna przepustowość nowego obiektu wynosi 1300 pasażerów na godzinę. Oznacza to, że jednocześnie można w nim odprawiać pasażerów z czterech do sześciu samolotów typu Boeing 737. Przed odlotem podróżni mają do dyspozycji dwie poczekalnie oraz pasaż



handlowo-usługowy z punktami gastronomicznymi. W tym obszarze przewidziano wyodrębnienie strefy wolnocłowej. W budynku zaprojektowano także oszklony taras widokowy.

Z myślą o pasażerach, którzy cenią oszczędność czasu i komfort w podróży w nowym terminalu powstał Salon VIP wyposażony w wydzielone przejście z własnym stanowiskiem kontroli. Dla pasażerów klasy biznes przygotowano także Business Executive Lounge.

Od dnia 30 czerwca 2012 r. wszystkie operacje wykonywane są w nowym terminalu. Koszt budowy wyniósł 171 864 357 zł. Dofinansowanie ze środków Unii Europejskiej z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego wyniosło 77 913 282 zł. Pozostała kwota, stanowiąca wkład własny, pochodzi ze środków Portu Lotniczego Łódź.

W Porcie Lotniczym w Łodzi znajduje się także terminal do obsługi ładunków Cargo.

We wrześniu ubiegłego roku nawiązana została współpraca z Lufthansa Cargo dzięki czemu uruchomione zostało połączenie z Łodzi do Frankfurtu, Dusseldorfu i Wiednia. Poza tymi kierunkami istnieje możliwość podstawienia ciężarówki

według indywidualnych potrzeb. W ciągu 24 godzin przesyłki znajdują się w miejscu docelowym, np. w Dubaju.

Aby móc zwiększyć ilość obsługiwanych towarów w latach 2012-2013 planowana jest budowa nowego terminala Cargo. Znajdzie się w nim pomieszczenie z kontrolowaną temperaturą dla określonych towarów, których przechowywanie tego wymaga, sejf oraz chłodnia.

Ostatnie miesiące w Porcie Lotniczym w Łodzi upływają pod znakiem inwestycji, które docelowo mają ułatwić pasażerom podróżowanie i zwiększyć komfort podróży. Jednym z najważniejszych zadań na najbliższe miesiące jest poszerzenie siatki połączeń o kolejne, ważne i oczekiwane przez pasażerów destynacje. ■



Materiały: Port Lotniczy Łódź im. Władysława Reymonta

Reklama



PORT LOTNICZY ŁÓDŹ IM. WŁADYSŁAWA REYMONTA

ŁODZ WLADYSLAW REYMONT AIRPORT

Nie stój w korkach.
Lataj z Łodzi na trasach krajowych



* loty realizowane od 28.10.2012

www.lotnisko.lodz.pl | www.airport.lodz.pl

Wywiad z Justyną Ciumaszko, Opiekunem inwestora z branży BPO/IT



Zespół Obsługi Inwestora

Outsourcing&More: Łódź kreuje BPO? Co się za tym kryje?

Justyna Ciumaszko: Genezy hasła należy szukać w nazwie strategii miasta - „Łódź – kreuje”. Rozszerzenie o nazwę BPO odnosi się do branż priorytetowych już zdefiniowanych wcześniej. Pracujemy nad tym, aby miasto zyskało nowy wymiar, a predyspozycje Łodzi, jako ośrodka akademickiego, będącego w tak niewielkiej odległości od stolicy sprawiły, że naturalnym kierunkiem rozwoju była branża outsourcingowa i nowoczesne usługi dla biznesu. W Łodzi istniały już firmy outsourcingowe, które obsługiwały głównie rynek krajowy. Aktywna działalność władz Łodzi, ale i otoczenia biznesu jak np. deweloperów tworzących nowoczesne powierzchnie biurowe, firm HR oraz otwartość łódzkich uczelni spowodowały, że nie tylko firmy tu już obecne zwiększają

zatrudnienie czy ilość oraz poziom złożoności procesów, którymi się zajmują. Ich rozwój zachęca nowych inwestorów przynajmniej do poznania oferty biznesowej Miasta, jak nie do inwestycji.

Aktualnie w branży BPO oraz SSC zatrudnionych jest ponad 7 tys. pracowników (z wyłączeniem IT).

O&M: Co było największym sukcesem Łodzi w ciągu ostatnich lat z punktu widzenia opiekuna, a jednocześnie specjalisty dedykowanego firmom z sektora BPO i IT?

JC: Łódź staje się coraz bardziej rozpoznawalna na gospodarczej mapie polski i świata. Przestała być kojarzona jedynie z przemysłem włókienniczym. Podkreślana jest kreatywność Miasta i nowe ciekawe rozwiązania. Popularne są międzynarodowe imprezy i wydarzenia, takie jak FashionWeek, CINERGA Film Festiwal, Festiwal Designu. Łódź jest coraz bardziej nowoczesna. Pojawiły się nowe biurowce, ekskluzywne hotele, obiekty sportowe. Oczywiście, naszym najważniejszym zadaniem jest pozyskiwanie nowych inwestycji. Łódź ma już duże sukcesy w pozyskiwaniu inwestorów z branż BPO oraz IT. W mieście działają międzynarodowe koncerny, których marka jest rozpoznawalna na całym świecie: Fujitsu Technology Solutions (europejskie centrum obsługi klienta), Infosys BPO Poland (rozwijający swoje usługi w kierunku bardziej zaawansowanych jak consulting, audyt), BSH, czy Rule Financial. Cieszy nas również fakt, że wśród firm, które rozpoczęły swoją działalność w mieście, znajdują się także te z kapitałem rodzimym – łódzkim. Wśród nich wymienimy choćby: Transition Technologies czy Ericpol.

O&M: Konkurując z innymi miastami, naturalne jest porównywanie oferty poszczególnych aglomeracji, co Pani zdaniem wyróżnia Łódź?

JC: Inwestorzy, którzy nam zaufali cenią otwartość, profesjonalizm oraz etykę pracy łódzkich pracowników. Łódzki rynek pracy jest stosunkowo stabilny, charakteryzujący się niskim poziomem rotacji. Łódź oferuje konkurencyjne koszty prowadzenia działalności gospodarczej – w tym wysoce konkurencyjne koszty pracy przy dużym doświadczeniu



i profesjonalizmie pracowników. Co więcej, możliwe jest natychmiastowe wynajęcie powierzchni biurowej klasy A i B w konkurencyjnych cenach, zarówno w dziewiętnastowiecznych budynkach przekształconych w nowoczesne biura, jak i w tych nowo wybudowanych. I oczywiście lokalizacja Łodzi, w centrum kraju, jest dodatkowym, dużym argumentem wyróżniającym nasze miasto na tle innych. Poza tym, Łódź oferuje mieszkańcom niższe koszty życia, przy zachowaniu jego wysokiej jakości jest szczególnie cenne.

O&M: Które z zachęt inwestycyjnych spotykają się ze szczególnym zainteresowaniem ze strony inwestorów?

JC: Firmy doceniają klimat inwestycyjny, możliwość inwestycji w Łódzkiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej i otwartość miasta oraz jego wsparcie. Fakt, że jest osoba, która od początku, przez cały proces inwestycyjny, wspiera firmę, pomaga na każdym etapie realizacji projektu, z pewnością działa na naszą korzyść. Ponadto inwestorzy doceniają możliwość udziału w projekcie „Młodzi w Łodzi”. Duże jest zainteresowanie projektem „Młodzi w Łodzi - Językowiści”, poprzez który oferujemy pracownikom Centrów Usług Wspólnych naukę języków rzadko spotykanych. Firmy chętnie włączają się w działania inicjowane przez miasto, mające na celu rozwój współpracy między biznesem a nauką. Jako Zespół staramy się sprostać oczekiwaniom firm zarówno tym wchodzącym do Łodzi, jak i tym, które są w mieście od dawna.

O&M: Podtrzymywanie dobrych relacji z inwestorem wpisuje się w zakres tzw. opieki proinwestycyjnej. Co dokładnie oznacza to pojęcie?

JC: Każdy z nas opiekuje się firmą, którą wspiera od samego początku, najpierw dostarczając jej informacji o mieście, kadrach, uczelniach, następnie pokazując dostępną powierzchnię. Ponadto ułatwiamy kontakt ze szkołami wyższymi, czy partnerami, takimi jak ŁSSE. Wychodzimy naprzeciw oczekiwaniom naszych inwestorów, inicjując z nimi spotkania, rozmowy, konferencje. Działamy również na rzecz integracji środowiska inwestorów w Mieście m.in. organizując różne wydarzenia i spotkania.

O&M: Ile osób liczy ZOI? Jakie cechy charakteru wyróżniają pracowników zespołu?

JC: Zespół liczy 6 opiekunów inwestora – osób dedykowanych do współpracy z podmiotami z branż: BPO i IT, biotechnologii, firm produkcyjnych oraz sektora logistyki. Każdy z opiekunów jest inny, ale wszyscy razem stanowimy zgrany zespół. Wspieramy się i cenimy nawzajem. Jesteśmy indywidualistami, którzy dobrze radzą sobie w grupie. Mamy różne umiejętności, dzięki temu radzimy sobie nawet w najbardziej stresujących sytuacjach.

O&M: Dziękujemy za rozmowę. ■



Zgierz – dlaczego warto?

Położony w centralnej Polsce Zgierz to siedziba powiatu zgierskiego i część aglomeracji łódzkiej. Miasto jest jednym z administracyjnych i przemysłowych centrów województwa łódzkiego. Spełnia liczne funkcje administracyjne dla ponad 160 tys. mieszkańców powiatu zgierskiego. Zgierz jest jednym z najstarszych miast w regionie. Prawa miejskie otrzymał przed rokiem 1288. Pierwsza wzmianka o mieście pojawiła się w dokumencie książęcym z 1231 r., w którym odnotowany został, jako Sguyr. Nazwa Zgierz oznacza miejsce zgorzałe, miejsce palenia ogni ofiarnych, miejsce po wypalonym lesie. Miasto zajmuje powierzchnię około 43 km². Położone jest w dolinie rzeki Bzury na krawędzi Wysoczyzny Łódzkiej wcinającej się w Niziny Środkowopolskie. Dzięki temu ukształtowanie terenu jest wyjątkowo urozmaicone, a deniwelacje dochodzą do 40 m wysokości. Centralne położenie Zgierza, w bezpośrednim sąsiedztwie dużej metropolii i na przecięciu wielu szlaków drogowych i kolejowych, zarówno krajowych jak i międzynarodowych, sprzyja rozwojowi przedsiębiorczości oraz wpływa na jego dużą atrakcyjność

Demografia

Obecnie Zgierz liczy ok. 56,5 tys. mieszkańców. Liczba osób w wieku produkcyjnym wynosi przeszło 37 tys., co stanowi prawie 65% ogółu zgierskiego społeczeństwa. Miasto zajmuje piąte miejsce pod względem liczby ludności w województwie łódzkim. Ponadto, jako siedziba powiatu zgierskiego, miasto zajmuje pierwsze miejsce pod względem liczby ludności wśród wszystkich gmin w powiecie.

Warto zobaczyć

Największą atrakcją turystyczną Zgierza jest, otwarty w 2011 r., Park Kulturowy „Miasto Tkaczy”. Jest to zespół domów tkaczy usytuowanych w obrębie ulic Narutowicza i Rembowskiego. Na obszarze tym przywrócona została historyczna zabudowa Rynku Nowego Miasta poprzez przeniesienie, renowację i konserwację czterech domów tkaczy wraz z odtworzeniem XIX-wiecznego charakteru obu ulic (latarnie gazowe, bruk). Obszar Parku obejmuje fragment zachowanego układu szachownicowego miasta o regularnym podziale na równej wielkości parcele, na którym w latach 20-tych XIX w. wydzielono działki przeznaczone pod budowę domów dla tkaczy. Napływ do Zgierza zagranicznych sukienników spowodowany był polityką wspierania przemysłu, którą prowadziły władze Królestwa Polskiego oraz podpisaniem tzw. „Umowy Zgierskiej”. W efekcie do miasta napłynęło ponad 300 sukienników. Każdy z nowo

przybyłych wybudował, na wybranym placu, kryty dachówką dom drewniany na podmurowaniu. W ciągu kilkunastu następnych lat Zgierz stał się największym producentem sukna w tej części Europy. Rada Miasta Zgierza 30 grudnia 2003 r. powołała do życia Park Kulturowy Miasto Tkaczy i od kilku lat prowadzi rewitalizację tego, jednego z najciekawszych zespołów budownictwa drewnianego w Europie.



Gospodarka

Początki przemysłu w rejonie Zgierza związane były ze szklarstwem. Później, po roku 1820, miasto przekształcało się w prężny ośrodek włókienniczy, by wkrótce stać się stolicą polskiego sukiennictwa. Dziś zgierski przemysł tworzą firmy reprezentujące m.in. branże tekstylną, metalową, chemiczną, poligraficzną. W ramach Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej wydzielona została podstrefa „Zgierz” złożona z dwóch kompleksów: Rudunki i Boruta. W lipcu 2004 r. powołano na terenie byłych Zakładów Przemysłu Barwników „Boruta” Park Przemysłowy Boruta Zgierz. Jest to jeden z najlepiej usytuowanych przemysłowych terenów inwestycyjnych w Polsce. Położony w odległości 3 km od oddanej niedawno do użytku autostrady A2 i około 15 km od skrzyżowania z autostradą A1. Na terenie miasta znajduje się także elektrociepłownia oraz nowoczesna oczyszczalnia ścieków.

Atuty miasta

Jednym z najważniejszych atutów miasta, istotnych dla wielu rodzajów działalności gospodarczej, jest jego centralne położenie w systemie transportowym kraju. Zgierz od południa graniczy z największym miastem województwa – Łodzią. Jego wschodnie i północne granice stanowi gmina Zgierz, a zachodnie gmina Aleksandrów Łódzki. W ujęciu ogólnopolskim, Zgierz i znajdujące się w jego bezpośrednim



sąsiedztwie obszary, określane są mianem tranzytowych oraz węzłowych. Wynika to z przebiegu, w jego najbliższej okolicy, głównych tras komunikacyjnych oraz infrastruktury technicznej (rurociągów, energetycznych linii przesyłowych). W odległości kilku kilometrów od miasta krzyżują się dwie autostrady – A1 wiodąca z północy na południe kraju i A2 spajająca wschodnie i zachodnie regiony Polski. Zgierz z uwagi na swoje centralne położenie, znajduje się w obrębie 200-300 km od większości polskich miast. Taka lokalizacja ma kluczowe znaczenie dla naszego regionu i sprawia, że miasto i jego okolice to ogólnopolskie i europejskie centrum usług logistyczno-dystrybucyjnych.

O atrakcyjności Zgierza, jako doskonałego miejsca na lokalizację inwestycji świadczy ponadto dobry dojazd do stale rozwijającego się lotniska im. Władysława Reymonta w Łodzi (oddalonego zaledwie 20 km od południowych granic miasta). Nie bez znaczenia pozostaje również fakt bliskości największego w kraju lotniska im. Fryderyka Chopina w Warszawie, a także dobrze rozwinięta infrastruktura kolejowa obejmująca zarówno przewozy osobowe jak i towarowe. Ważnym czynnikiem wpływającym na atrakcyjność inwestycyjną miasta jest również struktura zagospodarowania przestrzennego. Obiekty administracyjne zlokalizowane zostały przeważnie w centralnej części miasta.

Tereny przemysłowe Zgierza, co szczególnie istotne z punktu widzenia działalności przemysłowej, znajdują się na peryferiach, nie ingerując tym samym w krajobraz zabudowy rezydencjonalnej. Ponadto na terenie miasta znajduje się szerokopasmowa sieć światłowodów, która zrealizowana została w ramach projektów „Kompleksowy rozwój infrastruktury społeczeństwa informacyjnego w Gminie Miasto Zgierz” oraz „Metropolitalna sieć szerokopasmowego dostępu do Internetu – MSSDI”.

Polityka inwestycyjna

Podstawowym założeniem polityki inwestycyjnej miasta Zgierza jest zagwarantowanie wzrostu gospodarczego w oparciu o stały napływ inwestycji zagranicznych. Władze

miasta dokładają wszelkich starań, aby w niedalekiej perspektywie, Zgierz stał się jednym z najważniejszych ośrodków inwestycyjnych dla zagranicznego kapitału. Na skuteczną realizację tego celu mają wpływ następujące czynniki:

- wspieranie działalności inwestycyjnej,
- przejrzystość i unifikacja procesu inwestycyjnego i procedur publicznych,
- udostępnianie inwestorom informacji niezbędnych do prowadzenia działalności inwestycyjnej,
- udzielanie praktycznej pomocy potencjalnym zagranicznym inwestorom,
- pomoc w opracowywaniu i wdrażaniu programów inwestycyjnych,
- stwarzanie sprzyjających warunków do budowy zaplecza technologiczno-naukowego typu know-how,
- polityczna i ekonomiczna stabilność miasta,
- zwolnienie z podatku od nieruchomości dla inwestorów rozpoczynających działalność gospodarczą na terenie Parku Przemysłowo-Technologicznego Boruta,
- ulgi podatkowe dla dużych inwestorów.

Potencjalny inwestor otrzymuje w ten sposób możliwość prowadzenia działalności gospodarczej na niemal dwumilionowym rynku województwa łódzkiego oraz potężnym rynku ogólnopolskim. Wszystkie te działania, jak również przychylność władz miasta wszelkim przedsięwzięciom mającym na celu rozwój biznesu, mają ogromny wpływ na wzrost ożywienia gospodarczego Zgierza oraz zwiększenie jego atrakcyjności inwestycyjnej. Warto tu mieszkać i inwestować. ■■



Źródło: Urząd Miasta Zgierza



Wizyta Johanna Schneider-Ammana, Ministra Gospodarki Szwajcarii – luty 2012/ Materiały ŁSSE

Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna – Modna Strefa!

Świetna lokalizacja, ulgi podatkowe, bogate tradycje przemysłowe oraz pełne wsparcie we wdrażaniu procesu inwestycyjnego powodują, że Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna jest idealnym miejscem dla inwestorów chcących rozwijać swoją działalność.

W 2012 r. Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna zajęła 3 miejsce w Europie i 18 miejsce wśród stref z całego świata - Financial Time” fDi Global Freezones of the Future 2012/13.

Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna:

- najwyższy poziom pomocy publicznej w Europie,
- doskonałe położenie w centrum Polski,
- bardzo dobra sieć komunikacyjna,
- atrakcyjne tereny inwestycyjne,
- kompleksowa obsługa inwestora,
- doskonale wykształcona kadra pracownicza.

Przedsiębiorcy chcący rozpocząć działalność w ŁSSE mogą skorzystać z pomocy publicznej sięgającej do 70% kwalifikowanych kosztów inwestycji lub dwuletnich kosztów pracy.

Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna dysponuje bogatą ofertą inwestycyjną zawierającą zarówno powierzchnie biurowe klasy A, idealne dla działalności BPO oraz IT, jak również tereny typu greenfield pod budowę zakładów produkcyjnych. W usytuowanych w centralnej Polsce 44

podstrefach dostępne są liczne, zaopatrzone w media i posiadające dogodny dojazd działki inwestycyjne.

Najlepszą rekomendacją Łódzkiej SSE są jej osiągnięcia. W ciągu 15 lat działalności wydanych zostało 209 zezwoleń, inwestorzy łącznie stworzyli prawie 25 tys. miejsc pracy a wartość inwestycji przekroczyła 9 mld zł. Nasi inwestorzy działają w następujących branżach: AGD, kosmetyczno-farmaceutyczna, sprzęt medyczny, materiały budowlane, przetwórstwo spożywcze, tworzywa sztuczne, BPO, IT, B+R oraz logistyka.

W roku 2011 Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna S.A. została najlepiej ocenioną przez inwestorów strefą ekonomiczną w Polsce.¹

Zainwestowali u nas m.in.:

- Dell
- Bosch-Siemens
- Amcor
- Procter&Gamble
- Gillette
- ABB

¹ Raport KPMG „Specjalne Strefy Ekonomiczne.” Edycja 2008, 2010, 2011



Zespół ŁSSE S.A. /Materiały ŁSSE

15 rzeczy, które warto wiedzieć o Łódzkiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej

Po pierwsze, mamy profesjonalny i kreatywny zespół

Każdy inwestor dostaje w ŁSSE swojego opiekuna, który prowadzi go przez cały proces wydania zezwolenia na prowadzenie działalności gospodarczej w ŁSSE. Służymy także pomocą przedsiębiorcom już działającym w strefie. Wysoki poziom obsługi został już wielokrotnie nagrodzony, a lista wydanych – ponad 209 zezwoleń – jest najlepszą rekomendacją dla całego zespołu ŁSSE.

- ściśle współpracujemy z władzami lokalnymi w celu usprawnienia przebiegu procesu inwestycyjnego,
- wspieramy inwestorów w kontaktach z firmami dostarczającymi media (dostawcy gazu, energii etc.),
- organizujemy bezpłatne szkolenia dla inwestorów,
- organizujemy coroczne spotkania integrujące inwestorów,
- promujemy inwestorów w mediach,
- udzielamy wsparcia w kontaktach z Ministerstwem Gospodarki.

Po drugie, dla Nas społeczna odpowiedzialność biznesu to nie slogan

Poza pozyskiwaniem inwestorów, podejmujemy inicjatywy i przedsięwzięcia z zakresu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. Działamy filantropijnie pomagając potrzebującym dzieciom, zarówno wychowankom domów dziecka, jak i dzieciom z problemami zdrowotnymi. W ramach programu „Strefa Dzieciom” ŁSSE wspólnie z łódzkim CARITAS, inwestorami i partnerami biznesowymi od 14 lat organizuje największą w regionie świąteczną imprezę charytatywną.

Włączyliśmy się również w akcję „Jonatan”, do której zachęcamy swoich inwestorów i partnerów biznesowych. Głównym celem inicjatywy jest pomoc młodym ludziom, zagrożonym wykluczeniem społecznym, poprzez poprawę ich sytuacji na rynku pracy. Program na terenie Łodzi i Radomska realizowany jest przez firmę Indesit Company Polska oraz Fundację „Jaś i Małgosia”. Patronat nad projektem objęło Ministerstwo Sprawiedliwości RP.

Działając w interesie społeczności lokalnej promujemy ideę „przywracania do życia” dziedzictwa kulturowego fabrykanckiej Łodzi, między innymi poprzez duże zaangażowanie w proces rewitalizacji Kompleksu 3 ŁSSE przy ul. Tymienieckiego 22/24. Na obszarze ok. 13 ha działalność gospodarczą prowadzi kilka firm strefowych oraz mieści się siedziba Zarządu Strefy. Najważniejszą inwestycją jest



Kompleks Centrum ŁSSE w Łodzi/Fot. W. Stępień

adaptacja i rozbudowa zespołu budynków pofabrycznych XIX-wiecznej fabryki Ludwika Grohmana na cele biurowe i usługowe ŁSSE S.A., która rozpoczęła się w grudniu 2011 r.

Projekt jest wzorcowym przykładem rewitalizacji terenów postindustrialnych Łodzi w celu tworzenia nowoczesnych kompleksów biurowych i kulturalnych. Zespół budynków, po adaptacji i rozbudowie, będzie służyć jako siedziba oraz konferencyjne, kulturowe i wystawiennicze centrum ŁSSE. Przewidziano w nim również powierzchnie biurowe na wynajem dla firm współpracujących z ŁSSE.

Po trzecie, stawiamy na Strefę Edukacji

Aby wyjść naprzeciw potrzebom kadrowym swoich inwestorów i partnerów, w 2009 r., zainicjowaliśmy projekt „Strefa Edukacji”, którego głównym celem jest wsparcie i promocja szkolnictwa zawodowego oraz wyższego w Regionie Łódzkim.

Szkolnictwo zawodowe

Aby jak najlepiej dopasować kwalifikacje zawodowe pracowników z Regionu Łódzkiego do potrzeb potencjalnych i działających już w województwie inwestorów, współpracujemy z instytucjami i placówkami odpowiedzialnymi za szkolnictwo, doradztwo oraz przygotowanie zawodowe osób już pracujących oraz bezrobotnych.

Głównym naszym celem jest pobudzenie szkolnictwa zawodowego w regionie, czego skutkiem ma być zwiększenie liczby kadry technicznej niższego i średniego szczebla.

Do tej pory, w ramach wsparcia dla szkolnictwa zawodowego, rozpoczęliśmy współpracę z wieloma placówkami oświatowymi i instytucjami.

■ Współpraca z Łódzkim Centrum Doskonalenia Nauczycieli i Kształcenia Praktycznego



We współpracy z Łódzkim Centrum Doskonalenia Nauczycieli i Kształcenia Praktycznego przeprowadziliśmy badania wśród inwestorów ŁSSE dotyczące zapotrzebowania zawodowego na lokalnym rynku pracy, ich planów zatrudnieniowych oraz oceny przygotowania zawodowego absolwentów Regionu Łódzkiego.

Na zaproszenie ŁCDNiKP oraz ŁSSE S.A., inwestorzy Strefy biorą udział w spotkaniach z rodzicami i uczniami gimnazjów na terenie Łodzi, podczas których przedstawiane są atuty szkolnictwa zawodowego i perspektywy z nim związane.

W planach jest rozszerzenie współpracy z ŁCDNiKP o wspólną organizację konferencji, warsztatów i seminariów tematycznych oraz problemowych dotyczących rynku pracy, edukacji jak i sytuacji społeczno-gospodarczej Regionu Łódzkiego.

Reklama

Szukasz biura?

Zamów **BEZPŁATNY** album

Office Buildings in Poland 2012

biurowce W POLSCE

11 edycja, wiosna 2012

tel: 795 550 440
<http://nowyadres.wydawnictwa.pl>



Projekt rewitalizowanej fabryki L. Grohmana/Materiały ŁSSE

■ Współpraca z Komendą Główną Ochotniczych Hufców Pracy



Celem współpracy z Komendą Główną OHP jest wspólna działalność na rzecz inwestorów i firm partnerskich ŁSSE, tj. szkolenie oraz zawodowe przygotowanie kadry pracowniczej i kierowniczej przedsiębiorców, a także pośrednictwo w nawiązywaniu kontaktów osób gotowych do podjęcia pracy z potencjalnymi pracodawcami ulokowanymi w Strefie.

■ Współpraca pomiędzy ŁSSE S.A. a Marszałkiem Województwa Łódzkiego



Podjęcie kooperacji ma na celu przede wszystkim przybliżenie oferty edukacyjnej do potrzeb lokalnego rynku pracy, tj. wdrażanie kierunków kształcenia na potrzeby inwestorów i partnerów ŁSSE, a także nawiązywanie kontaktów z pracodawcami.

■ Ścisła współpraca z Publiczną Policealną Szkołą Nowoczesnych Technologii w Łodzi



Współpraca z Publiczną Szkołą Nowoczesnych Technologii w Łodzi polega przede wszystkim na tworzeniu dedykowanych kierunków, na które zapotrzebowanie zgłaszają inwestorzy ŁSSE S.A. PPSNT dla Dorosłych w Łodzi utworzyła już kierunki kształcenia dla takich inwestorów ŁSSE jak Procter & Gamble, Haering Polska, Ceramika Paradyż, BSH, itd.

Szkolnictwo wyższe

Mając na celu wspieranie Regionu Łódzkiego jako jednego z największych centrów akademickich w kraju, współpracujemy z uczelniami wyższymi, angażujemy się w działania studenckie oraz inicjatywy mające na celu zachęcenie młodych ludzi do studiowania oraz wiązania swojej przyszłości z Łodzią.

■ Współpraca z Politechniką Łódzką oraz Fundacją Politechniki Łódzkiej



Doceniając dorobek naukowy i wkład w kształcenie nowych kadr przez Politechnikę Łódzką, utworzyliśmy fundusz stypendialny dla szczególnie uzdolnionych studentów Politechniki Łódzkiej.

■ Współpraca z Uniwersyteciem Łódzkim przy projekcie „Nauka dla praktyki, praktyka dla nauki”



Celem rozpoczętej współpracy jest efektywne współdziałanie świata nauki i biznesu poprzez tworzenie prac dyplomowych na potrzeby przedsiębiorców, a także trafne dopasowanie programu szkolnictwa wyższego do oczekiwań pracodawców z Regionu Łódzkiego. Wkład i zaangażowanie ŁSSE oraz przedsiębiorców z województwa w szkolenie i profesjonalne przygotowanie studentów przyczynią się do otrzymania pożądanego na lokalnym rynku pracy profilu absolwenta.

■ Współpraca ze Społeczną Akademią Nauk



Zostaliśmy partnerem nowego kierunku studiów podyplomowych PR Professional, którego głównym celem jest pomoc studentów w kreowaniu działań PR-owych głównie przedsiębiorców z sektora MŚP.

■ Partner wielu inicjatyw programu Młodzi w Łodzi



Regularnie angażujemy się w inicjatywy programu „Młodzi w Łodzi”, którego głównym celem jest zachęcenie młodych ludzi do studiowania w Łodzi oraz zwiększenie liczby kandydatów na kierunki preferowane przez pracodawców w Regionie. Ufundowaliśmy już stypendium dla studentki Uniwersytetu Medycznego, przyjęliśmy na staż wakacyjny studentkę Politechniki Łódzkiej oraz wybraliśmy najciekawszy film promujący Łódź jako najlepsze miejsce do studiowania. W 2012 r., zaangażujemy się w konkurs na najlepszy biznesplan „Mam Pomysł na Biznes” i po raz kolejny w inicjatywę „Praktykuj w Łodzi – staże wakacyjne”.

Po czwarte, stawiamy na Art Strefę i pamiętamy o Grohmanach

Program Art Strefa został powołany w 2008 r. celu wspierania inicjatyw związanych z kulturą i sztuką. Naszą misją jest łączenie światów biznesu i kultury. Chcemy propagować ideę mecenatu artystycznego, wzorem XIX-wiecznych,



łódzkich fabrykantów. Zrewitalizowany budynek dawnej hydroforni zlokalizowany na terenie Kompleksu Centrum ŁSSE przy ul. Tymienieckiego 22/24 jest miejscem wernisaży, aukcji dzieł sztuki, koncertów, warsztatów edukacyjnych, ale także spotkań biznesowych i konferencji. Współpracujemy z artystami, animatorami kultury oraz jednostkami związanymi z rozwojem kultury i sztuki, takimi jak stowarzyszenia, czy fundacje. W ramach działań na terenie Art Strefy odbywają się też eventy, których celem jest edukacja społeczna poprzez sztukę.

Rok 2012 (jubileusz 15-lecia Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej) to w Art Strefie – Rok Sztuk Plastycznych. Biorąc przykład z sylwetki Henryka Grohmana – najznamienitszego, łódzkiego donatora sztuki – jednego z twórców Łodzi przemysłowej, chcemy zachęcić przedsiębiorców do inwestowania w sztukę i tym samym do wspierania zdolnych artystów.

Po raz pierwszy w tym roku została przyznana nagroda ŁSSE im. Henryka Grohmana – statuetka autorstwa uznanej rzeźbiarki Zofii Władyki dla Inwestora - Mecenasa w obszarze kultury.

Po piąte, jakość nie jest przypadkowa



W 2006 r. byliśmy pierwszą Specjalną Strefą Ekonomiczną w Polsce, która zdobyła ISO. Nadal posiadamy certyfikat systemu zarządzania jakością zgodny z wymaganiami normy EN ISO 9001:2008.

Potwierdzeniem wysokich standardów obsługi jest przyznany w tym roku tytuł „Jakość Roku 2011” w największym konkursie pro jakościowym w Polsce. Eksperti Polskiego Centrum Badań i Certyfikacji SA docenili skuteczną realizację przyjętej polityki jakości, pozytywny odbiór działalności Strefy przez pracowników oraz otoczenie społeczne, klarowność stosowanych procedur zapewniających Strefie sprawne funkcjonowanie, wysoki stopień zaangażowania kadry w osiąganie celów jakościowych oraz nieustanne dążenie do optymalizacji pracy.

Po szóste, Program Partner dla najlepszych



Program Partner zrzecza firmy rekomendowane przez ŁSSE oraz promuje je wśród inwestorów Strefy, jako sprawdzonych i godnych zaufania partnerów biznesowych. Jego głównym celem jest ułatwienie Partnerom dotarcia do obecnych i potencjalnych inwestorów oraz pomoc inwestorom w rozwinięciu swojej działalności.



Gala Biznesu 2011



Podpisanie porozumienia z Marszałkiem Województwa Łódzkiego

Wśród Partnerów znajdują się firmy reprezentujące różne rodzaje działalności związane z dostarczaniem usług przydatnych naszym inwestorom, zaczynając od branży budowlanej, consultingowej, poprzez doradztwo personalne, architekturę i nadzór, dostawców mediów i inne. Nasi partnerzy oferują profesjonalne usługi, mają doświadczenie i są liderem w swojej branży.

Po siódme, dobre relacje z Inwestorami. Tak podbijamy Polskę i świat

- W roku 2012 ŁSSE zajęła 3 miejsce wśród stref ekonomicznych w Europie – według „Financial Time” fDi Global Freezones of the Future 2012/2013.
- W 2008, 2010 i 2011 r. ŁSSE S.A. została najlepiej ocenioną przez inwestorów strefą ekonomiczną w Polsce – według raportów KPMG „Specjalne Strefy Ekonomiczne. Edycja 2008, 2010, 2011”.
- Od jesieni 2011 r. ŁSSE została – na kolejne trzy edycje – partnerem FashionPhilosophy Fashion Week Poland. W halach na terenie ŁSSE gościła i gościć będzie śmietanka światowej mody. To najbardziej prestiżowa impreza promująca modę w Polsce. Dzięki marce festiwalu dotrzemy jeszcze skuteczniej do potencjalnych inwestorów.



Po ósme, wiemy jak zdobywać fundusze unijne



Pod koniec 2011 r. autorski projekt ŁSBE „Łódzkie – strefa biznesu szyta na miarę” zdobył – po raz pierwszy w historii Spółki – dofinansowanie unijne. W ramach promocji produktów i „marek” regionalnych z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2007-2013. Celem projektu jest kształtowanie pozytywnego wizerunku marki „ŁÓDZKIE” oraz promocja potencjału inwestycyjnego Regionu. Całkowita wartość projektu wynosi blisko milion złotych, zaś kwota dofinansowania z RPO WŁ to 680 tys. zł.



Po 30 czerwca 2012 r., po zeskanowaniu tego fotokodu, będą mogli Państwo dowiedzieć się więcej o unijnym projekcie.

Po dziewiąte, cieszymy się, jak inni doceniają Naszą pracę

- W 2011 r. ŁSBE zdobyła tytuł „Punkt dla Łodzi” – za program ArtStrefa i odrestaurowanie hydroforni jako inicjatywę wpływającą pozytywnie na wizerunek Łodzi.
- Gala Biznesu 2011 – tytuł dla ŁSBE jako instytucji wspierającej przedsiębiorczość.
- W 2004 r. Komitet Integracji Unii Europejskiej oraz Business Center Club nadał ŁSBE Medal Europejski za pozyskiwanie i obsługę inwestorów dla Łodzi i regionu.
- W 2004 r. Wojewoda Łódzki przyznał ŁSBE Nagrodę Gospodarczą za wkład w rozwój ekonomiczny Województwa Łódzkiego.

Po dziesiąte, mamy dobrą ofertę i nowoczesne narzędzia

Strona internetowa ŁSBE – www.sse.lodz.pl - zmieniała się przez lata kilka razy. Chcemy jednak, aby była wizytówką i kompendium wiedzy o firmie. Tym bardziej, że odwiedza

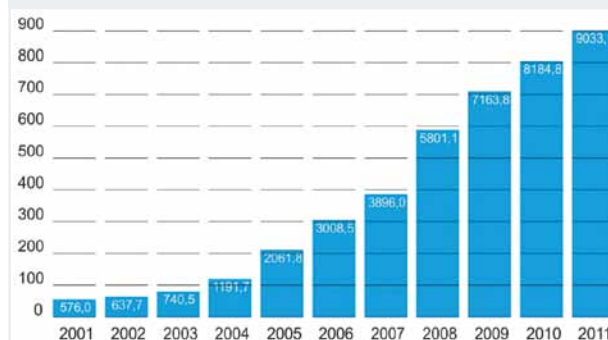
ją blisko 200 tys. osób rocznie (dane za 2011 rok). Dlatego podstawowe informacje są w języku angielskim, niemieckim, włoskim i chińskim. Każdy kto chce na bieżąco otrzymywać informacje o ŁSBE, może pobrać newsletter dostępny w dwóch wersjach.

Zupełną nowością są 2 serwisy: interaktywna mapa terenów inwestycyjnych (mapa.sse.lodz.pl) oraz portal obrotu nieruchomościami poza SSE (www.posrednictwo.sse.lodz.pl). Mapa zawiera opis 30 wolnych terenów inwestycyjnych należących do ŁSBE wraz z niezbędnymi informacjami (m.in. Site Check List terenów, przeznaczenie w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego, czy też schemat infrastruktury technicznej).

Z kolei w kwietniu 2012 r. uruchomiliśmy portal, na którym pośredniczymy w zbywaniu nieruchomości. Aktualnie w ofercie mamy 9 ofert inwestycyjnych o powierzchni od 1,3 do 23 ha.

Po jedenaste, inwestycje przekroczyły już 9 miliardów złotych

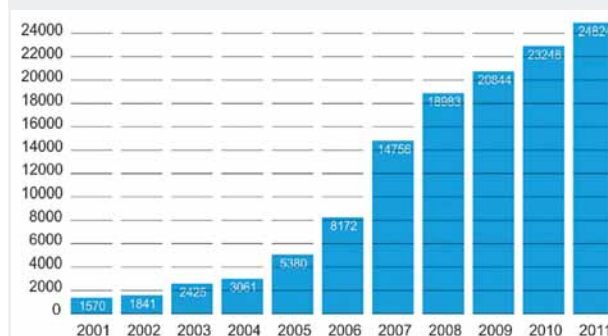
Wykres 1. Nakład inwestycyjny w milionach złotych



Źródło: opracowanie własne

Po dwunaste, Nasi inwestorzy stworzyli blisko 25 tysięcy miejsc pracy

Wykres 2. Miejsca pracy



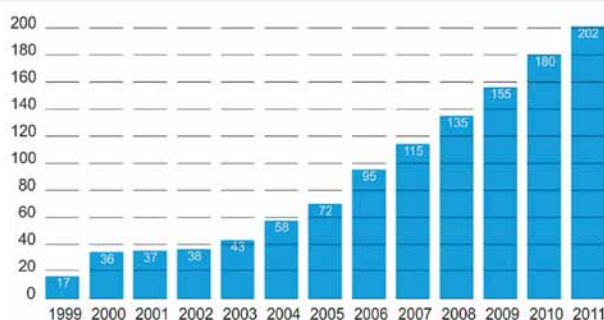
Źródło: opracowanie własne



Projekt nowej siedziby Ericpol w Łodzi przygotowany przez krakowskie biuro architektoniczne HORIZONE Studio (perspektywa od ul. Sienkiewicza) / Materiały Ericpol

Po trzynaste, wydaliśmy już ponad 200 zezwoleń

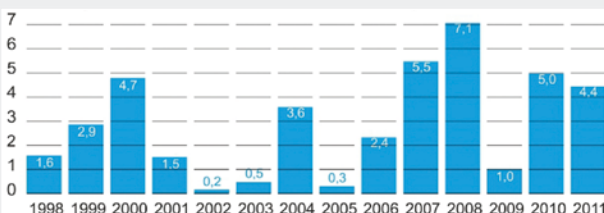
Wykres 3. Liczba wydanych zezwoleń (narastająco)



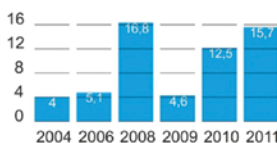
Źródło: opracowanie własne

Po czternaste, inwestujemy w Nasze tereny

Wykres 4. Wydatki na rozwój infrastruktury i terytorialnej (w milionach złotych)



Nakłady przeznaczone na zakup gruntów (w milionach złotych)



Źródło: opracowanie własne

Po piętnaste, wiemy jaką siłę mają współczesne (social) media

Nasze nowe inwestycje, działania z obszaru CSR, wydarzenia związane z działalnością ŁSSE, jak i Regionem Łódzkim można na bieżąco śledzić na naszych profilach w tzw. mediach społecznościowych. Serdecznie zapraszamy!

- FanPage ŁSSE na Facebook'u – www.facebook.com/LodzkaSSE
Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna
Lodz Special Economic Zone
- Profil ŁSSE na Twitterze – www.twitter.com/#!/StrefaLodz
- Profil ŁSSE na LinkedIn – [Lodz Special Economic Zone](http://www.linkedin.com/company/Lodz-Special-Economic-Zone)
- Profil ŁSSE na Google+ – [Lodz Special Economic Zone](http://www.google.com/+LodzSpecialEconomicZone)
- Kanał ŁSSE na YouTube – [LodzkaSSE](http://www.youtube.com/LodzkaSSE)

Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna

ul. Ks. Tymienieckiego 22/24,
90-349 Łódź
tel: (+48 42) 676 27 53, 676 27 54
fax: (+48 42) 676 27 55
info@sse.lodz.pl,
<http://www.sse.lodz.pl/>
mapa.sse.lodz.pl;
www.posrednictwo.sse.lodz.pl



ŁÓDZKA
SPECJALNA
STREFA
EKONOMICZNA

Materiały: Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna



Rynek biurowy w Łodzi



Mapa 1. Obszar koncentracji powierzchni biurowej w Łodzi

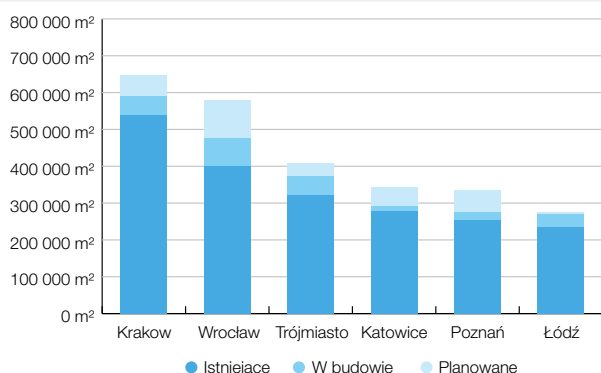


Źródło: Cushman & Wakefield

Podaż

Łódź jest jednym z sześciu największych regionalnych rynków biurowych w Polsce (obok Krakowa, Wrocławia, Trójmiasta, Katowic i Poznania) – zasoby miasta szacowane są obecnie na ok. 233.550 m². Najważniejsze łódzkie budynki położone są w rejonie głównych traktów komunikacyjnych Śródmieścia, wzdłuż ulic: Piłsudskiego, Pomorskiej, Północnej, Kościuszki, Wólczańskiej, Tymienieckiego i Rydza Śmigłego. Taki układ koncentracji powierzchni biurowej jest typowy dla rynków na wczesnym etapie rozwoju. Najbardziej znaczące obiekty biurowe to: Sterlinga Business Center, Green Horizon, University Business Park, Piłsudskiego 22 (siedziba firmy Infosys).

Wykres 1. Zasoby i przyszła podaż w miastach regionalnych (m².)



Źródło: Cushman & Wakefield, styczeń 2012

Charakterystyczną cechą Łodzi jest duża liczba starych, XIX- i XX-wiecznych, obiektów poprzemysłowych a także budynków biurowych z lat 70., obecnie zrewitalizowanych i zaadaptowanych na potrzeby biur (np. Zenit, Synergia, Red Tower, Orion).

W ostatnich 12 miesiącach do użytku oddano pierwszą fazę kompleksu Teofilów Business Park (8.700 m²) oraz siedzibę główną firmy Rossmann (7.600 m²). Jedynym powstającym obecnie obiektem jest dwufazowy kompleks Green Horizon (34.000 m²) budowany przez firmę Skanska Property Poland, który zwiększy zasoby nowoczesnej powierzchni biurowej w Łodzi aż o 14,60%. Pierwsza faza inwestycji, mimo że jeszcze w trakcie realizacji, została już wynajęta w ponad 95%. Aż 15.000 m² zajmie firma Infosys, która do nowego biura przeprowadzi się jeszcze w tym roku.

„Łódź to miasto o dużym potencjale, w którym podejmuje działalność rosnąca liczba zagranicznych inwestorów. Zdecydowaliśmy się na realizację projektu biurowego Green Horizon, aby móc zapewnić firmom działającym na lokalnym rynku nowoczesną powierzchnię biurową, której w Łodzi wciąż jest niewiele. To, że tak sprawnie udało nam się wynająć pierwszy budynek w kompleksie Green Horizon świadczy o tym, że zapotrzebowanie na wysokiej jakości biura jest w Łodzi wciąż duże. Prowadzimy już zaawansowane negocjacje z najemcami zainteresowanymi powierzchnią biurową w drugim budynku kompleksu Green Horizon, który podobnie jak wszystkie projekty Skanska powstaje zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju i został precertyfikowany

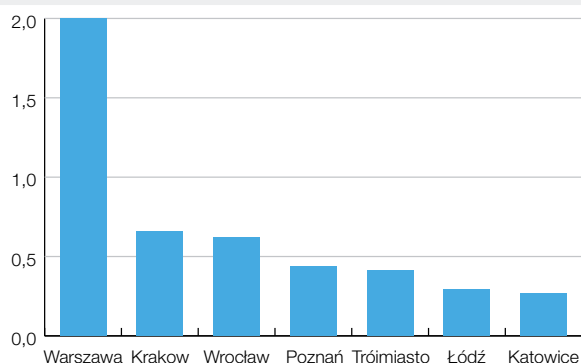


w systemie środowiskowym LEED” – powiedział Arkadiusz Rudzki, Dyrektor ds. Leasingu i Asset Management w Skanska Property Poland.

Ponieważ łódzki rynek biurowy nie jest jeszcze w pełni rozwinięty, każda większa inwestycja może istotnie zmieniać bilans podaży i popytu. Od 2009 r. realizacja wielu planowanych budynków została odsunięta w czasie ze względu na wysoką stopę pustostanów oraz trudności z uzyskaniem finansowania projektów deweloperskich.

Niezależnie od ograniczeń po stronie podaży (niewielka liczba dostępnych projektów) łódzki rynek biurowy od 2009 r. rozwija się bardzo dynamicznie. Wraz z Katowicami należy do grupy najszybciej rozwijających się rynków biurowych w Polsce. Cechuje go również bardzo dobra dostępność gruntów w obszarze Śródmieścia, co zdecydowanie ułatwia realizowanie nowych inwestycji po rozsądnych kosztach. Przewidujemy, że w latach 2012-2014 rynek biurowy w Łodzi osiągnie poziom 350.000-370.000 m² (czyli dorówna obecnemu poziomowi rynków we Wrocławiu czy Trójmieście).

Wykres 2. Powierzchnia biurowa w przeliczeniu na mieszkańca w m²



Źródło: Cushman & Wakefield

Pustostany

Dzięki temu, że łódzki rynek dysponuje sporymi zasobami powierzchni dostępnej dla najemców, jest bardzo konkurencyjny na tle pozostałych miast regionalnych. Mimo kilku większych transakcji, w pierwszej połowie 2012 r. poziom pustostanów spadł jedynie o 1,5%, do 20,5%. Tak niewielki spadek wynika przede wszystkim z oddania do użytku 8.730 m² w Parku Biznesowym Teofilów (BZ WBK i BZ WBK TFI) w drugiej połowie 2011 r. Łódź od 2009 r. ma najwyższą stopę pustostanów w Polsce. W istniejących budynkach znajduje się około 46.000 m² niewynajętej powierzchni, z czego 78% przypada na 2 budynki. Zdecydowana większość (65%) wolnej powierzchni znajduje się w wielometrażowym kompleksie University Business

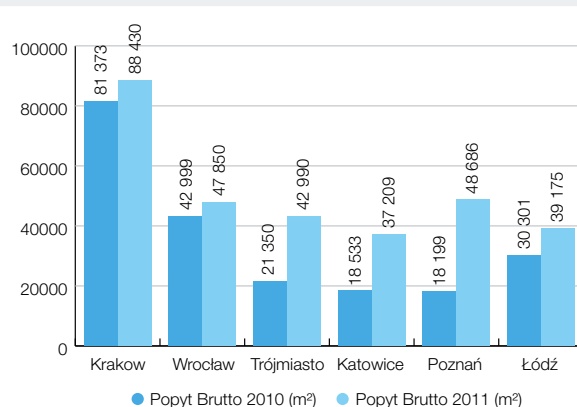
Park, którego realizację rozpoczęto jeszcze przed kryzysem przełomu 2008 i 2009 r. Inwestycja ta sukcesywnie się wynajmuje, jednak z racji swojej wielkości znacznie podwyższa stopę pustostanów na rynku. Budynkiem, w którym znajduje się ok. 13% niewynajętej powierzchni, jest Park Biznesu Teofilów. Został oddany do użytku w drugiej połowie 2011 r. i jeszcze nie zdążył się zapełnić. Pozostała wolna powierzchnia (ok. 10.000 m²) jest rozdrobiona między wiele innych biurowców w Łodzi. Oznacza to, że jeśli najemca poszukuje teraz powierzchni większej niż 3.000 m², ma do wyboru, w perspektywie najbliższych 6 miesięcy, tylko 2 budynki, chociaż stopa pustostanów w mieście jest wysoka. W dalszej perspektywie, ok. 12 miesięcy, sytuacja wygląda już lepiej. Do nowej dostępnej powierzchni dołączy Pilsudskiego 22 (aktualna siedziba firmy Infosys) oraz 2 faza kompleksu Green Horizon.

Popyt

W 2011 r. całkowity wolumen transakcji najmu na rynku łódzkim wyniósł ok. 39.175 m², z czego większość (88%) stanowiły nowe kontrakty. Największą transakcją był wynajem przez firmę Infosys BPO Poland 15.000 m² w budynku Green Horizon, którego zakończenie planowane jest na październik bieżącego roku. W 2010 r. wolumen transakcji osiągnął poziom 30,300 m².

W 2011 r. w Łodzi zdecydowaną większość (88%) podpisanych umów stanowiły tzw. nowe umowy. Tylko 12% transakcji stanowiły przedłużenia dotychczasowych umów (bez zwiększania zajmowanej powierzchni). Porównując poszczególne rynki, warto zwrócić uwagę, że znacznie większe rynki, takie jak Wrocław czy Trójmiasto, nie zanotowały istotnie większego wolumenu transakcji w porównaniu do Łodzi. Jeżeli uwzględnić tylko nowe umowy (czyli wyliczyć renegecje), wyniki te byłyby nawet niższe.

Wykres 3. Popyt brutto na powierzchnie biurowe w 2010 i 2011 roku



Źródło: Cushman & Wakefield



Struktura popytu w Łodzi jest charakterystyczna dla miast na wczesnym etapie rozwoju. Podobnie jak w Katowicach rynek ten jest mocno uzależniony od popytu zewnętrznego. Większość najemców to międzynarodowe korporacje inwestujące w nowe centra usług z sektora BPO/SSC. Firmy takie jak Infosys, Tate & Lyle, Rule Financial, HP, SouthWestern czy Fujitsu są bardzo wymagające i często oczekują standardów najmu znanych im z Europy Zachodniej lub Stanów Zjednoczonych, gdzie mają swoje centra czy ośrodki decyzyjne. Mniejsze firmy lokalne są zainteresowane biurami o powierzchni od 100 do 500 m² i często akceptują niższy standard, ale za jakiś czas też będą szukały powierzchni bardziej efektywnych lub o wyższym standardzie. Można już zauważyć wzmożone zainteresowanie najemców, jednak ze względu na specyfikę rynku biurowego na podpisane kontrakty trzeba będzie poczekać.

Szacujemy, że w Łodzi popyt na powierzchnie biurowe będzie rósł. Firmy działające w mieście będą rozwijać swoje usługi, podnosząc tym samym atrakcyjność rynku dla nowych inwestorów zarówno z branży BPO/SSC, jak i deweloperów powierzchni biurowej.

O konkurencyjności Łodzi stanowią: stosunkowo niskie koszty pracy, najniższe czynsze, łatwość pozyskania wykształconej kadry (Łódź jest miastem podobnej wielkości co Kraków) oraz dobre połączenia: drogowe – długo oczekiwana autostrada A2, kolejowe – przede wszystkim szybkie połączenie z Warszawą, oraz coraz lepiej rozwijające się połączenia lotnicze. Najważniejszym wydarzeniem tego roku jest otwarcie autostrady A2, która bardzo ułatwi komunikację ze stolicą. Zachęci to wiele instytucji do przeniesienia swoich biur z Warszawy do Łodzi.

„Tak jak w każdym dużym mieście są lokalizacje uznawane za optymalne, tak samo Łódź ma w Polsce świetną, centralną lokalizację, z bardzo dobrym dostępem do infrastruktury drogowej, kolejowej oraz lotniczej. W połączeniu z obecnością wykwalifikowanej kadry stwarza to korzystne warunki dla rozwoju biznesu, w tym sektora nowoczesnych usług, który ma wysokie wymagania pod względem jakości powierzchni biurowych. Jestem optymistą co do dalszego rozwoju rynku nieruchomości biurowych w Łodzi, a optymizm ten ma solidne i racjonalne podstawy” – mówi Waldemar Olbryk, prezes Skanska Property Poland.

Czynsze

Najwyższe czynsze wywoławcze wynoszą w Łodzi 13-14 EUR/m² miesięcznie. W starszych budynkach, odnowionych lub dostosowanych do dzisiejszych standardów, są nieco niższe i utrzymują się na poziomie 11-13 EUR/m². W obecnej sytuacji, przy coraz wyższym popycie i utrzymującym się

odsetku pustostanów, możemy spodziewać się utrzymania obecnych stawek. To powinno zwiększyć popyt, ponieważ Łódź pod względem czynszów najmu jest najatrakcyjniejszym rynkiem w Polsce.

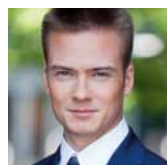
Firmy wynajmujące duże powierzchnie mogą negocjować znaczne obniżki stawek, dłuższe okresy bezczynszowe (na ogół 2-6 miesięcy) lub wyższe dopłaty do aranżacji powierzchni. Katalog zachęt pozaczynszowych nie jest ściśle ustalony, ale zawsze dostosowany do wielkości i rodzaju najemcy. Koszty eksploatacyjne mieszczą się w przedziale 12-16 PLN/m² miesięcznie.

Zielone budownictwo

Od kilku lat zielone budownictwo zyskuje coraz więcej zwolenników. W Łodzi w tym zakresie przoduje Skanska, której projekt Green Horizon, certyfikowany przez LEED jest już kolejną przyjazną środowisku inwestycją tej firmy w Polsce. Skanska wkłada również sporo wysiłku w edukację ekologiczną rynku oraz najemców. Hines swoje Sterlinga Business Center też wyposażył w technologie przyjazne środowisku i uzyskał certyfikat BREEAM. Coraz więcej najemców zwraca uwagę na zaawansowanie technologiczne wybieranych budynków, w tym na możliwość zmniejszenia zużycia energii. Wpisuje się to zarówno w politykę wielu korporacji, jak i ich plany oszczędnościowe.

Prognozy rozwoju rynku

W perspektywie krótkoterminowej można się spodziewać, że ilość niewynajętej powierzchni biurowej będzie się stopniowo zmniejszać. Natomiast, ze względu na wciąż niewielką skalę rynku, w momencie oddania do użytku nowych inwestycji poziom pustostanów czasowo może się zwiększać, co jest naturalnym zjawiskiem. Szacujemy, że rynek łódzki nadal będzie miał najniższe czynsze w kraju. Może się to zmienić dopiero wtedy, kiedy w Łodzi zaczną brakować wolnej powierzchni lub zasoby miasta przekroczą 400.000 m².



Autor:
Krzysztof Misiak
Associate, Dział powierzchni biurowych
Cushman & Wakefield



ATRIUM 1

Atrium 1 to naturalna oaza dla Twojego biznesu w samym centrum Warszawy, tuż przy tętniącym życiem Rondzie ONZ. Dzięki wykorzystaniu najnowocześniejszych rozwiązań technologicznych, Atrium 1 będzie najbardziej zielonym budynkiem biurowym w Polsce, wyróżnionym prestiżowymi certyfikatami LEED i GreenBuilding. Budynek oferuje 18 000 m² powierzchni najmu zlokalizowanej na 14 piętrach oraz 140 miejsc parkingowych. Lokalizacja jest bez wątpienia jednym z największych atutów Atrium 1.

Pracownicy, partnerzy i klienci najemców tego budynku będą mogli dojechać tu jedną z kilkunastu linii autobusowych lub tramwajowych, a wkrótce także metrem – nowa stacja powstanie w zaledwie kilkudziesięciu metrach od budynku. Atrium 1 to także bliskość Dworca Centralnego (tylko 5 minut na pieszo), a także licznych sklepów, kawiarni, restauracji, punktów usługowych i doskonałych hoteli.

Kontakt:

Tomasz Stachurski, +48 797 019 151,
Tomasz.Stachurski@skanska.pl



ATRIUM 1

Al. Jana Pawła II 17, Warszawa
www.skanska.pl/atrium1

SKANSKA

Skanska Property Poland

Al. Jana Pawła II 19
00-854 Warszawa
www.skanska.pl

MALTA HOUSE

Malta House to efektywny i nowoczesny kompleks biurowy klasy A o łącznej powierzchni najmu 14 700 m². Inwestycja zlokalizowana będzie przy jednej z głównych arterii Poznania, w bezpośrednim sąsiedztwie jeziora Malta oraz kompleksu handlowego – Galerii Malta. Doskonała lokalizacja, elastyczność podziału powierzchni i 30% więcej świeżego powietrza to atuty naszego biurowca. Dodatkowe udogodnienia to parking rowerowy, przebieralnie oraz prysznice dla rowerzystów. Na dachu będzie ogólnodostępny taras widokowy ze wspaniałym widokiem na jezioro Malta oraz centrum miasta. Z tyłu budynku planujemy zielone patio. Zielony biurowiec Malta House to: budynek biurowy, który jest precertyfikowany na poziomie LEED Platinum, 5 kondygnacji naziemnych oraz 2 podziemne, dwupoziomowy parking podziemny na około 275 miejsc, świetna lokalizacja przy ul. Arcybiskupa Antoniego Baraniaka.

Kontakt:

Justyna Płonka, +48 797 229 079,
Justyna.Plonka@skanska.pl



MALTA HOUSE

ul. Abp. Baraniaka, Poznań
www.skanska.pl/maltahouse

SKANSKA

Skanska Property Poland

Al. Jana Pawła II 19
00-854 Warszawa
www.skanska.pl



Biura

GREEN HORIZON

Skanska Property Poland



Powierzchnia budynku: 33 000 m²

Lokalizacja: ul. Pomorska 106, Łódź

Kontakt: www.skanska.pl/greenhorizon

Biura

GREEN TOWERS

Skanska Property Poland



Powierzchnia budynku: 23 300 m²

Lokalizacja: ul. Śrubowa 1/ ul. Strzegomska 36, Wrocław

Kontakt: www.skanska.pl/greentowers

Biura

GREEN CORNER

Skanska Property Poland



Powierzchnia budynku: 27 000 m²

Lokalizacja: ul. Chłodna 52/54, Warszawa

Kontakt: www.skanska.pl/greencorner

Arkońska Business Park

Torus Sp. z o.o. sp. k.



Powierzchnia budynku: 16 620 m²

Lokalizacja: Gdańsk, ul. Arkońska 6

Kontakt: www.arkonska.pl

Olivia Gate - Olivia Business Centre

TPS Sp. z o.o.



Powierzchnia budynku: 18 000 m²

Lokalizacja: Gdańsk Oliwa, Al. Grunwaldzka 472

Kontakt: www.oliviacentre.pl

Garnizon - Twin Wave

Grupa Inwestycyjna Hossa SA



Powierzchnia budynku: 11 800 m²

Lokalizacja: Gdańsk, Al. Grunwaldzka

Kontakt: www.hossa.gda.pl

Nazwa

Inwestor

Powierzchnia budynku:
Lokalizacja:
Kontakt:

Nazwa

Inwestor

Lokalizacja:
Kontakt:

Nazwa

Inwestor

Lokalizacja:
Kontakt:

Nazwa
Inwestor

Powierzchnia budynku:
Lokalizacja:
Kontakt:

Nazwa

Powierzchnia budynku:
Lokalizacja:
Kontakt:

Nazwa

Powierzchnia budynku:
Lokalizacja:
Kontakt:

Zamieść informacje o nieruchomości.
Skontaktuj się z działem reklamy:
reklama@outsourcingandmore.pl



Łódzki Regionalny Park Naukowo-Technologiczny

Celem **Łódzkiego Regionalnego Parku Naukowo-Technologicznego** jest stworzenie doskonałych warunków do powstawania i rozwoju firm z branży nowoczesnych technologii. Istotnym aspektem jest przy tym budowanie gospodarki opartej na wiedzy poprzez zacieśnianie współpracy nauki i biznesu. Technopark jest optymalnym miejscem zarówno dla nowopowstających firm, jak również prężnych podmiotów o ugruntowanej pozycji rynkowej, które mogą stanowić wzorzec sukcesu rynkowego dla początkujących biznesmenów. W ten sposób na całym świecie tworzą się swoiste klastry gospodarcze o „dobrym adresie”.

Łódzki Inkubator Technologiczny:

Najszerza oferta skierowana jest do młodych firm działających w branży nowoczesnych technologii. Łódzki Inkubator Technologiczny powstał po to, aby stworzyć im ciepłotne warunki do rozwoju. Dzięki temu mogą oni zredukować początkowe koszty działalności i skoncentrować się wyłącznie na rozwiązaniach biznesowych, doskonaleniu swoich usług i poszukiwaniu klientów.

Okres inkubacji wynosi 2 lata. Firmy otrzymują na zasadach pomocy de minimis korzystne warunki najmu nowoczesnie wyposażonych powierzchni biurowych z dostępem do Internetu. W ramach opłat czynszowych firmy otrzymują także m.in.: doradztwo prawne, księgowe i marketingowe, promocję na stronie Technoparku oraz działania PR związane z upowszechnieniem informacji o produktach firmy.



Z usług Łódzkiego Inkubatora Technologicznego skorzystało już 51 firm, 16 jest w trakcie inkubacji. Nasze firmy odniosły też znaczne sukcesy, zyskując wiele prestiżowych nagród, jak choćby tytuły Krajowych Liderów Innowacji czy też nagrody główne w konkursach organizowanych przez Prezydenta Miasta Łodzi i Wojewodę Łódzkiego.

Oferta dla inwestora:

Dla firm pragnących wybudować własne siedziby na terenie Technoparku przygotowaliśmy parcele inwestycyjne o rozmaitej powierzchni, które można dzierżawić. Cały teren objęty jest miejscowym planem zagospodarowania przestrzennego, zgodnie z którym obszar ten przeznaczony jest pod usługi i nieuciążliwą produkcję oraz zabudowę hotelową.



Teren jest ogrodzony oraz uzbrojony w wodę, gaz ziemny, prąd, kanalizację sanitarną i deszczową – z możliwością rozbudowy tych przyłączy.

Działki sąsiadujące można ze sobą łączyć.

Dopuszczalna wysokość zabudowy nie może przekroczyć 16 m.

Pracownia Indywidualnych Implantów Medycznych:

Świadczy ona usługi doradztwa medycznego. W ofercie Pracowni znajduje się przetwarzanie obrazów z zakresu diagnostyki obrazowej (tomografia komputerowa, rezonans magnetyczny) na wirtualne modele różnych struktur anatomicznych i zmian patologicznych.



W trakcie projektowania można uwzględnić np. ubytki kostne, guzy nowotworowe czy patologie naczyń (m.in. tętniaki, malformacje naczyniowe). Następnie, na podstawie tych wirtualnych modeli, budowane są trójwymiarowe modele fizyczne za pomocą precyzyjnej metody szybkiego prototypowania (*Rapid Prototyping*).

Ta metoda operacyjna jest klinicznie skuteczniejsza, a jednocześnie znacznie zmniejsza konieczność reoperacji i wyraźnie skraca czas dochodzenia pacjenta do pełnej sprawności.



Na jesieni 2012 r. otwieramy najnowocześniejsze w tej części Europy centrum wdrożeniowe dla biznesu – BioNanoPark. W jego skład wejdzie:

1. Rozbudowany Łódzki Inkubator Technologiczny z: pomieszczeniami biurowymi dla 50 nowych firm, 4 modułami biurowo-laboratoryjnymi dla firm typu spin-off i spin-out, salą konferencyjną na 300 osób, bufetem umożliwiającym przygotowanie cateringu podczas konferencji, foyer stanowiącym miejsce wystawowe.
2. Następujące laboratoria:
 - **A. Laboratorium Biofizyki Molekularnej i Nanostrukturanej**, które zajmie się badaniem oddziaływania nanopowłok na zdrowie człowieka i środowisko. Będzie także prowadziło badania nad nowymi tanimi lekami generycznymi oraz środkami terapeutycznymi, jak również określaniem biogodności materiałów przeznaczonych do zastosowań biomedycznych.

- **B. Laboratorium Biotechnologii Przemysłowej**, w którym będą powstawały konkretne rozwiązania technologiczne dotyczące z jednej strony produkcji nowych lub ulepszonych unikatowych enzymów jako narzędzi przydatnych dla przemysłu spożywczego, tekstylnego, chemicznego, farmaceutycznego, papierniczego oraz dla produkcji biopaliw i ochrony środowiska, z drugiej zaś dotyczące nowych produktów takich jak np. biomateriałów, enancjoselektywnych chemikaliów, nutraceutyków, prebiotyków czy kosmetyków.

Obydwa laboratoria będą świadczyły usługi badawcze na zlecenie mikro, małych i średnich przedsiębiorstw oraz instytutów naukowo-badawczych. Dzięki temu polscy przedsiębiorcy zyskają możliwość prowadzenia badań na każdym etapie rozwoju ich produktów lub technologii.

Na wzrost konkurencyjności Bio-NanoParku wpłynie możliwość **certyfikowania** wyrobów w obu Laboratoriach, zgodnie ze wskazaniami UE. ■■

Kontakt:

Łódzki Regionalny Park Naukowo-Technologiczny Sp. z o.o.

93-465 Łódź, ul. Dubois 114/116
tel: (+4842) 684 44 44
fax: (+4842) 684 50 00
e-mail: biuro@technopark.lodz.pl
www.technopark.lodz.pl



Autor:
Joanna Jagas
Specjalista ds. marketingu
Łódzki Regionalny Park
Naukowo-Technologiczny Sp. z o.o.



Sieci telekomunikacyjne w województwie łódzkim

Słowo wstępu

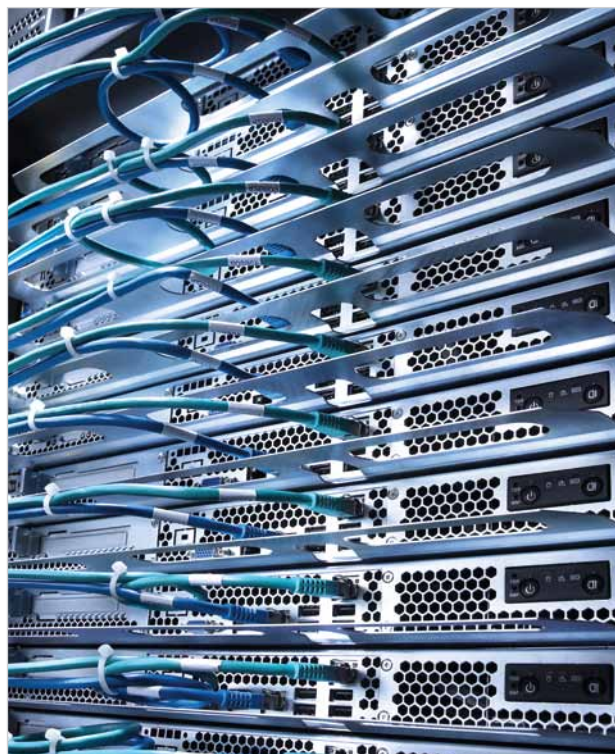
W kwietniu 2012 r. na stronach Urzędu Miasta Łodzi pojawił się dokument „Strategia Zintegrowanego Rozwoju Łodzi 2020+ - Diagnoza Strategiczna Łodzi¹. W części przypadającej na analizę SWOT w słabych stronach pojawił się zapis „niski stopień pokrycia Miasta szerokopasmowym Internetem”. W Strategii województwa łódzkiego na lata 2007-2020 umieszczonej na stronie internetowej Urzędu Marszałkowskiego² w analizie SWOT pojawia się takie stwierdzenie „niezadowalający stan infrastruktury telekomunikacyjnej i informatyzacji w regionie”. Z punktu widzenia Inwestorów, rozwoju innowacyjnych gałęzi przemysłu, rynku usług BPO istnienie dobrze rozwiniętej, szerokopasmowej infrastruktury telekomunikacyjnej jest jednym z podstawowych elementów decydujących o możliwości realizacji projektów inwestycyjnych na terenie województwa.

Podczas kilku wizyt potencjalnych inwestorów będąc zaproszonym przez Biuro Obsługi Inwestora jako osoba działająca na lokalnym rynku telekomunikacyjnym i znająca także zawsze słyszałem podstawowe pytania „Jak wygląda w Łodzi – województwie dostęp do sieci szerokopasmowych światłowodowych?” oraz „Czy w podanych lokalizacjach istnieją co najmniej dwie niezależne drogi-linie telekomunikacyjne oparte o sieci światłowodowe?”. Niestety nawet na stronie www.bpo.lodz.pl potencjalny Inwestor, firma nie znajdzie informacji o tym, czy lokalizując produkcję, usługi w woj. łódzkim nie będzie mieć problemu z dostępem do nowoczesnych technologii telekomunikacyjnych.

Czy rzeczywiście z dostępem do sieci szerokopasmowych w województwie i na terenie miasta jest aż tak źle, czy nie mamy się czym chwalić? Czy Inwestorzy, przedsiębiorcy skazani byli do tej pory na współpracę tylko i wyłącznie z Telekomunikacją Polską, a teraz ORANGE? Sprawdźmy.

Trochę danych z UKE

Na sam początek postanowiłem sięgnąć po Raport Urzędu Komunikacji Elektronicznej „Raport pokrycia terytorium Rzeczypospolitej Polskiej istniejącą infrastrukturą telekomunikacyjną zrealizowanymi w 2010 r. i planowanymi w 2011 r. inwestycjami oraz budynkami umożliwiającymi kolokację”



z czerwca 2011 r. opublikowany na stronach UKE³. Raport ten jest pierwszym tak szczegółowym dokumentem obrazującym stan sieci telekomunikacyjnych w Polsce. W chwili obecnej trwają przygotowania do opublikowania drugiej edycji raportu.

Raport powyższy pokazuje stan infrastruktury wyłącznie ze zrealizowanymi w 2010 r. i planowanymi na rok 2011 inwestycjami w sieci szerokopasmowe w takich obszarach jak:

- zakończenia sieci światłowodowych,
- węzły sieci telekomunikacyjnej,
- węzły dostępowe,
- zasięg działania sieci kablowych i bezprzewodowych,
- penetracja przyłączy kablowych lub terminali bezprzewodowych w budynkach,
- występowanie przyłączy kablowych lub terminali bezprzewodowych w budynkach z lokalami mieszkalnymi,
- obecność budynków umożliwiających kolokację.

¹ www.lodz.pl
² www.lodzkie.pl

³ www.uk.gov.pl



Dane z Raportu służyć mogą do różnych celów określonym klientom z rynku:

Operatorzy telekomunikacyjni – źródło informacji do podjęcia decyzji o nowych inwestycjach, przebudowie istniejącej infrastruktury, potencjale rynku.

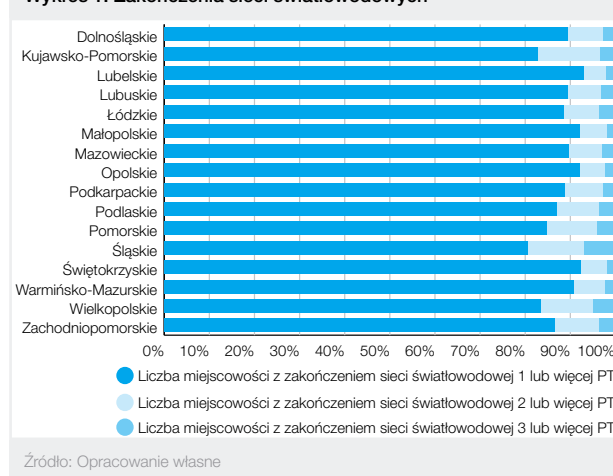
Inwestorzy – atrakcyjność lokalizacji z punktu widzenia dostępności sieci szerokopasmowych i możliwości realizacji usług telekomunikacyjnych.

Samorządy – wizytówka działalności oraz ujęcie danych w planach atrakcyjności regionu.

Konsumenci – możliwość wyboru najbardziej atrakcyjnej oferty rynkowej.

Województwo łódzkie znajduje się na trzecim miejscu w Polsce pod względem liczby miejscowości, zaraz po woj. mazowieckim i wielkopolskim. Jak wynika z opublikowanego raportu (Wykres 1) jedynie w około 8% miejscowości na terenie województwa operatorzy i jst (jednostki samorządu terytorialnego) posiadają zakończenie własnej sieci światłowodowej, z czego w ponad 88% tych miejscowości takie zakończenie posiada jeden przedsiębiorca telekomunikacyjny. Dla porównania w wielkopolsce 17% miejscowości posiada zakończenie sieci a w ponad a w ponad 83% miejscowości jest to zakończenie jednego PT⁴.

Wykres 1. Zakończenia sieci światłowodowych



Dosyć ciekawa wydaje się też być analiza miejscowości, gdzie pokazano zasięgi działania sieci kablowych i bezprzewodowych. W województwie łódzkim takich miejscowości, gdzie swą obecność zadeklarował co najmniej 1 przedsiębiorca telekomunikacyjny jest 4610, co stanowi 90% całości obszaru, a na ponad 84% usługi swoje świadczy jedynie jeden przedsiębiorca telekomunikacyjny (Wykres 2). Odnosząc się do wielkopolski – tam zasięg sieci kablowych

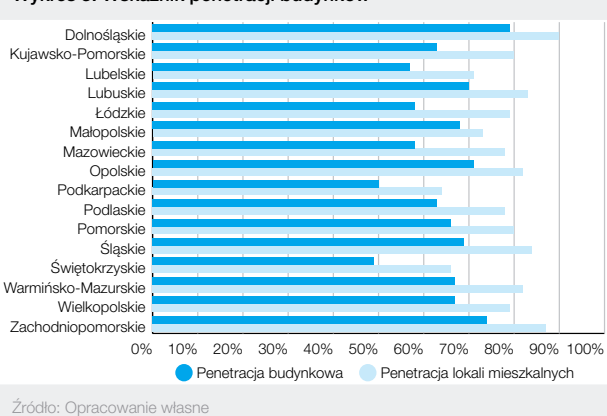
Wykres 2. Zasięg sieci kablowych i bezprzewodowych



i bezprzewodowych jest prawie 100%, z czego w 85% przypadkach swoje usługi świadczy jedynie jeden PT⁵.

Na koniec zasięg penetracji sieci kablowych i bezprzewodowych w lokalach mieszkalnych i budynkach. Jak widać na Wykresie nr. 3 województwo łódzkie posiada jeden z najniższych wskaźników (niżej od łódzkiego są jedynie województwa śląskie i wschodnie) penetracji budynków.

Wykres 3. Wskaźnik penetracji budynków



Szybka analiza tych danych pozwala stwierdzić, że województwo łódzkie cierpi w tej chwili na brak szkieletowych sieci szerokopasmowych, kręgosłupa od którego wszystko powinno się zacząć.

Należy też wziąć pod uwagę fakt, że większość wykazanych w tym raporcie sieci w miejscowościach jest oparta jeszcze na rozwiązaniach miedzianych uniemożliwiających realizację dostępu szerokopasmowego.

W 10% miejscowości województwa nie ma w ogóle dostępu do usług telekomunikacyjnych.

4 Przedsiębiorcy Telekomunikacyjnego

5 Przedsiębiorca Telekomunikacyjny



Brak szkieletu światłowodowego uniemożliwia budowę sieci dostępowych, tzw. „ostatniej mili”.

Z inwestycji planowanych na rok 2011 wynikało, że przedsiębiorcy telekomunikacyjni zamierzają przeznaczyć ponad 1,5 mld PLN na budowę sieci szerokopasmowych szkieletowych i dostępowych, z czego ponad 600 mln miało zostać zrealizowane w technologii bezprzewodowej 2G/3G.

W województwie łódzkim w roku 2011 powstało jedynie 128 kilometrów sieci światłowodowych, z czego ponad 50% przypada na takie miasta jak Łódź, Piotrków Trybunalski i Tomaszów Mazowiecki. Zupełnie brak jest inwestycji na obszarach podmiejskich i wiejskich. W 2011 r. wydano jedynie 55 mln zł na budowę sieci dostępowych w województwie łódzkim, co stanowi 3,6% sumy inwestycji przeznaczonej na sieci na terenie kraju.



Czy rzeczywiście jest tak źle?

Chyba nie, jeżeli w regionie łódzkim, szczególnie na terenach Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej, pojawiają się nowi inwestorzy a branża usług BPO – szczególnie korzystająca z nowoczesnych usług telekomunikacyjnych – jest jedną z najsilniejszych w kraju. Oczywiście faktem jest też, że mówimy tutaj o obszarach miast i podmiejskich, gdzie dostęp do sieci operatorskich jest ułatwiony a konkurencja w miarę duża. Niestety jednak mówimy tutaj cały czas o dostępie do standardowych usług operatorskich, każde niestandardowe zapytanie Inwestora dotyczące dzierżawy transmisji, udostępnienia włókien czy też instalacji urządzeń aktywnych (dzierżawy central) wiąże się u potencjalnego Inwestora z koniecznością realizacji specjalnych projektów budowlanych.

Aby sprawdzić potencjał firm – operatorów telekomunikacyjnych – na terenie regionu łódzkiego, do większości z nich zostało wysłane zapytanie o dane i zakres posiadanych sieci telekomunikacyjnych.

Informacji udzieliły jedynie: TOYA Sp. z o.o., Multimedia Polska S.A. oraz PLAY. Są to jednak wyłącznie informacje ogólnie dostępne wynikające z ilości sprzedanych usług (Tabela 1). Jedynie TOYA podała miejscowości, w których posiada swoją sieć szerokopasmową: Łódź, Piotrków Trybunalski, Kutno, Pabianice. Dodatkowo Spółka ta przekazała informacje o swoich innowacyjnych usługach, takich jak Telewizja 3G.

Niestety z podanych danych nie da się wyczytać wiele, należy więc bazować na wynikach danych z raportu opublikowanego na stronach UKE.

Tabela 1. Ilość sprzedanych usług (Dane PLAY na koniec marca 2012, dane Multimedia na koniec maja 2012, dane TOYA na koniec maja 2012)

	PLAY	Multimedia	TOYA
Ilość klientów		7 400 000	160 000
TV analog	50 000		
TV cyfrowa	19 000		44 000
Internet	30 000		85 000
Telefonia	15 000		19 500
Telefonia pre-paid		4 144 000	
Telefonia post-paid		3 256 000	
Mobilny Internet		Ponad 1 000 000	400

Czy będzie lepiej?

Aby odpowiedzieć na to pytanie, należałoby spojrzeć na plany inwestycyjne. Te dostępne w raporcie UKE obejmowały przedział 2010-2011 i nie były optymistyczne. Przyjrzyjmy się więc temu, co dzieje się na rynku łódzkim.

MSDDI – Metropolitarna Sieć Dostępu do Internetu jest realizowana przez Urząd Miasta Łodzi. Jest to sieć łącząca 80 punktów na terenie miasta realizowana przez konsorcjum firm Technitel Polska SJ i SPRINT S.A. w technologii budowy kabli w kanalizacji sanitarnej i deszczowej. Sieć ta będzie dostępna dla operatorów dopiero po 5 latach od daty oddania tej sieci do użytku (okres trwałości projektu realizowanego ze środków unijnych). Z drugiej jednak strony poprawi się dostęp do elektronicznych usług świadczonych przez urzędy, co powinno podnieść jakość obsługi Inwestora.

ŁRST – Łódzka Regionalna Sieć Teleinformatyczna realizowana przez Urząd Marszałkowski na terenie województwa. Projekt „Łódzka Regionalna Sieć Teleinformatyczna” polega na utworzeniu sieci szerokopasmowej na wybranym obszarze (17 powiatów) województwa łódzkiego w technologii światłowodowej, która obejmie swoim zasięgiem znaczną część regionu.



W ramach projektu powstanie sieć szkieletowa oraz sieć dystrybucyjna wraz z węzłami szkieletowymi oraz punktami dystrybucyjnymi. Inwestorem jest Województwo Łódzkie - samorząd województwa udzieli zamówienia publicznego na budowę sieci, która będzie stanowiła jego własność.

Po zakończeniu realizacji inwestycji samorząd powierzy zarządzanie siecią operatorowi telekomunikacyjnemu, który wykorzystywać ją będzie do świadczenia (we własnym imieniu) usług telekomunikacyjnych.

Budowa szerokopasmowej sieci szkieletowo-dystrybucyjnej w technologii światłowodowej zapewni mieszkańcom, podmiotom publicznym oraz gospodarczym z wybranych obszarów województwa łódzkiego możliwość korzystania z usług teleinformatycznych oraz z multimedialnych zasobów informacji i usług świadczonych elektronicznie na najwyższym poziomie. Ponadto sieć ta umożliwi efektywną wymianę danych pomiędzy samorządami, urzędami administracji państwowej, placówkami edukacyjnymi, szpitalami i innymi instytucjami publicznymi oraz między podmiotami gospodarczymi.

Realizacja projektu budowy Łódzkiej Regionalnej Sieci Teleinformatycznej doprowadzi zarówno do poprawy konkurencyjności rynku szerokopasmowego Internetu poprzez zapewnienie konkurencji na rynku hurtowej transmisji danych oraz otwartego dostępu do infrastruktury pasywnej, jak i do zwiększenia poziomu wiedzy, kompetencji oraz świadomości zakresu wykorzystania Internetu i korzyści z niego płynących wśród mieszkańców województwa łódzkiego zagrożonych wykluczeniem cyfrowym.



Na terenie województwa łódzkiego działają także duzi Operatorzy Infrastruktury tacy jak Exatel, Hawe S.A., Telekomunikacja Kolejowa, firmy takie jak INFRATEL Operator Infrastrukturalny (operator sieci pilotażowej ŁRST oraz właściciel szkieletu światłowodowego w Łodzi, Zgierzu i Ozorkowie realizowanego m.in. w oparciu o własną infrastrukturę doziemną – www.infratel.pl), którzy są w stanie świadczyć usługi transmisji danych, dzierżawy włókien oraz obsługi projektów obejmujących dostawę rozwiązań włącznie z integracją specjalistycznych urządzeń.

Wygląda na to, że nowi Inwestorzy pojawiający się na terenie regionu łódzkiego w najbliższym czasie otrzymają najwyższej jakości usługi i łączą telekomunikacyjne, a obecni będą mogli skorzystać z nowych, ciekawych rozwiązań zwiększających ich efektywność działania.



Autor:
Rafał Rodziewicz
CEO
www.grupatechnitel.pl

Reklama



Oferujemy kompleksowe usługi dla sektora administracji publicznej:

- *projekt - budowa - utrzymanie sieci szerokopasmowych*
- *systemy fotowoltaiczne i audyt energetyczny*
- *realizujemy inwestycje w ramach projektów unijnych*



www.grupatechnitel.pl



Stan prac na koniec czerwca 2012 r.

Nowe życie fabryki Grohmana

Księży Młyn pięknieje. 16 milionów złotych ma kosztować adaptacja i rozbudowa zespołu budynków XIX-wiecznej fabryki Ludwika Grohmana, należących do Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej S.A. W obiekcie znajdują się m.in. pomieszczenia biurowe na wynajem i siedziba Strefy.

W grudniu 2011 r. władze ŁSSE i wykonawca – konsorcjum, na cele którego stoi firma MC Kontrakty Budowlane – podpisali umowę na realizację projektu. Inwestycja ma zostać oddana do użytku w marcu 2013 r. Budynki przeznaczone do rewitalizacji wchodziły w skład zabudowań dawnej fabryki Ludwika Grohmana, powstałej w XIX wieku i podlegają ochronie konserwatorskiej. Większość z nich jest w bardzo złym stanie technicznym.

Jak poinformowała autorka projektu Anna Grabowska z AGG-Architekci Grupa Grabowski, adaptacja obejmie renowację istniejących budynków, nadbudowę kondygnacji w dwóch jego fragmentach oraz dobudowę nowego budynku, który będzie kontynuacją częściowo zrealizowanego projektu budowy kotłowni z roku 1938.

W odrestaurowanym budynku znajdzie się sala konferencyjna na 250 osób, powierzchnie biurowe pod wynajem oraz siedziba Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Wartość

projektu (bez wyposażenia) wynosi ok. 16 mln zł. Rewitalizacja zostanie sfinansowana ze środków własnych ŁSSE.

Zespół budynków pofabrycznych zlokalizowany jest nad brzegiem dawnego przeciwpożarowego zbiornika wodnego. Ich charakterystycznym elementem jest wieża ciśnień, która ma pięć kondygnacji o małej powierzchni. Żeby wykorzystać całą powierzchnię jej wnętrza dla potrzeb ŁSSE, zdecydowano się na nadbudowę w kształcie przeszklonego pawilonu.

W specjalnie zaaranżowanej „szczelinie” między budynkami znajdzie się winda panoramiczna, z której będzie można podziwiać cały zespół zabudowań dawnej fabryki Grohmana. W rewitalizacji – jak zapowiadają projektanci – zostaną użyte materiały budowlane, wzornictwo i bruk z epoki. Dobudowane fragmenty elewacji mają być wykonane ze szkła i aluminium.

Przed budynkiem zaprojektowano wielofunkcyjną przestrzeń – tzw. Plac Działalności ŁSSE, gdzie organizowane będą ekspozycje, widowiska, konferencje czy przedstawienia. Projekt uzyskał akceptację Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków w Łodzi.



ŁÓDZKA
SPECJALNA
STREFA
EKONOMICZNA

Materiały: Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna



Centrum Nowych Mediów



Dotychczasowa działalność PWSFTviT (Państwowa Wyższa Szkoła Filmowa Telewizyjna i Teatralna im. L.Schillera) związana była z dydaktyką w obszarze tradycyjnych mediów, w tym szczególnie z filmem. Przez wiele lat działalności Uczelni technologia filmowa zmieniała się stosunkowo wolno. W Uczelni powstała infrastruktura, która jest w stanie sprostać wysokim światowym standardom. Jednak w ostatnich latach dokonuje się olbrzymi **skok technologiczny w obszarze mediów**. Powstają nowe, nieznane dotąd obszary działalności medialnej, określane jako „**Nowe Media**”, a media tradycyjne gwałtownie zmieniają technologie rejestracji, odtwarzania i form przekazu. Gwałtowny postęp technologiczny wymusza zmiany również w dydaktyce. **PWSFTviT jest główną, a być może jedyną uczelnią w kraju, mogącą sprostać tym wyzwaniom.** Posiada potencjał w postaci wykwalifikowanych kadr przygotowanych do nowych metod pracy, jednak oprócz posiadanych zasobów kadrowych niezbędne jest odpowiednie zaplecze techniczne, a więc nowy budynek z wyposażeniem.

Warto zaznaczyć, że obecna silna pozycja PWSFTviT przekłada się na aktywną współpracę i wymianę studentów i wykładowców z wiodącymi europejskimi i światowymi uczelniami kształcącymi kadry dla przemysłu audiowizualnego (University of Austin, USA; INSAS – Bruksela, Belgia; VGiK – Moskwa, Rosja; La Femis – Paryż, Francja; Filmakademie Baden-Württemberg – Ludwigsburg, Niemcy; The Hong Kong Baptist University, Departament of Cinema and Television; National Film and Television School – Londyn, Anglia). **Warunkiem utrzymania tej pozycji jest dostosowanie posiadanych technologii do najwyższych światowych standardów.**

Budynek pełnić będzie funkcję związane z procesem dydaktycznym w najnowszych technologiach cyfrowych. Powierzchnia całkowita 5.957,30 m². Powierzchnia użytkowa 5.820,70 m². Kubatura budynku 28.687,00 m³. Zaprojektowane i wykonane rozwiązania:

Główna strefa wejściowa dostępna jest od wschodu od strony zabytkowej hali i prowadzi na reprezentacyjny holl. W bezpośrednim sąsiedztwie zespołów wejściowych znajdują się klatki schodowe, zapewniające ewakuację. Swobodną komunikację zapewnią zaprojektowane i wykonane windy.

W piwnicy na poziomie (– 1) znajdują się pomieszczenia magazynowe archiwum, pomieszczenia socjalne i techniczne. Część pomieszczeń znajdujących się w piwnicy od strony południowej ma zapewnione światło dzienne (obniżenie terenu).

Opis kondygnacji:

Piwnica.

Archiwum taśm filmowych, kopii filmowych, i nośników cyfrowych 17 pomieszczeń dydaktycznych oraz 22 pomieszczenia techniczne. Powierzchnia 979,79 m².

Parter.

Na parterze zlokalizowano przedsionki, hale, szatnie, pomieszczenia dydaktyczne dla Wydziału Fotografii cyfrowej i analogowej, zespoły socjalno – sanitarne, pomieszczenia techniczne, szachty na instalacje klimatyzacyjną i wentylacyjną, magazynki oraz 15 pomieszczeń dydaktycznych i 15 pomieszczeń techniczno – komunikacyjnych. Powierzchnia 978,67 m².

Pierwsze i drugie piętro.

Studia multimedialne, Studio telewizyjne, pracownie audiowizualne, pomieszczenia dydaktyczne z salami wykładowymi i pomieszczeniami profesorów, pomieszczenie socjalne (bez działalności komercyjnej). Pierwsze piętro: 15 pomieszczeń dydaktycznych i 26 pomieszczeń technicznych i komunikacyjnych - pow. 1.071,10 m². Drugie piętro: 28 pomieszczeń dydaktycznych i 14 pomieszczeń technicznych i komunikacyjnych - pow. 1.039,80 m².

Trzecie i czwarte piętro.

Pomieszczenia montażu analogowego i cyfrowego, animacji i zdjęć specjalnych. Trzecie piętro: 29 pomieszczeń dydaktycznych i 15 pomieszczeń technicznych i komunikacyjnych - pow. 946,22 m². Czwarte piętro: 20 pomieszczeń dydaktycznych i 15 pomieszczeń technicznych i komunikacyjnych - pow. 886,22 m².

Wszystkie piętra są dostępne dla osób niepełnosprawnych na wózek inwalidzki, połączone komunikacyjnie dwiema windami i dwiema klatkami schodowymi.

Materiały: Miasto Łódź



EC1 Widok z południa.

Nowe Centrum Łodzi

Nowe Centrum Łodzi (NCL) jest przedsięwzięciem o szczególnym znaczeniu dla miasta i regionu. Ten program, w którym historia i nowoczesność przenikają się, stworzy jednolitą substancję miejską. Zakłada stworzenie w śródmiejskiej części miasta, na powierzchni prawie 90 ha – pomiędzy ulicami Tuwima, Narutowicza, Sienkiewicza i Kopcińskiego – nowego centrum kultury, sztuki i biznesu. Teren został podzielony na dwie strefy: 30 ha – na których dominować będzie funkcja kulturalna i 60 ha – przedsięwzięć komercyjnych i eksponowanych obiektów architektonicznych.

Najbardziej zaawansowanym projektem w ramach programu Nowe Centrum Łodzi jest projekt pt. „Rewitalizacja EC1 i jej adaptacja na cele kulturalno-artystyczne”, dofinansowywany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i budżetu Miasta Łodzi. Z kolei, do projektu Nowe Centrum Łodzi zaproszono luksemburskiego architekta Roba Kriera, który stworzył koncepcję urbanistyczną tego obszaru. Elementami Projektu NCL są: modernizacja linii kolejowej Warszawa-Łódź oraz planowana Kolej Dużych Prędkości (w pierwszej fazie: z Warszawy przez Łódź do Wrocławia i Poznania), schowanie dworca Łódź Fabryczna pod ziemią i stworzenie nad nim nowego centrum w ramach Specjalnej Strefy Kultury z czterema ulicami: Polską, Żydowską, Rosyjską i Niemiecką.

Przedsięwzięcie budowy Nowego Centrum Łodzi stanowi szansę nie tylko dla społeczności lokalnej, ale także dla

inwestorów, którzy chcieliby rozwijać swoją działalność w Łodzi. Nowa część miasta, dzięki znakomitej lokalizacji, atrakcyjnemu otoczeniu i sprawnym połączeniom komunikacyjnym, będzie idealnym miejscem dla biznesu. Obok obiektów o funkcji kulturalnej, planowane są przestrzenie komercyjno-biurowe i mieszkaniowe. Mogą one zostać zlokalizowane w naziemnych kondygnacjach nowego Dworca Fabrycznego, części obiektów Specjalnej Strefy Kultury oraz w podziemnych przestrzeniach łączących dworzec z projektowaną przestrzenią publiczną.

Otwarte dla inwestycji pozostają również tereny we wschodniej części projektu – 34 ha, gdzie pod zabudowę przeznaczono 22,4 ha, pod drogi i wysokiej jakości zieloną przestrzeń publiczną – po 5,8 ha. Projekt przewiduje koncentrację usług w części centralnej. Obszary obrzeżne, zwłaszcza w części północnej i północno-wschodniej, przeznaczono, do realizacji zespołów mieszkaniowych wielorodzinnych z towarzyszącymi usługami. Obszar północno-zachodni to lokalizacja inwestycji innowacyjnych w oparciu o Uniwersytet Łódzki. Na opisanych obszarach ma wyrosnąć nowa dzielnica biznesu.

W 2007 r. Rada Miejska w Łodzi podjęła uchwałę: o realizacji projektu „Rewitalizacja EC1 i jej adaptacja na cele kulturalno-artystyczne” oraz „Projekt Nowe Centrum Łodzi”.



EC1 Zachód:
Projekt architektury:
Zespół projektowy Biura Realizacji Inwestycji „Fronton” sp. z o.o.
Zespół projektowy pracowni Mirosław Wiśniewski - Urbanistyka i Architektura Sp. z o.o.

Podpisane zostały stosowne umowy i porozumienia pomiędzy partnerami Projektu: Miastem Łódź, PKP SA, PKP PLK SA, Województwem Łódzkim na wspólną realizację przetargów i prowadzenie inwestycji na obszarze Nowego Centrum Łodzi oraz porozumienie na wspólne zlecenie studium wykonalności dla tunelu średnicowego pod centrum miasta dla linii Kolei Dużych Prędkości, regionalnej i aglomeracyjnej. W trakcie odbioru jest dokumentacja studium wykonalności dla Projektu NCL. Rozstrzygnięty został konkurs na koncepcję architektoniczną Specjalnej Strefy Sztuki, jak również podpisana została umowa na prace projektowe dotyczące tego obiektu. Ogłoszono przetarg na wykonanie pierwszego etapu prac multimodalnego zintegrowanego węzła komunikacyjnego. Zatwierdzono wytyczne funkcjonalno-przestrzenne dla części środkowej NCL. Sporządzany jest miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego dla części wschodniej NCL: biznesowo-developerskiej.

Projekt „Rewitalizacja EC1 i jej adaptacja na cele kulturalno-artystyczne” finansowany jest z budżetu Unii Europejskiej oraz budżetu Miasta, posiada wszelkie niezbędne pozwolenia i decyzje; teren kompleksu został przekazany wykonawcom, którzy zgodnie z harmonogramem zakończą prace do końca 2012 r. W 2010 r. została podpisana umowa na realizację inwestycji „Węzeł Multimodalny przy Dworcu Łódź Fabryczna”. Wykonawca zobowiązany jest do zrealizowania projektu nowego Dworca Łódź Fabryczna do końca 2014 r.

Materiały: EC 1 Łódź – Miasto Kultury

Reklama

Szukasz klientów?
Zaprezentuj się na naszych łamach!

Warehouses in Poland 2012

magazyny W POLSCE

4 edycja, jesień 2012


Już w przygotowaniu
Album „Magazyny w Polsce 2011”

Skontaktuj się z nami już dziś a przedstawimy Ci ofertę
dopasowaną do Twoich potrzeb!

tel.: 0 795 550 440

www.wydawnictwa.nowyadres.pl



 **nowyadres.pl**



Program Młodzi w Łodzi. Można tylko zyskać!



Wojciech Karpiński, Dyrektor ds. Operacji Infosys BPO Poland wraz ze stypendystką firmy, Martyną Borkowską studentką kierunku Telecommunications & Computer Science w Centrum Kształcenia Międzynarodowego Politechniki Łódzkiej.
Fot.: UML

Program Młodzi w Łodzi to realizowany przez Biuro Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy Urzędu Miasta Łodzi, przy współpracy z uczelniami wyższymi oraz wiodącymi pracodawcami naszego miasta – kompleksowy program poprawy jakości zasobów ludzkich, którego celem jest zachęcanie młodych ludzi do wiązania swojej przyszłości z Łodzią, zwiększenie liczby kandydatów na studia na kierunkach preferowanych przez Pracodawców, co przekładać się będzie na jakość absolwentów, a także poprawa wizerunku Łodzi – jako Miasta przyjaznego dla rozwoju zawodowego.

Narzędziami służącymi realizacji tych celów są inicjatywy programu, m.in. takie jak: portal praktyk i staży, program płatnych staży wakacyjnych Praktykuj w Łodzi!, stypendia dla najlepszych studentów fundowane przez Pracodawców, finansowanie akademików czy dodatkowych lektoratów, szkolenia Twoja Kariera w Twoich rękach czy konkurs Mam pomysł na biznes, cykl wizyt w łódzkich firmach pod hasłem: Poznaj łódzkich Pracodawców!, konkurs FreeDOM dla Studenta oraz skierowane do młodych ludzi kampanie promocyjne zachęcające do studiowania w Łodzi.

Portal Praktyk i Staży www.praktyki.lodz.pl pozwala zarejestrowanym Pracodawcom na bezpłatne zamieszczanie ogłoszeń o praktykach i stażach, natomiast udział w programie płatnych staży wakacyjnych jest doskonałym sposobem na zrekrutowanie idealnego stażysty przy minimalnym zaangażowaniu ze strony firmy – promocję programu stażowego, rekrutację oraz wstępną selekcję aplikacji przeprowadzają osoby pracujące przy realizacji programu Młodzi w Łodzi.

Udział w programie stypendialnym Młodzi w Łodzi (stypendia fundowane przez Pracodawców, finansowanie akademików oraz finansowanie dodatkowych lektoratów z języka obcego) to sposób na dotarcie do tzw. „najlepszych z najlepszych”, czyli najbardziej aktywnych studentów wybranych przez Pracodawcę kierunków studiów.

Fundując stypendium dla studentów ostatnich lat studiów wybranych kierunków Pracodawca ma szansę na przedstawienie swojej firmy tym najlepszym, którzy szukając dodatkowych korzyści finansowych, wynagradzających im ciężką pracę na studiach starają się o przyznanie stypendium programu Młodzi w Łodzi. Zasady i warunki przyznawania stypendiów, finansowania akademików oraz lektoratów określają regulaminy ustanawiane przez poszczególnych Pracodawców w porozumieniu z organizatorem programu.

Oznacza to, że pracodawca może określić dokładne warunki jakie musi spełniać przyszły stypendysta, w zakresie posiadanej wiedzy, umiejętności i doświadczenia. W regulaminie mogą być także zawarte zapisy zobowiązujące stypendystę do określonych świadczeń na rzecz Fundatora tj. np. odbycia w firmie Fundatora stażu lub praktyk, czy pełnienia na uczelni funkcji ambasadora firmy Fundatora. Tutaj, podobnie jak w przypadku staży wakacyjnych, promocję



programów stypendialnych jak i promocję samych Fundatorów, rekrutację oraz wstępną selekcję aplikacji zapewnia program Młodzi w Łodzi. Atrakcyjność programu stypendialnego Młodzi w Łodzi doceniono na arenie ogólnopolskiej, w konkursie na najlepsze programy stypendialne został on Laureatem kategorii: programy stypendialne jednostek samorządu terytorialnego oraz uzyskał tytuł Dobre Stypendium.

Natomiast realizacja bezpłatnych szkoleń dla studentów w ramach cyklu Twoja Kariera w Twoich Rękach pozwala z jednej strony na przekazanie studentom wiedzy, która będzie im niezbędna po wejściu na rynek pracy, a z drugiej strony zapewnia Pracodawcom absolwentów – potencjalnych pracowników już posiadających wiedzę wykraczającą poza ramy wiedzy uczelnianej. Podobne korzyści mogą uzyskać Pracodawcy biorący udział w inicjatywie Poznaj łódzkich Pracodawców. Jest to cykl wycieczek do łódzkich Pracodawców, podczas których studenci mogą poznać firmę od wewnątrz i zobaczyć jak wygląda codzienna praca w firmie. Całość obsługi organizacyjnej obydwu wymienionych inicjatyw zapewnia program Młodzi w Łodzi.

Partnerzy programu Młodzi w Łodzi mogą także wykorzystywać kanały informacyjne programu: stronę internetową

www.mlodziwlodzi.pl, którą tygodniowo odwiedza ponad 8 tys. unikalnych użytkowników oraz newsletter posiadający ponad 3,5 tys. subskrybentów, do przekazywania studentom czy absolwentom informacji o rekrutacjach na wolne stanowiska pracy, programach praktyk i programach stażowych czy innych istotnych informacji dotyczących firmy.

Zostań Partnerem programu Młodzi w Łodzi! Naprawdę WARTO!

Więcej informacji: www.mlodziwlodzi.pl



Materiały: Miasto Łódź

Reklama

Szukasz biura?

Zamów **BEZPŁATNY** album

Office Buildings in Poland 2012

biurowce W POLSCE

11 edycja, wiosna 2012

tel: 795 550 440

<http://nowyadres.wydawnictwa.pl>



Kapitał ludzki województwa łódzkiego

Województwo łódzkie należy do województw średniej wielkości, jest za to na szóstym miejscu w Polsce jeśli chodzi o liczbę ludności. Według danych GUS na koniec roku 2010 województwo łódzkie zamieszkiwało ponad 2,5 miliona osób. Stolica województwa, Łódź, jest jednym z trzech największych miast w Polsce. Liczba ludności w poszczególnych miastach została przedstawiona na Wykresie 1.

Łódź jest również coraz bardziej popularnym miejscem dla firm chcących zlokalizować w Polsce centrum nowoczesnych usług biznesowych. Do największych centrów już zlokalizowanych w Łodzi należą: Infosys, BRE Centrum Operacji, Fujitsu Services, SouthWestern czy Tate & Lyle. W roku 2011 było ich w sumie 37 i, wg danych ABSL, zatrudniały ok. 7,7 tys. osób, co stanowiło 9% pracowników całego sektora w Polsce. Oznacza to wzrost o 0,9 punktu procentowego w stosunku do roku 2009 – Łódź była jednym z dwóch polskich miast, które zwiększyły swój udział w zatrudnieniu.

Jednym z czynników decydujących o rosnącej popularności Łodzi jako lokalizacji centrów nowoczesnych usług biznesowych jest fakt, że miasto dysponuje wysoko wykwalifikowaną kadrą i dużą populacją studentów.

Szkoły wyższe w Łodzi

W roku 2011, wg danych GUS, w województwie łódzkim znajdowało się 30 uczelni wyższych. Zdecydowana większość, bo 23 z nich, zlokalizowana była w Łodzi. Drugim ośrodkiem

akademickim w województwie były Skierniewice. Swoją siedzibę miały tam 4 uczelnie.

Wśród łódzkich uczelni znajdują się: uniwersytet, dwie wyższe szkoły techniczne, pięć ekonomicznych, uniwersytet medyczny oraz aż cztery szkoły artystyczne. Kompletna lista łódzkich szkół wyższych zawarta jest w Tabeli 1.

Największe i najważniejsze uczelnie na terenie Łodzi to Uniwersytet Łódzki i Politechnika Łódzka.

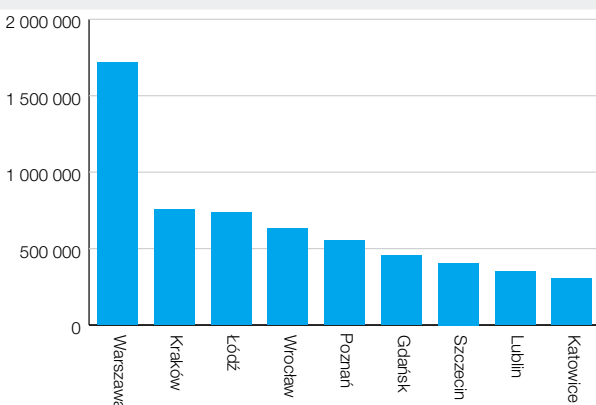
Najwięcej studentów w mieście kształci się na Uniwersytecie Łódzkim. Oferta edukacyjna przedstawiona przez uczelnię obejmuje 37 kierunków studiów prowadzonych na 13 wydziałach. Suma wszystkich specjalizacji wynosi 134. W roku 2011 jej mury opuściło prawie 9 tys. absolwentów.

Tabela 1. Szkoły wyższe w Łodzi

Uczelnie państwowe	
1.	Akademia Muzyczna im. Grażyny i Kiejstuty Bacewiczów
2.	Akademia Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego
3.	Państwowa Wyższa Szkoła Filmowa, Telewizyjna i Teatralna im. Leona Schillera
4.	Politechnika Łódzka
5.	Uniwersytet Łódzki
6.	Uniwersytet Medyczny
Uczelnie prywatne	
7.	Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna
8.	Salezjańska Wyższa Szkoła Ekonomii i Zarządzania
9.	Spółeczna Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania
10.	Wschód-Zachód Szkoła Wyższa im. Henryka Józwiaka
11.	Wyższa Szkoła Biznesu i Nauk o Zdrowiu
12.	Wyższa Szkoła Edukacji Zdrowotnej
13.	Wyższa Szkoła Finansów i Informatyki im. prof. Janusza Chechlińskiego
14.	Wyższa Szkoła Informatyki
15.	Wyższa Szkoła Kupiecka
16.	Wyższa Szkoła Marketingu i Biznesu
17.	Wyższa Szkoła Pedagogiczna
18.	Wyższa Szkoła Studiów Międzynarodowych
19.	Wyższa Szkoła Sztuki i Projektowania
20.	Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa
21.	Wyższa Szkoła Zawodowa Łódzkiej Korporacji Oświatowej
22.	Wyższe Seminarium Duchowne oo. Franciszkanów
23.	Wyższe Seminarium Duchowne w Łodzi

Źródło: UM Łódź

Wykres 1. Ludność zamieszkała w najważniejszych miastach Polski pod koniec roku 2010



Źródło: opracowanie Hays Poland na podstawie informacji Banku Danych Lokalnych GUS

JUŻ WE WRZEŚNIU NOWY NUMER!

A w nim:

Poznań i Wielkopolska

Temat numeru

CRM, Call i Contact Centre

Branża

Normy i certyfikacje

Systemy

Szkolenia



Dystrybucja numeru m.in. na:

VII Polish Outsourcing Forum w Warszawie, Polska

III konferencja ABSL w Sopocie, Polska

IX International Outsourcing Forum w Sopocie, Polska

II Call Centre Awards w Warszawie, Polska

VIII Kongres Contact Center w Warszawie, Polska

VI Shared Services and Outsourcing Exchange w Pradze, Czechy

Ponad 700 gości zgromadzonych na imprezach!

GŁÓWNY
PATRON
MEDIALNY
O&M

Jeżeli jesteś zainteresowany promocją na łamach numeru
wrzesień-październik 2012 skontaktuj się z nami:

reklama@riposta.pl lub +48 22 213 02 45



Współpraca z Uniwersytetem w Lyon zaowocowała w 2010 r. wzbogaceniem oferty o nowe kierunki studiów prowadzone w języku francuskim: zarządzanie oraz prawo francuskie.

Unikatowym w skali kraju projektem realizowanym przez Uniwersytet Łódzki są studia podyplomowe „Organizacja i zarządzanie centrum usług wspólnych BPO”.

Politechnika Łódzka, największa pod względem liczby studentów uczelnia techniczna w regionie, oferuje na swych 9 wydziałach, 33 kierunki studiów i ponad 120 specjalizacji. W 2011 r. ogólna liczba studentów wyniosła 20 tys.

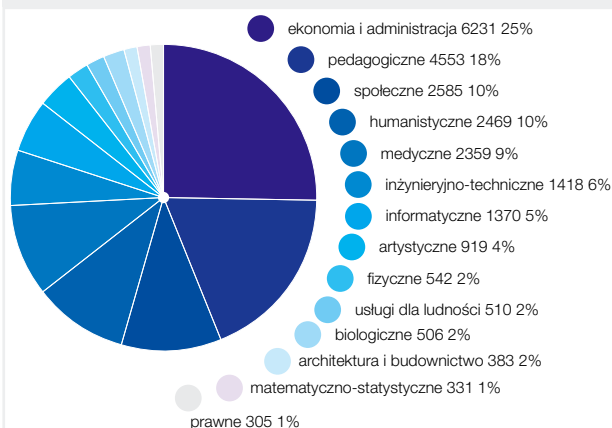
Unikatową jednostką jest Centrum Kształcenia Międzynarodowego, gdzie językiem wykładowym studiów jest angielski i francuski.

Absolwenci szkół wyższych w Łodzi

W roku 2011 według informacji z Banku Danych Lokalnych GUS, w Łodzi studiowało w sumie 95 417, a dyplom szkoły wyższej uzyskało 25 878 osób. Procentowy rozkład absolwentów ze względu na kierunek studiów został zaprezentowany na Wykresie 2.

Największa liczba osób studiowała kierunki ekonomiczno-administracyjne, takie jak finanse i księgowość czy zarządzanie. W roku 2011 kierunki te ukończyło prawie 6250 osób, czyli 25 % wszystkich absolwentów z Łodzi. Kolejną dużą grupę stanowili absolwenci kierunków związanych z pedagogiką, stanowili oni 18 % wszystkich łódzkich absolwentów. Stosunkowo dużo osób kończyło też kierunki medyczne, głównie na Uniwersytecie Medycznym.

Wykres 2. Absolwenci w podziale na grupy kierunków studiów w Łodzi w roku 2011



Źródło: opracowanie Hays Poland na podstawie informacji Banku Danych Lokalnych GUS

Dla inwestorów z branży BPO/SSC istotna jest przede wszystkim liczba absolwentów kierunków ekonomicznych, inżynieryjnych i informatycznych, gdyż właśnie takie usługi są najczęściej świadczone przez centra usług lokalizowane w polskich miastach.

Łódź wydaje się szczególnie dobrą lokalizacją dla centrów finansowo-księgowych, które chętnie zatrudniają absolwentów kierunków ekonomicznych.

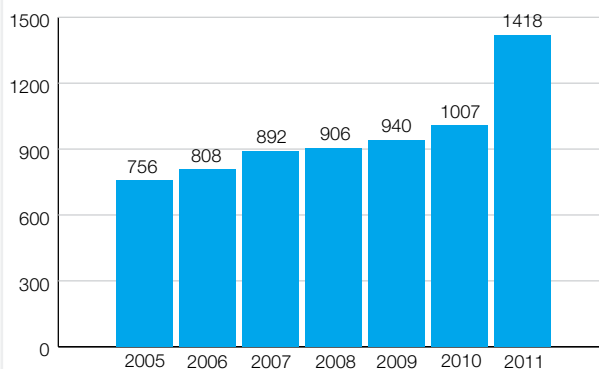
Inną grupą, chętnie zatrudnianą w centrach, zwłaszcza tych badawczo-rozwojowych, są absolwenci kierunków inżynieryjno-technicznych. Liczba tego typu absolwentów od kilku lat w Łodzi wzrasta. Pozytywny trend przedstawiono na Wykresie 3. Szczególnie duży wzrost zanotowano w roku 2011, kiedy to studia kończył pierwszy rocznik kierunków zamawianych przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

Znajomość języków obcych

W roku 2010 Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości w ramach projektu Bilans Kapitału Ludzkiego przeprowadziła bardzo szeroko zakrojone badania polskiej populacji, w tym studentów, pytając m.in. o ich znajomość języków obcych. Wynik tego badania przedstawiono na Wykresie 4.

Z danych widocznych na wykresie wynika, że ponad 90% łódzkich studentów potrafi posługiwać się językiem angielskim. Drugim najbardziej popularnym językiem jest niemiecki, jego znajomość zadeklarowało 39,8% studentów. Kolejne to rosyjski i hiszpański; znajomość tych języków na poziomie przynajmniej podstawowym zadeklarowało odpowiednio 11,8% i 7,3% studentów. Na wyróżnienie zasługuje wysoki poziom znajomości języka hiszpańskiego – średnia dla Polski wynosi 6,4%. Podobny odsetek osób (7,9%) zadeklarował znajomość języka francuskiego. Pojedyncze

Wykres 3. Liczba absolwentów kierunków inżynieryjno-technicznych w Łodzi



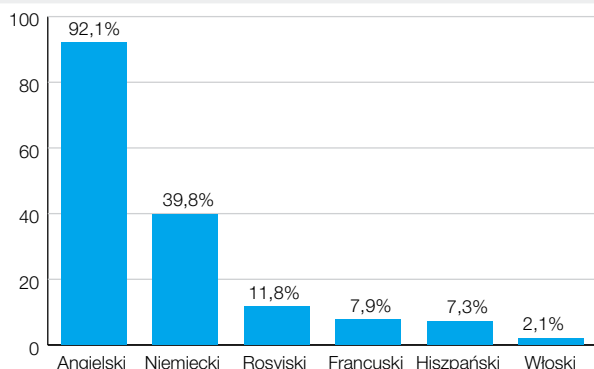
Źródło: opracowanie Hays Poland na podstawie informacji Banku Danych Lokalnych GUS



osoby posiadają znajomość języków skandynawskich oraz dalekowschodnich.

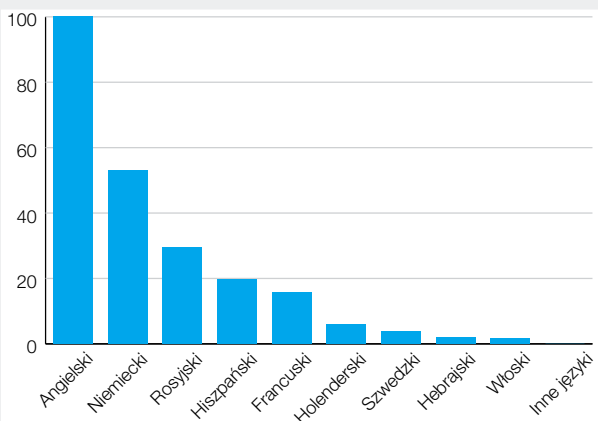
Dobra znajomość języków obcych, w tym również tych należących do grupy niszowych, jest jednym z głównych kryteriów zatrudniania pracowników w sektorze BPO/SSC. W związku z tym nie dziwią wyniki badania Hays Poland nt. znajomości języków wśród pracowników sektora BPO/SSC

Wykres 4. Znajomość języków obcych wśród studentów w Łodzi



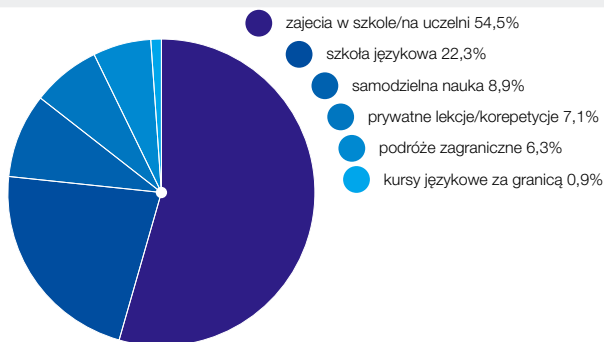
Źródło: obliczenia własne na podstawie Bilans Kapitału Ludzkiego – 2010

Wykres 5. Znajomość języków obcych wśród pracowników BPO/SSC w Łodzi



Źródło: Badanie Hays Poland

Wykres 6. Sposoby nauki języków obcych wśród pracowników BPO/SSC w Łodzi



Źródło: Badanie Hays Poland

w Łodzi, z których wynika, że 100% przebadanych zadeklarowało znajomość angielskiego. Wyniki badania zostały zaprezentowane na Wykresie 5.

Wysoki, w porównaniu do polskiej średniej, jest również stopień znajomości języka holenderskiego oraz szwedzkiego, włada nim odpowiednio 5,9 % oraz 3,9 % ankietowanych.

Ciekawych informacji dostarcza również zestawienie odpowiedzi na pytanie o podstawowy sposób nauki języka obcego. Ponad 50 % respondentów wskazała na zajęcia w szkole/na uczelni jako podstawowe źródło wiedzy o języku. Na drugim miejscu znajdują się szkoły językowe. Były one szczególnie popularne w przypadku nauki języka hiszpańskiego. Za to, przy nauce języka rosyjskiego, zajęcia w szkole i na uczelni były praktycznie jedyną metodą wymienianą przez ankietowanych. Dane dotyczące sposobów nauki języka przedstawiono na Wykresie 6.

Podsumowanie

Kapitał ludzki to jeden z głównych czynników decydujących o atrakcyjności danej lokalizacji dla inwestorów. Złazszcza branża BPO/SSC, w tym szczególnie procesy oparte na wiedzy mają szansę rozwoju jedynie na rynku pracy, który jest stale zasilany wykształconą kadrą.

Łódź charakteryzuje się zatem szczególnie dobrym potencjałem, biorąc pod uwagę, że uczelnie w tym mieście co roku kończy 20 tys. osób, z których jedna czwarta ma wykształcenie ekonomiczne, a 90 % deklaruje znajomość języka angielskiego. Oprócz dużej liczby studentów i absolwentów Łódź dysponuje też pulą ok. 7700 pracowników z doświadczeniem w pracy w sektorze BPO/SSC.

Podsumowując, dane przedstawione w powyższym artykule pozwalają stwierdzić, że kapitał ludzki województwa łódzkiego a w szczególności Łodzi, jest dostosowany do potrzeb przedsiębiorstw z sektora BPO/SSC, zwłaszcza tych obsługujących procesy finansowe.

HAYS
Recruiting experts
worldwide

Hays Poland Sp. z o.o.
Lumen Złote Tarasy
ul. Złota 59
00-120 Warszawa
info@hays.pl
www.hays.pl



Autorzy:
Jadwiga Naduk
Head of Market Research & Consultancy
Hays Poland



Tomasz Szreder
Analyst
Hays Poland



Uniwersytet Łódzki dla Pracodawców

Największa państwowa łódzka uczelnia – Uniwersytet Łódzki – to nie tylko miejsce przekazywania wiedzy teoretycznej. To instytucja, która dąży do wykształcenia specjalistów różnych dziedzin poprzez funkcjonowanie w oparciu o określoną strategię nastawioną na rozwój studentów odpowiadającą potrzebom biznesu. Przeglądając się pręźnie rozwijającemu sektorowi BPO, któremu Uniwersytet Łódzki wychodzi na przeciw, warto poinformować czytelników Outsourcing&More jakie zmiany dotyczące programów i jakości kształcenia oraz dodatkowe metody rozwoju osobistego uczelnia oferuje swoim studentom, potencjalnym kandydatom na pracowników sektorów BPO.

Uniwersytet Łódzki podjął wyzwanie zbudowania silnych relacji z otoczeniem biznesowym, które zapewnią szeroko pojęty transfer wiedzy między nauką a biznesem. W tym celu powstał program „Uniwersytet Łódzki dla Pracodawców” skierowany do pracodawców, przedsiębiorców i biznesu. Celem programu jest wypracowanie obszarów współpracy między uczelnią a przedsiębiorcami, które będą służyć podnoszeniu jakości kształcenia studentów oraz będą miały realny wpływ na rozwój gospodarki innowacyjnej opartej na wiedzy.

„Praktyka dla nauki, nauka dla praktyki”

Projekt „Praktyka dla nauki, nauka dla praktyki – pilotażowy projekt staży naukowców w przedsiębiorstwach” realizowany był w ramach POKL/I/8.2.1/10, Wsparcie dla współpracy sfery nauki i przedsiębiorstw. Kluczowymi elementami projektu były szkolenia dla 48 reprezentantów kadry akademickiej, przedstawicieli firm oraz organizacja miesięcznego stażu w firmach celem rozpoznania potencjalnych obszarów zlecenia prac dyplomowych. Staże odbyły się w największych firmach działających w regionie: Agora, Amepox, Aqua Park „Fala”, BRE Bank, Bank Zachodni WBK, Cebal Tuba, CWS - boco, Della Cosmetics, Fujitsu Services, Fun Tour, Indesit Company, Infosys BPO Poland, Lek - Sandoz, LSI Software, Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna, MakoLab, Medana Pharma, Organika, Partner Center, Pelion, PHILIPS, SouthWestern BPS Poland, Tom Tom, Żarówka PR i Marketing.

Najważniejszą korzyścią realizowanego projektu jest wypracowany **Model Efektywnej Współpracy** tworzenia prac dyplomowych na zlecenie i potrzeby gospodarki.

Model Efektywnej Współpracy tworzenia prac dyplomowych na zlecenie i potrzeby gospodarki.

Krok 1 Analiza potrzeb wewnątrz przedsiębiorstwa

Krok 2 Wprowadzenie tematu pracy przez przedsiębiorstwo do elektronicznej bazy zleceń

Krok 3 Lokalizacja adekwatnego promotora przez Biuro Współpracy z Pracodawcami

Krok 4 Doprecyzowania warunków zlecenia przez Promotora w przedsiębiorstwie

Krok 5 Wypracowanie z dyplomantem tematu pracy wraz z zakresem badawczym

Krok 6 Podpisanie umowy o odbycie praktyki oraz realizację pracy dyplomowej na potrzeby przedsiębiorstwa

Krok 7 Realizacja pracy dyplomowej na zamówienie + monitoring

Krok 8 Obrona pracy dyplomowej

Źródło: <http://www.pracodawcy.uni.lodz.pl/Portals/1/Files/Pdf/ModelEfektywnejWspolpracy.pdf>



Powstała innowacyjna platforma dostępna na: www.praktycznydyplom.uni.lodz.pl, dzięki której pracodawcy mogą zgłaszać tematy prac dyplomowych dla studentów UŁ.

W toku studiów student przeznaczają ok. 500 godzin na pisanie pracy dyplomowej, która do tej pory była na ogół pisana do szuflady. Owe 500 godzin to: 62 dni → 12 tygodni → 3 miesiące robocze, czyli czas, który student mógłby spożytkować na odbycie praktyki zawodowej lub stażu w wybranej firmie. Dzięki realizacji projektu studenci oraz zainteresowane firmy mają możliwość twórczej współpracy.

„UŁ jako centrum kształcenia menedżerów”

Polsko-Amerykańskie Centrum Zarządzania (PAM Center) na Wydziale Zarządzania UŁ to nowoczesne centrum kształcenia menedżerów, które od blisko 17 lat wspiera rozwój zawodowy kadr kierowniczych różnego szczebla realizując studia i szkolenia dla pracowników, menedżerów i właścicieli przedsiębiorstw.

Główne programy PAM Center to oferowane we współpracy z R.H. Smith School of Business (University of Maryland) Polsko-Amerykańskie Studia Executive MBA oraz unikatowe w skali kraju Studium Menedżerskie Mini MBA®. Oferta PAM Center obejmuje zarówno szkolenia otwarte, m.in. Zarządzanie Projektami, Studium Kompetencji Menedżera, Prognozowanie Rynków Finansowych, Akademia Przywództwa, jak i te realizowane na indywidualne potrzeby przedsiębiorstw. Poszczególne Wydziały Uczelni to miejsce różnorodnych spotkań, seminariów, konferencji, szkoleń, akcji promocyjnych i rekrutacyjnych, które są dowodem na umiejętne łączenie teorii naukowych z praktyką biznesową.

„UŁ dla branży outsourcing’owej”

Obecnie, na kierunkach ekonomicznych i informatycznych prawie 1900 osób kształci się na przyszłych analityków systemów ekonomicznych i informatycznych. Absolwenci posiadają wiedzę z zakresu szeroko rozumianej ekonomii, zarządzania i finansów a także różnych metod ilościowych i potrafią ją wykorzystać do analizy oraz prognozowania zjawisk na różnych szczeblach zarządzania. Wiedza z informatyki użytkowej może być wykorzystana do projektowania, programowania i wdrażania systemów informatycznych oraz administrowania sieciami komputerowymi.

Kierunek finanse i rachunkowość kształci obecnie ponad 3600 specjalistów z zakresu finansów i rachunkowości, zasad funkcjonowania instytucji finansowych, analiz zjawisk ekonomiczno-finansowych. Program studiów jest skomponowany z bloku zajęć ogólnoeconomicznych i narzędziowych oraz z grupy przedmiotów kierunkowych.



Na Wydziale Zarządzania zlokalizowane jest jedno z najlepszych centrów kształcących w zakresie rachunkowości w Polsce. Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny współtworzy, m. in. we współpracy z branżą, podyplomowe studia z obszaru outsourcingu.

Na Wydziale Filologicznym UŁ kształcą się 2350 osób w zakresie języków obcych (m. in. angielski, niemiecki, rosyjski, hiszpański, włoski, francuski). Absolwenci filologii obcych to nie tylko specjaliści w zakresie języka kierunkowego, ale i znawcy kultury i mentalności danej grupy narodowej, przez co doskonale sprawdzają się w pracy w odmiennych kręgach kulturowych uwzględniając ich sposoby zachowań.

Dla najlepszych studentów gwarantowane są stypendia motywacyjne do 1000 zł miesięcznie już od pierwszego semestru studiów.

Na wszystkich wydziałach działają Rady Biznesu, których gremia stanowią przedstawiciele przedsiębiorstw z różnych branż, działających w regionie łódzkim. Pozwala to na unowocześnianie treści dydaktycznych oraz opracowywanie nowych programów specjalności i kierunków. Istotnym przejawem współpracy z biznesem jest prowadzenie zajęć



przez praktyków, co wyraźnie wzbogaca empiryczną stronę prezentowanych treści dydaktycznych.

Łódzkie centrum Infosys BPO intensywnie współpracuje z uczelnią przede wszystkim w zakresie podnoszenia kompetencji studentów i dostosowywania ich umiejętności do potrzeb pracodawców. Infosys organizuje warsztaty i wykłady oraz rozmaite programy stażowe, które mają na celu rozwijanie umiejętności młodych ludzi, które pomogą im z sukcesem odnaleźć się na rynku pracy. Przedstawiciele centrum zasiadają w uniwersyteckich Radach Biznesu oraz aktywnie wspierają finansowanie inicjatyw akademickich, jak również kół naukowych. Firma Infosys BPO Poland była współtwórcą jednych z pierwszych w Polsce studiów podyplomowych



dotyczących sektora nowoczesnych usług dla biznesu, „Organizacja i zarządzanie centrum usług wspólnych i BPO” na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym UŁ.

Potencjał badawczy i międzynarodowy

W roku 2011 Uniwersytet Łódzki realizował między innymi:

- 11 projektów badawczych finansowanych w ramach programów ramowych, w tym 9 z 7go Programu Ramowego,
- 30 projektów badawczych finansowanych ze źródeł zewnętrznych, w tym krajowych,
- 58 projektów finansowanych ze środków Funduszy Strukturalnych,
- 2 projekty finansowane z Norweskiego Mechanizmu Finansowego.

Studenci UŁ mogą pochwalić się dużą mobilnością w kontaktach międzynarodowych. Na studia w ramach programu

ERASMUS w roku kalendarzowym 2011 wyjechało łącznie 471 studentów (w roku 2010 – 465 studentów). W ramach pozyskanych środków finansowych z budżetu programu ERASMUS sfinansowano roczne wyjazdy na studia Campus Europae dla 11 studentów UŁ. Największa liczba wyjazdów zrealizowana została do krajów: Hiszpania (81 studentów), Niemcy (60 studentów), Francja (51 studentów), Portugalia (43 studentów), Finlandia (20 studentów), Turcja (19 studentów), Włochy (16 studentów). Studenci wyjechali również na studia do Austrii, Belgii, Bułgarii, Grecji, Danii, Estonii, Holandii, na Litwę, Łotwę, Węgry, Słowację, Słowenię, Cypr, Maltę, do Norwegii, Irlandii, Rumunii, Wlk. Brytanii, Czech, Szwecji, Luksemburga i Szwajcarii.

Kapitał 8,5 mln zł na realizację pomysłów na biznes – Fundacja UŁ dysponuje własnym funduszem inwestycyjnym!

Fundacja UŁ „Centrum Innowacji – Akcelerator Technologii” **dysponuje** funduszem inwestycyjnym typu venture capital 8,5 mln zł. Inwestujemy w pomysły na biznes oraz firmy na wczesnym etapie rozwoju – **do 200 tys. Euro każdy** (ale możliwa jest też większa inwestycja, przy udziale współpracujących funduszy inwestycyjnych). Pomysłodawcami mogą być osoby fizyczne oraz prowadzący działalność gospodarczą (również spółki).

Oprócz kapitału, Pomysłodawca w pierwszym etapie – preinkubacji – otrzymuje pomoc od Fundacji w zakresie m.in. przygotowania biznes planu i strategii wdrożenia, badania rynku, ekspertyz ekonomicznych, technicznych i technologicznych oraz prawnych. W drugim etapie – inwestycji – z autorem pomysłu tworzona jest spółka, której udziały obejmuje autor pomysłu oraz Fundacja jako inwestor (Fundacja poniżej 50% udziałów). W ramach utworzonej spółki Fundacja UŁ współpracuje z autorem i zespołem zarządzającym w zakresie realizacji celów biznesowych, strategii i wzrostu wartości spółki.

Nabór pomysłów prowadzony jest w trybie ciągłym. Formularz zgłoszeniowy do Funduszu jest dostępny na stronie www.ciat.uni.lodz.pl



Uniwersytet
ŁÓDZKI

Źródło:
Biuro Pełnomocnika Rektora UŁ
ds. Współpracy z Pracodawcami



Międzynarodowy model kształcenia studentów

Wydział Studiów Międzynarodowych i Politologicznych jest najbardziej międzynarodowym Wydziałem Uniwersytetu Łódzkiego. Od wielu lat specjalizujemy się w nowoczesnym kształceniu menedżerskim w językach obcych, dostosowanym do potrzeb międzynarodowych firm.

Nasza oferta edukacyjna przygotowuje przyszłych absolwentów do elastycznego poruszania się na coraz bardziej konkurencyjnym międzynarodowym rynku pracy. Dotyczy to zarówno programów studiów podyplomowych, jak i studiów stacjonarnych ze specjalności *International Marketing*.

Programy edukacyjne kreowane są w bezpośredniej relacji z pracodawcami oraz z interdyscyplinarną Radą Biznesu, której członkami są przedstawiciele znanych międzynarodowych korporacji — w tym także zagranicznych firm z sektora outsourcingu.



Międzynarodowa orientacja studiów

W naszym modelu kształcenia wykorzystujemy najlepsze doświadczenia uniwersytetów europejskich oraz amerykańskich. Stały kontakt z najlepszymi zagranicznymi uniwersytetami pozwolił nam wypracować model studiów interdyscyplinarnych, łączących wiedzę z zakresu nauk ekonomicznych, zarządzania i marketingu z doskonałą znajomością dwóch języków obcych i otoczenia kulturowego. Obok języków europejskich nasi studenci mogą uczyć się języka chińskiego, japońskiego oraz arabskiego, co poszerza ich możliwości zatrudnienia.

Kształcenie dla międzynarodowego rynku pracy

Nasz model kształcenia jest wysoko ceniony przez zagranicznych pracodawców oraz menedżerów. Nasz absolwent potrafi bowiem nie tylko doskonale komunikować się ze swymi zagranicznymi partnerami z międzynarodowego zespołu, ale także zna dobrze specyfikę różnic kulturowych wybranych krajów.

Nasi absolwenci znają coraz częściej trzy języki obce, co pozwala im — znacznie lepiej od absolwentów klasycznych studiów inżynierskich, ekonomicznych, prawnych lub menedżerskich — odnajdywać się na międzynarodowym rynku pracy. Cechuje ich znacznie większa otwartość kulturowa, która w połączeniu z wiedzą marketingową, zarządzaniem projektami oraz znajomością nowych technologii komunikowania daje im ogromną przewagę na rynku pracy.

Możliwość wyboru własnej ścieżki kariery: międzynarodowy Biznes–Polityka–Media

Nasi studenci mogą wybierać między ścieżką prowadzącą ich do pracy w międzynarodowym biznesie (marketing międzynarodowy, międzynarodowe zarządzanie projektami, międzynarodowa komunikacja marketingowa); w międzynarodowych instytucjach społecznych i politycznych (instytucje samorządowe, realizujące programy europejskie, polskie przedstawicielstwa dyplomatyczne oraz agendy Unii Europejskiej), jak również w międzynarodowych mediach (dziennikarstwo międzynarodowe w koncernach multimedialnych: prasa, telewizja, Internet, radio).



Przewodniczący Komisji Europejskiej, **José Manuel Barroso**, Doktor honoris causa Uniwersytetu Łódzkiego z inicjatywy Wydziału Studiów Międzynarodowych i Politologicznych UŁ, w towarzystwie **prof. zw. dr hab. Elżbiety H. Oleksy** (dziekan Wydziału w latach 2000–2008) i **prof. zw. dr hab. Tomasza Domańskiego** (dziekan Wydziału od 2008 r.) oraz studentów. Fot. Krzysztof Szymczak („Dziennik Łódzki”)

Zachęcamy studentów do podejmowania pracy oraz odbywania staży zawodowych już w trakcie studiów, w tym także w firmach outsourcingowych, z którymi zamierzamy stale poszerzać współpracę.

Łączenie w ramach jednego kierunku studiów (*stosunki międzynarodowe*) interdyscyplinarnego podejścia do ścieżki własnej kariery pozwala nam kształcić ludzi bardziej otwartych na świat. Nasz absolwent jest dobrze przygotowany do kilkakrotnych zmian miejsca pracy oraz otoczenia przedsięwzięcia. Ten profil absolwenta znacznie lepiej sprawdzi się w warunkach zmian oraz sytuacjach kryzysowych. Potrafi bowiem dobrze odnaleźć się w różnych zespołach i jest otwarty na zmiany otoczenia biznesowego. Doskonale poradzi sobie zarówno w biznesie w roli menedżera i szefa projektu, jak i w administracji publicznej, samorządowej na szczeblu lokalnym oraz centralnym. Znajomość otoczenia międzynarodowego predestynuje go do pracy we wszelkiego rodzaju instytucjach współpracy z zagranicą — odpowiedzialnych za realizację międzynarodowych projektów biznesowych, społecznych, politycznych oraz kulturowych. Jego umiejętności w zakresie komunikacji wielokulturowej czynią z niego zarówno potencjalnego partnera, jak i docelowo lidera tego typu zespołów. Firmy outsourcingowe są w tym zakresie naszym ważnym partnerem biznesowym.

Szeroko rozbudowana wymiana zagraniczna

Większość naszych słuchaczy w trakcie studiów spędza jeden semestr lub cały rok akademicki w najlepszych

uniwersytetach Wielkiej Brytanii, Niemiec, Hiszpanii, Francji, Belgii, Holandii, Włoch, Portugalii lub w jednym z krajów skandynawskich: Danii, Finlandii, Szwecji. Wielość doświadczeń edukacyjnych, biznesowych i kulturowych pozwala nam wykształcić „młodych Europejczyków” — elastycznie pozycjonujących się na globalnym rynku.

Dodatkowym wymiarem internacjonalizacji jest obecność na naszym Wydziale zagranicznych studentów. Międzynarodowe grono studentów dobrze służy komunikacji i zrozumieniu różnych kultur. Współpracuje z nami również szerokie grono zagranicznych wykładowców z USA, Meksyku, Francji, Indii, Australii, Japonii, Hiszpanii, Rosji czy Chin.

Znajomość języków obcych, marketingu oraz nowoczesnych technik komunikowania się w otoczeniu międzynarodowym

Nasze studia łączą w sobie kluczowe dla początku XXI w. kompetencje dotyczące marketingu i przedsiębiorczości. Nasi absolwenci posiadają zaś interdyscyplinarną wiedzę, którą kiedyś trzeba było zdobywać na kilku różnych kierunkach kształcenia. Kontakty z pracodawcami pokazują, że zaproponowany przez nas model kształcenia ma zdecydowaną przewagę nad klasycznymi kierunkami studiów. Nasi absolwenci są cenieni przez pracodawców i znacznie szybciej znajdują zatrudnienie. Wielu z nich podejmuje pracę już w trakcie studiów łącząc doskonale wiedzę językową, techniki komunikacji, zarządzanie projektami oraz umiejętności marketingowe i menedżerskie. Ich wszechstronność



predestynuje ich doskonale do pracy w międzynarodowych firmach usługowych, działach marketingu i reklamy oraz nowoczesnych mediach i instytucjach międzynarodowych oraz outsourcingu.

Interaktywne metody kształcenia

Interaktywność służy przede wszystkim doskonaleniu predyspozycji studenta i inspirowaniu go do inicjowania międzynarodowych projektów. Większość projektów zaliczeniowych ma najczęściej charakter prac zespołowych, które uczą harmonijnej współpracy oraz doskonalenia nowoczesnych technik prezentacji.

Prace dyplomowe studentów opierają się najczęściej na wynikach własnych badań marketingowych oraz na ich samodzielnej analizie. Przedmiot pracy magisterskiej jest ściśle powiązany z zainteresowaniami studenta i projektem przyszłej kariery zawodowej. Forma i wyniki pracy magisterskiej stanowią dobrą rekomendację dla przyszłego pracodawcy. Chcielibyśmy, aby coraz więcej prac dyplomowych było wynikiem naszej ścisłej współpracy z biznesem, w tym także z firmami outsourcingowymi oraz innymi firmami należącymi do naszej Rady Biznesu.

Rada Biznesu

Nasza Rada Biznesu ma charakter interdyscyplinarny. W jej skład wchodzi przedstawiciele biznesu, samorządu oraz instytucji kultury i mediów.

Jej pierwszym filarem są przedstawiciele zagranicznych korporacji oraz renomowanych polskich firm, instytucji finansowych oraz firm ubezpieczeniowych. Nasze zaproszenie przyjęli: Grupa Jeronimo Martins („Biedronka”), BNP Paris Bas, Skanska, Grupa Hotelowa Orbis/Accor, Bank ING, PZU SA, PKO BP SA, Totalizator Sportowy, Amcor Rentsch, Atlas, ŁSSE oraz firmy outsourcingowe Southwestern i Infosys.

Drugim filarem są media, instytucje kultury oraz sztuki: Muzeum Sztuki, Teatr Jaracza, Filharmonia Łódzka, „Dziennik Łódzki”, a trzecim — kluczowym elementem — przedstawiciele samorządu miejskiego i wojewódzkiego w osobach swych najwyższych reprezentantów oraz władz wojewódzkich.

Celem Rady jest wypracowywanie nowoczesnych form współpracy wszystkich partnerów w zakresie edukacji oraz zatrudniania absolwentów.

Nasza oferta szkoleniowa

Wydział Studiów Międzynarodowych i Politologicznych UK kształci studentów na wysokim poziomie europejskim. Obok studiów licencjackich i magisterskich — w języku angielskim na specjalności *International Marketing* — prowadzone są studia podyplomowe *International Marketing Management* oraz *International Hotel Management*, a także *Polsko-Francuskie Studia Zarządzania typu MBA*, realizowane od 20 lat w języku francuskim we współpracy z Uniwersytetem Lyon III we Francji.

Profesor Tomasz Domański jest dziekanem Wydziału



Studiów Międzynarodowych i Politologicznych Uniwersytetu Łódzkiego. Kieruje Katedrą Marketingu Międzynarodowego i Dystrybucji oraz międzynarodowymi programami podyplomowych studiów menedżerskich w języku angielskim i francuskim. Ukończył studia we Francji. Jest autorem wielu książek z zakresu strategii marketingu oraz dystrybucji. Był doradcą marketingowym i szkoleniowcem wielu zagranicznych i polskich firm oraz samorządów. Jest członkiem Komitetu Polityki Naukowej przy Ministrze Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

**Wydział Studiów
Międzynarodowych
i Politologicznych**
Uniwersytet Łódzki



Uniwersytet
ŁÓDZKI

Kontakt:

International Marketing Management: imm@uni.lodz.pl;
kmmimm@uni.lodz.pl;
Polsko-Francuskie Studia Zarządzania typu MBA:
cbsful@uni.lodz.pl.



English for specific purposes - konieczność czy moda

Mimo faktu, iż język angielski nie jest najczęściej używanym językiem na świecie, jest bezprecedensowo najważniejszy. Szacuje się, że ponad miliard ludzi uczy się go w skali globalnej. Choć istnieje wiele różnych czynników wyjaśniających przyczynę tak wielkiego zainteresowania nauką języka angielskiego w ostatnich latach, wszystko sprowadza się do faktu, iż język angielski jest międzynarodowym językiem biznesu i polityki.

Świat dziś jest szybko kurczącym się miejscem. Postęp techniczny, a w szczególności prędkość z jaką podróżuje człowiek, informacja, idea zrewolucjonizowały i wciąż zmieniają sposób w jaki robi się biznes w XXI wieku. Aby zyskać przewagę konkurencyjną firmy muszą stawiać się coraz bardziej wrażliwe pod kątem językowym. Od tego uwarunkowany jest ich sukces zarówno lokalny jak i globalny.

W „płaskim świecie”, jak określa go Tom Friedman, w którym tak wielu ludzi, z tak różnych kultur współpracuje ze sobą nie ma tematu tak ważnego jak perfekcyjna znajomość języka angielskiego w biznesie. Obojętnie czy strony określają cenę i warunki kontraktu, kończą negocjacje, przekonują siebie do kooperacji, określają budżet czy przełamują poważny

impas, w każdej z tych sytuacji znajomość języka odgrywa kluczową rolę.

Jeśli organizacje i jednostki działające w ramach tych organizacji mają być efektywne, powinny nauczyć się myśleć i komunikować globalnie. Jeszcze nigdy dotąd potrzeba znajomości Business English nie była tak wielka. Brak kompetencji językowych często bywa „winowajcą”, przez którego przedsiębiorstwa międzynarodowe tracą wielomilionowe kontrakty, nowe możliwości i rynki zbytu.

Znaczenie języka angielskiego w biznesie

Rosnąca liczba prezesów międzynarodowych firm wymaga od swoich pracowników znakomitej znajomości języka angielskiego. Hiroshi Mikitani, dyrektor internetowego centrum handlowego Rakuten, określany przez niektórych jako japoński Bill Gates, rozumie jak ważną funkcję pełni umiejętność posługiwania się językiem angielskim w celu zwiększenia konkurencyjności swojej firmy na rynku światowym. W 2010 r. Hiroshi ogłosił swój plan. Do końca 2012 r., w celu rozszerzenia swojej działalności na całym świecie, językiem korporacyjnym firmy Rakuten miał stać się język angielski. Językowa strategia Rakuten'a okazała się skuteczna.



Tylko w ostatnim roku, firma Rakuten przejęła niemieckie centrum handlowe online Tradoria, brytyjskie Play.com i wiele innych firm w Indonezji i Rosji.

Istnieje wiele powodów, dla których coraz więcej firm wymaga od swoich pracowników szlifowania umiejętności językowych. Kadra zarządzająca międzynarodowych firm myśląc poważnie o zagranicznej ekspansji musi stawić czoła kwestii rozwoju kompetencji językowych swoich pracowników. Drugi powód to panujące na rynku trendy. Przy obecnym klimacie ekonomicznym, korporacje chętnie sięgają po outsourcing i offshoring. Wiele firm zdało sobie sprawę z tego, ile mogą zaoszczędzić przenosząc całą lub część produkcji do „tańszych” rejonów naszego globu. Część firm stosuje również strategie polegające na zatrudnianiu pracowników z innych krajów.

Po szczeblach kariery

Rozpatrując sukces z nieco węższej perspektywy, a więc na poziomie osobistym, odpowiedni zakres umiejętności językowych odgrywa tu znaczącą rolę. Ilość operacji i zadań w kontekście międzynarodowym w ciągu ostatnich kilku dekad znacząco wzrosła. Rozwój światowej gospodarki, transnarodowych korporacji, organizacji, jak również wyraźny wzrost kontaktów międzyrządowych znacząco zwiększył liczbę podróżujących menedżerów do innych krajów. Liczba powodów, dla których wysyłani są za granicę jest naprawdę imponująca. Są oni odpowiedzialni za zdobywanie nowych rynków, nadzorowanie start-up'ów, transfer technologii, zarządzanie fuzjami i przejęciami czy tworzenie kultury organizacyjnej. Choć zagraniczne zadania są postrzegane jako kluczowy element strategii korporacji transnarodowych, wielu menedżerów nie wywiązuje się ze zleconych zadań zagranicą i nie osiąga zamierzonych celów ze względu na brak skutecznych umiejętności językowych.

Bez względu na to czy posiada się dobre umiejętności prezentacji, czy jest się znakomitym negocjatorem, jeśli nie posiada się wystarczająco dobrych umiejętności językowych nie osiągnie się zamierzonych celów biznesowych. A zatem skuteczna komunikacja w języku obcym może stanowić przewagę konkurencyjną przy wspinaniu się po drabinie korporacyjnej.

Zdolność swobodnego wyrażania myśli w języku angielskim poszerza perspektywy rozwoju i jest nieocenionym atutem w procesie rekrutacji. Jeśli marzy się o karierze w międzynarodowej firmie, perfekcyjna znajomość języka angielskiego jest po prostu konieczna.

Jeśli chce się pracować w międzynarodowej firmie i odnosić sukcesy w prowadzeniu międzynarodowego biznesu, nauka

języka angielskiego jest kluczowa. Nieważne, jakim językiem urzędowym posługuje się dany kraj, większość komunikacji biznesowej, która ma miejsce w dzisiejszych czasach dzieje się w języku angielskim. Klienci, partnerzy, dostawcy oraz konkurencja używa języka angielskiego.

Pracownicy, którzy nie są w stanie zrozumieć, przetworzyć i wymienić informacji w sposób szybki i dokładny często stanowią grupę, która w przypadku redukcji zatrudnienia jako pierwsza opuści mury organizacji. Słabe umiejętności językowe często stanowią powód, przez który pracownika omijają podwyżki, możliwości rozwoju i awansu. Taki pracownik zazwyczaj bywa wykluczany ze spotkań, podczas których w języku obcym omawia się ważne kwestie.



Szybkim krokiem do lidera rynku

Coraz więcej firm dostrzega potrzebę inwestowania w szkolenia dla swoich pracowników. Nieważne, czy są one związane z wyposażeniem pracowników w nowe umiejętności do obsługi najnowszego oprogramowania czy dotyczą możliwości doskonalenia już wcześniej posiadanych umiejętności. W dzisiejszym świecie zapewnienie pracownikom odpowiednich szkoleń jest niezbędne, aby zatrzymać istniejący personel, jak również przyciągnąć nowych pracowników. Nie mówiąc już o wpływie na wizerunek pracodawcy.



Podnoszenie konkurencyjności na rynkach zagranicznych wymaga od firmy rozwoju językowego swoich pracowników. W miarę jak poziom biegłości języka angielskiego pracowników wzrasta, możliwości firmy stają się coraz większe.

Dzięki odpowiednio dobranym szkoleniom językowym organizacje powinny odnotować wzrost produktywności i wydajności, poprawę komunikacji i pracy zespołowej, zwiększenie zaufania wśród pracowników i ich motywacji, lepszą obsługę klienta i ogólną satysfakcję z pracy.

ESP-English for Specific Purposes

Status języka angielskiego jako lingua franca w szczególności w obszarach takich jak: biznes, medycyna, inżynieria i lotnictwo odgrywa kluczową rolę we wzroście światowego popytu na jego naukę.

Popyt na szkolenia językowe dostosowane do potrzeb grup lub jednostek indywidualnych rośnie najszybciej w takich dziedzinach jak:

- Zasoby ludzkie
- Negocjacje
- Prezentacje
- Finanse
- Księgowość
- Podróże i turystyka

Aby sprostać wymaganiom firm, nauczanie ESP (English for Specific Purposes) koncentruje się przede wszystkim na praktycznym podejściu komunikatywnym niż na nauce gramatyki. W zależności od potrzeb ESP obejmuje takie obszary jak: marketing i PR, zarządzanie, negocjacje, prezentacje,

obsługę klienta, finanse czy księgowość. Może również stanowić kompozycję konkretnych obszarów. I tak cele kursu języka angielskiego specjalistycznego zależą od potrzeb konkretnej grupy słuchaczy. Umiejętności, jakie dana grupa potrzebuje do wykonania swojej pracy mogą być bardzo zróżnicowane i zawierać takie elementy jak pisanie e-maili w języku angielskim, prowadzenie prezentacji i negocjacji lub prowadzenie spotkań w języku angielskim. Zwróćmy uwagę, że wyżej wymienione umiejętności są uważane za warunek konieczny funkcjonowania nowoczesnego biznesu.

L. McFarland w książce „21st century leadership” określa XXI wiek jako wiek „globalnego świata”. Zygmunt Bauman pisze, iż globalizacja to słowo, które jest na ustach wszystkich. Jest to słowo na czasie, które szybko przekształca się w slogan, w swego rodzaju magiczną formułę, która wyjaśnia tajemnice teraźniejszości i przyszłości. Firmy zostały zachęczone do wydostania się poza granice lokalnego terytorium na wschodzące rynki na całym świecie poprzez wciąż ulepszane systemy telekomunikacyjne, zaawansowane i niezawodne formy transportu. Skuteczna komunikacja na rynkach zagranicznych wymaga rozwoju nowych umiejętności, wśród których niebagatelną rolę odgrywają kompetencje językowe. ■■



Communication Corner
info@communicationcorner.pl
www.communicationcorner.pl



Autor:
Izabela Cichosz
Właściciel
Communication Corner



Temat numeru

CAR FLEET MANAGEMENT



90 Nowoczesność i wygoda, czyli FSL

91 Full service leasing

94 Kiedy opłaca się korzystać i jakie są warianty usług wynajmu pojazdów?

94 TCO, czyli całkowity koszt posiadania floty

95 Metody obniżenia kosztów floty

97 Jak outsourcing może wpłynąć na obniżenie kosztów floty?

97 Rozmowa z Radosławem Grzelą, Dyrektorem Handlowym Arval Service Lease Polska Sp. z o.o.

98 Rozmowa z Martą Bielecką-Gozdek, Dyrektorem Sprzedaży MSP, Alphabet Polska Fleet Management

99 Rozmowa z Arturem Sulewskim, Dyrektorem Handlowym LeasePlan Fleet Management

102 Leasing zwrotny, czyli jak odzyskać zamrożone pieniądze?

103 Metody remarketingu samochodów po wynajmie długoterminowym

104 Wynajem długoterminowy pojazdów ciężarowych

105 Jak często i z jakich względów wymienia się floty pojazdów ciężarowych?

106 Transport samochodowy sytuacja i krótkoterminowe prognozy



Nowoczesność i wygoda, czyli FSL

Usługa wynajmu długoterminowego, czyli full service leasing (FSL), jest nowoczesnym rozwiązaniem, które pozwala firmom oddzielić podstawową działalność biznesową od prac administracyjnych związanych z obsługą floty samochodów.

Coroczne podsumowania wyników branży wynajmu długoterminowego pokazują, że ta forma finansowania cieszy się w Polsce coraz większą popularnością. W latach 2006-2008 polski rynek flotowy rozwijał się w tempie ponad 30% rocznie. Kryzys, który dotknął gospodarki europejskiej w 2009 r., spowodował obniżenie stopy wzrostu, ale – zgodnie z danymi PZWLP – w okresie 2009-2011 co roku przybywało w wynajmie ponad 10 tys. samochodów.

Zadowolające wyniki branży wynajmu długoterminowego wynikają głównie z faktu, że polscy przedsiębiorcy przekonali się wreszcie do idei outsourcingu. Powoli zmienia się nastawienie klientów, którzy nie kładą już największego nacisku na posiadanie, ale używanie samochodów jako narzędzia pracy. Mając do wyboru trzy produkty – FSL, leasing z serwisem oraz wyłączone zarządzanie – najczęściej decydują się na ten pierwszy, ponieważ jest to najwygodniejsze rozwiązanie, które dodatkowo generuje oszczędności – mówi Leszek Pomorski, Prezes Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów oraz Alphabet Polska Fleet Management.

Podstawową korzyścią związaną z korzystaniem z usług FSL jest przejęcie przez dostawcę wszelkich spraw administracyjnych związanych z obsługą floty samochodowej klienta. Osoby zarządzające firmą mogą skupić się na core business, a korzystając z outsourcingu floty obniżają jej koszty funkcjonowania i eksploatacji. Firma wynajmu przejmuje cały szereg zadań administracyjno-technicznych, do których należą między innymi: rejestrowanie samochodów, negocjowanie warunków ubezpieczenia i ich późniejsze egzekwowanie, kontrola kosztów, jakości oraz zasadności napraw czy pozyskiwanie kart paliwowych. Przedstawiciele firmy doradzą także, które marki i modele pojazdów będą optymalne w prowadzonej przez klienta działalności, a następnie firma leasingująca sfinansuje ich zakup, w oparciu o wynegocjowany ze wskazanym producentem maksymalny rabat.

Pojazdy flotowe są przekazywane klientowi na podstawie umowy dzierżawy oraz umowy serwisowej – od których użytkownik może odliczyć pełen podatek VAT – określa-

jących uzgodniony okres oraz limit przebiegu kilometrów. W ramach umowy serwisowej klient może zdecydować się na wybrane usługi pozafinansowe. Wśród nich znajdują się zwykle: serwis aut (naprawy i przeglądy), ubezpieczenie, wymianę i przechowywanie opon, 24h assistance, samochód zastępczy, karty paliwowe oraz raporty. Umowa ta określa również prawa i obowiązki obu stron. Raz w miesiącu klient otrzymuje dwie faktury zbiorcze, obejmujące wszystkie użytkowane pojazdy. Po zakończeniu kontraktu użytkownik oddaje dostawcy usług flotowych wynajmowane samochody, a firma wynajmu zastępuje je – bez żadnych przestoju – nowymi. Istnieje również opcja odkupienia tych pojazdów.

Obecnie głównym beneficjentem FSL są korporacje i duże przedsiębiorstwa, ale coraz większe zainteresowanie tym rodzajem finansowania można dostrzec wśród firm z sektora MSP. Eksperti Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów oceniają, że nasycenie naszego rynku wynosi około 20% – prognozowane maksimum penetracji to 500 tys. samochodów. Najbliższe lata będą więc okresem stabilnego wzrostu tego sektora wynajmu.



Polski Związek Wynajmu i Leasingu Pojazdów (PZWLP) to organizacja skupiająca 17 firm, specjalizujących się w wynajmie i leasingu aut na polskim rynku fleet management. Członkowie PZWLP tworzą czołówkę głównych graczy w branży – przypada na nich prawie 70% rynku pojazdów obsługiwanych w ramach full service leasingu. Do PZWLP należą: ALD Automotive Polska Sp. z o.o., Alphabet Polska Fleet Management Sp. z o.o., Arval Service Lease Polska Sp. z o.o., Athlon Car Lease Polska Sp. z o.o., Bankowy Fundusz Leasingowy SA, BRE Leasing Sp. z o.o., Business Lease Poland Sp. z o.o., Carefleet S.A., Corpo Flota Sp. z o.o., Express S.A., Fraikin Polska Sp. z o.o., KBC Autolease Polska Sp. z o.o., LeasePlan Fleet Management Polska Sp. z o.o., Nivette Fleet Management Polska Sp. z o.o., Raiffeisen-Leasing Polska S.A., VB Leasing Polska SA, Volkswagen Leasing Polska Sp. z o.o.

PZWLP jest członkiem Związku Polskiego Leasingu.

Więcej informacji o PZWLP oraz jego członkach na stronie: www.pzwlp.pl.



Full service leasing

Wydawałoby się, że o full service leasingu powiedziano i napisano już wszystko. Jednak rynek wynajmu zmienia się, a tym samym i oferowane usługi nieustannie ewoluują. Warto zatem spojrzeć na nie przez pryzmat nie definicji, ale cech charakterystycznych.

Rok 2012 „pod znakiem” klienta

W ostatnich latach nastąpił w Polsce znaczący rozwój branży wynajmu. Ze względu na kompleksowość, wygodę oraz minimalizację kosztów obsługi pojazdów służbowych, firmy coraz chętniej wybierają FSL. Klienci z roku na rok mają też coraz dokładniej sprecyzowane wymagania. Można więc stwierdzić, że rok 2012 będzie stał „pod znakiem” klienta, który oczekuje od dostawcy usług wynajmu jeszcze większego zaangażowania, innowacyjności w działaniu i wychodzenia naprzeciw rosnącym potrzebom. Odpowiedzią na te potrzeby są z pewnością kompleksowe usługi, przejrzyste koszty, oszczędność czasu i możliwości generowania dodatkowych oszczędności płynących z wynajmu długoterminowego. Kluczowe znaczenie dla klientów ma także minimalizacja ryzyka związanego z zarządzaniem flotą i sposobność, aby przenieść je na dostawcę.

jest klientem i doskonale wie, jakie jest ogólne nastawienie do wszelkiego rodzaju ofert z tzw. gwiazdką. Im prościej sformułowana usługa, im bardziej przejrzyste przedstawione rozwiązanie – tym chętniej się na nie decydujemy. Jeśli oferta ma wiele gwiazdek, to istnieje spore ryzyko, że czegoś nie zauważymy. Nikt nie lubi popełniać błędów, a już szczególnie być zaskakiwanym nieprzewidywanymi kosztami. Dlatego też transparentność oferowanych usług to kluczowa kwestia, która powinna przyświecać ich tworzeniu.

Kompleksowo i stabilnie

To, co z pewnością powinno cechować świadczone obecnie usługi wynajmu, to ich kompleksowość. Przecież m.in. właśnie z tego powodu firmy decydują się na outsourcing floty, czyli powierzenie zarządzania nią dostawcy: by zaoszczędzić czas i móc skupić się na głównej działalności firmy. Idealna usługa FSL powinna więc maksymalnie odciążać klienta z załatwiania spraw związanych z flotą – zarówno kwestii administracyjnych, jak również w zakresie wszelkich działań operacyjnych. Już na etapie zapytań ofertowych możemy zaobserwować zmianę trendu cięcia kosztów za wszelką cenę, na rzecz zainteresowania usługą kompleksową, która w ostatecznym rozrachunku nie będzie generować dodatkowych kosztów. Klienci preferują na przykład nieco droższe pakiety serwisowe o rozszerzonym zakresie, które obejmują szereg zdarzeń wykraczających poza

dotychczasowe rynkowe standardy, ponieważ nie lubią być zaskakiwani dodatkowymi kosztami serwisowymi, nawet jeśli powstają one z winy użytkowników – w wyniku zaniedbania czy niewłaściwego użytkowania samochodu.

Najistotniejsze wydatki na flotę

Koszty floty możemy podzielić na 7 podstawowych elementów. Ponad 40% to koszty amortyzacji. Drugi element to koszty zakupu paliwa, które kształtują się na poziomie 21%. Firmy mają jednak pewne możliwości ograniczenia zużycia paliwa. Najprostszym sposobem, który pozwala ograniczyć spalanie nawet do 20%, są szkolenia z eko-jazdy. Oszczędności może również wygenerować – szczególnie przy wysokich przebiegach – wybór aut z silnikiem diesla. Koszty amortyzacji pojazdów i zakupu paliwa – łącznie około 63% – to największa grupa wydatków ponoszonych na utrzymanie floty. Dalej możemy wymienić koszty ubezpieczenia, które stanowią 11%. Tu warto jednak nadmienić, że również istnieje sposób ich redukcji – szkolenia z bezpiecznej jazdy. Mają one duży wpływ na obniżenie liczby i zminimalizowanie skutków wypadków. Zmniejszają zatem szkodowość floty danego

Usługi pozafinansowe w wynajmie długoterminowym

Większość klientów firm oferujących usługi flotowe użytkuje pojazdy, korzystając z kompleksowego pakietu usług. Obejmuje on, obok finansowania, również serwisowanie oraz zarządzanie flotą w każdym zakresie – operacyjnym, administracyjnym, prawnym i technicznym. Do głównych usług pozafinansowych należą:

Ubezpieczenie • Likwidacja szkód • Serwisowanie • Wymiana i serwis opon • Assistance i samochody zastępcze • Obsługa kart paliwowych • Door-to-door • Raportowanie

Transparentność usług

Nie wszystko, co na pierwszy rzut oka wydaje się bardzo podobne, jest takie w rzeczywistości. Doskonale można to zobrazować na przykładzie ofert polskich operatorów sieci komórkowych, w ramach których otrzymujemy – przykładowo – 60 darmowych minut w abonamencie. Tylko że u jednego operatora te 60 minut można wykorzystać dzwoniąc wyłącznie do innych abonentów tej sieci, natomiast w drugim przypadku obejmują już one połączenia z każdym numerem. I tak oferty dostawców usług wynajmu różnią się od siebie – najczęściej drobnymi szczegółami. Można pokusić się o stwierdzenie, że są prawie takie same, przy czym to „prawie” robi jednak wielką różnicę. Każdy z nas



klienta, co pozwala negocjować wysokość oferowanych stawek ubezpieczeniowych. Kolejne to koszty przeglądów, napraw i wymiany opon – 11%, oraz koszty kredytu – na poziomie 9%. Podatki i koszty administracyjne obejmują 6% wydatków związanych z utrzymaniem parku pojazdów.

Wykres 1.
Części składowe kosztów utrzymania floty (ok. 50-100 samochodów).



Źródło: LeasePlan

Z korzyścią dla dużych i małych

Powyższe dane oczywiście ulegają zmianie w zależności od liczby wynajmowanej floty. Zgodnie ze zjawiskiem skali, duża flota oznacza niższe koszty finansowania. Duże firmy mają zwykle większą płynność finansową, a co za tym idzie – w przypadku kredytu otrzymują lepsze warunki. Również im większa flota, tym niższe ceny aut. Dzieje się tak dlatego, że firmy wynajmu otrzymują od producentów korzystniejsze warunki na duże zamówienia. Podobnie wygląda kwestia rabatów udzielanych na zakup paliwa i ubezpieczenia. W przypadku ubezpieczeń należy jednak pamiętać, że kluczowe znaczenie ma także szkodowość klienta. Mniejsze przedsiębiorstwo, które decyduje się powierzyć zarządzanie flotą wyspecjalizowanej firmie wynajmu, może znacznie ograniczyć przede wszystkim koszty administracji. Chodzi tu nie tylko o koszty obsługi związanej z samym zarządzaniem flotą, ale także koszty księgowości, HR, jak również czas poświęcony przez dyrektora lub prezesa firmy na negocjowanie warunków kredytu czy planowanie odnowień floty. Ponadto zyskuje możliwość pełnej kontroli nad kosztami parku pojazdów.

Oszczędność pod kontrolą

W finansowaniu floty bardzo istotna jest również przejrzystość kosztów składających się na wysokość raty. Klient powinien mieć możliwość sprawdzenia, czy ponoszone przez niego koszty obsługi floty są zgodne z realnymi wydatkami na ten cel. Jeśli dostawca usług zdecyduje się zaproponować takie rozwiązanie klientowi, to nie dość, że usługa FSL może zagwarantować mu przejrzystość kosztów ponoszonych na utrzymanie floty, to umożliwi także ewentualny zwrot środków finansowych nadpłaconych w trakcie okresu leasingowego. Dodatkowo, ryzyko wyższych niż założone kosztów przejmuje na siebie w tym przypadku firma wynajmu, absorbując w ten sposób stratę. Wszelkie oszczędności w kosztach eksploatacji floty w ramach takiego rozwiązania są wynikiem wspólnej pracy firmy leasingowej i jej klienta. Model ten opiera się na budowaniu partnerskich relacji z klientem i wspólnym osiągnięciu celu – obniżaniu kosztów związanych z autami służbowymi.

Jakość warta swojej ceny

Obecnie mamy do czynienia z Klientami coraz lepiej wyedukowanymi i bardziej doświadczonymi, którzy dokładnie wiedzą, czego chcą. To sprawia, że dostawcy usług wynajmu mocno koncentrują się – i dalej będą to robić – na tworzeniu kolejnych rozwiązań i usprawnień pro-klienckich, osiągając jednocześnie jak najlepszy stosunek jakości do ceny swoich produktów i usług. Jakości, ale również rzetelności realizowanych usług, bo dopiero praktyka pokazuje, czy te wysokiej jakości rozwiązania są możliwe to urzeczywistnienia.

Corporate Social Responsibility

Już jakiś czas temu pojawiła się moda na biznes odpowiedzialny społecznie. W przypadku zarządzania flotą wiąże się to najczęściej z rozwiązaniami z zakresu ekologii. Niektóre firmy wynajmu nie tylko doradzają jak zminimalizować przyszłe skutki eksploatacji floty, ale także poprzez sadzenie odpowiedniej liczby drzew, potrzebnej do zredukowania wytworzonych przez daną flotę zanieczyszczeń, rekompensują te już powstałe. Dziś klienci nie chcą być już tylko „zieloni”, ale przede wszystkim – odpowiedzialni. W ramach wynajmu floty odpowiedzialność ta może przejawiać się w różnorodny sposób. Najczęściej firmy skupiają się na właściwym wyborze aut przy projektowaniu floty – tak, aby ich emisja CO₂ była jak najniższa i tym samym możliwie najbardziej przyjazna dla środowiska. Na rynku pojawiły się także samochody hybrydowe i elektryczne. Należy jednak pamiętać, że z powodu braku ulg podatkowych, zainteresowanie alternatywnymi napędami będzie się w Polsce ograniczać do pasjonatów lub tych, którzy kierują się względami wizerunkowymi.



OUTSOURCING
USŁUG MARKETINGOWYCH

www.riposta.pl





Dążenie do doskonałości

Choć wynajem floty dla wielu firm nie jest już czymś nowym i nieznanym, decyzja o jego wprowadzeniu nadal wymaga dokładnej analizy. Coraz więcej firm dostrzega, że rozwiązanie to rzeczywiście sprawdza się w praktyce. Zależy im jednak na tym, aby poprzez outsourcing floty nie tylko usprawnić swoją pracę, ale również uzyskać możliwie największe korzyści.



Autor:

Artur Sulewski

Ekspert Polskiego Związku Wynajmu

i Leasingu Pojazdów

Dyrektor Handlowy LeasePlan Fleet Management

Kiedy opłaca się korzystać i jakie są warianty usług wynajmu pojazdów?

Elementem istotnie rozróżniającym usługi wynajmu krótko-, średnio- i długoterminowego, jest deklarowany czas najmu. Pozwala on dostawcom usługi na klasyfikację linii produkcyjnych i przypisanie im konkretnych atrybutów. Z kolei z punktu widzenia klientów ważne jest, aby mogli w sposób czytelny rozróżniać te usługi i wybierać warianty dla siebie optymalne.

Stosując najprostszą klasyfikację według okresu wynajmu, można więc rozróżnić:

- wynajem krótkoterminowy, liczony w dniach (od 1 do 31 dni), w którym obowiązuje stawka dzienna najmu,
- wynajem średnioterminowy, liczony w miesiącach (od 1 do 24 miesięcy), w którym obowiązuje stawka miesięczna,
- wynajem długoterminowy, liczony w latach (od 2 do 5 lat), także z miesięczną stawką najmu.

Jeśli firma korzysta w ciągu roku z wielu wynajmów kilku lub kilkunastodniowych – nadal jest klientem usługi wynajmu krótkoterminowego.



Istotną kwestią jest podejście do przebiegu samochodu. Stawka najmu krótkoterminowego, tzw. dziennego, uwzględnia nielimitowany przebieg, natomiast przy wynajmie średnio- i długoterminowym, zawsze obowiązuje limit kilometrów. Przy wynajmie średnim jest to limit miesięczny, a przy długoterminowym określa się go na cały okres użytkowania.

W usłudze najmu średnioterminowego klienci najczęściej korzystają z floty bieżącej dostawcy, a pojazdy są typowe. Przy wynajmie krótkoterminowym, klient wybiera spośród samochodów oferowanych przez wypożyczalnię.



Autor:

Piotr Kaim

Ekspert Polskiego Związku Wynajmu

i Leasingu Pojazdów

Dyrektor handlowy w firmie Express S.A.

TCO, czyli całkowity koszt posiadania floty

Choć określenie „TCO” na stałe zadomowiło się w języku biznesu, to jego znaczenie dla wielu przedsiębiorców nie zawsze jest jasne. Total cost of ownership oznacza całkowity koszt posiadania. W przypadku flot firmowych pojazdów,



TCO to zestawienie wszystkich kosztów generowanych przez użytkowane samochody, związanych nie tylko z ich zakupem i bieżącym zarządzaniem.

Ten rodzaj audytu stosuje się w dwóch przypadkach, w zależności od sytuacji i planów rozwoju przedsiębiorstwa. Jeżeli firma samodzielnie administruje pojazdami – finansując je ze środków własnych lub za pomocą leasingu czy kredytu – analiza TCO pozwoli na dokładne określenie kosztów utrzymania służbowych aut. Jeśli z kolei zarząd firmy rozważa skorzystanie z outsourcingu pojazdów, audyt całkowitego kosztu posiadania będzie źródłem cennych informacji, które umożliwią porównanie ofert różnych dostawców usług wynajmu długoterminowego. Wybór doświadczonego, solidnego partnera flotowego jest przecież kwestią kluczową, ponieważ decyduje o przyszłej mobilności przedsiębiorstwa.

Jak TCO wygląda w praktyce? Wydatki można podzielić na bezpośrednie i pośrednie. Nie należy pomijać oczywistych kosztów stałych (na przykład czynszów, zakupu sprzętu i oprogramowania IT czy wydatków na telefony), jednak skupmy się na kosztach strategicznych. Przy samodzielnie zarządzanej flocie do kosztów bezpośrednich – związanych z codziennym użytkowaniem samochodów – należy zaliczyć między innymi finansowanie pojazdów, zakup i zużycie paliwa, przeglądy i naprawy, ubezpieczenia i amortyzację oraz sprzedaż aut po okresie eksploatacji. Po stronie kosztów pośrednich wpiszemy funkcjonowanie działu flotowego przedsiębiorstwa (na przykład koszty personalne czy wydatki na okresowe szkolenia), częściowe zaangażowanie działów księgowości i administracji, zarządu firmy czy zatrudnienia zewnętrznych audytorów.

Jeżeli przedsiębiorca planuje lub rozpoczyna współpracę z firmą wynajmu długoterminowego, do wydatków bezpośrednich należy zaliczyć jedynie kwoty faktur za finansowanie i serwisowanie oraz bieżące koszty eksploatacji, takie jak paliwo. Określone w ofercie lub umowie kwestie administracyjne bierze na siebie w takiej sytuacji firma flotowa, ściśle współpracująca z managerem floty. Skala zmian po skorzystaniu z outsourcingu floty jest dla klientów zdecydowanie odczuwalna: kolejne działy przedsiębiorstwa nie muszą rozliczać i sprawdzać setek faktur za paliwo, sensowności i kosztów napraw powypadkowych czy przeglądów, a także angażować się w kolejne negocjacje z kontrahentami w przypadku konieczności wprowadzenia nawet drobnych zmian w umowach. Krótko mówiąc: świadomość realnych kosztów flotowych, pozwala przedsiębiorcy na dokonanie optymalnego wyboru.



Autor:

Leszek Pomorski

Prezes Polskiego Związku Wynajmu

i Leasingu Pojazdów

Prezes Alphabet Polska Fleet Management

Metody obniżenia kosztów floty

Jak uzyskać oszczędności na parku firmowych pojazdów? Trzeba przyznać wprost, że większość metod obniżania kosztów leży po stronie użytkownika floty. Jednak zarządzający parkiem pojazdów również mają wpływ na obniżenie wydatków, na przykład poprzez wymianę samochodów służbowych na takie, które są tańsze w zakupie i eksploatacji.

Prestiż czy ekonomia?

Tańsze mogą być na przykład auta mniej prestiżowej marki. Oczywiście zanim przeprowadzi się tego typu operację, należy wziąć pod uwagę jej dwa aspekty – wizerunkowy i praktyczny. Jeżeli przedsiębiorstwo wybiera pojazdy mniej znanych marek niż dotychczas, może to zostać odczytane jako sygnał problemów finansowych i zachwiać wizerunkiem firmy w otoczeniu biznesowym. Z praktycznego punktu widzenia jest to jednak jeden z prostszych sposobów wygenerowania oszczędności. Cena takich samochodów jest niższa (co wpływa na mniejszą wartość



raty leasingowej), podobnie jak koszty stawek roboczo-godzin w stacjach obsługi, czyli elementów raty serwisowej.

Segment bardziej realny

Samochody flotowe mogą być również tańsze dzięki obniżeniu segmentu, który w ramach polityki flotowej przedsiębiorstwa przysługuje pracownikom na danym stanowisku. Przykładowo, pojazdy przedstawicieli handlowych, którzy zajmują się zbieraniem zamówień i nie przewożą dużych ilości towarów, mogą być mniejsze, a tym samym bardziej ekonomiczne. Mniej kosztują, mają niższe stawki ubezpieczeniowe i zużycie paliwa oraz ceny części zamiennych i serwisu. Nawet w przypadku szkód komunikacyjnych koszty napraw blacharsko-lakierniczych są niższe.

pojazd B, to może przynosić większe korzyści. Przy średnim rocznym przebiegu 50 tys. km, oszczędność na paliwie (przyjmujemy 6 zł za litr), które zużyje sto samochodów A, wyniesie 450 tys. zł. Bez względu na to, czy spalanie obydwu aut wynosi około 5 czy 10 litrów, w budżecie przedsiębiorstwa zostanie więc łącznie 270 tys. zł, czyli 7,5 tys. miesięcznie, mimo wyższych rat.

Każdy dzień się liczy

Warto również zwrócić uwagę na interwały przeglądów. Pojazd C może mieć wyznaczone przeglądy co 15 tys. km, a samochód D – co 20 tys. Przy 50 tys. kilometrów rocznego przebiegu i stu autach we flocie, pracownicy użytkujący pojazd C łącznie mogą stracić w ciągu roku 300 roboczodni.



Paliwo konsumuje budżet

Z pewnością istotny wpływ na obniżenie kosztów ma kwestia zużycia paliwa, które może stanowić – w zależności od pokonywanych tras, rodzaju silnika czy stylu jazdy kierowcy – od 25 do 35% miesięcznych wydatków na służbowe auta.

Wyobraźmy sobie, że mamy do wyboru dwa pojazdy. Wynajem samochodu A kosztuje miesięcznie 1.050 zł, a auta B – 1.000 zł. Przy flocie liczącej, na przykład, sto pojazdów, różnica w opłatach wynosi podczas trzyletniego kontraktu łącznie 180 tys. zł. Duża część klientów nie analizuje całości oszczędności lub kosztów generowanych przez samochody, skupiając się na ratach finansowej i serwisowej. Tymczasem pozornie droższe rozwiązanie bywa... tańsze. Jeżeli auto A zużywa na 100 km o pół litra paliwa mniej niż

Korzystanie z samochodów D pozwala obniżyć tę średnią o 70 dni. Przy pięciu autach w mini flocie nie ma to znaczenia, ale przy 50-100 – na pewno.

Odpowiedzialna szkodowość

Skutecznym sposobem odczuwalnego obniżenia kosztów we flocie jest ścisła kontrola szkodowości i podejmowanie działań prewencyjnych. Kluczowym zadaniem przedsiębiorcy, którego na każdym etapie może profesjonalnie wesprzeć firma wynajmu, jest uświadomienie kierowcom, że są odpowiedzialni za powierzone im mienie. Nie ma tu znaczenia, czy mówimy o służbowym telefonie, laptopie czy samochodzie. Bez ścisłego uzależnienia premii i wynagrodzeń pracownika od poziomu powodowanych przez niego szkód komunikacyjnych, wszelkie kursy, egzaminy



i szkolenia nie przyniosą pożądanych efektów. System zależności musi być szczelny i konsekwentny. Jeżeli – na przykład – stłuczka nastąpiła z winy kierowcy firmowego auta, powinien on pokryć koszty napraw (w uzgodnionym wcześniej zakresie) bez względu na zajmowane stanowisko czy zasługi dla firmy.

Trzeba pamiętać, że ubezpieczyciel likwiduje szkody nie ze swoich środków, ale z naszych – im większa szkodowość, tym wyższa będzie w następnym roku składka ubezpieczenia pojazdów dla danej firmy. Każda szkoda staje się więc rodzajem faktury z odroczonym terminem płatności.

Firmy korzystające ze służbowych samochodów większość metod obniżenia kosztów floty mają w zasięgu ręki. Wystarczy w przemyślny sposób wybierać i eksploatować auta oraz delegować część kosztów szkodowych na ich sprawców. Przy konsekwentnych działaniach przedsiębiorców, pozytywne rezultaty finansowe powinny pojawić się w ciągu 6-12 miesięcy.



Autor:
Krzysztof Sosnowski
Ekspert Polskiego Związku Wynajmu
i Leasingu Pojazdów
Dyrektor ds. Operacyjnych, Członek Zarządu
Alphabet Polska Fleet Management

Jak outsourcing może wpłynąć na obniżenie kosztów floty?

Outsourcing pojazdów w postaci full service leasingu to w ostatnich latach najkorzystniejsza i najdynamiczniej rozwijająca się forma zarządzania flotą firmową. FSL odciąża przedsiębiorcę od zadań związanych z obsługą parku aut służbowych, zarówno od strony finansowej, jak i operacyjnej. Najbardziej popularne produkty optymalizujące koszty używania floty to: finansowanie zakupu pojazdów, ubezpieczenie, likwidacja szkód, obsługa techniczna, zakup i wymiana ogumienia, assistance, samochód zastępczy, karty paliwowe oraz usługi typu door-to-door.

Outsourcing zapewnia przedsiębiorcy również komfort i kontrolę wydatków poprzez stałe i przewidywalne koszty

leasingu ujęte w miesięcznej racie oraz przejrzystość w zarządzaniu flotą pojazdów na podstawie regularnego raportowania. Dodatkową korzyścią z FSL jest również transfer ryzyka związanego z wartością rezydualną pojazdu na firmę leasingową. Flota nie obciąża też bilansu firmy, co zapewnia jej większą zdolność kredytową oraz wyższy zwrot z inwestycji, nie angażując tym samym kapitału na zakup pojazdów. To gwarantuje z kolei większą swobodę decyzji inwestycyjnych w obszarze właściwym dla działalności firmy.



Autor:
Bartłomiej Kwapisz
Ekspert Polskiego Związku Wynajmu
i Leasingu Pojazdów
Product&Marketing Manager Arval Service
Lease Polska

Rozmowa z Radosławem Grzelą, Dyrektorem Handlowym Arval Service Lease Polska Sp. z o.o.

Jakie są elementy składowe umowy wynajmu długoterminowego i umowy dotyczącej serwisowania (FSL)?

Każda umowa jest dostosowana do indywidualnych potrzeb klienta. Określa zobowiązania oraz przyszłe warunki współpracy, precyzując zakres poszczególnych usług, czasy reakcji, kluczowe wskaźniki do oceny jakości itd. Praktyką rynkową stało się rozdzielanie umów full service leasingu (FSL) na leasing i kontrakt serwisowy. Umowy funkcjonują rozłącznie, co daje możliwość optymalizacji kosztów, w tym również obciążeń podatkowych.

Typowe ustalenia, regulowane przez standardową umowę oraz SLA, czyli Service Level Agreement, to kwestie związane z finansowaniem floty, dostawami samochodów, warunkami ich zwrotu, ubezpieczeniem, naprawami, ogumieniem, assistance, samochodem zastępczym oraz paliwem. SLA powinien regulować czasy reakcji oraz zakres poszczególnych



usług. Istnieją na przykład ograniczone pakiety serwisowe – umowa powinna zatem jasno regulować, która ze stron pokrywa jakie koszty.

Jak określony jest czas trwania umowy?

Umowa leasingu musi być zawarta na minimum 24 miesiące, aby z punktu widzenia Ustawy o Podatku Dochodowym mogła zostać określona jako umowa leasingu operacyjnego. Z drugiej strony, powinna być zawarta maksymalnie na $\frac{3}{4}$ okresu ekonomicznej użyteczności samochodu, czyli – w zależności od przyjętych warunków – od 44 do 72 miesięcy. Ten warunek narzuca Ustawa o Rachunkowości i jego niespełnienie grozi klasyfikacją umowy jako leasing finansowy. Oznacza to, że w Polsce możliwa jest sytuacja, w której umowa o charakterze leasingu operacyjnego (z podatkowego punktu widzenia), jest – według zasad rachunkowości – leasingiem finansowym.



Autor:
Radosław Grzela
Ekspert Polskiego Związku Wynajmu
i Leasingu Pojazdów
Dyrektor Handlowy Arval Service Lease
Polska Sp. z o.o.

Rozmowa z Martą Bielecką-Gozdek, Dyrektor Sprzedaży MSP, Alphabet Polska Fleet Management

Z jakich punktów umowy wynajmu wynikają konsekwencje finansowe dla klienta?

Umowa wynajmu długoterminowego dokładnie określa koszty, jakie będzie ponosił klient z tytułu użytkowania floty, zarówno te przewidywalne, np. finansowanie czy serwis, jak i niespodziewane – na przykład wcześniejsze zakończenie kontraktu. Rzetelna umowa powinna przewidzieć wszelkie

możliwe zdarzenia i jasno określić, w jaki sposób strony umowy będą się rozliczać w przypadku ich wystąpienia.

Jakie koszty powinny zostać uwzględnione w treści umowy?

Treść umowy powinna opisać sposób rozliczania przez strony wszelkich kosztów związanych z utrzymaniem floty, zarówno tych łatwych do przewidzenia, jak i tych nieprzewidywalnych. Koszty można podzielić na cztery rodzaje. Pierwszy jest bezpośrednio związany z samym finansowaniem: umowa określa wysokość kapitału i odsetek, parametry wejściowe i wyjściowe pojazdów objętych kontraktem, a także opłaty administracyjne oraz warunki planowanego lub nieplanowanego zwrotu aut.

Druga część kosztów uwzględnianych w umowie dotyczy serwisowania. Tutaj znajdują się zapisy odnośnie wymaganych przeglądów (gwarancyjnych i technicznych) pojazdów; napraw (gwarancyjnych i pozagwarancyjnych), rodzaju i kosztów części zamiennych; rodzaju i kosztów zakupu, logistyki i serwisowania ogumienia; wsparcia i zakresu assistance w przypadku nieprzewidzianych zdarzeń na drodze; rodzaju i dedykowanego czasu dostarczenia samochodów zastępczych; rodzaju i sposobu rozliczania kart paliwowych; administracji i zarządzania flotą.

Trzecia część kosztów łączy się z ubezpieczeniem – jego zakresem i sposobem rozliczania. Ostatnia, czwarta część kosztów związana jest z codzienną eksploatacją pojazdu. Leżą one po stronie korzystającego, dlatego w umowie warto zdefiniować, co dokładnie strony umowy włączają do tych kosztów, a czego nie (np. pióra wycieraczek). Głównym celem tak szczegółowego opisu w umowie wszystkich możliwych wydarzeń jest zapewnienie korzystającemu mobilności, niezależnie od tego, co się wydarzy.

Czy można negocjować wysokość kosztów?

Koszt każdego z wymienionych elementów można negocjować. Oczywiście przy podpisywaniu umowy pełnego leasingu operacyjnego (inaczej: full service leasingu lub FSL), jak przy każdej umowie biznesowej, rządzą prawa rynku. Takie aspekty, jak dobra kondycja finansowa i potencjał zakupowy firmy wzmacniają pozycję przedsiębiorstwa w trakcie negocjacji. Przed analizą proponowanych umów warto też zastanowić się, jakie są potrzeby firmy i wybrać te usługi, z których przedsiębiorstwo będzie rzeczywiście korzystać. Potencjalny klient powinien pamiętać, że kluczowym wyróżnikiem FSL jest – oprócz finansowania i usług dodatkowych – przejęcie przez firmę wynajmu szeregu ryzyk związanych z posiadaniem floty. Ostateczny kształt umowy determinują odpowiedzi klienta na trzy pytania: Jakich usług



potrzebuję? Jakim budżetem dysponuję? Jakiego ryzyka chcę zminimalizować?

Czy można renegocjować zapisy w trakcie kontraktu? W jakich sytuacjach?

Umowa leasingu klasyfikowana jest na dzień jej zawarcia. W trakcie umowy można wprowadzać zmiany, ale muszą się one zawierać w ramach wyznaczonych przez definicję umowy leasingu. Ograniczenie dotyczy przede wszystkim okresu trwania kontraktu – nie może być krótszy niż 24 miesiące, ale i nie dłuższy niż 60 miesięcy (lub – księgowo – 48 miesięcy). Zmiany w umowach są najczęściej skutkiem różnicy pomiędzy faktycznym natężeniem wykorzystywania floty, a pierwotnymi założeniami i mają na celu dopasowanie rat do rzeczywistych potrzeb przedsiębiorstwa. Niektóre firmy oferują swoim klientom, w ramach zarządzania flotą, możliwość darmowego renegocjowania założeń i zakresu umowy. Jeśli klient uzna, że potrzebuje dodatkowych usług lub chce z jakiejś zrezygnować, przeprowadzamy zasugerowane zmiany.

Jakie błędy związane z umową najczęściej popełniają klienci?

Klienci często zapominają, że w przypadku pełnego leasingu operacyjnego mamy do czynienia raczej z usługą niż produktem. Tok negocjacji powinien więc przebiegać od ustalenia potrzeb przedsiębiorstwa, przez zdefiniowanie szczegółów zakresu współpracy, do kosztów danej umowy, a nie odwrotnie. Klienci nieraz wybierają firmę wynajmu oferującą niższe lub najniższe raty miesięczne, zapominając przy tym, że na te opłaty składają się różne, często wieloaspektowe składowe usługi. Bez szczegółowej analizy zakresu i sposobu realizacji oferowanych świadczeń oraz zapisów umownych, oszczędność na racie leasingowej nieraz okazuje się pozorna.



Autor:

Marta Bielecka-Gozdek

Ekspert Polskiego Związku Wynajmu
i Leasingu Pojazdów

Dyrektor Sprzedaży MSP, Alphabet Polska
Fleet Management

Rozmowa z Arturem Sulewskim, Dyrektorem Handlowym LeasePlan Fleet Management

Jak w umowach określane są kwestie ubezpieczenia auta, usługi assistance oraz samochodu zastępczego?

Istnieje kilka elementów, na które należy zwrócić szczególną uwagę podczas analizy umów pod kątem ubezpieczenia oraz w zakresie usług assistance i auta zastępczego. Pierwszy z nich to warunki ubezpieczenia oraz wyłączenia, jakie to ubezpieczenie zawiera. Bardzo ważna jest dokładna weryfikacja warunków oferty przedstawionej w ramach danej stawki. Zdarza się bowiem, że ubezpieczyciel znacznie obniża cenę, a jak okazuje się później w praktyce – ubezpieczenie ma wiele wyłączeń. Tym samym klient zostaje obciążony dodatkowymi kosztami, które pojawiają się w trakcie trwania kontraktu. W przypadku wynajmu długoterminowego warto także sprawdzić, czy istnieje możliwość ubezpieczenia pojazdu od jego pełnej wartości księgowej.



Następny element to warunki, na jakich może zmienić się stawka za ubezpieczenie w kolejnych okresach. Oczywiście idealnie byłoby, gdyby była ona stała, ale poczucie stabilności kosztów mogą dać też precyzyjnie określone zasady zmiany stawki, na przykład ich uzależnienie wyłącznie od poziomu dotychczasowej szkodowości floty. Nie można też zapomnieć o sprawdzeniu, na jakim poziomie ubezpieczyciel ustala początkowy współczynnik szkodowości dla danej floty. Jeśli będzie za niski, to stawka ubezpieczeniowa będzie sprawiała wrażenie bardzo korzystnej. Jednak w rzeczywistości klient może szybko przekroczyć założony na początku współczynnik szkodowości i w następnym roku stawka za ubezpieczenie niespodziewanie wzrośnie.

W zakresie usługi assistance należy z kolei zweryfikować limity odległości. Może się bowiem okazać, że pakietowa usługa obejmuje tylko holowanie poniżej określonej odległości od miejsca, w którym znajduje się pojazd. Jeżeli dystans ten jest większy, klient może zostać obciążony – na przykład – kosztami holowania samochodu.

Warto również przyjrzeć się dokładniej warunkom korzystania z aut zastępczych. Znane są przypadki, kiedy uszkodzony pojazd nie wymagał holowania, więc użytkownik sam zawiózł pojazd do serwisu, czego efektem była odmowa przyznania auta zastępczego na czas naprawy. Należy też dopytać, w jakim stopniu przenoszone są na użytkownika obowiązki związane z odbiorem czy zdaniem auta zastępczego oraz jasno ustalić warunki podstawienia i odbioru takiego pojazdu w ramach usługi assistance.

Ponadto warto także zwrócić uwagę na szczegółowe zasady korzystania z assistance. Niektóre firmy wynajmu oferują – na przykład – trzydniowy pakiet, ale nie dodają, że istnieje limit dwukrotnego skorzystania z tej usługi w ciągu roku. Jeśli klient przekroczy ten limit, jest obciążany dodatkowymi kosztami. Druga opcja zakłada, że usługa assistance jest nielimitowana, ale tylko do momentu wykorzystania ustalonego budżetu na ten cel. Przekroczenie tej kwoty również powoduje przeniesienie kolejnych kosztów na klienta.

Jak w umowach wynajmu zapisywane są warunki zdania samochodu przed zakończeniem i po okresie kontraktu?

Analizując umowę z dostawcą usług wynajmu warto sprawdzić, jak wyglądają warunki zdania samochodu, zarówno przed zakończeniem kontraktu, jak i po jego upływie. Tu kluczową rolę odgrywają nie tylko koszty – w tym precyzyjna informacja, co podlega rozliczeniu w danym przypadku – ale i elastyczność dostawcy. Chodzi, na przykład, o możliwość zakończenia kontraktu dopiero po upływie ustalonego przebiegu i okresu użytkowania auta lub po spełnieniu tylko jednego z tych warunków.

Ważne są także warunki zwrotu pojazdu. Zazwyczaj proces produkcji nowo zamówionego auta opóźnia się lub zostaje



przyspieszony. Dlatego istotna jest możliwość dopasowania terminu zwrotu poprzedniego pojazdu i tym samym – w zależności od potrzeb klienta – wydłużenia lub skrócenia kontraktu, na przykład o jeden miesiąc. Bywa również tak, że firma z różnych przyczyn decyduje się na wcześniejsze zakończenie użytkowania danego pojazdu, czyli tzw. early termination. Przy negocjacji warunków umowy warto więc zapytać dostawcę, w jaki sposób kalkulowane są opłaty z tego tytułu.

Przy zdawaniu auta po okresie wynajmu, istotna jest dokładna informacja na temat miejsca zwrotu i kosztów rozliczenia, w tym także kosztów rzeczoznawcy. Ponadto warto zapoznać się z samą procedurą zwrotu i sprawdzić, jak bardzo angażuje ona użytkownika pojazdu w cały proces.



CARTRACK

Zawsze pod kontrolą

automonitoring GPS, zarządzanie flotą

BIURA MIEDZYNARODOWE:

Angola
Botswana
Kenia
Lesoto
Malawi
Mozambik
Namibia
Nigeria
Portugalia
Republika Południowej Afryki
Suaziland
Tanzania
Zimbabwe
South Africa

Polska

CARTRAK Polska Sp. z o.o.
Ul. Szturmowa 2
02-678 Warszawa

tel +48 22 212 1970
666 202 000

www.cartrack.pl





Niektóre firmy wynajmu oferują, na przykład, możliwość odbioru auta z dowolnej lokalizacji (w tym z siedziby czy jednego z oddziałów klienta). Kolejna kwestia dotyczy rozliczenia i zakresu ponadnormatywnego zużycia samochodu. Zdarza się, że oferty firm wynajmu wykraczają w tej kwestii poza standardy rynkowe. Warto więc zapytać, za co naliczane są dodatkowe opłaty przy rozliczeniu kontraktu – czy tylko za usterki wymagające napraw blacharskich, czy także za zużycie mechaniczne, na przykład spalone sprzęgło.



Autor:
Artur Sulewski
Ekspert Polskiego Związku Wynajmu
i Leasingu Pojazdów
Dyrektor Handlowy LeasePlan Fleet Management

Leasing zwrotny, czyli jak odzyskać zamrożone pieniądze?

Dwie transakcje w jednej

Leasing zwrotny, nazywany również leaseback, oznacza przeprowadzenie dwóch transakcji jednocześnie. Najpierw przedsiębiorstwo sprzedaje posiadane środki trwałe firmie leasingowej, a następnie bierze je w leasing. Przedmiotem umowy mogą być samochody i inne urządzenia, sprzęt lub budynki. Efekt jest taki, że majątek, który jest przedmiotem transakcji, zmienia właściciela (na firmę leasingową), ale użytkownik pozostaje ten sam. Leasingobiorca, a więc firma korzystająca z takiej formy finansowania, otrzymuje zastrzyk gotówki w wyniku sprzedaży majątku, a koszt finansowania ogranicza się do regularnej spłaty rat leasingowych za jego użytkowanie. Przedsiębiorca może negocjować z leasingodawcą szczegółowe warunki umowy, włącznie z warunkami ponownego odkupu sprzedanych dóbr na koniec okresu leasingu. Dzięki takiej transakcji firma może uwolnić kapitał „zamrożony” w swoich aktywach i wykorzystać go na inwestycje lub restrukturyzację.

Tanie środki na rozwój firmy

Podstawową zaletą leasingu zwrotnego dla firmy jest pozyskanie gotówki na realizację celów biznesowych. Dodatkowe środki mogą być wykorzystane na reorganizację działalności operacyjnej lub dostosowanie do nowych warunków, aby w efekcie, dzięki inwestycjom, wyprzedzić konkurencję i zdobyć większy udział w rynku. Takie posunięcie wydaje się być rozsądne, szczególnie, jeśli weźmiemy pod uwagę, że stopa zwrotu z inwestycji jest zazwyczaj wyższa niż koszt leasingu. Oznacza to, że dobrze obracając uzyskanymi dzięki leaseback pieniędzmi, przedsiębiorstwo może spłacać raty leasingowe, a ponadto notować dodatkowe przychody. Największe korzyści odnotowują firmy, które posiadają wysoką wartość środków trwałych przy jednoczesnych niedostatkach kapitału obrotowego i chcą w krótkim czasie pozyskać gotówkę na dalsze inwestycje.

Leaseback ułatwia działalność

Leasing zwrotny jest doskonałym sposobem na pozyskanie finansowania dla przedsiębiorstwa, któremu trudno jest dostać kredyt w banku. Specjalistyczne firmy leasingowe, na przykład wynajmujące floty pojazdów, są w stanie lepiej oszacować ryzyko związane z wynajmem długoterminowym, niż bank udzielający na ten cel kredytu. Co więcej, firma leasingowa traktuje przejmowany w ramach leaseback majątek jako zabezpieczenie swoich interesów, dzięki czemu otrzymanie od niej finansowania jest łatwiejsze, niż przejście surowego badania zdolności kredytowej przez bank.

Zdrowy bilans i korzyści podatkowe

Poza realnym dopływem gotówki, atrakcyjny jest również sposób księgowania leasingu zwrotnego, który pozwala wzmocnić bilans spółki oraz poprawić sprawozdania finansowe. Leasingu nie ujmuje się jako zobowiązania w bilansie firmy, co oznacza, że pozyskany kapitał nie powiększa zadłużenia przedsiębiorstwa w sprawozdaniach finansowych, wpływając na wzmocnienie bilansu i poprawę oceny sytuacji finansowej danego podmiotu.

Jeśli przedsiębiorstwo szuka inwestora strategicznego, przekształcenie aktywów trwałych w obrotowe często zwiększa też jego atrakcyjność w oczach potencjalnych kupców. Leaseback zapewnia również szereg zalet charakterystycznych dla wszystkich transakcji leasingowych. Powszechnie wykorzystywane są korzyści podatkowe. W ramach leasingu operacyjnego raty leasingowe w całości stanowią koszt uzyskania przychodu, co oznacza, że dzięki leasingowi zapłacimy niższy podatek dochodowy CIT.



O czym warto wiedzieć?

Mimo licznych zalet, leaseback ma też swoje ograniczenia. Jego stosunkowo niewielka popularność w przypadku wynajmu pojazdów wynika z faktu, że z tego rozwiązania nie zawsze można skorzystać. Ze względu na wysokie koszty serwisowania, firmy specjalizujące się w pełnym leasingu operacyjnym pojazdów – czyli full service leasingu – wynajmują auta tylko do momentu, gdy ich wiek osiągnie około czterech lat. Co więcej, umowę leasingu czy wynajmu długoterminowego podpisuje się na minimum dwa lata. Oznacza to, że firma może skorzystać z leasingu zwrotnego samochodów tylko wtedy, gdy ich wiek nie przekroczy 1-2 lat. Przykład ten pokazuje, że – mimo iż leaseback dla niektórych firm może okazać się bardzo dobrym rozwiązaniem – nie zawsze będą one mogły z niego skorzystać.



Autor:
Krzysztof Sosnowski
Ekspert Polskiego Związku Wynajmu
i Leasingu Pojazdów
Dyrektor ds. Operacyjnych, Członek Zarządu
Alphabet Polska Fleet Management

Metody remarketingu samochodów po wynajmie długoterminowym

Po zakończeniu umowy wynajmu długoterminowego auta użytkowane przez firmę korzystającą z floty trafiają na rynek wtórny. Proces remarketingu pokontraktowych pojazdów – sprawnych, dobrze wyposażonych, serwisowanych w ASO i z pełną dokumentacją – zakłada kilka sprawdzonych rozwiązań.

Najlepszym momentem na wymianę samochodów flotowych jest zakończenie okresu trzech-czterech lat użytkowania. Pojazdy są jeszcze stosunkowo młode i łatwiej znaleźć na nie nabywcę. Decyzja o wymianie parku aut zależy jednak od polityki flotowej przedsiębiorstwa i innych czynników,

na przykład rodzaju silnika, marki, klasy i przeznaczenia pojazdu. Serwisowanie samochodów starszych niż cztery lata jest droższe, podobnie jak bieżąca eksploatacja, a co za tym idzie – zwiększa się średni koszt przejazdu jednego kilometra.

Proces remarketingu aut rozpoczyna się w dniu wygaśnięcia umowy, kiedy użytkownik zwraca pojazd. Niezależny rzeczoznawca przygotowuje wówczas – na podstawie szczegółowych oględzin samochodu – raport oceny pojazdu, uwzględniający jego dokładną specyfikację (m.in. markę, model, wyposażenie, przebieg, rodzaj paliwa), stan techniczny (uszkodzenia, stan opon, wykonane naprawy blacharsko-lakiernicze) oraz wycenę wartości auta. Do raportu dołączona jest także dokumentacja zdjęciowa.

Jedną z najczęściej stosowanych metod remarketingu są licytacje internetowe, podczas których odsprzedaże się pojazdy innym firmom, na przykład komisom samochodowym lub dealerom. Zazwyczaj są to odbiorcy hurtowi, choć zdarzają się również nabywcy indywidualni. Po sporządzeniu raportu oceny pojazdu samochody kierowane są na aukcje internetowe, które odbywają się cyklicznie. Wszystkie auta prezentowane są na przynajmniej pięć dni przed licytacją na platformie online, co pozwala nabywcom zapoznać się ze stanem samochodu bez konieczności osobistych oględzin. Przed rozpoczęciem aukcji podawana jest cena wywoławcza pojazdu. Licytacja trwa około 2-3 godzin, aby osiągnąć zadowalający pułap cenowy, a jednocześnie ograniczyć czas sprzedaży. Aukcje są anonimowe: każdy z licytujących może widzieć najwyższą ofertę, ale nie zna oferenta. Nowoczesne narzędzia online są dostosowane do wygody uczestników aukcji i mają wiele przydatnych funkcji, na przykład automatyczne powiadomienia wyłącznie o interesujących nas samochodach czy ustawianie maksymalnych kwot, które potencjalny nabywca jest skłonny zapłacić za konkretny model pojazdu. Istotnym elementem współpracy aukcyjnej jest wzajemne zaufanie kontrahentów. Z jednej strony, firmy wynajmu długoterminowego dokładnie sprawdzają podmioty przystępujące do aukcji i nawiązują z nimi długofalowe relacje. Z drugiej – oferenci również sprawdzają dane sprzedawanych aut.

Kolejnym rozwiązaniem jest zorganizowanie wewnętrznego przetargu w firmie klienta. Pracownicy, którzy do czasu zakończenia kontraktu korzystali z konkretnych samochodów, mają prawo pierwokupu na preferencyjnych warunkach. Zasady późniejszego nabycia pojazdu przez jego użytkownika stanowią często istotny element polityki motywacyjnej firmy. Przedsiębiorca powinien więc podać pracownikowi cenę wykupu już w ramach umowy o korzystaniu z auta, która reguluje zarówno zasady sprzedaży, jak i standardy eksploatacji pojazdu. Zmotywowany gwarancją atrakcyjnej



ceny przy wykupie – zwykle niższej od rynkowej o marżę pośredników, czyli średnio o około 10-15% – pracownik z pewnością będzie dbał o auto, a dodatkowo dokładnie pozna jego historię serwisową. Pracodawca z kolei zyskuje niższe koszty użytkowania samochodu, które mogą zrekompenzować mniejszy przychód przy odsprzedaży.

Zarządzanie flotą wiąże się z utrzymaniem pełnej mobilności firmowych samochodów przy optymalnych, czyli stosunkowo niskich kosztach. Jednym z kluczowych punktów, które wpływają na finansowy bilans korzystania z firmowej floty, jest remarketing aut. W ciągu ostatnich lat w tej dziedzinie wiele się zdarzyło: Europę dotknął kryzys gospodarczy i późniejsza recesja, większość przedsiębiorstw wprowadziła programy oszczędnościowe, a popyt na nowe pojazdy drastycznie spadł. Podobnie było w Polsce: wśród recesyjnych wyzwań stojących przed firmami wynajmu długoterminowego pojawiła się kwestia milionów starych, importowanych samochodów, które wyjechały na nasze drogi. Jednocześnie remarketing pojazdów po wynajmie zyskał nowych sprzymierzeńców – rozwój urządzeń mobilnych i aplikacji, umożliwiających udział w aukcjach z niemal każdego miejsca na świecie.



Autor:
Rafał Romaldowski
Ekspert Polskiego Związku Wynajmu
i Leasingu Pojazdów
Kierownik Działu Ubezpieczeń i Sprzedaży Samochodów
Używanych Alphabet Polska Fleet Management

Wynajem długoterminowy pojazdów ciężarowych

W roku 2011 nastąpił znaczący wzrost sprzedaży nowych pojazdów użytkowych. Miało to pozytywny wpływ na zwiększenie wartości aktywów finansowanych za pomocą leasingu w porównaniu do wyników z 2010 r. Zgodnie z danymi Związku Polskiego Leasingu, na rynku finansowania ruchomości w 2011 r. odnotowano 14,9% wzrostu r/r. Wynik ten był w znaczącym stopniu zasługą segmentu samochodów ciężarowych, w którym sprzedaż nowych pojazdów powyżej

Definicje wynajmu długoterminowego pojazdów

Pełny wynajem długoterminowy – skrót: FSL (ang. Full Service Leasing)

1. Finansowanie floty klienta poprzez umowę leasingu operacyjnego, najmu, dzierżawy.
2. Ryzyko wartości rezydualnej po stronie finansującego.
3. Czas trwania umowy: minimum 24 miesiące.
4. Musi obejmować przynajmniej trzy usługi pozafinansowe (w tym zawsze serwis mechaniczny).

Leasing z serwisem – LS (Leasing & Service)

1. Finansowanie floty klienta poprzez umowę leasingu operacyjnego, najmu, dzierżawy lub leasingu finansowego.
2. Ryzyko RV po stronie korzystającego.
3. Czas trwania umowy: minimum 24 miesiące.
4. Musi obejmować przynajmniej 2 usługi, bez wymogu serwisu mechanicznego.

Wyłączne zarządzanie flotą – FM (Fleet Management)

1. Brak finansowania floty klienta przez firmę zarządzającą flotą.
2. Umowa na zarządzanie flotą zawarta na minimum 6 miesięcy.
3. Dowlolna liczba usług z listy usług pozafinansowych.

6 ton DMC zwiększyła się o ponad 45%. Najlepsze rezultaty osiągnęła gama ciągników siodłowych. Tutaj wzrost wyniósł ponad 70% i był związany z odbudową flot przedsiębiorców.

W oparciu o dane przedstawione przez Polski Związek Wynajmu i Leasingu Pojazdów – zrzeszający 16 firm wynajmu długoterminowego – samochody we flotach osiągnęły na koniec 2011 r. 11,9% wzrostu r/r. Wśród członków PZWLP jedyną firmą zajmującą się wynajmem i zarządzaniem pojazdami ciężarowymi i dostawczymi jest Fraikin Polska, który zwiększył swoje obroty o ponad 30%. Związane jest to z bardzo dużym zainteresowaniem tą formą usługi, zarówno ze strony dużych klientów flotowych, jak i małych odbiorców.

Poprawa sytuacji na rynku transportu samochodowego towarów oraz polepszenie stanu zdolności finansowych firm transportowych przełożyły się na dobre wyniki uzyskane przez Fraikin w 2011 r. Największy wzrost zanotowaliśmy w wynajmie długoterminowym. Nasza firma podpisywała umowy i realizowała dostawy dla klientów indywidualnych, jak i instytucjonalnych, takich jak Poczta Polska czy Centralny Zarząd Służb Więziennych. Świadczy to o wzrostowym



trendzie i dynamice rynku samochodów ciężarowych oraz o dużym potencjale usługi wynajmu – mówi Artur Nowicki, Dyrektor Generalny Fraikin Polska.

Z punktu widzenia Fraikin prognozy dotyczące rynku wynajmu pojazdów ciężarowych na rok 2012 są optymistyczne. Rynek flotowy rozwija się bardzo dynamicznie. W roku 2011 w krajach Unii Europejskiej odnotowano 9,9% wzrost r/r pod względem liczby nowych pojazdów ciężarowych różnego typu. Optymizmem napawa również fakt, że Polska zajęła siódmą pozycję w rankingu 27 krajów, rejestrując o 20,9 % więcej pojazdów użytkowych niż w 2010 r. (dane EAMA).

Jak często i z jakich względów wymienia się floty pojazdów ciężarowych?

Głównym powodem wymiany parków pojazdów ciężarowych są koszty związane z eksploatacją tych samochodów. Jako grupa zarządzamy flotą ponad 64 tys. pojazdów i z naszego doświadczenia wynika, że optymalny czas ich użytkowania wynosi pięć lat. W dużej mierze ten okres zależy od specyfiki działalności danej firmy: użytkowania miejskiego, regionalnego czy międzynarodowego pojazdów, przebiegów, a także od procesu dystrybucyjno-logistycznego. Dużą rotację samochodów we flotach obserwujemy – na przykład – wśród firm z branży FMCG. Kluczową przyczyną są tu względy ekonomiczne, czyli potrzeba obniżenia kosztów eksploatacyjnych. Innym aspektem, który jest związany z okresem użytkowania samochodów ciężarowych we flotach, jest ich niezawodność i jakość, co ma również wpływ na wizerunek firmy.



Rynek pojazdów ciężarowych po I kwartale 2012 r.

Po I kwartale 2012 r. liczba rejestracji pojazdów ciężarowych wskazuje na dwie dominujące na rynku tendencje. W grupie samochodów dostawczych o DMC poniżej 3,5 tony uzyskano wzrost o 12,4% w odniesieniu do analogicznego okresu roku 2011. Liczba rejestracji samochodów ciężarowych (nowych i używanych) powyżej 3,5 tony DMC zmniejszyła się o 18,5%, a w segmencie pojazdów powyżej 16 ton DMC spadek wyniósł 15,7% r/r. Mało optymistyczne wyniki zanotował również segment ciągników siodłowych, gdzie spadek osiągnął 22,9% r/r. (Źródło: www.pzpm.org.pl)

Zgodnie z danymi Związku Polskiego Leasingu, na rynku finansowania ruchomości wartość finansowania samochodów ciężarowych w porównaniu do końca I kwartału 2011 r., po trzech miesiącach bieżącego roku była mniejsza o 8%, szczególnie w segmencie samochodów ciężarowych o DMC powyżej 3,5 tony. Tutaj spadek osiągnął aż 21%.

Pierwszy kwartał 2012 r. potwierdził wyjściowe założenia – Fraikin Polska uzyskał dobre wyniki, między innymi dzięki poprawie sytuacji na rynku transportu samochodowego towarów i polepszeniu stanu zdolności finansowych firm transportowych. Nasza firma podpisywała umowy zarówno z klientami indywidualnymi, jak i instytucjonalnymi, takimi jak Poczta Polska czy Centralny Zarząd Służby Więziennej, któremu Fraikin Polska dostarczył w lutym br. 103 samochody. Świadczy to o dużym potencjale usługi wynajmu samochodów ciężarowych. ■



Autor:
Artur Nowicki
Członek Polskiego Związku Wynajmu
i Leasingu Pojazdów
Dyrektor Generalny Fraikin Polska



Światowy kryzys gospodarczy bardzo poważnie dotknął przedsiębiorstwa przewozowe. Jednak w latach 2010 i 2011 transport samochodowy powoli, ale systematycznie odzyskiwał utraconą równowagę. Na pytania jak pod tym względem wyglądały pierwsze miesiące 2012 r. i jak przedstawiają się prognozy dla transportu drogowego towarów w kolejnych kwartałach tego roku, odpowiadają badania przeprowadzone przez Instytut Transportu Samochodowego.

Wskaźnik koniunktury w ciężarowym transporcie samochodowym, wyrażający istniejące i przewidywane tendencje w zakresie podstawowej działalności przedsiębiorstw transportowych, odzwierciedla sytuację krajowych firm transportowych. Po głębokiej zapaści jaka miała miejsce w 2008 i 2009 r., w ogólnym trendzie wskaźnika można już powoli próbować dopatrywać się zmian, które nastrajają optymistycznie.

Wskaźnik koniunktury w ciężarowym transporcie samochodowym rośnie, gdy zwiększa się udział przedsiębiorstw, które w swoich ankietach, przesyłanych do Instytutu Transportu Samochodowego, deklarują wzrost przewozów w bieżącym i przyszłym kwartale, natomiast maleje wtedy, gdy zwiększa się udział przedsiębiorstw deklarujących spadek przewozów.

W I kwartale 2011 r. zanotowano sezonowy spadek wartości wskaźnika koniunktury w ciężarowym transporcie samochodowym (z -15,0 w IV kwartale 2010 r. do -16,2). W II kwartale jego wartość polepszyła się nieznacznie w stosunku do kwartału poprzedniego, jednak nadal była ujemna (-5,6).

Wartość wskaźnika koniunktury w transporcie w III kwartale 2011 r., podobne jak w dwóch kwartałach poprzednich, nadal była ujemna (-6,4). W stosunku do poprzedniego kwartału nastąpiło jednak pogorszenie sytuacji, natomiast dla porównania, w analogicznym III kwartale roku poprzedniego, wartość wskaźnika była dodatnia (+3,4). Ostatni kwartał ubiegłego roku przyniósł znaczny spadek wartości wskaźnika, do poziomu (-29,8).

Należy zauważyć, że począwszy od pierwszego kwartału 2011 r., a na czwartym kwartale kończąc, systematycznie zwiększał się odsetek firm, które odczuwały spadek wielkości przewozów, a także zmniejszał się procentowy udział firm notujących wzrost wielkości przewozów.

W 2011 r. spośród firm uczestniczących w badaniach, średnio 51% odpowiadało, że nie prowadziło żadnych inwestycji, 31%, że prowadziło je na poziomie z poprzedniego kwartału, 10% stwierdzało zmniejszenie inwestycji, a pozostałe 8% ich zwiększenie.

TRANSPORT SAMOCHODOWY

sytuacja i krótkoterminowe prognozy



W kwestii zakupów ciężarowego taboru samochodowego, w 2011 r. średnio 49% respondentów nie dokonywało ich w ogóle, 32% potwierdzało utrzymanie ich wielkości na poziomie z poprzedniego kwartału, 12% stwierdzało poprawę, a 7% firm odnotowało zmniejszenie poziomu zakupów taborowych. Trudności w zakupie taboru samochodowego wynikały m.in. z ograniczeń w udzielaniu kredytów przez banki.

Podsumowując miniony rok, należy zauważyć, że odpowiedzi respondentów na większość pytań zawartych w ankiecie, nie napawają zbytnim optymizmem.

Prognozy na następne kwartały wskazują na utrzymywanie się tendencji pesymistycznych w oczekiwaniach odnoszących się do sytuacji badanych przedsiębiorstw.

Wartość wskaźnika koniunktury w ciężarowym transporcie samochodowym w I kwartale 2012 r. była ujemna (-26,2). W stosunku do poprzedniego kwartału nastąpiło wprawdzie pewne polepszenie sytuacji, jednak porównanie z analogicznym okresem roku poprzedniego, kiedy wartość wskaźnika wynosiła -16,2, przesądza o ogólnym pogorszeniu się koniunktury w transporcie. Jedną prognozą na kolejne kwartały 2012 r. w ocenie respondentów, przedstawia się dość optymistycznie: mniej firm niż dotychczas przewiduje dalsze zmniejszanie się wielkości przewozów, a więcej firm zakłada, że wielkość przewozów ulegnie zwiększeniu.

Poza wskaźnikiem koniunktury, ważnymi miernikami badania warunków funkcjonowania przedsiębiorstw przewozowych są także wskaźniki: kondycji ekonomicznej i zdolności przewozowej. Pierwszy z nich jest obliczany na podstawie



odpowiedzi respondentów na temat ogólnej i finansowej sytuacji panującej w przedsiębiorstwach. W I kwartale 2012 r. wartość tego wskaźnika na poziomie -32,9 była mniej korzystna niż w kwartale poprzednim, co oznacza, że więcej firm transportowych odczuwało w I kwartale br. pogorszenie zarówno sytuacji ogólnej, jak i finansowej.

Wskaźnik zdolności przewozowej, który odzwierciedla zmiany w liczbie samochodów ciężarowych zaangażowanych w przewozy ładunków oraz wielkość zakupów samochodów ciężarowych, kształtował się w I kwartale 2012 r. na poziomie +0,10, nieco korzystniejszym niż w kwartale poprzednim, kiedy wynosił -0,6. Oznacza to, że w I kwartale br. w porównaniu z kwartałem poprzednim, zwiększyła się liczba firm, które odnotowały wzrost w zakresie pojazdów wykorzystywanych do przewozu ładunków oraz wzrost zakupów samochodów ciężarowych.

Pytani o zadłużenie, ankietowani wykazali rzeczywisty stan zadłużenia w I kwartale 2012 r. na poziomie mniej korzystnym, niż w kwartale poprzednim. W prognozach w tym zakresie na kolejny, tj. II kwartał 2012 r., respondenci przewidują, że ich zadłużenie będzie się zmniejszać.

W przypadku odpowiedzi na pytanie o opóźnienia w regulowaniu przez klientów należności za przewozy, przewoźnicy w swoich odpowiedziach wskazywali na zwiększenie tychże opóźnień. Prognozy na kwartał kolejny przewidują poprawę sytuacji w tym zakresie.

Aż 53% ankietowanych firm transportowych odpowiedziało, że nie prowadziło w I kwartale 2012 r. żadnych inwestycji, a 36%, że prowadziło je na poziomie z poprzedniego

kwartału. Tylko 5% firm raportowało zwiększenie inwestycji, a pozostałe 6% ich zmniejszenie. Prognozy na II kwartał 2012 r. kształtują się dość optymistycznie.

Co do zakupów taboru, to w I kwartale 2012 r. 51 proc. respondentów nie dokonywało takich działań, 33% zgłosiło utrzymanie wielkości zakupów na poziomie z poprzedniego kwartału, 9% stwierdziło poprawę i 7% firm stwierdziło zmniejszenie poziomu zakupów. Prognozy na kwartał następny pozwalają na optymistyczne stwierdzenie, iż sytuacja ta ulegnie korzystnym zmianom.

Wysokie koszty prowadzenia działalności przewozowej są od wielu już kwartałów najczęściej wymienianą barierą utrudniającą rozwój i sprawne funkcjonowanie przedsiębiorstw transportowych. W I kwartale 2012 r. sygnalizowało to aż 77% respondentów. Z pozostałych barier, przedsiębiorstwa najczęściej wymieniali niedostateczny popyt na usługi przewozowe (48% ankietowanych), a także trudności w pozyskiwaniu kredytów na zakup taboru i bieżącą działalność (11%) oraz problemy z pozyskiwaniem i zatrudnianiem pracowników do przewozu ładunków, w tym kierowców (11%).

Respondenci zwracali również uwagę na nieterminowe regulowanie przez klientów płatności za świadczone na ich rzecz usługi przewozowe oraz nieuczciwą konkurencję, w tym zaniżanie stawek za usługi transportowe.

Koniunktura w ciężarowym transporcie samochodowym, to wynik istnienia i oddziaływania wielu czynników, które kształtują sytuację na rynku transportowym. O koniunkturze decyduje między innymi: popyt i podaż, koszty prowadzenia działalności przewozowej, ceny paliw, sytuacja na rynku pracy, konkurencja ze strony przewoźników krajowych i zagranicznych, sytuacja fiskalna i inne. Podobnie jak trudno o precyzyjne prognozy dla całej gospodarki, tak niełatwo w tej chwili ocenić, jaką koniunkturą dla transportu drogowego towarów zaowocuje splot ww. czynników w ostatnich miesiącach roku 2012 i dalej, w roku 2013. Jedno jest pewne – sami przedsiębiorcy są w swych ocenach bardzo ostrożni.



Fracht FWO Polska
Twój transport, nasze doświadczenie. Od 1955 r.



Autor:
Artur Łeszczczyński
Project Manager
Fracht FWO Polska



Wywiad z Bartłomiejem Dębskim, Prezesem zarządu firmy Cartrack Polska

W ostatnich latach na rynku Polskim powstało wiele firm oferujących systemy zarządzania flotami pojazdów poprzez system monitoringu GPS. Większość z nich ogranicza się jednak do dostarczenia podstawowej usługi lokalizacyjnej, podczas gdy tylko nieliczne potrafią dostarczyć profesjonalne i niezawodne systemy wspierające procesy zarządzania flotą pojazdów. Rozwiązania te znajdują zastosowanie nie tylko w działach administracji ale również wspierają działalność operacyjną przedsiębiorstw w zakresie obsługi klienta sprzedaży czy logistyki. Przemysłany i świadomy wybór dostawcy usług monitoringu GPS gwarantuje klientom bezpieczeństwo ich floty oraz znaczącą redukcję kosztów jej utrzymania. Według badań rynkowych firmy po wprowadzeniu systemu redukują ogólne koszty eksploatacji floty nawet o 40 %.

Aby przybliżyć czytelnikom Magazynu Outsourcing&More zalety implementacji tego typu systemów we własnych flotach przeprowadziliśmy rozmowę z Bartłomiejem Dębskim – prezesem zarządu firmy Cartrack Polska – jedną z wiodących na polskim i międzynarodowym rynku firmy dostarczającej rozwiązania wspierające zarządzanie flotą.

Outsourcing&More: Panie Bartłomiej, proszę o kilka słów mających na celu przedstawienie firmy Cartrack. :

Bartłomiej Dębski: Firma Cartrack jest częścią międzynarodowego holdingu działającego od ponad 10 lat w 14 krajach. Spółka zatrudnia ponad 2000 pracowników i niedługo będzie notowana na giełdzie papierów wartościowych w Johannesburgu z oczekiwaną wartością rynkową na poziomie 200 mln EURO. Codziennie monitorujemy na świecie ponad 400 tys. pojazdów, zapewniając naszym klientom najwyższą jakość obsługi oraz bezpieczeństwo. To ilość świadczy naszym doświadczeniu i czyni z nas jedną z największych i najbardziej doświadczonych firm na świecie w zakresie systemów zarządzania flotą oraz w zabezpieczeniu i odzyskiwaniu skradzionych pojazdów.



O&M: Co Państwa wyróżnia i jakie korzyści daje to Państwa klientom?

BD: Jednym z fundamentalnych założeń twórców Holdingu Cartrack było dostarczenie klientom kompleksowego i niezawodnego rozwiązania opartego o własną produkcję urządzeń oraz oprogramowania. To czyni z nas jedną z nielicznych firm, które są w stanie dostarczać usługę opartą w 100% na własnych produktach. Dodatkowo posiadamy zespół mobilnych serwisantów dostępnych w trybie 24/7 mogących dokonywać instalacji na terenie całego kraju. Dla klienta oznacza to możliwość korzystania z rozwiązania bardzo starannie dopasowanego do potrzeb i oczekiwań. Chciałbym również podkreślić, że wyróżnia nas kompleksowa obsługa posprzedażowa polegająca na profesjonalnym doradztwie naszych specjalistów przy wdrożeniu jak i w dalszej współpracy z klientem.



O&M: Jaki jest zapotrzebowanie w Polsce na tego typu usługi ?

BD: Zapotrzebowanie jest ogromne, powiedzmy sobie szczerze: każdy szanujący się Manager, chce mieć w swoim środowisku pracy jak największą ilość procesów „pod kontrolą”. „Zawsze pod kontrolą” to hasło przewodnie naszej firmy. Nasza spółka matka używa hasła „Putting you back In control” co w dosłownym tłumaczeniu z języka angielskiego może nawet lepiej obrazuje korzyści, które czerpie się już po paru tygodniach stosowania naszego systemu. Pierwsze wrażenie jest niekiedy sporym zaskoczeniem dla zarządzających.

Podpisując na co dzień rachunki za paliwo, naprawę części eksploatacyjnych pojazdów, rodzi się pytanie czy rozsądnie dysponujemy budżetem i czy wydatki, które ponosimy są na odpowiednim poziomie? Taka myśl rodzi się w głowie każdej osoby zarządzającej daną strukturą lub jednostką organizacyjną. Nasz system, pomaga znaleźć odpowiedź na to pytanie.

Podsumowując, kto dzisiaj nie chce oszczędzać? Kto dziś chce zarobić mniej? Myślę, że odpowiedziałem dość wyczerpująco na postawione pytanie.

O&M: Jakie jest powiązanie Państwa usług z tematyką outsourcingu ?

Powiązanie jest bardzo silne i dość proste: outsourcing polega głównie na usprawnianiu pewnych obszarów działalności poprzez delegowanie określonych działań operacyjnych zewnętrznym specjalistycznym firmom. Wszystko to musi skutkować poprawą jakości usług, obniżeniem kosztów i zwiększeniem kontroli. My mamy narzędzie które pozwala osiągnąć zamierzony cel. Proponujemy rozwiązania dla firm

zajmujących się outsourcingiem usług a niekiedy bezpośrednio dla ich klientów. W efekcie osoby zajmujące się rozliczaniem pojazdów służbowych, nadzorujące sprzedaż, dystrybucję czy serwis, oszczędzają czas, zmniejszają koszty, co finalnie przekłada się na ogólną atrakcyjność ich oferty. Dodatkowo chciałem wspomnieć o aspekcie kontroli jakości i bezpieczeństwa. Firmy korzystające z usług zewnętrznych, mają często życzenie weryfikowania aktywności innych firm wykonujących dla nich usługi. Z kolei te, które legitymują się jakością, chętnie prezentują wyniki swojej pracy zleceniodawcom udostępniając im podgląd wizualny czy raporty zarządcze, mówiące np. o terminowości dostaw, ilości wizyt serwisowych, ilości odwiedzonych klientów. Sprzedając obietnicę, wykonania usługi, firmy zajmujące się outsourcingiem mogą zwiększyć swą wiarygodność poprzez udostępnienie klientowi możliwości monitorowania postępów. Tego typu propozycja jest bardzo mile widziana szczególnie w przypadku pozyskiwania nowych partnerów w biznesie.

O&M: Wspomniał Pan o aspekcie bezpieczeństwa, jakieś przykłady?

BD: Niejednokrotnie odzyskiwaliśmy pojazdy ze skradzionym towarem wysokowartościowym jak elektronika czy tytoń. Nasz system alarmuje również np.: o nieautoryzowanym otwarciu przestrzeni ładunkowej, spadku napięcia na akumulatorach. Jest jeszcze jeden bardzo ważny aspekt, o którym rzadko się wspomina: Odzyskany pojazd jest zawsze pojazdem, który użytkownik zna od początku jego użytkowania. Zna jego historię, naprawy, zalety i wady. Niestety historii, która jest bardzo ważna nie da się opłacić ze środków otrzymanych od firmy ubezpieczeniowej po utracie skradzionego pojazdu. Szczególnie często kiedy jego wartość pojazdu z roku na rok znacznie maleje.



O&M: W takim razie wszystko wskazuje, że jedynym ograniczeniem jest liczba pojazdów na rynku?

BD: Oczywiście, ale są inne przeszkody. Na przykład - wciąż jeszcze w naszym społeczeństwie istnieje przeświadczenie, że monitoring GPS to inwigilacja, która burzy porządek i pozytywne relacje w organizacji. Na szczęście, pojazdami służbowymi w polskich firmach zajmują się profesjonalści, managerowie flot, których wiedza i doświadczenie jest zgodna z naszą wizją.

Zawsze pytam swoich klientów, na czym chcemy budować swój biznes – na jakości i profesjonalizmie czy na niewiedzy? Posłużę się to dość trywialnym przykładem, szkoły nauki jazdy, świadczącej usługi w innym kraju, która zdecydowała się wdrożyć nasz system w flocie ponad 50 pojazdów.



Podczas prezentacji efektów wdrożenia systemu okazało się, że liczba godzin wykonanych zgodnie z harmonogramem była 2,5 razy mniejsza niż liczba godzin wykonanych przez instruktorów w własnym zakresie z użyciem aut służbowych. Licząc na poprawę stanu rzeczy w kolejnych miesiącach, anonimowe wyniki zaprezentowane zostały wszystkim pracownikom bez chęci wyciągania konsekwencji. Niestety efekt finalny był dość zaskakujący 35 instruktorów z 50 zatrudnionych, złożyło wypowiedzenie. Nie zaakceptowali nowych standardów pracy. Myślę, że daje to sporo do myślenia.

Analizując powyższą sytuację myślę, że każdy zarząd czy właściciele spółek dadzą się przekonać, że system monitoringu GPS, to nie inwigilacja, tylko narzędzie obniżające koszty operacyjne przedsiębiorstwa, o czym przekonało się już wielu naszych klientów.

Proszę sobie wyobrazić, że monitoring GPS jest jedną z nielicznych usług zaraz obok telefonu czy dostępu do Internetu w bardzo porównywalnej cenie. Bez usług tego typu, dzisiejszym firmom coraz trudniej funkcjonować. Te, które raz zdecydują się na wdrożenie, w późniejszych etapach nie widzą możliwości pracy bez systemu. Niepodważalnym argumentem jest oszczędność na poziomie 30% kosztów paliwa i ogólnych kosztów eksploatacji, notowana w niemal każdym przypadku. Oznacza to w rzeczywistości błyskawiczny zwrot z inwestycji w system Cartrack.

O&M: Chce Pan powiedzieć, że każda firma bez względu na wielkość posiadanej floty jest w stanie zredukować koszty jej eksploatacji?

BD: Oczywiście! Nasz system daje każdemu użytkownikowi bardzo duże i precyzyjne możliwości mierzenia i raportowania czynników istotnych dla charakterystyki biznesu czy branży. Chciałbym podkreślić, że ogromne znaczenie ma tu czynnik prewencyjny i świadomość użytkowników o wdrożeniu systemu w użytkowanych pojazdach. Ta świadomość najczęściej przynosi efekty w postaci redukcji przejechanych kilometrów czy bardziej „etycznego” zachowania na drodze już od pierwszego dnia.

O&M: Co chciałby Pan powiedzieć firmom, które nie posiadają jeszcze systemu Cartrack?

BD: Przede wszystkim chciałbym zachęcić właścicieli firm, osoby posiadające pojazdy w firmach, managerów flot i szefów sprzedaży do kontaktu z nami celem umówienia spotkania z naszym specjalistą w dogodnym dla Państwa terminie. Wizyta ta pozwoli znaleźć obszary, w których zastosowanie systemu Cartrack przyniesie Państwu oszczędności lub zwiększy efektywność Państwa działalności.

O&M: Dziękuję za rozmowę

BD: Dziękuję pięknie i pozostaję do Państwa dyspozycji. ■



INFOLINIA: 666 202 000

www.cartrack.pl

info@cartrack.pl



Outsourcing



ASSOCIATION
of BUSINESS SERVICE LEADERS
IN POLAND

- Knowledge sharing
- Cooperating with central and local authorities
- Improving regional investment climate
- Building positive image of the business services sector
- Networking
- Employer Branding

www.absl.pl

Rondo ONZ 1 (II p.) | 00-124 Warszawa | e-mail: absl@absl.pl

Nieruchomości



CUSHMAN & WAKEFIELD®

Cushman & Wakefield Polska Sp. z o.o.

Metropolitan
Plac Piłsudskiego 1
00-078 Warszawa

+48 22 820 20 20 Tel
www.cushmanwakefield.com
info.poland@eur.cushwake.com

INFORMACJE O RYNKU POWIERZCHNI BIUROWYCH W POLSCE
WWW.CWOFFICE.PL

Szkolenia



www.communicationcorner.pl
+ 48 793 900 292
info@communicationcorner.pl

- Business English
- English for HR
- English for Call Center
- English for Presentations
- English for Negotiations

Szkolenia



CONSULTING CALL/CONTACT CENTER
SZKOLENIA CALL CENTER
BADANIA JAKOŚCI OBSŁUGI KLIENTA
OUTSOURCING PERSONALNY

www.hillway.pl
+ 48 22 250-22-81
info@hillway.pl

Szkolenia



**Akademia
Telemarketingu**

*Kompleksowe wsparcie
szkoleniowe dla call center*

- Akademia Telemarketera
- Akademia Menedżera Call Center
- Akademia Trenera Call Center

Infolinia: 801 080 250

www.akademiotelemarketingu.pl

Outsourcing

SOURCEONE
A D V I S O R Y

Lider doradztwa w projektach outsourcingu.
Wspieramy największe firmy w Polsce.

SourceOne Advisory s.j.
ul. Domaniewska 39A
02-672 Warszawa
Tel. (+48) 22 208 27 27
Fax (+48) 22 208 27 60

www.sourceone.pl

Call Center



www.instytutcc.pl
Infolinia: +48 61 622 71 82

- > Pracownia Audytu Call Center
- > Monitoring rynku Call Center
- > Norma EN 15 838 wdrożenie i audyt
- > Doradztwo Call Center
- > Forum Call Center

Marketing



Let our professional consultants
create perfect digital marketing
for your organization

Mariusz Wiśniewski
General Manager
MITO Intelligence
mob. +48 514 573 093
mariusz@mitointelligence.com

SEO
webcasts
social media marketing
digital marketing consultancy

www.mitointelligence.com
facebook.com/MITOintelligence

Województwo Łódzkie

Łódź Voivodeship



Wybrane firmy / Selected Companies

Łódź

ABB
Accenture
Atos Origin
BMS Poland
CERI International
Citi Service Center, Citibank International Plc
Comarch
DHL Express
Ericpol Telecon
IBM
Infosys BPO
Mobica
Nordea
Philips
Polkomtel
Randstad Payroll Solutions
Rule Financial
Sii
SouthWestern BPS Poland
Telmon
Target BPO
Tate & Lyle
Voice Contact Center (OEX)

