

modern

Office Manager


ZARZĄDZANIE • INSPIRACJE • TRENDY • WIEDZA • PROFESJONALIZM

STYCZEŃ 2013 | Nr 1 (81) | Cena 18,50 zł (w tym 8% VAT)

Biura dla kreatywnych

Social media a komunikacja z klientem

Dlaczego warto wdrożyć workflow?



880,000m² exhibition area

4,500 global exhibitors

190,000 global buyers



China International Furniture Fair
(Guangzhou)

TOP BRANDS
TOP OPPORTUNITIES



31st China International Furniture Fair
(Guangzhou)-Office Show

www.ciff-gz.com

2013.3.27-30

China Import and Export Fair Complex



中国对外贸易广州展览总公司
CHINA FOREIGN TRADE GUANGZHOU EXHIBITION GENERAL CORP

Tel: +86-20-89128023/89128062 E-mail: ciff@fairwindow.com.cn

The data above are from the
annual statistics.

modern Office Manager

REDAKTOR NACZELNA
Marzena Szulc
tel. 22 867 27 50 w. 115
marzena.szulc@mbmedia.pl
redakcja@mbmedia.pl

REKLAMA
Ilona Abratńska
tel. 22 824 70 17 w. 103
ilona.abratanska@mbmedia.pl
Magda Włoszczyńska
tel. 22 824 70 17 w. 110
magda.wloszczyńska@mbmedia.pl

PRENUMERATA
www.officemanager.pl
tel. 22 867 27 50
prenumerata@mbmedia.pl



Miesięcznik badany przez:



Redakcja nie ponosi odpowiedzialności
za treść materiałów reklamowych.
Wydawca zastrzega sobie prawo do skrótów
nadesłanych materiałów.
Wszystkie prawa zastrzeżone.
Przedruk w całości lub części wyłącznie
za zgodą Wydawcy.



WYDAWCA
MB Media s.j.
ul. Altowa 6
02-386 Warszawa
tel. 22 867 27 55
faks 22 824 70 16
biuro@mbmedia.pl
www.officemanager.pl

DRUK
Lotos Poligrafia
www.lotos-poligrafia.pl

Dział FTP/DTP - Sławomir Pasznik

NASI PARTNERZY



OD REDAKCJI

To pierwsze w Nowym Roku wydanie Modern Office Manager. Prezentujemy w nim sporo informacji o najnowszych trendach i tendencjach rynkowych z dziedziny technologii druku i zarządzania drukiem. Pokazujemy także najnowsze modele laptopów i komputerów stacjonarnych, które mimo rozwoju mobilnych technologii nadal mają bardzo silną pozycję w polskich firmach i przedsiębiorstwach.

Poza tym proponuję interesujące artykuły, dotyczące zarządzania firmą – zarówno o metodach obniżania kosztów przechowywania danych w przedsiębiorstwie, o korzyściach z wdrożenia systemu ERP oraz workflow. Warto poczytać też o zwiększeniu wydajności pracowników poprzez umiejętne motywowanie. Dowiedziecie się też Państwo, jak udoskonalić swą asertywność i dlaczego jest ona tak ważna w kontaktach międzyludzkich.

Optymizmem napawa fakt, że Polska pozostaje znaczącym graczem na rynku nieruchomości biurowych i dla wielu inwestorów stanowi kluczowy rynek na kontynencie. Pozostaje liczyć, że ta dobra passa utrzyma się również w tym roku.

Marzena Szulc



Modern Office Manager na Facebooku!

Znajdą tam Państwo ciekawostki z szeroko pojętej dziedziny office, bieżące wydarzenia i informacje z branży, notki o szkoleniach, konferencjach i targach branżowych, oraz szereg innych interesujących materiałów.

Zapraszamy do odwiedzenia profilu, polubienia go i komentowania!

<http://www.facebook.com/ModernOfficeManager>



Fot. MediaHUB

PANORAMA

3

OFFICE NEWS

9

OFFICE DESIGN

Ściany działowe w obiektach biurowych

15

Biura dla kreatywnych

16

Klasy akustyczne mebli do biur open plan

18

FIRMOWE DOKUMENTY

Druk. Jak wydawać na niego mniej?

20

Druk w firmie – najnowsze trendy

21

e-Print – drukuj z każdego miejsca

24

TECHNOLOGIE / IT

Obniżanie kosztów przechowywania danych

26

Social media a komunikacja z klientem

28

Notebooki i desktopy dla firm

30

ZARZĄDZANIE

Jak zwiększać efektywność pracowników?

32

Kiedy wdrożyć system ERP?

33

IT a zarządzanie zmianą w firmie

34

Asertywność – 10 przykazań

36

Dlaczego warto wdrożyć workflow?

37

Co robić, by nie zwalniać?

38

Jak zorganizować wyjazd pracowników?

40

NOWOŚCI

42



BAROMETR PERSPEKTYW ZATRUDNIENIA

Jak wynika z opublikowanego przez agencję zatrudnienia ManpowerGroup raportu Barometr Manpower Perspektyw Zatrudnienia, pracodawcy pozostają ostrożni co do deklaracji zatrudnienia w I kwartale 2013 r. Prognoza netto zatrudnienia po korekcie sezonowej wyniosła -1 proc., sprawiając, że już drugi kwartał z rzędu otrzymywane dla Polski wyniki znajdują się na najniższym poziomie od II kwartału 2008 r., kiedy rozpoczęto prowadzenie badania w Polsce.

Spośród 750 badanych pracodawców zwiększenie całkowitego zatrudnienia przewiduje 9 proc. firm, 15 proc. planuje redukcję etatów, a 73 proc. brak zmian personalnych. Prognoza netto zatrudnienia przed korektą sezonową wyniosła -6 proc.

- Wyniki badania pokrywają się z rosnącym pesymizmem, jaki obserwujemy na rynku. Wiele firm wstrzymało uruchamianie nowych projektów. Tworzeniu nowych miejsc pracy nie sprzyja również początek roku, który dla wielu firm jest trudnym okresem. Nie bez wpływu na niezbyt pomyślną sytuację na polskim rynku pracy pozostają również sygnały z państw strefy Euro. Wszystko to wpływa na decyzje biznesowe przedsiębiorstw w Polsce, trudno zatem dziwić się pesymistycznym prognozom. Śledząc dynamikę rynku, spodziewamy się, że sytuacja ulegnie poprawie, jednak najprawdopodobniej nastąpi to dopiero w drugiej połowie roku – mówi Iwona Janas, Dyrektor Generalna ManpowerGroup w Polsce.

W I kwartale 2013 r. w czterech z 10 badanych sektorach ¹⁾ prognoza netto zatrudnienia jest dodatnia. Największy optymizm widoczny jest w sektorach Transport/ Logistyka/ Komunikacja (+11 proc.) oraz Handel detaliczny i hurtowy (+10 proc.).

Ostrożne plany zatrudnienia mają pracodawcy z sektorów Restauracje/ Hotele (+5 proc.), a także Instytucje sektora publicznego (+3 proc.). Na podstawie deklaracji pracodawców ujemną prognozę netto zatrudnienia odnotowano w sektorach Kopalnie/ Przemysł wydobywczy (-7 proc.), Budownictwo, Produkcja przemysłowa (-6 proc. dla każdego), Energetyka/ Gazownictwo/ Wodociągi (-5 proc.), a także Rolnictwo/ Leśnictwo/ Rybołówstwo (-3 proc.). Prognoza netto zatrudnienia dla sektora Finanse/ Ubezpieczenia/ Nieruchomości/ Usługi wyniosła 0 proc.

W ujęciu kwartalnym optymizm pracodawców jest mniejszy w sześciu z dziesięciu badanych branż. Największy spadek, o 8 punktów procentowych, odnotowano dla sektora Finanse/ Ubezpieczenia/ Nieruchomości/

Usługi. Kolejne znaczne obniżenie prognozy nastąpiło w Budownictwie, o 4 punkty procentowe. Wzrost prognozy nastąpił w czterech sektorach; największy, o 8 punktów procentowych, odnotowała Energetyka/ Gazownictwo/ Wodociągi i o 7 punktów Handel detaliczny i hurtowy.

- Negatywna prognoza dla sektora Produkcja przemysłowa utrzymuje się już kolejny kwartał z rzędu. To niepokojący objaw, ponieważ branża ta oddaje zwykle sytuację całego rynku. Z odnotowujących ujemne prognozy branż wyłamują się dwa sektory, które zachowują pozytywne i stabilne wyniki, uzyskane w ciągu ostatnich pięciu lat. To Transport/ Logistyka/ Komunikacja, a także Handel detaliczny i hurtowy. Jednak dla przedstawicieli pozostałych gałęzi rynku pierwszy, a także najprawdopodobniej drugi kwartał nowego roku może niestety upłynąć pod hasłem spowolnienia gospodarczego – komentuje Iwona Janas.

W zestawieniu z wynikami dla I kwartału 2012 r. prognozy są niższe w ośmiu z dziesięciu badanych sektorów. Największe spadki odnotowano dla Budownictwa (o 24 punkty procentowe), a także dla sektora Kopalnie/ Przemysł wydobywczy (o 17 punktów procentowych). Kolejne znaczne obniżenie prognozy nastąpiło w sektorach Finanse/ Ubezpieczenia/ Nieruchomości/ Usługi oraz Produkcja przemysłowa, odpowiednio o 12 i 10 punktów procentowych. Za to większy niż przed rokiem optymizm widać w dwóch branżach- w Energetyce/ Gazownictwie/ Wodociągach, gdzie prognoza wzrosła o 5 punktów procentowych, a także w sektorze Rolnictwo/ Leśnictwo/ Rybołówstwo, gdzie wzrosła o 2.

W porównaniu z IV kwartałem 2012 r. prognoza netto zatrudnienia spadła w czterech z sześciu badanych regionach Polski ²⁾. Najbardziej prognoza obniżyła się w regionie Południowym (o 7 punktów procentowych), a następnie w regionach Północno-Zachodnim i Północnym (o 4 punkty procentowe dla każdego). Poprawiły się natomiast nastroje pracodawców z regionu Centralnego (wzrost o 3 punkty procentowe).

W ujęciu rocznym spadek optymizmu wśród ankietowanych firm odnotowano we wszystkich sześciu badanych regionach. Najbardziej prognoza obniżyła się w regionie Południowym (o 19 punktów procentowych), Północnym (o 10 punkty procentowe), a także Północno-Zachodnim i Wschodnim (o 7 punktów procentowych dla obu).

W zestawieniu globalnym wyniki raportu Man-



powerGroup pokazują, że większość pracodawców na świecie przewiduje, w mniejszym lub większym stopniu, zwiększenie zatrudnienia w pierwszych trzech miesiącach 2013 r. Dodatkowo prognozy netto zatrudnienia uzyskano w 29 z 42 badanych krajach. W ujęciu kwartalnym plany związane ze zwiększeniem liczby etatów uległy obniżeniu w 21 z 42 krajów. Analiza rok do roku pokazuje, że prognozy poprawiły się lub utrzymały na zbliżonym poziomie jedynie w 13 badanych krajach.

Najbardziej optymistyczne prognozy na świecie ustalono na podstawie deklaracji pracodawców na Tajwanie (+35 proc.), w Indiach (+27 proc.), Brazylii (+21 proc.), Meksyku (+20 proc.), Kolumbii i Panamie (+18 proc. dla obu). Najbardziej pesymistyczni są pracodawcy w Grecji, Hiszpanii, Włoszech (-11 proc. dla wszystkich trzech), Słowenii (-9 proc.), Holandii i Słowacji (-8 proc. dla obu), Irlandii (-6 proc.), Bułgarii, Czechach (po -4 proc.), Węgrzech (-2 proc.), Francji, Polski oraz RPA (-1 proc. dla każdego z trzech).

Barometr Manpower Perspektyw Zatrudnienia jest dostępny na stronie www.manpowergroup.pl.

¹⁾ Sektory uwzględnione w badaniu: Budownictwo, Energetyka/ Gazownictwo/ Wodociągi, Finanse/ Ubezpieczenia/ Nieruchomości/ Usługi, Handel detaliczny i hurtowy, Instytucje sektora publicznego, Kopalnie/ Przemysł wydobywczy, Produkcja przemysłowa, Restauracje/ Hotele, Rolnictwo/ Leśnictwo/ Rybołówstwo, Transport/ Logistyka.

²⁾ Regiony Polski według podziału Eurostatu: Centralny (łódzkie, mazowieckie), Południowo-Zachodni (dolnośląskie, opolskie), Południowy (małopolskie, śląskie), Północno-Zachodni (wielkopolskie, zachodniopomorskie, lubuskie), Północny (kujawsko-pomorskie, warmińsko-mazurskie, pomorskie), Wschodni (lubelskie, podkarpackie, świętokrzyskie, podlaskie).

CZY MOŻNA ZWOLNIĆ ZA SURFOWANIE W SIECI?



Internet to nieograniczone źródła informacji, które okazują się nieocenioną pomocą w wykonywaniu także i pracy zawodowej. Dzięki sieci internetowej wielu pracowników może w coraz lepszy sposób wykonywać swoje obowiązki zawodowe. Pracodawcy jednak poddają w wątpliwość to, czy ich podwładni rzeczywiście wykorzystują w czasie pracy Internet zgodnie z jego przeznaczeniem.

Niestety, wielokrotnie zdarza się, że będąc w pracy pracownicy surfują po Internecie w prywatnych sprawach. Odwiedzają serwisy informacyjne, plotkarskie i rozrywkowe, a nade wszystko – logują się i aktywnie

uczestniczą w życiu portali społecznościowych. Takie ich zachowanie jest niedopuszczalne podczas wykonywania obowiązków służbowych. Czy surfowanie w sieci może być podstawą zwolnienia pracownika?

Pracodawca ustalając szczegółowe warunki pracy na terenie zakładu pracy może zaznaczyć w regulaminie, że istnieje zakaz używania bądź nadużywania Internetu do celów prywatnych w czasie wykonywania obowiązków zawodowych. Wówczas, jeśli pracodawca wykryje taką sytuację, pracownik zostanie oskarżony o zaniebdywanie obowiązków pracowniczych. W zależności od tego, jakie sankcje przewidują

wewnętrzne regulacje pracodawcy w zakładzie pracy, za nadużywanie Internetu pracownikowi grozi nawet zwolnienie. Będzie ono tym bardziej prawdopodobne, jeśli sytuacja nadużywania Internetu i w związku z tym zaniebdywania obowiązków zawodowych, powtarza się nagminnie.

Przepisy kodeksu pracy wskazują, że pracownik ma obowiązek przestrzegania zapisów umieszczonych w regulaminie pracy i przestrzegać ustalonego w zakładzie pracy porządku. Jeśli pracownik naruszył swój obowiązek dotyczący zakazu nadużywania Internetu do celów prywatnych, pracodawca ma prawo rozwiązać z nim umowę o pracę za wypowiedzeniem.

Pracodawca może również uznać, że kilkukrotne zaniebdanie obowiązków zawodowych, w związku z nadużywaniem w pracy Internetu, skutkuje utratą zaufania do pracownika, co może być podstawą wypowiedzenia umowy o pracę. Pracodawca nie ma obowiązku najpierw zastosować wobec niesubordynacji pracownika kary porządkowej. Może od razu zdecydować o wypowiedzeniu umowy o pracę w okoliczności nadużywania Internetu przez pracownika do celów prywatnych.

Jeśli w przepisach wewnętrznych regulaminu pracy zapisano, że nadużywanie Internetu dla celów prywatnych przez pracowników będzie klasyfikowane jako ciężkie naruszenie podstawowych obowiązków, wówczas pracodawca może zerwać umowę zawartą z pracownikiem bez wypowiedzenia.

(biznes-firma.pl)

ILE PRACODAWCY SĄ WINNI PRACOWNIKOM?

Praktycznie co miesiąc w mediach pojawiają się kolejne wyliczenia ekspertów dotyczące zaległości płatniczych w polskich firmach. Zjawisko to jasno wskazuje na fakt, że przedsiębiorcy w kraju mają problemy z utrzymaniem płynności finansowej i regulowaniem zobowiązań. Jeśli dysponują mniejszymi środkami niż wymagają to bieżące płatności, muszą zrezygnować lub odłożyć na przyszłość pewne zobowiązania. Niestety, w ich gronie najczęściej znajdują się wynagrodzenia pracownicze – informuje portal biznes-firma.pl.

Z uwagi na to wielu przedsiębiorców w Polsce zalega z płatnościami pensji dla swoich pracowników, niekiedy nawet kilka miesięcy. To jest łamanie prawa pracy, ponieważ

wynagrodzenie jest podstawowym prawem pracownika, wykonującego pracę zawodową na rzecz swojego pracodawcy.

Gazeta Wyborcza podaje dane zgromadzone przez Państwową Inspekcję Pracy, wskazując na to, że w listopadzie 2012 roku przedsiębiorcy zalegali z wypłatą wynagrodzeń dla swoich pracowników na kwotę ponad 208 mln zł. Był to wzrost zaległości z tego tytułu o 75,5 mln zł rok do roku. Łącznie, w ciągu 11 miesięcy poprzedniego roku, ponad 100 tys. firm w Polsce miało problemy z terminowym wypłacaniem pensji pracowniczych. Powodem takiego stanu rzeczy w opinii samych pracodawców jest kryzys gospodarczy w Polsce.



FINANSIŚCI POSZUKIWANI NA ŚLĄSKU

Pracownicy działów finansowych, którzy myślą o związaniu kariery zawodowej ze Śląskiem, mogą liczyć na bardzo dobre warunki finansowe. Szczególnie teraz, gdy region ten wyraźnie odczuwa niedobór finansistów. Potwierdza to raport Michael Page „Finanse i księgowość. Przegląd wynagrodzeń 2012/2013”.

Region Śląski boryka się z małą podażą finansistów i księgowych, a pozyskanie odpowiednich kandydatów na stanowiska np. głównego księgowego (z bardzo dobrym angielskim i znajomością konsolidacji), czy dyrektora finansowego (z bardzo dobrym angielskim i doświadczeniem w rozliczaniu długoterminowych projektów inwestycyjnych wartości kilkudziesięciu milionów złotych), jest bardzo trudne.

– Śląski rynek pracy dla finansistów daleki jest od nasycenia. To wymarzona sytuacja dla osób poszukujących zatrudnienia, tym bardziej, że w tym regionie ponad 30 proc. rekrutacji dotyczy nowych stanowisk, podczas gdy np. w stolicy działania rekrutacyjne do działów finansowych to głównie replacement – wyjaśnia Radosław Szafrąński, Executive Manager, Michael Page Southern Poland.

Ze względu na specyfikę firm działających na Śląsku, najbardziej poszukiwani są tu finansisci wyspecjalizowani w kontroli kosztów związanych z R&D, łańcuchem dostaw i logistyką. Wymagana jest od nich znajomość podstaw księgowości podatkowej, a także posiadanie

certykatów, takich jak biegły rewident czy ACCA. Istotne jest także udokumentowane doświadczenie w corporate finance i procesach konsolidacji, gdyż relatywnie dużo firm z tego regionu przymierza się do wejścia na giełdę. Równie ważna co odpowiednia wiedza i doświadczenie w finansach jest także bardzo dobra znajomość języka angielskiego. Pracownicy legitymujący się znajomością tego języka na najwyższym poziomie są najbardziej poszukiwani. Drugim językiem istotnym z punktu widzenia pracodawców jest niemiecki, ale na znaczeniu zyskuje także francuski.

Wyniki przygotowanego przez Michael Page raportu „Finanse i księgowość. Przegląd wynagrodzeń 2012/2013” ukazują, że wysokie kompetencje pracowników działów finansowych są doceniane przez tutejszych pracodawców odpowiednimi wynagrodzeniami. Przykładowo, pracownik z ponad 5-letnim doświadczeniem w kontrolingu finansowym, do którego obowiązków należą m.in. przygotowanie budżetów i monitoring ich realizacji, wyjaśnianie odchyleń, opracowywanie raportów, analiza trendów, kosztów, należności i zobowiązań, a także analiza kluczowych wskaźników finansowych oraz rekomendowanie odpowiednich działań, może liczyć na wynagrodzenie rzędu 10 tys. zł brutto. Główny księgowy odpowiedzialny za całość działalności firmy, a także operacyjną efektywność zespołu księgowości otrzyma

wynagrodzenie ok. 11 tys. zł brutto. Poszukiwani na Śląsku kontrolerzy ds. produkcji, którzy pełnią funkcje finansowe w fabrykach, odpowiadają za jeden bądź kilka zakładów produkcyjnych i nadzorują komórkę kontroli wewnętrznej zapewniając zgodność z polityką firmy w zakresie księgowości mogą zarobić ok. 18 tys. zł brutto. Pracujący w aglomeracji śląskiej dyrektor finansowy pełniący w organizacji kluczową rolę pod względem strategicznym i operacyjnym oraz stanowiący część zespołu zarządzającego zarabia miesięcznie w największych firmach (powyżej 1000 pracowników) ok. 28 tys. złotych brutto. Jeśli weźmiemy pod uwagę mniejsze firmy (do 100 pracowników) okazuje się, że dyrektor finansowy zarobi w aglomeracji śląskiej ok. 18 tys. zł brutto.

– Warto wspomnieć także o centrach usług wspólnych (SSC), które stały się regionalną „specjalnością” południa naszego kraju. Tego typu organizacje poszukują w trybie ciągłym najwyższej klasy specjalistów, którzy swoim doświadczeniem są w stanie wesprzeć międzynarodowe projekty – zauważa Radosław Szafrąński z Michael Page Southern Poland. W najbliższym czasie kilkuset wysokiej klasy specjalistów od finansów znajdzie pracę m.in.: w SSC Unilevera i Tele-Foniki w Katowicach. Ale to nie koniec. Z informacji Michael Page wynika, że na Śląsku i w Małopolsce do końca roku powstaną kolejne 3-4 nowe centra usług wspólnych, m.in. to obsługujące bank inwestycyjny State Street, który zatrudnia obecnie ok. 2 tys. osób, ale już teraz planuje kolejne rekrutacje. Osoby zarządzające centrami usług wspólnych, które mają bardzo duży wpływ na efektywność operacyjną oraz kosztową dużych grup kapitałowych, mogą liczyć na wynagrodzenie w wysokości ok. 25 tys. zł.

Raport „Finanse i księgowość. Przegląd wynagrodzeń 2012/2013”, przygotowany przez zespół Finance & Accounting, stanowi podsumowanie informacji zebranych w ramach praktyki zespołu działającego w Michael Page International (Poland). W zestawieniu znalazły się firmy ze wszystkich sektorów gospodarki, w szczególności: FMCG, produkcji spożywczej i przemysłowej, opakowań, handlu, nieruchomości, sektora farmaceutycznego, energetycznego, telekomunikacji, IT, mediów, transportu i logistyki. Podane przedziały aktualnych poziomów wynagrodzeń zostały opracowane na podstawie informacji uzyskanych od kandydatów, a także w ramach prowadzonych i zrealizowanych projektów rekrutacyjnych.



SMARTFONY - ZAGROŻENIEM DLA FIRMY?

Ze względu na rozszerzoną funkcjonalność, smartfony stały się czymś więcej niż zwykłym środkiem łączności. Obecnie są one pełnowartościowymi narzędziami służącymi do pracy, często używanymi przez pracowników do uzyskania dostępu do informacji firmowych. Z badania przeprowadzonego w lipcu 2012 r. przez B2B International dla Kaspersky Lab wynika, że aż 33 proc. firm zezwala swoim pracownikom na nieograniczony dostęp do zasobów firmowych z poziomu smartfonów.

38 proc. firm próbuje ograniczać możliwości korzystania przez pracowników z prywatnych smartfonów, na przykład poprzez blokadę dostępu do pewnych zasobów sieciowych. Kolejne 19 proc. stosuje całkowity zakaz korzystania z urządzeń mobilnych w celach firmowych. Jednak tylko 11 proc. wszystkich firm używa oprogramowania do zarządzania urządzeniami mobilnymi - Mobile Device Management (MDM) w celu zapewnienia zgodności z polityką bezpieczeństwa firmy. Inny trend popularny wśród korporacji to „przynies swoje własne urządzenie” (BYOD), którym może być komputer, smartfon lub tablet. Niestety, jak wykazało badanie, wiele firm nie stosuje żadnych ograniczeń, chociaż 34 proc. badanych uważa, że korzystanie z urządzeń osobistych stanowi zagrożenie dla biznesu, a 55 proc. zastanawia się nad możliwościami zmniejszenia ryzyka. To zwiększone zainteresowanie zagroże-

niami związanymi z urządzeniami mobilnymi może wynikać z tego, że 23 proc. firm miało styczność z utratą danych, spowodowaną zgubieniem lub kradzieżą urządzeń mobilnych.

Pomimo ryzyka związanego z przechowywaniem na prywatnych smartfonach informacji związanych z pracą, tylko 9 proc. firm planuje wprowadzenie zakazu korzystania z takich urządzeń w przyszłości. Co ciekawe, 36 proc. ankietowanych specjalistów ds. IT jest przekonanych, że niezależnie od wprowadzanych środków bezpieczeństwa liczba prywatnych urządzeń w miejscu pracy będzie rosła.

Aby ułatwić firmom zapoznanie się ze współczesnymi zagrożeniami oraz metodami walki z nimi, eksperci z Kaspersky Lab



przygotowali specjalną stronę: <http://www.kaspersky.pl/beready>. Witryna ta zawiera wiele porad, które mogą pomóc w stworzeniu skutecznej polityki bezpieczeństwa, uwzględniającej prywatne smartfony, tablety i laptopy pracowników.

ZATRUDNIENIE TERMINOWE I JEGO ZALETY

W czasach kryzysu pracodawcy muszą szukać oszczędności w toku swojego funkcjonowania, aby móc utrzymać się na rynku. Najczęściej owe oszczędności są związane z tzw. restrukturyzacją zatrudnienia w zakładzie pracy, co pociąga za sobą poważne zmiany dla samych pracowników. Część z nich jest zwalnianych, aby firma mogła zredukować ponoszone koszty. Z innymi rozwiązuje się umowę o pracę, ale daje możliwość terminowego zatrudnienia, które jest przede wszystkim korzystne dla samych pracodawców.

Przy zatrudnianiu pracowników w formie zatrudnienia terminowego, stosowane są zarówno umowy o pracę, jak i umowy cywilnoprawne, tj. umowy zlecenie bądź umowy o dzieło.

Wśród umów o pracę o charakterze czasowym, Kodeks pracy wyróżnia: umowę na

okres próbny, umowę na czas określony, umowę na zastępstwo, umowę na czas wykonywania określonej pracy.

Elastyczne zatrudnienie sprawia, że pracodawca ponosi niższe koszty, a jeśli zechce zwolnić pracownika, nie będzie musiał wypłacać mu wysokich odpraw, jak ma to miejsce w przypadku stałych, długotrwałych umów o pracę. Przejściowe, czasowe zatrudnienie pracowników powoduje, że przedsiębiorstwo ma dostęp do siły roboczej, może realizować swoje zlecenia na bieżąco, a w okresie przestojów nie zatrudniać części kadry pracowniczej i w ten sposób oszczędzać.

Umowa na okres próbny jest jedną z możliwych umów przy zatrudnianiu terminowym. Dzięki niej pracodawca ma możliwość sprawdzenia, czy wybrany przez niego kandydat do pracy rzeczywiście sprawdzi

się na danym stanowisku pracy. W czasie „próbnej” zatrudnienia pracodawca sprawdza, czy pracownik posiada konkretne umiejętności, które pozwolą mu wykonywać pracę zawodową, zaś sam pracownik może sprawdzić, czy zaoferowane mu stanowisko pracy i jej warunki, mu odpowiadają.

Pracodawcy zatrudniający pracowników na umowy na czas określony odnoszą z tego tytułu wiele korzyści. Umowę na czas określony zawiera się na dowolnie wybrany okres czasu, choć nie można go wydłużać w nieskończoność, ponieważ zostanie to uznane za wykroczenie. Umowa taka rozwiązuje się samoczynnie po upływie wskazanego terminu, choć pracodawcy mogą szybko rozwiązać umowę, jeśli zajdzie taka konieczność, nawet bez uzasadnienia wypowiedzenia. (biznes-firma.pl)

30 LAT W BRANŻY – Z SATYSFAKCJĄ I SUKCESAMI

O 30-leciu działalności firmy Amex, jej historii, osiągnięciach i perspektywach rozwoju, a także o nowym logotypie rozmawiamy z Arturem Romanowskim, prezesem firmy

W tym roku mija 30 lat Państwa działalności. Jak wyglądały początki firmy i jak udało się Państwu osiągnąć obecną pozycję?

Nasza historia sięga początku lat 80-tych ubiegłego stulecia. Po złożeniu w roku 1982 wniosku o zarejestrowanie działalności gospodarczej, w roku kolejnym rozpoczęliśmy produkcję i sprzedaż artykułów piśmienniczych, którą prowadziliśmy nieprzerwanie przez 10 lat. Dzięki zastosowaniu już na tak wczesnym etapie nowoczesnych technologii szybko umacnialiśmy swoją pozycję na chłonnym, ówczesnym rynku. Po przemianach ekonomicznych i ustrojowych w roku 1989 zdecydowaliśmy się na zmianę polityki działania i skupiliśmy się na imporcie oraz dystrybucji artykułów szkolnych i biurowych. Działalność tę prowadzimy i rozwijamy po dziś dzień, z niemalą satysfakcją oraz sukcesami. Oczywiście przez te 30 lat nasza oferta przeszła olbrzymie zmiany, czasami można mówić wręcz o rewolucjach, jak np. rok 2011, kiedy staliśmy się właścicielem firmy i marki Memoboards, zataczając w ten sposób swoje koło i powracając do naszych korzeni jako producenta.

Skąd decyzja o zmianie logotypu?

Od dawna myśleliśmy o unowocześnieniu oraz zbudowaniu spójnego wizerunku korporacyjnego. Początkowo nie mieliśmy w planach wiązać tych zmian z jubileuszem. Patrząc jednak na naszą branżę, 30-lecie działalności firmy zbudowanej od zera i od lat utrzymującej się w czołówce producentów, dystrybutorów i importerów artykułów szkolnych oraz biurowych jest dość dużym osią-

gnięciem. Właśnie dlatego cały rebranding postanowiliśmy przesunąć na rok bieżący. Patrzymy na to nie tylko z naszej prywatnej perspektywy, lecz trochę szerzej: jak te 30 lat zmieniło polski rynek oraz jak te 30 lat pozwoliło na rozwój firmy.

Jak wygląda zmiana logotypu z punktu widzenia prowadzonej działalności gospodarczej? Czy są jakieś obszary szczególnie wrażliwe lub trudne do wdrożenia?

Należy pamiętać, że jako dystrybutor i importer ta część komunikacji z otoczeniem ma zupełnie inne zadanie, niż w przypadku marki produktowej. Doskonale zdajemy sobie sprawę, że marka Amex przeciętnemu konsumentowi niewiele mówi, gdyż idąc w category management i dywersyfikację rynkową staramy się budować silne marki

produkcyjne. Wśród nich mamy między innymi takie marki, jak edding, Lyra, Tarifold, Laco, Kum, Pratel czy Memoboards, Pro-fice i Lambo School. Przechodząc jednak ogniwo wcześniej w kanale dystrybucji, Amex jako marka odgrywa olbrzymią rolę. W ciągu 30 lat zbudowaliśmy swoją pozycję oraz wyrobiliśmy sobie bardzo dobrą opinię solidnego dostawcy. Dlatego właśnie w tym kierunku będziemy teraz prowadzić nasze działania informacyjno-promocyjne. Zależy nam na tym, aby nasi partnerzy nie odebrali zmiany naszego wizerunku jako zmiany „zasad gry”. Jest to raczej ukoronowanie wspólnej pracy i relacji oraz dobry prognozyk na przyszłość. Współpracujemy z sukcesami od wielu lat i bądźcie pewni, że nowe logo Amex jest gwarantem tych samych sukcesów w przyszłości.



Artur Romanowski
Prezes Zarządu Amex Stationery Sp. z o.o.
www.amex.krakow.pl

Czy może Pan coś powiedzieć o nowym logotypie? Jaka jest jego geneza?

Sam element graficzny reprezentuje stalówkę pióra, która jest elementem charakterystycznym, powtarzającym się we wszystkich naszych poprzednich logotypach. Głównym wyzwaniem, przed którym stanęliśmy, było zachowanie ciągłości, ale jednocześnie unowocześnienie samego znaku. W tym momencie postanowiliśmy się cofnąć do naszego pierwszego logotypu w układzie poziomym. Zmieniliśmy font na bardziej nowoczesny, bez zbędnych ozdóbek, rozjaśniliśmy trochę paletę, a całości nadaliśmy dynamiki. W rezultacie powstał unikatowy i rozpoznawalny znak.

Czy oprócz wprowadzenia nowego logotypu planują Państwo jakieś inne zmiany w tym roku?

Przede wszystkim chciałbym zaprosić do odwiedzenia nowej strony internetowej, którą będziemy intensywnie rozwijać. Dodatkowo mamy zaplanowane na ten rok kilka wydarzeń o charakterze promocyjno-biznesowym.



PROBLEMATYCZNY ZUS

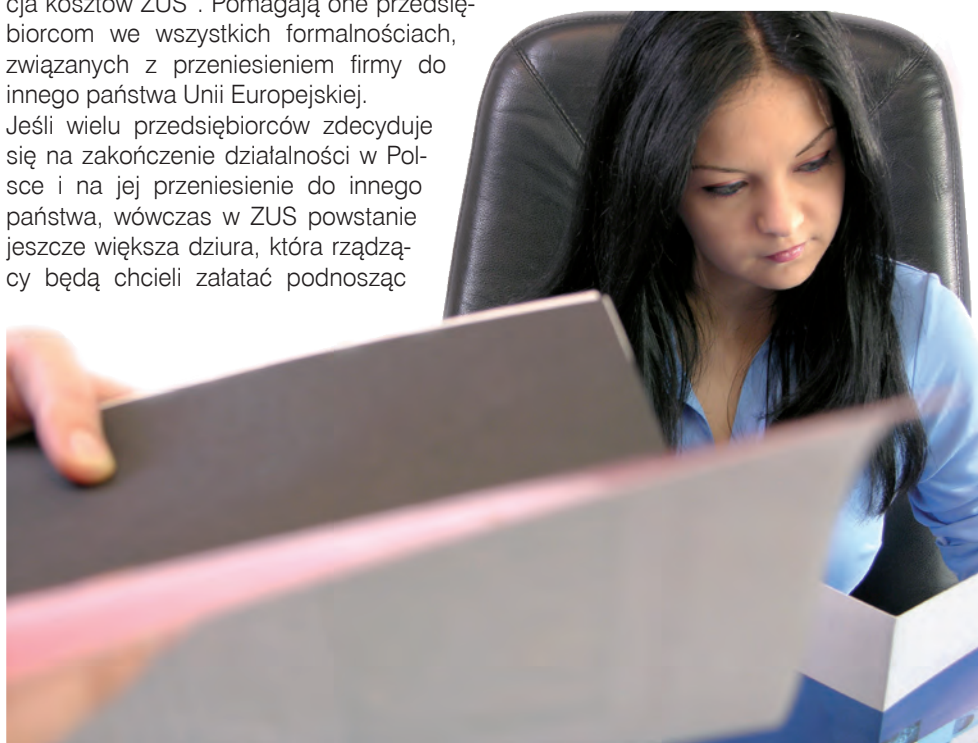
Osoba chcąc otworzyć własną działalność gospodarczą musi ponieść już na samym początku swojej obecności w biznesie wysokie koszty. Rejestracja działalności jest dziś w Polsce uproszczona, ale nie oznacza to, że młody biznesmen nie poniesie kosztów wynikających z obowiązków prawnoskarbowych. Musi on płacić podatki i składki do ZUS. Może oczywiście przez pierwsze 2 lata działalności korzystać z preferencyjnych, niskich składek ZUS, ale po tym okresie musi już opłacać składki w normalnej wysokości. Jak uniknąć wysokich kosztów składkowych? Obciążenia finansowe z tytułu opłacanych składek do ZUS są tym wyższe, im więcej pracowników zatrudnia dany przedsiębiorca. On sam również musi opłacać za siebie składki na ubezpieczenia społeczne. Zasadniczo opłacanie składek ma zabezpieczyć przyszłość przedsiębiorcy – umożliwić mu pobieranie świadczeń chorobowych oraz emerytury. Niestety, zarówno jedno, jak i drugie świadczenie będzie najpewniej bardzo niskie dla przedsiębiorcy. Jednocześnie warto wspomnieć i o tym, że jeśli przedsiębiorca spóźni się choć jeden raz z opłacaniem składek chorobowych do ZUS, nie zostanie mu wypłacone świadczenie, albo jego wypłata znacznie się opóźni. To nic, że przez lata mógł on płacić składki terminowo, w wysokiej wartości. Dla ZUS istotne jest to jedno potknięcie, aby uznać ubezpieczonego za nierzetelnego płatnika. Aby uniknąć wysokich kosztów składkowych do ZUS w Polsce, wielu przedsiębiorców decyduje się na przeniesienie działalności gospodarczej formalnie do innego kraju Unii Europejskiej, w którym panują bardziej

przyjazne przepisy dotyczące ubezpieczeń społecznych dla przedsiębiorców. Jednym z takich krajów jest Wielka Brytania. Stąd też coraz częściej można spotkać zjawisko przenoszenia działalności z Polski właśnie na Wyspy Brytyjskie.

Takie przeniesienie działalności gospodarczej do innego kraju może być kłopotliwe dla przedsiębiorców nie znających dostatecznie tamtejszego prawa albo nie znających języka angielskiego. Takie problemy rozwiążą jednak firmy specjalizujące się w świadczeniu usług określonych mianem „Optymalizacja kosztów ZUS”. Pomagają one przedsiębiorcom we wszystkich formalnościach, związanych z przeniesieniem firmy do innego państwa Unii Europejskiej.

Jeśli wielu przedsiębiorców zdecyduje się na zakończenie działalności w Polsce i na jej przeniesienie do innego państwa, wówczas w ZUS powstanie jeszcze większa dziura, która rządzący będą chcieli załatać podnosząc

na przykład wysokość składek opłacalnych przez ubezpieczających i ubezpieczonych. Budżet Państwa wiele traci na tym, że przedsiębiorcy chcą optymalizować koszty ZUS poprzez rejestrację firmy w innym kraju Wspólnoty Europejskiej. W przyszłości może się okazać, że odpływ przedsiębiorców stanie się na tyle dotkliwy dla finansów państwowych, że rządzący znów podejmą decyzję o wzroście podatku CIT i VAT, co z kolei zniechęci biznesmenów do prowadzenia działalności w Polsce. (biznes-firma.pl)



KŁOPOTY FIRM

W 2012 roku firmy w Polsce zmagaly się z coraz większymi kłopotami, zwłaszcza finansowymi. Spowodowane one zostały przez pogłębiający się kryzys gospodarczy. Niestety, kolejne fale światowej recesji i problemy strefy euro, w końcu odbiły się w sposób negatywny na Polsce – informuje portal biznes-firma.pl.

Dlatego też w ubiegłym roku zbankrutowało w naszym kraju w sumie o 20 proc. więcej przedsiębiorstw, niż w roku 2011. Dane Coface Poland, które przytacza w najnowszym wydaniu „Dziennik Gazeta

Prawna” wskazują, że polskie sądy w ciągu 12 miesięcy 2012 roku ogłosiły bankrutami 877 przedsiębiorców. Tak źle nie było w polskiej gospodarce od 8 lat. Stąd też sytuacja budzi uzasadnione obawy o przyszłość całej polskiej gospodarki. Najwięcej bankructw ogłoszono w sektorze budowlanym, gdzie zniknęło z rynku ponad 200 przedsiębiorstw – o ponad 50 proc. więcej niż w 2011 roku. Branża budowlana znajduje się w złej kondycji, co sprawia, że inwestycje w tej sferze są podejmowane coraz rzadziej. Deweloperzy,

którzy przez ostatnie lata budowali obiekty mieszkalne, dziś mają duże problemy z ich zbyciem na wolnym rynku. Na zlecenia nie mogą dziś liczyć firmy budowlane, które zajmują się przede wszystkim inwestycjami infrastrukturalnymi. Takich inwestycji w Polsce po Euro 2012 ma być znacznie mniej.

Drugą branżą, która równie boleśnie odczuła kryzys w Polsce, jest handel detaliczny. W branży tej zbankrutowało ponad 200 firm, czyli o 15 proc. więcej niż przed rokiem.

RYNEK LEASINGU 2012

Mija kolejny rok na rynku leasingu. Przedstawiciele Spółek Leasingowych BZ WBK przygotowali krótki przegląd najciekawszych tendencji, jakie można było w tym czasie zaobserwować. Do pozytywnych z pewnością należą: dynamiczny wzrost segmentu rolniczego oraz duże zainteresowanie klientów usługami dodatkowymi.

Jednak w 2012 r. rynek leasingu wyraźnie zwolnił, głównie na skutek niepewnej sytuacji makroekonomicznej oraz zakończenia inwestycji związanych z EURO2012. Praktycznie nic nie zmieniło się w kwestii zainteresowania klientów leasingiem konsumenckim.

Najwięcej maszyn sfinansowali rolnicy

Od kilku lat rolnicy masowo korzystają ze specjalnych pożyczek, oferowanych przez firmy leasingowe, które umożliwiają prostsze i szybsze uzyskanie dotacji. To właśnie dzięki funduszom unijnym segment rolniczy regularnie odnotowuje dwucyfrowe wzrosty. – Po pierwszym półroczu 2012 r. rolnicy po raz pierwszy sfinansowali najwięcej, bo aż 1/3 maszyn i urządzeń, ze wszystkich branż uwzględnionych w zestawieniu Związku Polskiego Leasingu. Ze względu na pozostałą do wykorzystania pulę funduszy unijnych w roku 2013 segment agro z pewnością nadal będzie się rozwijał, choć należy spodziewać się, że już nie tak szybko, jak w roku 2012 – komentuje Tomasz Sudaj, dyrektor ds. strategii rynkowej w Spółkach Leasingowych BZ WBK.

Akcesoria leasingu coraz ważniejsze

Coraz większą rolę na rynku leasingu odgrywają usługi dodawane do oferty finansowania. Co trzeci przedsiębiorca leasingujący pojazd (32 proc.) decyduje się na ubezpieczenie, 13 proc. wybiera kartę paliwową, a 9 proc. usługi serwisów samochodowych. Popularność usług dodatkowych wynika głównie z ich użyteczności oraz korzystnej ceny, którą firmy leasingowe są w stanie zaproponować dzięki efektowi skali. Duże znaczenie dla klientów ma też wygoda, wybierając ubezpieczenie lub kartę paliwową z oferty leasingodawcy wszystkie formalności mogą załatwić w jednym miejscu, nie poświęcając na to dodatkowego czasu.

Nieruchomości i budowlanka na minusie

Ostatni rok nie przyczynił się do odwrócenia niekorzystnej tendencji na rynku nieruchomości, który od kilku lat odnotowuje spadki. Wpływ na to na to miał m.in. niski popyt na nieruchomości mieszkaniowe, utrzymujący

się mimo spadku ich średnich cen. Trudną sytuację obserwujemy też w pokrewnej pod względem wrażliwości na warunki makroekonomiczne branży budowlanej. – Patrząc na aktualne prognozy trudno oczekiwać, żeby w roku 2013 niekorzystne trendy w nieruchomościach i budownictwie miały się odwrócić. Na wyniki branży leasingowej w tych segmentach pozytywny wpływ mogą mieć jednak zapowiadane zmiany w prawie, takie jak wprowadzenie od 1 stycznia możliwości leasingowania budynków znajdujących się w użytkowaniu wieczystym oraz skrócenie z 10 do 5 lat minimalnego okresu leasingu nieruchomości podlegających amortyzacji. Da nam to możliwość oferowania klientom szerszej i bardziej elastycznej oferty – komentuje Tomasz Sudaj.

Jeszcze nie czas na leasing dla Kowalskiego

W lipcu 2012 r. minął rok od wprowadzenia przepisów regulujących kwestię leasingu konsumenckiego. Nowy produkt nie spotkał się jednak z zainteresowaniem polskich konsumentów. – Taki leasing oferuje w tym momencie tylko kilka firm i dotyczy on wyłącznie finansowania samochodów, tak więc wybór oferty jest mocno ograniczony. Dodatkowo przysłowiowego Kowalskiego, w odróżnieniu od firm, nie dotyczą korzyści podatkowe leasingu. To sprawia, że produkt ten nie ma istotnej przewagi nad powszechnym na rynku kredytem bankowym – komentuje Daniel Mrozek, dyrektor Marketingu i Wsparcia Sprzedaży w Spółkach Leasingowych BZ WBK.

Koniec roku pod znakiem promocji

Ostatnia część roku na rynku motoryzacyjnym upływa zwykle pod znakiem promocji, organizowanych przez dealerów oraz firmy leasingowe. Podobnie było w 2012 roku, jednak przedsiębiorcy planujący zakup samochodu mogli liczyć na dużo atrakcyjniejsze oferty, niż w latach poprzednich. Wpłynęły na to z jednej strony regularne spadki sprzedaży aut osobowych, z drugiej - słabsze wyniki rynku leasingu. Przykładowo BZ WBK Leasing we współpracy z dealerami przygotowały promocję leasingu już od 103 proc. z ubezpieczeniem AC od 2,9 proc. i ubezpieczeniem GAP bez opłat w pierwszym roku trwania umowy.

Co nas czeka w 2013 roku?

–Sytuacja gospodarcza w Polsce i na świecie wciąż jest bardzo dynamiczna. W związku z tym trudno jest obecnie prognozować, jak będzie wyglądał rynek leasingu w roku 2013. Barrierami wzrostu na pewno będą utrzymująca się niepewność gospodarcza, ograniczony popyt oraz niższa dynamika inwestycji polskich firm. Z drugiej strony część inwestycji, szczególnie o charakterze odtworzeniowym, realizowana jest bez względu na koniunkturę, a leasing jest narzędziem, które pozwala finansować je szybko i bez zbędnych formalności. Szczególnie w sytuacji, kiedy ze względu na zaostrzone kryteria oceny, dostępność oferowanych przez banki kredytów jest mniejsza – ocenia Tomasz Sudaj, dyrektor ds. strategii rynkowej w Spółkach Leasingowych BZ WBK.



Polska – aktywnym rynkiem inwestycyjnym

Według wstępnych analiz Jones Lang LaSalle, Polska pozostawała zdecydowanie najbardziej aktywnym rynkiem w regionie Europy Środkowo-Wschodniej w ciągu mijającego roku. Biorąc pod uwagę, że w listopadzie sfinalizowane zostały cztery kluczowe transakcje na warszawskim rynku biurowym, a przewidywana wartość kolejnych transakcji zamkniętych do końca 2012 wynosi 300-400 mln euro, łączna roczna wartość transakcji inwestycyjnych na polskim rynku nieruchomości komercyjnych w 2012 r. mogła sięgnąć co najmniej 2,5 mld euro

Ogólna wartość transakcji w trzech pierwszych kwartałach 2012 r. wyniosła 1,07 mld euro. W III kw. łączna wartość transakcji w segmencie nieruchomości biurowych opiewała na kwotę 187 mln euro, a magazynowych – na 27 mln euro. W IV kw. na rynku odnotowano jednak zdecydowany wzrost ilości transakcji – część z nich już została zamknięta, a kolejna pula czeka na finalizację do końca roku. To właśnie w IV kw. zamknęła się największa tegoroczna transakcja na rynku nieruchomości handlowych w Polsce, czyli przejęcie łódzkiego centrum handlowego Manufaktura przez Union Investment (za kwotę ok. 390 mln euro).

Zespół rynków kapitałowych Jones Lang LaSalle był także zaangażowany w kluczowe transakcje biurowe sfinalizowane w listopadzie.

– Kilka dużych transakcji na stołecznym rynku biurowym zostało zamkniętych w listopadzie, co znacząco wpłynęło na całkowitą roczną wartość transakcji inwestycyjnych w Polsce – ocenia Tomasz Trzósło, Dyrektor Działu Rynków Kapitałowych w regionie CEE, Jones Lang LaSalle. – Nasz zespół doradzał w procesie sprzedaży części tych obiektów, w tym Warsaw Financial Centre, Platinum Business Park, Marynarska Business Park, a także International Business Centre I i II. Wartość każdego z tych prestiżowych i rozpoznawalnych projektów biurowych zdecydowanie przekracza 100 mln euro. Te transakcje poprzedziło przejęcie Manufaktury, również z doradczym udziałem Jones Lang LaSalle. W rezultacie zamknięcia tych i innych transakcji, według

naszych szacunków, wartość transakcji inwestycyjnych w Polsce wynosi obecnie ponad 2,2 mld euro. Przewidujemy, że w ciągu ostatnich dwóch tygodni 2012 wartość ta wzrośnie co najmniej o kolejne 300 mln euro, co da całkowity wynik na poziomie 2,5 mld euro, porównywalny z wynikiem 2,75 mld euro, odnotowanym w bardzo mocnym 2011 roku. To świetna wiadomość i zarazem potwierdzenie, że dla wielu inwestorów Polska stanowi kluczowy rynek na kontynencie. Liczymy, że ta dobra passa utrzyma się również w 2013 roku.

Jones Lang LaSalle zdobywa „Wielki Szlem” na stołecznym rynku transakcji biurowych

Eksperci Jones Lang LaSalle świadczą kompleksowe usługi doradcze w czterech kluczowych transakcjach na rynku biurowym, zamkniętych w październiku i listopadzie 2012 r. Należą do nich:

• Sprzedaż Warsaw Financial Centre (WFC)

Biurowiec został przejęty przez konsorcjum Allianz Real Estate oraz Curzon Capital Partners III (zarządzany przez Tristan Capital Partners). Wartość tej transakcji to ok. 210 mln euro. Sprzedaż Warsaw Financial Centre to największa transakcja sprzedaży pojedynczego obiektu na polskim rynku biurowym w mijającym roku. WFC to jeden z najbardziej prestiżowych adresów na biurowej mapie Warszawy. Kompleks oferuje 50 tys. mkw. powierzchni najmu, a na swoją siedzibę wybrali go tak prestiżowi najemcy jak: Cameron McKenna, SAB, Weil Gotshal Manges, Wyborowa, Enterprise Investors, Unicredit CA IB, DLA Piper i General Electric.

• Sprzedaż Platinum Business Park

To prestiżowy park biurowy, zlokalizowanego w centrum warszawskiego Mokotowa. Kompleks został przejęty przez Allianz Real Estate za 138,8 mln euro. Transakcja objęła budynki I, II, III i IV o łącznej powierzchni najmu 46 tys. mkw. Budynek V (11,5 tys. mkw.) zostanie sprzedany Allianz Real Estate w I kw. 2013 r. za ok. 34 mln euro. W rezultacie całkowita wartość transakcji sięgnie 173 mln euro.

Wynajęty w 98 proc. Platinum Business Park położony jest w bezpośrednim sąsiedztwie Galerii Mokotów. Portfolio jego najemców obejmuje takie firmy jak: Leo Burnett, TUI, Artergence, Saatchi & Saatchi, Zenith Optimedia, GE Medical Systems, Levi Strauss, Panasonic i Peugeot.

• Sprzedaż Marynarska Business Park

Kompleks Marynarska Business Park oferuje 43 tys. mkw. powierzchni do wynajęcia. Obiekt jest w pełni wynajęty, a do grona jego najemców należą: Netia, P4, Colgate Palmolive i Ford.

• Sprzedaż International Business Centre I i II

Wartość transakcji wyniosła ok. 148 mln euro. Projekt oferuje 37 tys. mkw. nowoczesnej powierzchni biurowej, a do grona jego najemców należą m.in. PricewaterhouseCoopers, Samsung, Provident czy Bank Poczty. Jednym z kluczowych atutów International Business Centre jest jego prestiżowa lokalizacja w centrum miasta, przy skrzyżowaniu Alei Armii Ludowej i Ludwika Waryńskiego, w bezpośrednim sąsiedztwie stacji metra Politechnika.

Z mobilnym biurem prosto do klienta

Mobilne biura zadebiutowały w Polsce przy okazji kampanii wyborczych. W takim „biurze na kołach” spotykał się z mieszkańcami m.in. urzędujący europoseł Rafał Trzaskowski. W trasę po Polsce swoich kandydatów wystąpił także Ruch Palikota, nie wspominając o słynnym „tuskobusie”. Później były mobilne biura operatorów sieci komórkowych, touroperatorów, a ostatnio w Polsce karierę robi Work Bus, czyli mobilne biuro rekrutacyjne. Firmy stawiające na bezpośredni kontakt z klientem coraz chętniej wyjeżdżają w teren. Również z ofertami pracy

Jak donosi Dziennik Gazeta Prawna – w Polsce obecnie 10 proc. biur działa na zasadzie mobilności. Eksperti natomiast szacują, że ten trend będzie stale wzrastał i w przyszłości 30-40 proc. dużych korporacji będzie wyposażonych w mobilne biura.

Mobilnie = nowoczesnie i oszczędnie

Mobilny styl pracy staje się coraz bardziej popularny. To już nie tylko praca zdalna czy tzw. workshifting, czyli praca przy biurku na godziny, ale także coraz częstsze korzystanie z mobilnych biur. Taka organizacja pracy to nie tylko nowoczesny trend, ale także wymierne korzyści, które można liczyć w konkretnych sumach. Najnowszy raport „Citrix Workplace of the Future” przeprowadzony w 19 krajach wśród ponad 1900 respondentów pokazuje, że dzięki mobilnemu systemowi pracy możliwe jest wybranie optymalnego miejsca i czasu pracy. 73 proc. ankietowanych docenia fakt, że taki system pozwala stworzyć bardziej elastyczne miejsce pracy, 53 proc. zauważa obniżenie kosztów zatrudnienia, a 48 proc. ograniczenie kosztów nieruchomości. Dla pracowników praca w mobilnym biurze wcale nie jest mniej komfortowa od tej w tradycyjnym. – Mobilne biura są wyposażone w dokładnie to, co niezbędne do pracy. Są wygodne stanowiska pracy, klimatyzacja, do dyspozycji są wszystkie urządzenia biurowe, dostęp do Internetu. Jest nawet ekspres do kawy i 40-calowy telewizor, gdyby któryś z pracowników chciał sobie zrobić przerwę – wylicza Artur Ragan, rzecznik prasowy Agencji Pracy Work Express, która stworzyła Work Busa.

Lepsze dotarcie do odbiorców

– Mobilne biuro to nie tylko korzyść dla pracodawców i pracowników. Korzystają także odbiorcy usług – podkreśla Artur Ragan, rzecznik prasowy Agencji Pracy Work Express, która wystąpiła w trasę po Polsce Work Busa, czyli mobilne biuro rekrutacyjne, dzięki wykorzystaniu tego nietypowego pojazdu, możliwe było dotarcie do ludzi w miastach, gdzie firma nie ma swoich oddziałów. – W całej Polsce mamy osiem oddziałów terenowych, m.in. w Krakowie, Poznaniu, Łodzi, Grodzisku Mazowieckim, Gliwicach czy Sosnowcu i Wrocławiu, do tego centralę i biura w Katowicach. Chociaż nasze oferty pracy są dostępne także w Internecie, to jednak zauważyliśmy, że problem z dostępem do nich mają potencjalni kandydaci z małych miast oddalonych od naszych siedzib. Dlatego mobilne biuro było jedynym sposobem, by dotrzeć bezpośrednio do bezrobotnych z ofertami zatrudnienia. Osoby te nieraz mają bardzo ograniczone zasoby finansowe i wydatek nawet kilkudziesięciu złotych na podróż do agencji zatrudnienia czy biura pracy stanowi dla ich budżetu spore obciążenie. Dzięki Work Busowi ta bariera została zniesiona – mówi Artur Ragan. Koszt wysłania w trasę Work Busa był znacznie mniejszy, niż ustawienie podobnie wyposażonego stanowiska doradcy zawodowego i rekrutera na dwa dni w każdym z tych miast.

Mobilne biura wzbudzają zainteresowanie

Mobilne biuro to także inna korzyść dla firmy, bowiem może stanowić samo w sobie nośnik reklamy usług danej firmy. – Wyklejenie ciężarówki kreatywną reklamą przyciąga uwagę wszystkich, którzy mijają takie mobilne biuro.

Konkurencja na rynku jest obecnie naprawdę duża i wymusza na przedsiębiorcach szukanie sposobu na wyróżnienie się. Poza tym samo ustawienie w centralnym punkcie danego miasta nietypowego pojazdu wzbudza zainteresowanie przechodniów. Bardzo wielu gości naszego Work Busa zaglądało do nas z ciekawości. Ulotkę, plakat bądź billboard pewnie by minęli nie zwracając uwagi, ale obok 10-metrowego pojazdu już nie da się przejść obojętnie – uśmiecha się Artur Ragan.

Nie tylko reklama

Biura na kółkach to nie tylko narzędzie pracy, świadczenia usług, czy reklamy. Takie mobilne biura z powodzeniem można wykorzystywać także przy różnego rodzaju akcjach społecznych, bo dzięki ciężarowemu zawieszaniu dojadają praktycznie wszędzie. Stałym elementem krajobrazu stały się już autokary przystosowane do akcji krwiodawstwa czy mammografii. Poza tym wykorzystując mobilne biuro, dużo łatwiej jest także przeprowadzić konsultacje społeczne nad konkretnym rozwiązaniem czy uchwałą, które planuje się wprowadzić w życie w danym mieście. Dzięki temu można uzyskać szeroki przekrój opinii mieszkańców i wybrać optymalne rozwiązanie danego problemu ważnego w społeczności lokalnej.

Nie musisz kupować

Wielu przedsiębiorców obawia się jednak kosztów związanych z zakupem i eksploatacją takiego biura na kołach. Wiążą się one także z jego przebudowaniem, by spełniało wszystkie standardy. Dlatego na rynku znaleźć można coraz więcej firm, które oferują wynajem „jeżdżącego biura”. – Większość firm nie chce tak działać przez cały czas. Poza tym polskie prawodawstwo nakłada na pracodawców obowiązek posiadania siedziby. Dlatego dobrą alternatywą jest jego czasowy wynajem. Jest to rozwiązanie znacznie tańsze, zwłaszcza gdy mobilne biuro chcemy wykorzystywać zaledwie przez określony czas lub do przeprowadzenia jednorazowej kampanii – mówi Artur Ragan.



Biurowa wojna klas

Więcej, drożej, szybciej – tymi słowami można scharakteryzować rozwój sektora biurowego w Polsce. W samej Warszawie do 2014 roku zaplecze powierzchni biurowych zwiększy się o 20 procent. Nowoczesne inwestycje realizowane są także w Trójmieście, Wrocławiu czy Łodzi. Jak w obliczu wysokiej podaży powierzchni kształtują się oczekiwania zarówno deweloperów, jak i najemców? Jakie formy współpracy są dla nich najkorzystniejsze?

Klasa A w natarciu

Ekspert firmy DTZ, lidera w branży doradztwa biznesowego, szacują, że w najbliższym czasie znacznie zwiększy się zaplecze powierzchni biurowych wielu aglomeracji Europy. Przykładem jest Warszawa, która pod tym względem plasuje się w pierwszej trójce, zwiększając swoje dotychczasowe zaplecze o około 20 proc. Obecnie deweloperzy skupiają się przede wszystkim na budowaniu biurowców klasy A. W III kwartale 2012 roku w Warszawie do użytku oddano trzy biurowce wysokiej klasy o łącznej powierzchni 52,8 tys. mkw.

obecnie ponad pół miliona metrów kwadratowych powierzchni, z czego największe znajduje się we Wrocławiu, Trójmieście oraz Łodzi. – Obserwujemy rosnące zainteresowanie nowoczesnymi powierzchniami klasy A – twierdzi Marta Kruk, przedstawiciel inwestora powstającego w Łodzi biurowca MediaHUB. – Biuro powoli przestaje być jedynie miejscem prowadzenia biznesu, a staje się kolejnym narzędziem służącym efektywnej pracy. Dla przedsiębiorców atrakcyjne są dodatkowe atuty inwestycji, jak elastyczne podejście do najemcy czy wspomaganie kreatywności. Obecnie po-

Elastyczność oraz szybkość reakcji są korzystne zarówno dla firmy, jak i dewelopera – tłumaczy ekspert.

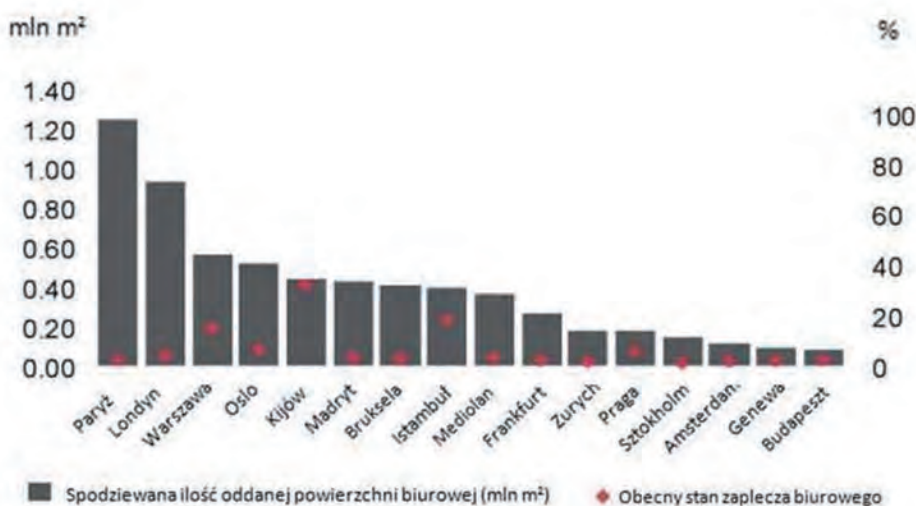
Kupić czy wynająć?

Trudna sytuacja ekonomiczna sprawia jednak, że firmy bacznie oglądają każdą wydaną złotówkę. Dlatego koszty utrzymania siedziby często odgrywają decydującą rolę przy wyborze nowej lokalizacji. Jak podaje DTZ, ceny najmu w Warszawie znajdują się aktualnie w fazie wzrostowej, osiągając od 16 euro za metr kwadratowy powierzchni na obrzeżach miasta do 27 euro w centrum. Jest to wiedza szczególnie cenna dla małych i średnich przedsiębiorstw, które muszą dbać o zachowanie płynności finansowej. – Takie firmy zazwyczaj wybierają miejsca w dobrej lokalizacji, ale i po korzystnej cenie – mówi Jarosław Sadowski, Główny Analityk Expander Advisors, Związek Firm Doradztwa Finansowego. – Ich decyzje często pokrywają się z tymi, które podejmują osoby fizyczne w kontekście finansowania zakupu nieruchomości. Często decydują się na powierzchnie klasy B. Zamiast wynajmować biuro, kupują je i tym samym zamieniają wybór lokalizacji na optymalną długookresową inwestycję. Jest to dla nich dobra i stosunkowo bezpieczna lokata kapitału, szczególnie w okresie niepewnych doniesień z rynków finansowych – przekonuje ekspert. Redukcja kosztów jest możliwa również m.in. poprzez dzielenie zajmowanej przestrzeni czy reorganizację trybu pracy.

Z kolei wynajem powierzchni biurowych zwykle interesuje duże firmy, które w ramach comiesięcznej opłaty zyskują komfort pracy i wiele dodatkowych udogodnień. Nie muszą się bowiem martwić o konserwację i zabezpieczenie obiektu, gdyż pozostaje to obowiązkiem wynajmującego.

Ponadto wynajem powierzchni, w przeciwieństwie do kupna, wiąże firmy jedynie krótko – bądź średniokresowo, co jest

Warszawa na tle innych miast europejskich. Spodziewany wzrost ilości powierzchni biurowych do 2014 roku oraz jego procentowy udział w istniejącym zapleczu powierzchni tego sektora.



Źródło: DTZ Occupier Perspective. Office Review Europe H1 2012

W pozostałych miastach Polski także można zaobserwować wzrost podaży luksusowej powierzchni biurowej. Jak podaje Jones Lang La Salle, wyłączając stolicę, w budowie pozostaje

wstające na całym świecie nowoczesne centra biznesowe coraz częściej kierują swoją ofertą do wybranych grup najemców, ponieważ dzięki specjalizacji mogą na bieżąco dostosowywać się do ich potrzeb.



szczególnie atrakcyjne dla spółek zależnych czy oddziałów międzynarodowych korporacji. W samej stolicy w trzecim kwartale 2012 roku wydierżawiono blisko 160 tys. mkw. powierzchni biurowej, z czego w 22 proc. umowy zostały odnowione bądź renegotjowane. W porównaniu do poprzedniego kwartału, najemcy rzadziej decydowali się na pozostanie w tym samym miejscu.

Według DTZ, jedną z najbardziej popularnych metod finansowania transakcji najmu były transakcje przednajmu, czyli kontrakty zawierane między deweloperem i klientem we wczesnej fazie realizacji inwestycji, które w trzecim kwartale stanowiły ponad 40 proc. wszystkich transakcji.

Aktualne trendy

Rozwój technologiczny i silna konkurencja na rynku deweloperskim sprawia, że najemcy stale zwiększają swoje wymagania wobec potencjalnego biura. Podczas gdy działania zarządców nieruchomości biurowych zwracają się ku utrzymaniu jak najwyższego poziomu komercjalizacji oraz zawieraniu bezpiecznych umów długoterminowych, najemcy coraz częściej zainteresowani są elastycznymi formami transakcji oraz umowami krótkookresowymi. Dlatego też obecnie deweloperzy, chcąc sprostać oczekiwaniom potencjalnych kontrahentów, poszukują niestandardowych form utrzymania stanu komercjalizacji. Inwestycje w oferowane powierzchnie oraz zapewnienie najemcom prostych, ale skutecznych form współpracy – to najważniejszy kierunek zmian w tej branży według firmy DTZ.

BOŚ Bank w Feniksie

Grupa Bank Ochrony Środowiska S.A. wynajęła cały budynek biurowy Feniks w Warszawie. W transakcji najemcę reprezentowała międzynarodowa firma doradcza Cushman & Wakefield. BOŚ Bank zajmie blisko 10 tys. mkw. Umowa została podpisana na 12 lat.

Grupa Bank Ochrony Środowiska S.A. jest bankiem komercyjnym dla klientów indywidualnych i korporacyjnych. Na polskim rynku działa od 1991 r.

Feniks to nowoczesny budynek biurowy klasy A, oferujący około 9 tys. mkw. powierzchni biurowej na siedmiu kondygnacjach oraz ok. 1 tys. mkw. powierzchni handlowej na parterze. Obiekt zlokalizowany jest w Centralnym Obszarze Biznesu, przy ulicy Żelaznej 32, niedaleko stacji PKP Warszawa Centralna oraz Centrum Handlowego Złote Tarasy. Budynek oferuje 54 miejsca na parkingu podziemnym. Deweloperem jest spółka Europlan. Za projekt architektoniczny odpowiada pracownia Archico Projekt, pod nadzorem Konrada Tanasiewicza. Generalnym wykonawcą jest firma Modzelewski & Rodek.



Rośnie popyt na biura

Eksperti CBRE, wiodącej światowej firmy doradczej w sektorze nieruchomości, podsumowują rok 2012 na polskim rynku biur i magazynów. Rynek biurowy odczuwa wzrost popytu i wysyp nowych projektów, natomiast na rynku magazynowym przy wyższej dynamice najmu i niewielkiej liczbie nowych obiektów spada wskaźnik niewynajętych powierzchni

Za rosnącym popytem na biura stoi sektor nowoczesnych usług biznesowych BPO

Pomimo słabnącego wzrostu PKB w Polsce, popyt na powierzchnię biurową rośnie nieprzerwanie. W pierwszych trzech kwartałach 2012 r. w Warszawie wynajęto 455 tys. mkw. powierzchni biurowej i wszystko wskazuje na to, iż w całym 2012 r. wynajęte zostanie więcej biur, niż w rekordowym 2011 r., gdy w całej stolicy najemców znalazło w sumie 573 tys. mkw.

Ponieważ jednak w ostatnich latach rozpoczęto w całej Polsce realizację wielu nowych inwestycji biurowych, w ciągu najbliższych dwóch lat dostarczone zostanie zdecydowanie więcej powierzchni, niż rynek jest w stanie wchłonąć w krótkim czasie. W całej Polsce nowa podaż powierzchni biurowej w tym roku wyniesie około 600 tys. mkw. W budowie w Warszawie jest prawie 700 tys. mkw., natomiast w ośmiu największych miastach regionalnych łącznie 510 tys. mkw., co przekłada się na odpowiednio 19 oraz 21 procent istniejących zasobów. I choć najemcy z sektora BPO planują w dalszym ciągu zwiększać zatrudnienie, to w związku z relatywnie dużą ilością powierzchni budowanej obecnie na zasadach spekulacyjnych, bez pozyskania najemców przed rozpoczęciem budowy, współczynnik pustostanów w większości aglomeracji może w najbliższych dwóch latach rosnąć. Biorąc pod uwagę powierzchnię niewynajętą i w budowie, spośród aglomeracji regionalnych najłatwiej obecnie wynająć biura w Łodzi, Trójmieście i Wrocławiu.

Strefy biurowe Warszawy przemieszczają się
Warszawa jest zdecydowanie największym rynkiem biurowym w Polsce, z zasobami nowoczesnej powierzchni na poziomie prawie 4 mln mkw. Przez ponad 20 lat funkcjonowania rynek biurowy stolicy przeszedł daleko idące zmiany. Pierwsze nowoczesne budynki, zrealizowane na początku lat dziewięćdziesiątych, w wielu przypadkach są obecnie modernizowane bądź nawet wyburzane,

by ustąpić miejsca nowym inwestycjom. W dłuższym okresie na rozwój nowych obszarów koncentracji budynków biurowych znaczny wpływ mają inwestycje infrastrukturalne. Strefy biurowe, które ukształtowały się prawie dziesięć lat temu, przeszły od tamtego czasu głębokie zmiany. Ich granice w wielu przypadkach wyraźnie się zmieniły. Przykładem jest strefa Centrum, która coraz bardziej przesuwana się na zachód, oraz strefy Mokotowa i Okęcia, których granice zaczynają się zacierać.

Zdaniem ekspertów CBRE, w dłuższej perspektywie budowa drugiej linii metra, nowych mostów czy też tras szybkiego ruchu może spowodować wzrost liczby projektów biurowych w obszarach Warszawy, które obecnie charakteryzują się niższą aktywnością. W dłuższym horyzoncie czasowym należy spodziewać się wzrostu popytu na biura w takich dzielnicach Warszawy, jak Bielany czy też Praga.

Stawki czynszowe za powierzchnie biurowe wysokiej jakości w najlepszych lokalizacjach pozostają stabilne. W centrum miasta najlepsze obiekty wynajmowane są za 26-27 euro/mkw./miesiąc, natomiast w lokalizacjach pozacentralnych za 14-15 euro/mkw./miesiąc. Rosnąca konkurencja ze strony deweloperów pozostaje na razie bez większego wpływu na poziom stawek czynszu

w najlepszych obiektach, jednak wzrasta ilość zachęt oferowanych najemcom (m.in. okres zwolnienia z czynszu oraz dopłaty do wykończenia powierzchni biurowej). Z tego względu stawki efektywne mogą być nawet do 25 proc. niższe od wyjściowych.

Ostrożność na rynku magazynowym

Według danych CBRE, po trzech kwartałach 2012 r. łączne zasoby powierzchni magazynowej w Polsce wynoszą ponad 7 mln mkw., z czego w samym 3. kw. 2012 r. oddano do użytku 390 tys. mkw. W budowie znajduje się obecnie dalszych 290 tys. mkw. W 3. kw. podpisano umowy najmu na 1,73 mln mkw., a odsetek niewynajętej powierzchni wyniósł na koniec września średnio 12 proc.

Stawki czynszu za wysokiej jakości powierzchnie magazynowe w Polsce kształtują się obecnie od 2,80 do 3,50 euro za mkw. miesięcznie w Sektorze II (15-80 km od Warszawy), 3-3,50 euro za mkw. miesięcznie w Sektorze III (inne regiony kraju), do 4,50 do 5 euro za mkw. miesięcznie w Sektorze I (do 15 km od centrum Warszawy). Odsetek niewynajętych powierzchni najwyższy jest w regionie wschodnim (30 proc.), w regionie Szczecina (19 proc.) i w okolicach Warszawy (17 proc.), a najniższy w regionach Krakowa (6 proc.), Poznania (6 proc.) i na Śląsku (5 proc.).

KOMENTARZ

Joanna Mroczek

dyrektor Działu Doradztwa i Badań Rynku CBRE



W wielu polskich aglomeracjach, takich jak Kraków, Wrocław czy Trójmiasto, ilość powierzchni wynajętej w trakcie pierwszych trzech kwartałów 2012 r. przekroczyła wynik osiągnięty w całym 2011 r. Wiąże się to przede wszystkim z rozwojem sektora nowoczesnych usług biznesowych BPO, w którym pracuje w Polsce już ponad 100 tys. osób, a największymi ośrodkami BPO są w naszym kraju Warszawa, Kraków, Wrocław i Łódź. To właśnie rozwój sektora BPO w znacznym stopniu stoi za rosnącym popytem na powierzchnie biurowe.

Ściany działowe w obiektach biurowych



Spodziewany w 2013 wzrost podaży powierzchni biurowych dobrze rokuje również dla rynku produktów aranżacji i wyposażenia wnętrz biurowych i użyteczności publicznej. Według raportu firmy doradczej sektora nieruchomości CBRE (Poland Office Destinations Autumn 2012), w dziewięciu największych miastach Polski w latach 2013-2014 trafi na rynek kolejny milion metrów kwadratowych nowych powierzchni biurowych, które będą sukcesywnie zagospodarowane

Wrocławiu, Port Lotniczy im. F. Chopina w Warszawie, Miasteczko Multimedialne w Nowym Sączu, biura Volkswagena w Poznaniu czy CeNT – Centrum Nowych Technologii „Ochota” Uniwersytetu Warszawskiego. Największą popularnością wśród architektów i inwestorów w 2012 roku cieszyły się systemy String 2 oraz All Glass.

- Wśród osiągnięć MAARS Poland

biurowych zgodnie z koncepcją „one stop shop”. Oznacza ona oferowanie rozwiązań wyposażenia i wykończenia wnętrz od A do Z, od projektu poprzez zakup produktów aż po instalację i aranżację detali.

Doświadczenia w zakresie tego typu kompleksowej usługi MAARS Poland czerpie z innych rynków europejskich i pozaeuropejskich, na których od lat silną pozycję zajmują inne spółki, z którymi MAARS jest powiązany kapitałowo, a także z pierwszych realizacji na polskim rynku. Przykładem tych ostatnich może być nowa aranżacja biur firmy TELWA Trading z Warszawy, gdzie spółce MAARS Poland powierzono wykonanie projektów oraz realizację nowej aranżacji powierzchni biurowych klienta.

W 2013 roku MAARS Poland chce w dalszym ciągu opierać swoją przewagę konkurencyjną na innowacyjnych rozwiązaniach o wysokich standardach ekologicznych i charakteryzujących się nowoczesnym designem. Ponadto systemowość ścian działowych MAARS zwiększa elastyczności produktów w dopasowaniu do różnych potrzeb inwestorów i jest cechą przez nich poszukiwaną.

– Właśnie produkty systemowe, dające możliwość szybkich zmian aranżacji biura, najskuteczniej zwiększały swój udział w rynku w innych krajach europejskich, w których jest obecny MAARS. Podobnie dzieje się w Polsce – wyjaśnia Gilad Yoshai.

W 2012 roku rynek ścian działowych rozwijał się dynamicznie. Spółka MAARS, jeden z liderów tego rynku, należący do tej samej grupy kapitałowej co Ronson Development i Atrium European Real Estate, zwiększyła swój udział z 15 procent w 2011 do ok. 30 procent w 2012 roku. Przychody z działalności wyniosły 25 mln zł.

Najważniejszymi inwestycjami, w których zastosowano produkty MAARS, tj. systemowe ściany działowe, były w 2012 roku takie obiekty, jak kompleks Sky Tower we

w minionym roku warto wymienić wzrost rozpoznawalności marki jako dostawcy najwyższej jakości rozwiązań w dziedzinie podziału przestrzeni – mówi Gilad Yoshai, Dyrektor Generalny MAARS Poland. - Udało nam się wzmocnić relacje z architektami, inwestorami i wykonawcami. Pomocne była w tym dobra reputacja i zaufanie, jakimi może pochwalić się cała grupa kapitałowa – dodaje Gilad Yoshai.

Jako cel na 2013 rok MAARS Poland stawia sobie dalszy wzrost udziału w rynku systemowych ścian działowych, a także rozwój kompleksowych usług wyposażenia wnętrz

Biura dla kreatywnych

Nowoczesne powierzchnie typu open space z możliwością dowolnej aranżacji przestrzeni, wyspecjalizowane zaplecze technologiczne, pozwalające na zlokalizowanie serwerowni, archiwów, a nawet kancelarii tajnej oraz oryginalny design. Powstający w centrum Łodzi multimedialny biurowiec MediaHUB prezentuje biura dla kreatywnych

Nowoczesne biuro to dzisiaj coś więcej, niż tylko powierzchnia do wynajęcia w dogodnej lokalizacji. Liczy się także funkcjonalność przestrzeni, zaawansowana infrastruktura informatyczna oraz atmosfera pracy. Łódzki biurowiec powstaje zgodnie z filozofią new business day. Tworzy miejsce biznesowych inspiracji dla nowoczesnych firm, dając możliwość prowadzenia biznesu w warunkach zapewniających prestiż i komfort pracy w wyjąt-

kowym otoczeniu – przekonuje Marta Kruk, prezes FilmHotel, przedstawiciel inwestora biurowca MediaHUB.

Biuro biznesowych inspiracji

Biurowiec powstaje w centrum Łodzi. Dziesięciopiętrowy budynek zapewnia 4 tys. mkw. powierzchni biurowej z łączami o przepustowości 20 Gb/s. Głównym inwestorem MediaHUB jest TOYA – lider technologiczny w swojej branży, zapewniający dostęp do rozwiniętej infrastruktury informatycznej

oraz połączenia światłowodowego z najważniejszymi obiektami w mieście. Dwie szybkie windy łączą 11 kondygnacji. Przeszklenia wewnątrz budynku pozwalają podziwiać widok i sprawiają, że pomieszczenia biurowe są dobrze doświetlone. To kluczowy warunek komfortu pracy.

Ty sam urządzisz!

Biuro to wizytówka firmy, dlatego aranżowanie przestrzeni biurowych jest sprawą indywidualną. Według projektantów miejsce





Sala konferencyjna i biuro w MediaHUB. Projekt: Magdalena Bilczewska

pracy powinno odzwierciedlać charakter i specyfikę prowadzonego biznesu.

– Dobór stylistyki wnętrza podyktowany jest zwykle funkcjonalnością, dlatego indywidualne traktowanie projektowanej przestrzeni daje szansę na optymalne dostosowanie jej do potrzeb firmy. Eklektyczna stylistyka wnętrz pozwala na dużą elastyczność i tworzenie nowoczesnych przestrzeni, odzwierciedlających rodzaj prowadzonej działalności i charakter marki, a jednocześnie służących efektywnej pracy – przekonuje

Magdalena Bilczewska, architekt wnętrz.

Biurowiec MediaHUB, dzięki otoczeniu firm z sektora nowych mediów, w tym sąsiedztwo TOYA – lidera w sektorze telekomunikacji, studia postprodukcji dźwięku TOYA Studios, Łódzkiego Centrum Filmowego, Opus Film czy klubu Wytwórnia, jest miejscem dostosowanym do potrzeb firm między innymi z branż kreatywnych i IT. Biuro kreatywnego programisty powinno być wyposażone w najnowocześniejsze rozwiązania technologiczne, ale także pomysłowo urządzone, czego

dowodzą aranżacje takich gigantów jak Google czy Facebook. – Nasze wizualizacje są jedynie przykładową prezentacją, jak biuro w MediaHUB można urządzić. Bardzo ważna jest elastyczność, dlatego zapewniamy najemcom możliwość dowolnej aranżacji przestrzeni. Pozwala to na optymalne dostosowanie powierzchni do potrzeb oraz oczekiwań firmy i jej pracowników – mówi Marta Kruk.

Więcej informacji na stronie:
www.mediahub.pl

Open space w MediaHUB. Projekt: Magdalena Bilczewska



Klasy akustyczne mebli do biur open plan

Rośnie w Europie zainteresowanie zwiększeniem wydajności pracowników biurowych i stosowaniem elementów wyposażenia, które pozwolą na poprawienie jakości pracy. Jest to oczywista tendencja w świecie, gdzie wiedza i informacja tworzona w przestrzeniach biurowych jest motorem gospodarki rozwiniętych państw. Również w branży akustyka w architekturze widać działania w zakresie oceny wpływu mebli na hałas, jaki wpływa na efektywną pracę w biurze



W projekcie normy ISO 3382-3 *Acoustics - Measurement of room acoustic parameters - Part 3: Open plan spaces* opisano wiedzę techniczną,

jak analizować warunki akustyczne przestrzeni biurowej dla oceny prywatności na stanowiskach.

Open plan spaces w kontekście tej międzynarodowej normy oznacza wielkopowierzchniowe biura i podobne przestrzenie, gdzie bardzo dużo ludzi może jednocześnie pracować, prowadzić rozmowy (np. call centre) oraz przestrzenie o skoncentrowanej liczbie stacji roboczych do obsługi klientów o zróżnicowanej funkcji i sposobie pracy.

Nowatorskim podejściem do oceny przestrzeni biurowej w ISO 3382-3 jest wprowadzenie zrozumiałości jako czynnika oceny przestrzeni biurowej z uwzględnieniem wyposażenia i innych źródeł dźwięku, wpływających na klimat akustyczny biura. Uwzględnienie wpływu wyposażenia przestrzeni

biurowej na warunki pracy jest ważne w kontekście zasad oceny narażenia pracowników na szkodliwe czynniki pracy, które obowiązują pracodawców.

Meble znacząco oddziałują na warunki akustyczne w biurach na płaszczyźnie pochłaniania dźwięku, ale również rozpraszania i blokowania propagacji dźwięku między stanowiskami. Wpływ mebli w zakresie blokowania i rozpraszania dźwięku jest znacznie ważniejszy od ich własności dźwiękochłonnych.

Warunki pomiarów

Norma jest ciekawym narzędziem do oceny przestrzeni biurowych metodami pomiarowymi. Pomiaru są wykonywane tylko w pomieszczeniach zupełnie umeblowanych – do zasiedlenia. Pomiaru w nieumeblowanym biurze wielkoprzestrzennym nie opisują warunków akustycznych w sposób korespondujący ze spostrzeżeniami pracowników.

Prowadzenie pomiarów w pomieszczeniu

zasiedlonym nie do końca jest metodą stosowaną w polskich warunkach funkcjonowania budownictwa w zakresie prawnym oraz rynkowego tworzenia przestrzeni biurowej. Większa część biur jest oddawana do użytkowania w stanie deweloperskim, a detale jakościowe są bardziej regulowane podczas indywidualnych ustaleń niż przez przepisy prawa budowlanego.

Dla oceny warunków podczas pomiarów jest też ważne, że są one przeprowadzane z uwzględnieniem hałasów zewnętrznych, jakie wynikają z funkcjonowania środowiska zbudowanego wokół obiektu i obciążają go energią akustyczną przedostającą się do pomieszczeń biurowych. W procesie pomiarowym jest również uwzględniany hałas działającej wentylacji oraz systemów maskowania dźwiękiem, jeśli w taki system jest wyposażone pomieszczenie.



Warunki pomiarowe powinny być jak najbardziej zbliżone do warunków pracy pracowników i, jeśli jest to możliwe, aby działały również indywidualne, przypisane do stanowiska, urządzenia techniczne, jak np. komputery. Pomiary do oceny warunków akustycznych są wykonywane z użyciem pojedynczego głośnika, emitującego dźwięk testowy. Projekt normy przewiduje stosowanie głośnika wszechkierunkowego lub kierunkowego.

Pytanie o ciszę

Ważnym elementem oceny warunków pracy w kontekście inwestowania i procesu realizacji zgodnie z zasadami zrównoważonego budownictwa w biurach typu open plan, jest wprowadzenie propozycji klas akustycznych umeblowanego biura w powyższej normie. W oparciu o pomiary w szesnastu wielkopowierzchniowych biurach opracowano tabelę, definiującą klasy akustyczne przestrzeni biurowej oddanej do użytkowania.

Przypisanie do klasy jest zależne od spełnienia warunków poprzez posiadanie odpowiednich parametrów, tj. poziomu dźwięku oraz odległości, w jakiej ocenia się zakłócenie. Propozycja powyższej normy jest nader interesująca w aspekcie wdrażania systemów zarządzania budynkami z uwzględnieniem norm zrównoważonego budownictwa w kontekście ekonomicznym. Definiowanie



klasy akustycznej przestrzeni biurowej przy składaniu zamówienia na biuro w biurowcu A klasy koresponduje z ideą najwyższej jakości warunków pracy, jakim hołduje wiele przedsiębiorstw.

– Analizując zapisy projektowanej normy, jak i praktyczny aspekt oceny umeblowanej przestrzeni biurowej, nasuwa się pytanie, czy producenci mebli biurowych i innych elementów wyposażenia wnętrz biurowych

zaczną podążać za powstającym rynkiem – podsumowują eksperci z Fabryki Ciszy. – Może z czasem dostawcy kompleksowych zestawów mebli do biur będą tak deklarować parametry akustyczne swojego wyrobu, aby korespondowały z klasyfikacją według powyższej normy. Dostawcy dedykowanych rozwiązań do biur wieloprzestrzennych mogą już niebawem spodziewać się takiego zapytania z rynku.



Druk. Jak wydawać na niego mniej?



Mimo postępującej digitalizacji współczesnego świata, rosnącej popularności urządzeń mobilnych i zdalnego wykonywania wszelkich zadań, dokument papierowy pozostaje najpopularniejszym nośnikiem informacji. Jednocześnie drukowanie stanowi źródło generowania znacznych kosztów. Jak więc pogodzić konieczność drukowania dokumentów z niezbędnym w dzisiejszych czasach ograniczeniem wydatków?

Może się wydawać, że najprostszą metodą byłoby zaprzestanie drukowania i całkowite przestawienie się na dokumenty elektroniczne, stanowiące przecież codzienność w środowiskach biznesowych.

Wiele badań wskazuje jednak, że w ostatnich latach, wraz z popularyzacją poczty elektronicznej, w firmach nastąpił wyraźny wzrost liczby drukowanych stron. Zaproponowanie pracownikom zaprzestania drukowania byłoby zatem niemożliwe do zrealizowania.

Istnieją jednak skuteczne sposoby nie wymagające od nich całkowitego odrzucenia dotychczasowych przyzwyczajeń. Należy zacząć od podstaw, a więc od odpowiedniego zaprojektowania zespołu urządzeń do druku. Dostawcy usług, zwanych managed print services, nazywają ten proces optymalizacją floty drukującej. Polega on na przeanalizowaniu sytuacji zastanej przedsiębiorstwa oraz rozpoznaniu jego potrzeb i oczekiwań w obszarze druku. Etapem końcowym i kluczowym jest zaprojektowanie nowego – zoptymalizowanego – rozwiązania. – Optymalizacja floty pozwala osiągnąć wymierne korzyści: zmaksymalizować wydajność posiadanego sprzętu, usprawnić całość procesu i zmniejszyć koszty druku nawet o 30 procent – tłumaczy Paweł Grzyb, Optimized Printing Services Product Manager z Konica Minolta Business Solutions Polska.

Jakie rozwiązania optymalizacyjne pozwalają ograniczyć koszty druku? Podstawą jest odpowiedni dobór sprzętu – tak, aby urzą-

dzenia były idealnie dopasowane do potrzeb przedsiębiorstwa.

W wielu firmach panuje przekonanie, że problemom z drukowaniem zaradzi nowe urządzenie. Tymczasem mnożenie firmowych drukarek i kopiarek jest rozwiązaniem całkowicie nieekonomicznym. Niestety, podejmowanie decyzji odnośnie zakupu nowych urządzeń zazwyczaj nie leży w rękach ekspertów w dziedzinie zarządzania drukiem. Dlatego, jak radzi agencja InfoTrends w opracowanym niedawno raporcie „Ponadczasowe inwestycje w technologie dokumentowe”, do pomocy przy reorganizacji floty drukującej należy zaangażować specjalistów zewnętrznych: „Chodzi (...) o to, aby znaleźć eksperta w dziedzinie, w której nie ma się doświadczenia i współpracować z nim, pozwalając swoim pracownikom skupić się na głównej domenie działalności firmy”. Dostawca sprzętu i usług z zakresu druku może stwierdzić, że przedsiębiorstwo skorzysta na zastąpieniu kilkudziesięciu dotychczasowych „prywatnych” drukarek nabiurkowych kilkoma wydajnymi urządzeniami wielofunkcyjnymi, ulokowanymi w strategicznych punktach w biurze. Kolejnym rozwiązaniem, pozwalającym na znaczne oszczędności, jest wdrożenie procedur kontroli drukowania. Systemy identyfikacji i autoryzacji użytkowników są najlepszym sposobem na to, aby pracownicy drukowali bardziej rozważnie. Odpowiednie aplikacje pozwalają rejestrować w bazie danych wszystkie drukowane, kopiowane lub skanowane strony, a także informacje o ich formacie, druku barwnym, druku jedno- lub

dwustronnym oraz pokryciu stron przez poszczególne tonery. Zapisywana jest również informacja na temat osoby, która je zleciła. Już samo wprowadzenie konieczności użycia kodu PIN lub karty zbliżeniowej powoduje, że drukowane są tylko niezbędne dokumenty.

Korzystnym rozwiązaniem jest także dopasowanie uprawnień do korzystania z określonych urządzeń i funkcji do poszczególnych pracowników – według ich stanowisk i obowiązków. Pewnym grupom użytkowników można ograniczyć możliwość drukowania i kopiowania w kolorze – taka funkcja nie jest konieczna np. w dziale księgowości. Natomiast zablokowanie możliwości drukowania jednostronnego pozwala zmniejszyć koszty zużycia papieru nawet o jedną trzecią. Oszczędnościom sprzyja również korzystanie z nowoczesnych urządzeń wyposażonych w „sprytne” funkcje. Podgląd wydruku pozwala upewnić się przed zleceniem drukowania, że materiał spełnia oczekiwania, natomiast drukowanie „wiele na jednej” przyczynia się do znacznych oszczędności papieru.

Okazuje się więc, że aby zmniejszyć koszty drukowania, nie trzeba sięgać po „metodę ostateczną”, czyli rezygnację z materiałów papierowych. Najrozsądniejszym rozwiązaniem jest nawiązanie współpracy z zewnętrznym dostawcą sprzętu drukującego i usług zarządzania drukiem. Opracuje on plan zmian dopasowany do specyficznych potrzeb firmy, dzięki któremu możliwe będzie m.in. ograniczenie wydatków na druk.

Druk w firmie – najnowsze trendy

Ten rok z pewnością przyniesie wzrost popularności technologii mobilnego druku – w dalszym ciągu trwa bowiem dynamiczny wzrost liczby posiadaczy smartfonów i osób korzystających z ich pomocą z Internetu. Wiele ciekawych nowości pojawia się także, jeśli chodzi o urządzenia wielofunkcyjne i drukarki do biur, a także części eksploatacyjne do nich przeznaczone



Technologie i zarządzanie drukiem

Oki MC562dn to doskonałe urządzenie wielofunkcyjne 4 w 1 dla firm, poszukujących najwyższej jakości przy niskich kosztach eksploatacji. Wyposażone jest w wysokiej jakości narzędzia do zarządzania drukiem. Szerokie możliwości tego urządzenia pozwolą nam używać go np. do produkcji materiałów marketingowych. Niesamowita prędkość druku (30 str./min.) sprawia, że jest to doskonały wybór dla grup roboczych, wymagających większych nakładów. Nieza-

Dzięki wdrożeniu optymalizacji druku w ramach TMP firma szybko odczuwa korzyści płynące z rozwiązań dostosowanych do jej potrzeb i wymagań. Dostaje bowiem informacje, które pomagają podejmować lepsze decyzje w kontekście usług związanych z drukiem firmowym. Uwalnia się także od ciężaru zarządzania infrastrukturą, otrzymuje lepszy zwrot z inwestycji w najnowszą technologię.

wodność urządzenia Oki potwierdza 3-letnia gwarancja.

Z kolei Oki MB491dn to monochromatyczne urządzenie wielofunkcyjne, przeznaczone dla większych przedsiębiorstw. Dzięki elastycznej obsłudze różnych rodzajów papieru może być wykorzystywane do zadań takich jak druk etykiet, faktur, arkuszy kalkulacyjnych. Szybkość druku 40 str./min. sprawia, że jest to jedno z najszybciej drukujących urządzeń wielofunkcyjnych formatu A4, dostępnych na rynku. Poza tym jest to jedno z najbardziej przyjaznych środowisku urządzeń w całym portfolio firmy ze względu na minimalne zużycie energii.

Oki C301dn to drukarka A4, stworzona z myślą o mikro- i małych przedsiębiorstwach, które korzystają ze swoich urządzeń do codziennego drukowania dokumentów biznesowych w kolorze i czarno-białych. Urządzenie w standardzie zapewnia również dwustronny wydruk i posiada wyjątkową technologię High Definition Color, dzięki czemu klienci są w stanie drukować materiały najwyższej jakości, jakie do tej pory oferowały jedynie specjalistyczne zewnętrzne firmy zajmujące się drukiem.

Drukuj mobilnie

- Nadchodzący rok z pewnością przyniesie wzrost popularności technologii mobilnego druku. Jak pokazują statystyki, nieustannie obserwujemy dynamiczny wzrost liczby posiadaczy smartfonów i osób korzystających za ich pomocą z Internetu – podkreślają eksperci z firmy OKI. - Ta mobilna rewolucja w 2012 roku zaowocowała powstaniem urządzeń i aplikacji, przeznaczonych do druku z urządzeń mobilnych. 2013 rok bę-

dzie rokiem, kiedy ta innowacja stanie się rynkowym standardem. Dzięki temu firmy będą nadal mogły skutecznie funkcjonować, nawet gdy osoba odpowiedzialna np. za wydruk umów znajduje się na urlopie lub w delegacji na drugim końcu świata, a nikt obecny w firmie nie posiada dostępu do jej komputera. Ponadto sądzimy, że nadchodzący rok przyniesie sporo rozwiązań skierowanych do małych i średnich przedsiębiorstw, których tempo rozwoju powinno znacznie przyspieszyć.

Zarządzanie, optymalizacja, wdrażanie

Obecnie koszty zarządzania drukiem w firmach stanowią nawet kilkanaście procent kosztów funkcjonowania całego przedsiębiorstwa. Bardzo często wydatki te rosną z powodu braku świadomości o istotnym znaczeniu druku dla całkowitych kosztów operacyjnych. Ponadto w dzisiejszych czasach, chcąc dbać o środowisko, należy nie tylko zaopatrzyć przedsiębiorstwo w energooszczędne żarówki, ale także zmniejszyć ilość zużywanego papieru, czy też nabyć bardziej oszczędne urządzenia. Dlatego też w odpowiedzi na oczekiwania rynku firma Oki wprowadziła usługę kompleksowego zarządzania drukiem – Total Management Print, która za pomocą zewnętrznego konsultingu pomaga dopasować sposób drukowania firmy do jej rzeczywistych potrzeb. Poprzez kilka prostych analiz i wdrożenie skutecznego systemu zarządzania drukiem można zredukować koszty nawet o 30 proc. Pierwszym krokiem jest przeprowadzenie wewnętrznego audytu, który pokaże rzeczywiste zużycie materiałów i przyczynę generowania najwyższych kosztów. Dzięki elastycznemu podejściu firmy Oki w następnym audyту można określać potrzeby druku wybranego działu, departamentu, czy nawet wskazywać rozwiązania zaspokajające potrzeby indywidualnego pracownika. Wszystko odbywa się za pomocą czterech kroków: Oszacowaniu – Propozycji – Implementacji – Zarządzaniu.

- Na podstawie audytu rekomendujemy, w jaki sposób zoptymalizować pracę posiadanych urządzeń biurowych w celu oszczędzenia pieniędzy, zwiększenia produktywności, usprawnienia przepływu pracy, ochrony środowiska i dokumentów – wyliczają specjaliści z firmy Oki. - W przypadku, kiedy posiadane urządzenia nie są w stanie zapewnić odpowiedniej optymalizacji kosztów, udostępniamy firmie niezbędne urządzenia tam, gdzie są one najbardziej potrzebne. Po zapewnieniu zmniejszenia kosztów w pierwszej fazie, Oki kontynuuje monitorowanie potrzeb firmy i rekomenduje dalsze rozwiązania, poprawiające m.in. zarządzanie do-

kumentami, obieg dokumentów cyfrowych i inne działania biurowe.

Drukowanie w chmurze

Mobilny druk to milowy krok dla całego przemysłu. W dzisiejszych czasach trudno jest wyobrazić sobie wykonywanie codziennych obowiązków bez urządzeń mobilnych, takich jak smartfony, tablety, czy laptopy. Dlatego też należało dostosować powszechnie funkcjonującą technologię do rozwiązań ułatwiających wydruk w przedsiębiorstwach.

Druk mobilny lub w chmurze polega na połączeniu się z urządzeniem drukującym udostępnionym w sieci (bezprowodowej bądź LAN) za pomocą smartfona lub tabletu. Dzięki temu możemy swobodnie drukować dokumenty praktycznie z każdego zakątka na świecie, bez konieczności bezpośredniego połączenia z urządzeniem.

Aplikacje, z którymi współpracują urządzenia Oki, to Cortado Workplace i ePrint firmy Microtech, które są kompatybilne również z większością urządzeń obecnie dostępnych na rynku. W portfolio Oki znajdują się dwa urządzenia wielofunkcyjne, dedykowane mobilnemu drukowi - urządzenia wielofunkcyjne MB451W i MB471W.

MB451W to urządzenie 4-w-1, stworzone z myślą o mikro- i małych przedsiębiorstwach, które wymagają niskiego obciążenia i wolumenu wydruków, i w których przestrzeń biurowa jest często na wagę złota. W celu większej wszechstronności, model MB451W posiada możliwość bezprzewodowego połączenia z siecią. Natomiast MB471W to doskonałe rozwiązanie dla małych biur lub grup roboczych o rosnących wymaganiach dotyczących druku. To również jedno z najbardziej przyjaznych czarno-białych urządzeń wielofunkcyjnych A4 na rynku, wyposażone w szeroką gamę funkcji, które pomagają firmom w zmniejszeniu zużycia energii, ograniczeniu negatywnego wpływu na środowisko i redukcji kosztów bieżących.

Prawidłowa eksploatacja

W przypadku materiałów eksploatacyjnych nie ma znaczenia czy mówimy o drukarkach atramentowych, igłowych, czy laserowych ponieważ w każdym przypadku wymiana materiałów jest nieunikniona. Podobnie jak w każdym urządzeniu, gorsza jakość jednego z elementów wpływa niekorzystnie na cały mechanizm i może doprowadzić do poważnej usterki.

Mitem jest to, że stosowane zamienniki nie różnią się jakościowo od oryginalnych materiałów, oferowanych przez producentów. Najlepszym przykładem są tonery sferyczne, które firma Oki produkuje do swoich drukarek monochromatycznych. Częsteczki

Producenci zalecają stosowanie oryginalnych części nie tylko ze względu na chęć zysku. Przede wszystkim chcą dbać o swoją dobrą jakość i zwrócić uwagę konsumentów na fakt, że do sporządzenia prawidłowego wydruku i zapewnienia maksymalnej żywotności urządzenia wymagana jest pełna zgodność licznych mechanizmów zawartych w każdym urządzeniu.

tonera Oki są dziesięciokrotnie mniejsze od tradycyjnych. Ponadto wszystkie cząsteczki posiadają regularny, okrągły kształt, w przeciwieństwie to zamienników, gdzie wszystkie cząsteczki są różne i postrzępione, co drastycznie obniża jakość drukowanego materiału. Ponadto oryginalne tonery firmy Oki wymagają o wiele mniejszej temperatury w trakcie procesu wgrzania tonera w papier, co powoduje mniejsze zużycie energii, niższe koszty eksploatacji i mniejszy wpływ na środowisko.



Faktem jest natomiast to, że cząsteczki zamiennika mogą zalegać pomiędzy rolkami i innymi elementami urządzenia lub zarysować powierzchnię bębna światłoczułego, co stanowi jedną z najczęstszych usterek.

- Wielokrotnie obaliliśmy również mit, dotyczący porównywalnej wydajności zamienników z oryginalnymi materiałami eksploatacyjnymi – podkreślają eksperci z Oki. - Według badań i analiz przeprowadzonych przez naszą firmę okazuje się, że waga niektórych nieoryginalnych tonerów jest większa od tych produkowanych przez nas, a mimo to po dokładnych testach okazało się, że wydruków z zamienników jest o 33 proc. mniej, niż wydruków pochodzących z oryginalnego tonera. Należy też pamiętać, że producent

nie odpowiada za zniszczenia i usterki powstałe w wyniku stosowania zamienników. W przypadku firmy Oki grozi to utratą gwarancji.

Wreszcie główny mit dotyczący stosowania zamienników – kryterium ceny. Panuje powszechny pogląd, że części oryginalne są kilkukrotnie droższe od kompatybilnych

zamienników. Otóż nic bardziej mylnego. - Z perspektywy wieloletniej praktyki możemy zdradzić, że ceny naszych tonerów materiałowych eksploatacyjnych są dokładnie analizowane i ustalone już na etapie planowania produkcji, co czyni je atrakcyjnymi cenowo dla potencjalnych klientów – podkreślają specjaliści z firmy Oki.

R E K L A M A



I LOVE OKI
... od 20 lat w Polsce

20 lat temu dźwięk japońskich drukarek OKI oznaczał, że w Polsce rodzi się biznes. Dziś jesteśmy tak samo niezawodni jak wtedy i mamy dla Ciebie specjalną urodzinową ofertę. Zobacz nasze najnowsze urządzenia LED.

SPRAWDŹ OFERTĘ NA WWW.ILOVEOKI.PL

e-Print – drukuj z każdego miejsca

Dzięki funkcji ePrint oraz ePrint Home & Biz możliwe jest drukowanie dokumentów za pośrednictwem urządzeń mobilnych typu smartfon czy tablet. Użytkownik może zdalnie zlecić druk dokumentu na drukarce HP, z którą jest skojarzony jego tablet lub smartfon lub na ogólnodostępnym urządzeniu HP, znajdującym się w jego okolicy. Dzięki wykorzystaniu tej technologii możemy drukować dokumenty z każdego miejsca, w którym się znajdujemy i mamy połączenie z Internetem

HP ma obecnie w swojej ofercie wiele różnych urządzeń, umożliwiających drukowanie w chmurze.

Szczególnie polecane urządzenia atramentowe to:

- HP OfficeJet Pro 8600 - sugerowana cena detaliczna 879 zł brutto
- HP OfficeJet Pro 8600 Plus - sugerowana cena detaliczna 1 099 zł brutto

HP OfficeJet Pro 8600 i HP OfficeJet Pro 8600 Plus to bezprzewodowe, wydajne i szybkie kolorowe urządzenia wielofunkcyjne dedykowane dla firm. Prędkość wydruku urządzenia Pro 8600 Plus wynosi do 20 str./min w trybie mono oraz do 16 str./min w trybie kolorowym, natomiast w przypadku urządzenia Pro 8600 prędkość wynosi odpowiednio 18 i 13 str./min. HP OfficeJet Pro 8600 jest wyposażone w ekran o przekątnej 2,7", a HP OfficeJet Pro 8600 Plus 3,9", co ułatwia obsługę urządzeń i umożliwia drukowanie wybranych treści internetowych bez konieczności podłączenia komputera. Wbudowana kopiarka z technologią CopySmart automatycznie prostuje kopiowane dokumenty i oczyszcza tło. Urządzenia te oferują taką samą jakość druku, jak w przypadku urządzeń laserowych – do 4800x1200 dpi w trybie kolorowym i 1200x600 dpi w trybie mono. Skanowanie może odbywać się do załączników wiadomości e-mail poprzez wbudowanego klienta pocztowego SMTP oraz do folderów sieciowych (Pro 8600 Plus), do zdefiniowanych komputerów w sieci firmowej i pamięci USB. Ponadto urządzenie Pro 8600 Plus jest wyposażone w podajnik ADF na 50 stron (w Pro 8600 podajnik mieści 35 stron) i umożliwia dwustronne skanowanie dokumentów.



Wydrukowane dokumenty są odporne na wodę i markery, a koszty materiałów eksploatacyjnych i zużycia energii są nawet o 50 proc. niższe, niż w przypadku drukarek laserowych. Dodatkowo wydajność użytkowania zwiększają takie funkcje, jak blokowanie spamu faksowego (tylko wersja Plus), automatyczny moduł druku i skanowania dwustronnego.

Zarówno HP OfficeJet Pro 8600 jak i HP OfficeJet Pro 8600 Plus posiadają szereg funkcji, które umożliwiają wykorzystanie technologii Cloud. Jedną z nich są HP Apps, czyli specjalne aplikacje instalowane w urządzeniu i obsługiwane za pomocą kolorowego ekranu dotykowego. - Aplikacje umożliwiają m.in. drukowanie i skanowanie dokumentów bezpośrednio z oraz do Google Docs – wyjaśnia Adam Pawłowski, PPS Category Manager, HP Polska. – Druga funkcja to HP ePrint oraz ePrint Home & Biz, dzięki której możliwe jest drukowanie dokumentów za pośrednictwem urządzeń mobilnych typu smartfon czy tablet wyposażonych w sys-

temy operacyjne iOS, Android oraz Symbian. Użytkownik może zdalnie zlecić druk dokumentu na drukarce HP, z którą jest skojarzony jego tablet lub smartfon lub na ogólnodostępnym urządzeniu HP znajdującym się w jego okolicy. Obydwa modele korzystają także z technologii Google Cloud Print.

– Drukowanie z wykorzystaniem chmury ma wiele zalet przede wszystkim w biznesie – podkreśla Adam Pawłowski. – Dzięki wykorzystaniu tej technologii możemy drukować dokumenty z każdego miejsca, w którym się znajdujemy i mamy połączenie z Internetem. Do tego celu możemy wykorzystać zarówno klasyczny komputer stacjonarny, laptop, a także smartfon czy tablet. Ma to zastosowanie np. w przypadku pracowników terenowych, którzy w razie potrzeby wydruku dokumentów mogą zlecić to zadanie zdalnie, np. w najbliższej placówce lub firmie zewnętrznej.

Polecane urządzenia laserowe:

- HP LaserJet Pro 200 Color M251nw, sugerowana cena detaliczna – 1 299 zł brutto
- HP LaserJet Pro 200 color MFP M276nw, sugerowana cena detaliczna – 1 749 zł brutto

HP LaserJet Pro 200 Color M251nw to kolorowa drukarka laserowa, a HP LaserJet Pro 200 Color MFP M276nw to kolorowe urządzenie wielofunkcyjne z funkcją druku, skanowania, kopiowania oraz faksu. Urządzenia te są dedykowane dla małych biur i umożliwiają druk poprzez sieć Wi-Fi oraz Ethernet.

Ponadto urządzenia te pozwalają na druk zdalny poprzez technologie takie jak: HP ePrint, Apple AirPrint (druk bezprzewo-

dowy z urządzeń mobilnych Apple), HP ePrint Home & Biz (druk z systemów Android i Symbian) oraz Google Cloud Print (druk wprost z aplikacji Google). Dodatkowo urządzenia korzystają z aplikacji internetowych HP Apps, które pozwalają na druk bezpośrednio z popularnych stron internetowych m.in. Google Docs czy Facebooka, bez konieczności podłączania komputera. Urządzenia są wyposażone w kolorowy, dotykowy wyświetlacz LCD o przekątnej 3,5", dzięki któremu ich obsługa jest prosta i intuicyjna. Prędkość druku zarówno w czerni, jak i w kolorze wynosi do 14 str./min, a maksymalna rozdzielczość to 600x600dpi. Urządzenia wykorzystują tonery HP ColorSphere i technologię HP Imageret 3600, które zapewniają najwyższą jakość druku. Koszt wydruku jednej strony w czerni może być taki sam, jak w przypadku monochromatycznej drukarki HP LaserJet, przy zastosowaniu wkładów o dużej pojemności z czarnym tonerem. Normatywny cykl pracy miesięcznej urządzenia wynosi 30000 stron. Urządzenia wyposażono w standardowy podajnik papieru na 150 arkuszy. Dodatkowo HP LaserJet Pro 200 color MFP M276nw posiada podajnik ADF na 35 arkuszy. Skaner CIS o rozdzielczości 1200 dpi umożliwia zapis dokumentów do pamięci USB, folderów sieciowych czy poczty e-mail.



- HP LaserJet Pro 400 M401dw – sugerowana cena detaliczna – 1599 zł brutto
 - HP LaserJet Pro 400 M425dw – sugerowana cena detaliczna – 2349 zł brutto
- HP LaserJet Pro 400 M401dw to monochromatyczna drukarka laserowa, a HP LaserJet Pro 400 M425dw to monochromatyczne urządzenie wielofunkcyjne wyposażone w faks. Urządzenia przeznaczone są do wykorzystania w biurach i oferują druk z prędkością

do 33 str./min, maksymalną rozdzielczość druku 1 200x1 200 dpi, a także automatyczną funkcję druku dwustronnego. Normatywne obciążenie miesięczne wynosi 50 tys. stron. Obsługę urządzeń ułatwia 3,5-calowy ekran dotykowy. Oba urządzenia oferują druk bezprzewodowy za pośrednictwem Wi-Fi, a ich konfigurowanie i udostępnianie możliwe jest w dowolnej lokalizacji w biurze



przy użyciu łączności bezprzewodowej. Dodatkowo HP LaserJet Pro 400 M425dw jest wyposażone w podajnik papieru ADF na 50 arkuszy i oferuje szybkie dwustronne skanowanie dokumentów dzięki dwugłowicowemu skanerowi. Maksymalna rozdzielczość skanowania to 1200 dpi, a zeskanowane dokumenty można zapisać we wszystkich popularnych formatach bezpośrednio jako załącznik wiadomości e-mail, w folderze sieciowym lub w chmurze. Obsługiwane rozwiązania druku bezprzewodowego to HP

ePrint, Apple Air Print, dzięki czemu zlecenie wydruku jest możliwe w łatwy sposób z wielu urządzeń z każdego miejsca na świecie, w którym jest dostęp do Internetu.

Największe możliwości wykorzystania technologii Cloud posiadają zaawansowane urządzenia HP LaserJet z serii flow. W obecnej ofercie są to HP LaserJet Enterprise flow MFP M525c i HP LaserJet Enterprise color flow MFP M575c. Urządzenia te umożliwiają użytkownikom szybkie, skuteczne i bezpieczne przetwarzanie i zarządzanie dokumentami w firmie. Po zeskanowaniu i przejściu przez wbudowany OCR, dokument może zostać zapisany w dowolnym, wcześniej ustalonym miejscu – na dysku sieciowym, serwerze FTP czy w chmurze. Urządzenia z serii flow mogą być zintegrowane poprzez chmurę z oprogramowaniem HP flow CM, służącym do kompleksowego zarządzania dokumentami – katalogowania, tagowania, indeksowania i udostępniania.

– Zaletę tego rozwiązania jest bardzo wiele. Przede wszystkim dokumenty papierowe zastępujemy cyfrowymi, co ułatwia ich wyszukiwanie i przetwarzanie, a także zmniejsza ryzyko ich zagubienia lub przejęcia przez osoby nieuprawnione – podkreśla Robert Sekuła, PPS Category Manager w HP Polska. – Dostęp do dokumentów możemy przekazać wybranym komórkom organizacyjnym czy konkretnym pracownikom, a dzięki temu, że dane są zapisane w chmurze, mogą oni mieć dostęp do nich z poziomu przeglądarki w komputerze czy aplikacji w tablecie lub smartfonie.

Bezpieczeństwo tego rozwiązania jest na tyle wysokie, że mogą z niego korzystać nawet branże wymagające najwyższego poziomu zabezpieczeń, takie jak sektor bankowy czy finansowy.

KOMENTARZ

Robert Sekuła

PPS Category Manager, HP Polska

Najprostszym przykładem wykorzystania technologii Cloud w drukowaniu jest funkcja HP e-Print, w którą wyposażone jest większość laserowych drukarek i urządzeń wielofunkcyjnych znajdujących się w ofercie HP. Funkcja ta pozwala na wydruk dokumentów z każdego miejsca z dostępem do Internetu, także z urządzeń mobilnych. W miarę popularyzacji HP ePrint, funkcja ta może zostać wykorzystana również przez zewnętrzne punkty druku. Urządzenie drukujące HP z funkcją ePrint można udostępnić publicznie, a punkty oferujące tego typu usługi zostaną dodane do mapy. Gdy znajdzie potrzeba wydruku jakiegoś dokumentu przez pracownika znajdującego się w terenie, wystarczy wyszukać na mapie najwygodniejsze dla nas miejsce, zlecić drukowanie i zgłosić się po odbiór. Jest to rozwiązanie, które zapewnia przede wszystkim wygodę i oszczędność czasu pracownika.

Obniżanie kosztów przechowywania danych

Codziennie powstaje 2,5 tryliona bajtów danych. Firma Infortrend szacuje, że 90 proc. cyfrowych informacji, które istnieją dziś na świecie, zostało utworzonych w ciągu ostatnich dwóch lat. Ta tendencja przekłada się na wzrastające koszty przechowywania coraz większych zasobów danych. Jak skutecznie można je obniżyć?

Dzisiejsza presja ekonomiczna wymaga podjęcia świadomej analizy wszystkich zagadnień, związanych z przechowywaniem danych pod kątem zwiększenia efektywności i ograniczenia kosztów. Przede wszystkim warto, aby cyfrowe informacje były odpowiednio zabezpieczone. Dobrym sposobem jest tworzenie kopii zapasowych. Pomaga to uniknąć przykrych skutków związanych z utratą danych.

Dodatkowo istotne jest, aby były one przechowywane za pomocą takich systemów pamięci masowej (storage), które pozwolą na optymalne wykorzystanie zasobów, przez co ograniczą konieczność ciągłego inwestowania w nowy sprzęt. Również wdrażanie rozwiązań zgodnych z koncepcją ekologicznego IT może przynieść oszczędności związane z mniejszym zużyciem energii elektrycznej przez przedsiębiorstwo.

Lepiej zapobiegać niż... płacić

Utrata danych wiąże się z bardzo poważnymi konsekwencjami oraz obciążeniami finansowymi dla przedsiębiorstw. Pomimo to, jak wynika z raportu Głównego Urzędu Statystycznego, tylko 10 procent polskich firm prawidłowo zabezpiecza dane własne oraz swoich klientów. Pozostałe przedsiębiorstwa albo rezygnują z ochrony swoich cyfrowych zasobów albo decydują się na nieskuteczne rozwiązania, np. zgranie danych na zewnętrzny nośnik. Natomiast utracone informacje mogą być już niemożliwe do odzyskania i stanowią ogromny problem dla firmy.

Właśnie dlatego tak ważne jest tworzenie kopii zapasowych oraz korzystanie z rozwiązań, które gwarantują do nich szybki dostęp.

Technologią, która umożliwia zaawansowaną ochronę danych przy zachowaniu niskich kosztów, jest zdalna replikacja. Funkcja ta pozwala rozmieszczać pełne kopie cyfrowych informacji w obrębie całego systemu pamięci masowych. Jeśli dane źródłowe zostaną utracone, użytkownik może wykorzystać zdalnie zlokalizowane kopie zapisane na dyskach twardych do szybkiego uruchomienia usług. Ponadto replikacja pozwala na zminimalizowanie nieplanowanego przestoju. Skraca ona czas odtwarzania systemu po awarii, a nienaruszone kopie danych znajdujących się w zdalnych lokalizacjach mogą zostać natychmiast wykorzystane.

Pamięć masowa szansą na oszczędności

W ostatnich latach przedsiębiorcy coraz częściej zdecydowali się na wykorzystanie systemów pamięci masowej, czyli specjalnych dysków twardych, służących do przechowywania dużej ilości danych. Są one wyposażone w dodatkowe urządzenia, takie jak procesor czy interfejs oraz podłączone do firmowej sieci.

Obecnie na rynku pamięci masowych można zauważyć trend skierowany bardziej na zwiększenie efektywności przechowywania danych niż na poprawę specyfikacji sprzętu. Przedsiębiorcy są coraz bardziej świadomi tego, że lepsze możliwości sprzętowe nie muszą być dla nich opłacalne, jeśli nie

zostaną odpowiednio wykorzystane. Dlatego też producenci storage'u wprowadzili szereg funkcji, które pomagają sprostać wymogom wyższej efektywności.

Automatyzacja i deduplikacja

Jak prognozuje firma Infortrend, w 2013 roku jedną z bardziej popularnych technologii wykorzystywanych w rozwiązaniach pamięciowych będzie automatyzacja. Stanowi ona odpowiedź na nieustannie rosnącą pojemność storage'u oraz wymagania użytkowników. Funkcja ta usprawnia zarządzanie systemami w centrach danych, co z kolei zapewnia nieprzerwany dostęp do zasobów pamięciowych w nowych, dynamicznych środowiskach IT. Należy jednak pamiętać, że systemy storage'u muszą być zaprojektowane tak, aby umożliwiała stałe monitorowanie pamięci masowej. Istotne jest, żeby były wyposażone w szeroką gamę mechanizmów samonaprawczych. Będzie to stanowiło gwarancję optymalnego wykorzystania zasobów przez całą dobę, bez ręcznych interwencji.

Oprócz automatyzacji ważną rolę odegra również usuwanie nadmiarowych kopii tych samych danych za pomocą funkcji deduplikacji. Przekłada się to na bardziej wydajne wykorzystanie dostępnej przestrzeni dyskowej.

Kolejnym czynnikiem, który może doprowadzić do lepszej alokacji wydatków na firmowy storage, jest wirtualizacja. Przełamuje ona fizyczne bariery pomiędzy różnymi zasobami oraz pamięciami masowymi w dużych, scentralizowanych pulach. Pozwala

na elastyczne przydzielanie zasobów aplikacjom oraz łatwiejsze zarządzanie pojemnością, czego wynikiem mogą być znaczne oszczędności przestrzeni dyskowych. Dodatkowo umożliwia implementację pamięci masowej do modelu chmury.

Ekologiczne oszczędzanie

Obecnie coraz więcej firm wdraża rozwiązania zgodne z koncepcją „green IT”, które pomagają ograniczyć negatywny wpływ na środowisko naturalne oraz w długoterminowej perspektywie są także opłacalne finansowo.

Gromadzenie cyfrowych informacji przekłada się na potrzebę rozbudowywania centrów danych o nowe zasoby pamięciowe, które zużywają coraz większe ilości prądu. Sprzęt w nich zainstalowany – serwery i pamięci masowe – musi mieć ściśle określoną temperaturę, co wymaga odpowiednich systemów chłodzenia. Nadmierne zużycie

energii nie tylko ma negatywny wpływ na działalność operacyjną firmy, lecz szkodzi również środowisku. Przy obecnej sytuacji gospodarczej i dużym zapotrzebowaniu na energię warto, aby firmy rozważyły nowoczesne rozwiązania, które redukują niekorzystny wpływ na środowisko. Przyczyni się to do oszczędności zarówno w wymiarze finansowym, jak i ekologicznym.

Analiza wydatków

Korzystanie z najnowocześniejszych rozwiązań z zakresu pamięci masowych pozwala przedsiębiorstwom na ekonomiczne i ekologiczne przechowywanie danych. Technologie te nie tylko umożliwiają firmom gromadzenie większej ilości cyfrowych informacji, lecz także ograniczają wymagania związane z zasilaniem i chłodzeniem. Dodatkowo wirtualizacja pamięci masowej czy funkcje pozwalające na wyłączenie i włączanie dysków w miarę zapotrzebo-

wania, umożliwiają oszczędności finansowe w porównaniu z tradycyjnymi rozwiązaniami. Właśnie dlatego przedsiębiorcy, którzy chcą wydawać mniej na utrzymanie swoich centrów danych, oprócz przeanalizowania wydatków na sprzęt oraz jego implementację, powinni wziąć pod uwagę to, jakie koszty – zarówno ekonomiczne jak i ekologiczne – będą ponosili w trakcie jego użytkowania.

– Przykład pamięci masowych, bezpieczeństwa danych, a także koncepcji „green IT” pokazują, że firmy mogą wydawać mniej na przechowywanie danych przy jednoczesnym utrzymaniu wysokiej jakości rozwiązań. Dlatego warto, aby każde przedsiębiorstwo przeprowadziło szczegółowy audyt ponoszonych kosztów i skorzystało z profesjonalnego doradztwa – podsumowuje Galvin Chang, Associate Director of Global Product Marketing, Infotrend Technology.



Social media a komunikacja z klientem

Imponujący rozwój sieci społecznościowych w czasie ostatnich kilku lat sprawił, że znalazły się one na celowniku większości organizacji biznesowych. Dla biznesu społeczności oznaczają łatwo dostępne grupy potencjalnych klientów – jednym słowem, kopalnię złota, która tylko czeka na eksploatację. Warto jednak pamiętać, że poruszanie się w Sieci bywa ryzykowne bez właściwego przygotowania. Nieudolna komunikacja na portalach społecznościowych zakończyła się katastrofą wizerunkową dla wielu znanych marek

Podstawowym pytaniem, które powinna zadać sobie każda firma planująca działania na portalach społecznościowych, jest cel prowadzonych działań. Czy warto wykorzystywać ten kanał kontaktu do budowy i wsparcia społeczności klientów danej marki? A jeśli tak, to jak się za to zabrać?

Obsługa klienta czy marketing?

Tradycyjne kanały kontaktu z klientami – połączenia telefoniczne, emaile, fakсы – są obsługiwane w firmie przez konsultantów centrum kontaktowego i podlegają dyrektorowi obsługi klienta. Jak to wygląda w przypadku mediów społecznościowych? Aby określić miejsce i sposób wykorzystania tego nowego kanału komunikacji w biznesie, wraz z firmą COMMFusion LLC przeprowadziliśmy krótki, nieformalny sondaż w kilkudziesięciu światowych organizacjach. Stwierdziliśmy, że w znacznej większości firm portalami społecznościowymi zajmuje się dział marketingu, często wraz z zespołem marketingu internetowego. Marketing odpowiada również na pytania i skargi klientów na portalach. Istnieje kilka powodów, dla których marketing przejmuje w tym wypadku część obowiązków tradycyjnie kojarzonych z obsługą klienta:

- Media społecznościowe to komunikacja typu „jeden do wielu”, która zazwyczaj jest domeną działu marketingu. Zły komunikat wysłany do sieci społecznościowych może mieć znaczne reperkusje i wpływ na wizerunek firmy, dlatego marketing chce posiadać decydujący głos podczas formułowania treści wiadomości.
- Kanały obsługiwane tradycyjnie przez centrum kontaktowe, takie jak połączenia tele-

foniczne, wiadomości email i czaty, mają charakter „jeden do jednego” i względnie prywatną naturę, a zatem nie narażają firmy na publiczne konsekwencje.

- Ze względu na publiczną naturę mediów społecznościowych odpowiedzi trzeba przygotowywać tak, aby postawić organizację w jak najlepszym świetle – a to jest coś, co marketing potrafi najlepiej.
- Interakcja z klientami za pośrednictwem mediów społecznościowych wymaga zwiezłych, klarownych, dobrze napisanych komunikatów. To również zadanie dla fachowców od marketingu.
- Badania pokazują, że większość interakcji z klientami na portalach dotyczy spraw sprzedaży i marketingu, a nie obsługi klienta. W kwestii obsługi posprzedażowej klienci nadal zdecydowanie preferują tradycyjne kanały nad media społecznościowe.

Trendy rynkowe

Ostatnie twierdzenie popierają badania rynkowe, przeprowadzone przez Society of New Communications Research (SNR). Badania wykazały, że klienci raczej nie używają mediów społecznościowych dla uzyskania obsługi posprzedażowej:

- 59 proc. klientów używa serwisów społecznościowych, aby dać upust frustracji
- 72 proc. sprawdza firmy w kanałach społecznościowych przed dokonaniem zakupu
- 74 proc. decyduje się na zakup na podstawie opinii w sieci

(źródło: „Exploring the Link Between Customer Care and Brand Reputation in the Age of Social Media” Nora Ganim Barnes, PhD, Senior Fellow, Society for Communications Research)

Ponadto z badań przeprowadzonych przez

IBM Institute for Business Value wynika, że tylko niewielki odsetek klientów, ok. 23 proc. respondentów, używa mediów społecznościowych do interakcji z marką firmy.

Jeszcze bardziej wymowne są działania podejmowane przez te osoby: 61 proc. szukało rabatów/kuponów, 55 proc. – produktów do nabycia, a tylko 37 proc. używało portali do celów związanych z obsługą klienta (źródło: „From social media to Social CRM – What customers want” IBM Global Business Services Executive Report. Luty 2011).

Jakie wnioski możemy z tego wyciągnąć? Klienci wchodzi na portalach społecznościowych w interakcje z firmami, z którymi chcą robić interesy, ale w większości przypadków to dział marketingu odpowiada za komunikację tego typu.

Cztery modele obsługi klienta w społecznościach

Choć aktualnie komunikacja z klientem w sieciach społecznościowych należy do marketingu, moim zdaniem w miarę rozwoju narzędzi i świadomości biznesowej firm będziemy obserwować trend polegający na włączaniu centrum kontaktowego do tego typu działań, połączony z rozwojem procesów automatyzacji. Dział marketingu może rozpoczynać proces przez ręczne monitorowanie aktywności w mediach społecznościowych, odfiltrowywanie komunikatów, które wymagają reakcji, oraz przekazywanie ich do odpowiednich działów. W tym momencie zostaje włączony dział obsługi klienta, odpowiadając na pewne wiadomości pod czujnym okiem marketingu. Obecnie istnieją zasadniczo cztery modele wykorzystywania mediów społecznościowych do obsługi klienta.

Etap 1: ręczne monitorowanie i doraźne reagowanie

Właściciel - marketing

Proces – firmy monitorują publiczne serwisy społecznościowe za pomocą bezpłatnych lub niedrogich narzędzi, takich jak TweetDeck czy HootSuite oraz różnorodne aplikacje Facebooka, które wyszukują słowa kluczowe i frazy. Poprzez wyszukiwanie słów kluczowych, nazwy firmy i nazw produktów oraz śledzenie hashtagów na Twitterze, a także wyszukiwanie słów związanych z firmą i jej produktami na Facebooku, firmy mogą dowiedzieć się, co klienci mają do powiedzenia o nich i ich produktach. Na komentarze zazwyczaj odpowiada ktoś z działu marketingu lub PR. Reakcją może być brak odpowiedzi, zwykle potwierdzenie komentarza albo zaproszenie do interakcji offline przez telefon lub e-mail.

Etap 2: zautomatyzowane monitorowanie i ręczne przekierowywanie

Właściciel – marketing

Proces – firmy przeszukują źródła społecznościowe za pomocą zautomatyzowanych narzędzi monitorujących, takich jak Radian6, Buzzient lub inne aplikacje tego typu. Narzędzia te oferują monitorowanie portali po wybranych słowach lub frazach kluczowych i alarmują użytkowników w czasie rzeczywistym, umożliwiając szybkie reagowanie na krytyczne zdarzenia. Komentarze te są następnie ręcznie oceniane i wysyłane (zwykle pocztą email) do osób odpowiadających za kolejny etap. W zależności od konkretnej interakcji i charakteru pytania, można wysłać je ręcznie do odpowiedniego działu, na przykład finansów lub obsługi klienta.

Etap 3: zautomatyzowane monitorowanie i przekierowywanie

Właściciel – marketing przy udziale obsługi klienta

Proces – zamiast prostego używania narzędzi monitorujących automatycznie przekierowuje się komentarze do odpowiedniej osoby na podstawie słów kluczowych oraz umiejętności wymaganych do udzielenia odpowiedzi klientowi. W większości przypadków polega to na integracji narzędzi do monitorowania mediów społecznościowych z technologiami centrum kontaktowego, takimi jak przydzielanie zadań według umiejętności. Na tym etapie konsultanci centrum kontaktowego zostają bardziej zaangażowani w proces, a technologie centrum kontaktowego zaczynają obejmować również użytkowników z działu marketingu. Kiedy interakcje społecznościowe zostaną zintegrowane z platformą centrum kontak-



towego, można traktować je jak każdą inną interakcję z klientem - rozmowę telefoniczną, wiadomość e-mail lub czat. Firmy mogą wówczas analizować raporty centrum kontaktowego, które pokazują nie tylko, ile interakcji przyszło za pośrednictwem mediów społecznościowych, ale również ile czasu zajęło udzielenie odpowiedzi, czy problem klienta został rozwiązany itd.

Etap 4: pełna integracja z platformą centrum kontaktowego

Właściciel – obsługa klienta przy udziale marketingu

Proces – następnym etapem jest powiązanie monitorowania i przekierowywania z pozostałymi narzędziami centrum kontaktowego, takimi jak zarządzanie personelem, CRM, CTI itd. Dzięki integracji z systemem CRM firmy mogą pobierać informacje o kliencie z bazy danych CRM i udostępniać je konsultantowi obsługującemu interakcję. Ponadto konsultant może sprawdzić historię i kontekst interakcji. Klienci często wypowiadają się w mediach społecznościowych dopiero w ostateczności, a osoby obsługujące taką interakcję muszą rozumieć jej kontekst.

Bieżąca sytuacja

Podczas krótkich badań, przeprowadzonych wraz z firmą COMMFusion LLC na użytek niniejszego artykułu, przeanalizowaliśmy również stopień rozwoju wykorzystania mediów społecznościowych do obsługi klienta w firmach. Stwierdziliśmy, że aktualnie znaczna większość organizacji – około 90 proc. – znajduje się na etapie pierwszym, niespełna 9 proc. osiągnęła etap drugi, a jedynie bardzo nieliczne trzeci i czwarty.

Większość klientów, z którymi rozmawiali-

śmy, twierdziła, że obecnie monitoruje i obsługuje media społecznościowe ręcznie, ale oczekuje, że zmieni się to w niedalekiej przyszłości.

Większość przedsiębiorstw obecnie zastanawia się, jak zapewnić obsługę klienta w mediach społecznościowych z perspektywy marketingu, ale zachowuje ostrożność w kwestii przekazywania jej do centrum kontaktowego. Managerowie rozważają, jakie narzędzia i procedury należy wdrożyć i jak zapobiegać ewentualnym wpadkom komunikacyjnym. Każdy przecież jest sobie w stanie wyobrazić, jakie oddziaływanie może osiągnąć nieprawdziwa informacja, opublikowana przez konsultanta na profilu Facebooka, posiadającym wiele tysięcy aktywnych użytkowników.

W ciągu następnych kilku lat coraz więcej firm będzie przechodzić do etapu 3, automatyzując monitorowanie i przekierowywanie interakcji społecznościowych oraz aktywnie angażując personel obsługi klienta. Rozmawialiśmy z organizacją, która już kilka lat temu jako jedna z pierwszych postanowiła włączyć media społecznościowe do posprzedażowej komunikacji z klientami i zaobserwowała, że stają się one preferowanym kanałem. Jak twierdzą jej przedstawiciele: „Nie traktujemy mediów społecznościowych inaczej, niż pozostałych kanałów komunikacji z naszym centrum kontaktowym, ale ostrożniej udzielamy odpowiedzi, ponieważ odpowiadamy nie jednej osobie, ale wszystkim, którzy czytają np. naszą stronę na Facebooku. Wszyscy nasi konsultanci odbierają każdy rodzaj interakcji – od połączeń głosowych do czatów, SMS-ów i wpisów na Facebooku”.

Marcin Grygielski / Interactive Intelligence

Notebooki i desktopy dla firm

Komputery stacjonarne w polskich biurach ciągle dominują, ale udział laptopów zauważalnie i systematycznie rośnie. Wg danych IDC, w 2011 r. komputery stacjonarne stanowiły połowę wszystkich komputerów wykorzystywanych do celów biznesowych, podczas gdy udział laptopów wynosił ok. 40 proc.

Regułą jest, że w przedsiębiorstwach takich jak banki, urzędy czy duże firmy państwowe znacznie częściej korzysta się z desktopów. W przypadku małych firm możemy mówić o zdecydowanej dominacji notebooków.



przekracza 36h pracy! W przypadku pracy na zewnątrz budynku lub w pomieszczeniach bardzo ciemnych przydają się takie cechy, jak matowa matryca, która redukuje odbicie promieni słonecznych od ekranu, oraz podświetlenie klawiatury.

- Bardzo ważną cechą przy zakupie notebooka jest bezpieczeństwo, co w przypadku notebooka oznacza zabezpieczenie przed uszkodzeniem mechanicznym, dostępem osób nieuprawnionych, kradzieżą komputera czy utratą danych – komentuje Tomasz Szewczak, PPS Category Manager, Commercial notebooks and Mobile Workstations, HP Polska.
- Wytrzymałość komputera na wpływ czynników zewnętrznych

bezpieczeństwo dostępu do komputera za pomocą kart Smart Card oraz szyfrowanie danych z poziomu hardware i software. Dodatkowe zabezpieczenie zapewniają niektóre dyski SSD z funkcją samoszyfrowania (Self-Encrypting Drive). Dzięki temu rozwiązaniu dysk może zostać samoczynnie zablokowany lub wyczyszczony, jeśli firmware wykryje próbę włamania – mówi Tomasz Szewczak z HP Polska. Klienci biznesowi zwracają coraz większą uwagę również na kwestie gwarancji na notebooka oraz podzespoły, a także na warunki, w jakich gwarancja jest realizowana. Standardem jest 2-letnia gwarancja na komputer i 6-miesięczna na baterię, ale w przypadku notebooków HP EliteBook gwarancja w obu przypadkach wynosi 3 lata.

10 godzin na bateriach

Na rynku pojawia się sporo ciekawych modeli, jak choćby HP EliteBook Folio 9470m. Jego sugerowana cena detaliczna: od 5321 zł brutto. Jest to biznesowy ultrabook z funkcją dokowania, łączący w sobie wydajność, bezpieczeństwo i niezawodność notebooków HP Elitebook z cechami ultrabooków, takimi jak nieduże wymiary, mała waga czy długi czas pracy na baterii.

Dzięki zastosowaniu technologii Intel Smart Response komputer jest gotowy do użycia już po kilku sekundach od uruchomienia lub wznowienia pracy. Wyposażony w matowy ekran o przekątnej 14" EliteBook Folio to najcieńszy i najlżejszy komputer typu HP EliteBook - model ten ma 18,95 mm grubości i waży od 1,63 kg. Bateria umożliwia do 10 godzin pracy bez konieczności ładowania, a użytkownik może samemu ją wymienić i podłączyć dodatkową baterię. W zależności od wersji HP EliteBook Folio 9470m może być wyposażony we wbudowany modem 3G lub modem 3G z funkcjo-

Mobilne biuro

W obecnych czasach praca biznesmana wiąże się z częstym pobytem poza biurem – na spotkaniach, konferencjach, w podróży. Notebook dla takiej osoby powinien być narzędziem mobilnym, niezawodnym i bezpiecznym.

W kwestii mobilności najważniejsze cechy to niska waga, długi czas pracy na baterii czy wyposażenie w moduły, umożliwiające łączność internetową w każdych warunkach np. poprzez Wi-Fi lub 3G. Nowoczesne komputery biznesowe coraz częściej umożliwiają pracę przez ponad 5 godzin na baterii, a rekord należy do HP EliteBook 8470p, który w testach Mobile Mark 2007

określa np. amerykański standard wojskowy MIL-STD 810G, który spełniają m.in. wszystkie notebooki HP serii EliteBook. W ramach tej normy notebooki testowane są pod kątem pracy w niekorzystnych warunkach, takich jak bardzo niska i bardzo wysoka temperatura, bardzo wysoka wilgotność, niskie ciśnienie, wstrząsy i wibracje. Norma obejmuje również odporność na upadek z wysokości 76 cm.

- Kolejną grupą zagrożeń, przed którymi producenci sprzętu powinni zabezpieczać swoje urządzenia, jest dostęp do komputera oraz danych przez osoby nieuprawnione. Skutecznym rozwiązaniem jest za-

nalnością GPS. Wysoką wydajność komputera zapewniają procesory Intel Core i5 lub i7 trzeciej generacji, a pracę w ciemnych pomieszczeniach ułatwia podświetlana klawiatura.

Ultrabook spełnia standardy wojskowego certyfikatu MIL-STD-810G, co oznacza, że komputer jest odporny na niekorzystne czynniki zewnętrzne oraz upadek z wysokości do 76 cm. Wszystkie komputery HP EliteBook posiadają chip szyfrujący TPM 1.2, zapewniający hardware'owe szyfrowanie danych oraz HP Protect Tools i funkcjonalność HP Drive Encryption, odpowiadające za szyfrowanie danych z poziomu oprogramowania. Czytnik Smart Card zabezpiecza przed dostępem do komputera przez osoby nieuprawnione. Komputer posiada 3-letnią gwarancję od producenta z możliwością rozszerzenia o kolejne lata. Gwarancja na baterię wynosi 3 lata.

Kompan w podróży

HP EliteBook 2170p to niewielkich rozmiarów notebook z funkcją dokowania, dedykowany dla biznesu, który cechuje wysoka wydajność, niezawodność oraz bezpieczeństwo. Dzięki niewielkiej wadze (od 1,31 kg), długiemu czasowi pracy na baterii (8h 15m) oraz matowej matrycy o przekątnej 11,6" komputer ten jest idealną propozycją dla osób, które często podróżują. Komputer opcjonalnie posiada zintegrowany moduł HP Mobile Broadband z obsługą 3G, dzięki czemu do połączenia z Internetem wystarczy jedynie karta SIM.

Notebooki HP EliteBook 2170p są wyposażone w procesory Intel Core i5 lub i7 trzeciej generacji, zapewniające wysoką wydajność, natomiast pracę w ciemnych pomieszczeniach ułatwia podświetlana klawiatura. O najwyższy poziom bezpieczeństwa danych dba zestaw rozwiązań i oprogramowania HP, w skład którego wchodzi m.in. HP Protect Tools, HP Drive Encryption czy TPM 1.2, odpowiadające za szyfrowanie danych z poziomu oprogramowania i sprzętu. Czytnik Smart Card zabezpiecza przed dostępem do komputera przez osoby nieuprawnione. HP EliteBook 2170p spełnia standardy wojskowego certyfikatu MIL-STD-810G oraz posiada 3 letnią gwarancję na komputer oraz baterię. Sugerowana cena detaliczna: od 5 754 zł brutto.

Stacjonarnie i solidnie

- Komputery stacjonarne w zastosowaniach biznesowych nadal dominują, ale udział laptopów systematycznie rośnie. Bazując na danych IDC, w 2011 r. komputery stacjonarne stanowiły 50 proc. wszystkich

komputerów wykorzystywanych do celów biznesowych, podczas gdy udział laptopów wynosił ok. 40 proc. – mówi Marcin Wesołowski, PPS Category Manager, Commercial Desktops w HP Polska. - W przedsiębiorstwach takich jak banki, urzędy czy duże firmy państwowe znacznie częściej korzysta się z desktopów, niż w SMB. W przypadku małych firm czy jednoosobowych działalności gospodarczych możemy mówić wręcz o dominacji notebooków. Wśród klientów biznesowych rośnie popularność komputerów typu All-in-one. Klienci dostrzegają coraz więcej zalet tego typu komputerów, m.in. oszczędność miejsca, dobre parametry i funkcje multimedialne, czy łatwość serwisowania. Szczególnie ta ostatnia cecha ma duże znaczenie dla przedsiębiorstw.

stać możliwości systemu Windows 8.

Wysoką wydajność zapewniają procesory Intel Core vPro drugiej i trzeciej generacji wraz ze zintegrowanym układem Intel HD Graphics. Komputer może być wyposażony również w opcjonalną oddzielną kartę graficzną MXM, która pozwoli na obsługę bardziej wymagających aplikacji graficznych. Dzięki wykorzystaniu technologii Intel Smart Response komputer uruchamia się szybciej, niż komputery wyposażone w tradycyjny dysk HDD. Komputer posiada 3-letnią gwarancję.

HP Compaq Pro 6300 All-in-One to uniwersalny komputer typu AiO, dedykowany dla biznesu. Wyposażony jest w ekran Full-HD o przekątnej 21,5" z możliwością ustawienia zarówno w pionie, jak i poziomie oraz



Wszechstronna pomoc w biznesie

Szukając komputera stacjonarnego do firmy, warto zwrócić uwagę na model HP Compaq Elite 8300 All-in-One, którego sugerowana cena detaliczna wynosi od 5 728 zł brutto. Jest to wszechstronny komputer biznesowy typu AiO. Jest wyposażony w ekran Full-HD o przekątnej 23", oferujący możliwość pracy zarówno w pionie, jak i w poziomie, a także opcję montażu na ścianie. Ekran można dodatkowo wyposażyć w panel multidotykowy, zwiększający możliwości komputera i pozwalający w pełni wykorzy-

montażu na ścianie. Wysoką wydajność w codziennej pracy zapewniają procesory Intel Core i3, i5 lub i7 drugiej i trzeciej generacji. O bezpieczeństwo danych i skuteczne wdrażanie rozwiązań korporacyjnych dba kompleksowy pakiet zabezpieczeń HP Perfect Tools. Komputer może być opcjonalnie wyposażony w oddzielną kartę graficzną MXM oraz procesor SIPP, które pozwolą na jeszcze wydajniejszą pracę i obsługę wymagających aplikacji graficznych. Komputer posiada 3-letnią gwarancję. Sugerowana cena detaliczna: od 3 291 zł brutto.

Jak zwiększać efektywność pracowników?

Skuteczność działań pracowników w bezpośredni sposób przekłada się na wyniki organizacji, często decydując o jej być albo nie być na rynku. Jednym z najbardziej pożądanych „towarów” przez wszystkich pracodawców jest efektywny pracownik, tj. taki, którego efekty pracy przewyższają poniesione nakłady, generując wartość dodaną dla firmy

Motywację pracownika można kształtować na wiele sposobów. Jest ona zjawiskiem psychologicznym i warto pamiętać, że każdy człowiek inaczej reaguje na dane czynniki. Pojęcie i znaczenie motywacji ciągle jest obiektem dyskusji zarówno teoretyków, jak i praktyków zarządzania. Istnieje szereg teorii opisujących źródła motywacji.

Efektywność pracowników ma kluczowe znaczenie dla zyskowności przedsiębiorstwa, a co za tym idzie – egzystencji na rynku. Istnieje szereg dróg do wzrostu motywacji pracowników, każda możliwość zwiększenia skuteczności działania organizacji powinna być wykorzystywana przez pracodawców. Należy jednak pamiętać, że głównym celem nie jest zwiększanie motywacji pracowników, a zwiększanie zysków firmy przez podniesienie efektywności. Zbyt duże nakłady na motywację mogą przewyższać dodatkowy zysk przedsiębiorstwa i w tym przypadku trzeba się zastanowić, jakie działania podjąć, aby nie generować strat.

Jedną z najbardziej znanych jest tzw. dwuczynnikowa teoria Herzberga. Zakłada ona istnienie dwóch rodzajów czynników wpływających na motywację: higieniczne i motywacyjne. Te pierwsze nie wpływają bezpośrednio na motywację, jednak ich brak prowadzi do niezadowolenia pracownika. Zaliczyć do nich możemy m.in.: bezpieczeństwo pracy lub dostępność narzędzi pracy (komputer, biurko, krzesło).

Drugim czynnikiem są tzw. motywatory, których obecność prowadzi bezpośrednio do wzrostu motywacji pracownika. Mogą to być m.in. bonusy, awans, uznanie. Dobrym przykładem nieintuicyjnego, aczkolwiek bardzo skutecznego motywatora może być poprawa warunków pracy poprzez umieszczenie dystrybutora wody w miejscu pracy. Pracownicy docenią możliwość korzystania ze świeżej wody, co wpłynie na polepszenie ich samopoczucia i zadowolenia z warunków pracy, przy marginalnych kosztach ponoszonych przez pracodawcę. Skupmy się na tym przykładzie, aby lepiej zrozumieć, że efektywność pracownika może być podnoszona nie tylko poprzez awans lub podwyżkę, ale również mniej oczywistymi sposobami.

Warto dbać o dobre warunki

Warto zwrócić uwagę, jakie funkcje może spełniać wprowadzenie wody w biurze. Po pierwsze woda w biurze prowadzi do poprawy warunków pracy – dystrybutor wody jest dodatkowym wyposażeniem firmy, z którego mogą korzystać wszyscy pracownicy. Światowa organizacja zdrowia (WHO) podaje, że odpowiednie żywienie i nawadnianie organizmu może prowadzić do wzrostu wydajności nawet o 20 proc. Dlatego tak ważny jest dostęp do wody dobrej jakości w miejscu pracy. Jej picie zapewnia zdrowie i równowagę fizyczną, a co za tym idzie, daje energię niezbędną do codziennej efektywnej i kreatywnej realizacji zadań zawodowych. Dodatkowo w firmach usługowych (np. salony kosmetyczne, fryzjerskie, apteki) stały dostęp do wody źródlanej wpływa na podniesienie standardów obsługi, a w konsekwencji na zadowolenie klientów.

Za 100 zł kup satysfakcję pracowników!

Oprzyjmy się na następującym przykładzie: koszt utrzymania jednego dystrybutora w biurze to ok. 100 zł miesięcznie i rozkłada się w firmie na wiele osób. Wyobraźmy sobie, że jako pracodawca mielibyśmy do dyspozycji tylko wspomniane wcześniej 100 zł i chcielibyśmy przeznaczyć je na premie dla 10 osób. Wówczas każdemu pracownikowi przysługiwałoby 10 zł dodatkowego wynagrodzenia – tak niska kwota w wielu firmach nie tylko nie dałaby wzrostu motywacji, ale nawet miałaby efekt odwrotny. W przypadku wprowadzenia wody w biurze koszt dla pracodawcy jest ten sam, ale wpływ na zadowolenie pracowników jest wielokrotnie większy.

Bardzo dobrym przykładem firmy, która zwiększyła swoje zyski dbając właśnie o dobre samopoczucie pracowników m.in. poprzez wprowadzenie dystrybutorów wody, jest GlaxoSmithKline. Wprowadzenie programu poprawy samopoczucia pozwoliło na zmniejszenie wydatków medycznych firmy o 13 proc., a średnia nieobecność w pracy spadła z 3,7 do 1,9 dnia. W firmie zanotowano znaczny wzrost dobrego samopoczucia pracowników, a co za tym idzie ich motywacji do pracy. Oczywistym jest, że chory pracownik jest mniej zmotywowany i mniej efektywny od osoby zdrowej. Niektóre firmy w obliczu kryzysu mają zamiar oszczędzać na pracownikach. Przykładem może być firma T-Mobile, która po 10 latach korzystania z usług dostaw wody do biur planuje z tego zrezygnować. Pytanie tylko, czy oszczędności na wodzie będą większe, niż zmniejszona efektywność pracowników firmy.

Maciej Kraus, Karol Nowicki / FernPartners

Kiedy wdrożyć system ERP?

Czy w ramach rachunku ekonomicznego można wykazać wpływ pozyskania zintegrowanego systemu klasy ERP na zmianę kondycji przedsiębiorstwa?

Pozyskanie kompleksowego, zintegrowanego oprogramowania autorstwa BPSC jest korzystną inwestycją. Realnie wspiera zmiany organizacyjne w przedsiębiorstwie i przynosi wymierne korzyści ekonomiczne. To najważniejsze wnioski z analizy zwrotu z inwestycji (ROI) w system Impuls 5, przeprowadzonej przez niezależnych ekspertów u jednego z klientów BPSC SA.

Wyniki prac analitycznych wykazały jednoznacznie, że pozyskanie systemu Impuls 5 wpłynęło na rozwój prowadzonej działalności i pełne wykorzystanie posiadanego majątku trwałego.

Badaniem objęte zostało średniej wielkości przedsiębiorstwo produkcyjno-dystrybucyjne branży przemysłowej. Na bazie wywiadów z zarządzającymi oraz analiz zewnętrznych ekspertów ustalona została lista efektów ekonomicznych związanych z wdrożeniem systemu Impuls 5. Do jego najważniejszych efektów należą: wzrost wartości przedsiębiorstwa, wzrost marży dzięki wyższej jakości produktów, redukcja kosztów przestojów pro-

dukcyjnych, optymalizacja kosztów serwisu, niższe koszty inwentaryzacji i redukcja stanów magazynowych. Wzrost Wartości Bieżącej Inwestycji (NPV) wykazany został w trzech modelach porównawczych.

Analizując realne oraz hipotetyczne efekty wdrożenia zaawansowanego oprogramowania, zestawiono inwestycję w system Impuls 5 z sytuacjami: 1) kiedy firma decyduje się na rozwój bez zastosowania takiego oprogramowania, 2) gdy zadania systemu miałby realizować zespół pracowników oraz 3) opcją dotychczasowego rozwoju bez dokonywania jakichkolwiek zmian. We wszystkich tych przypadkach wskaźnik NPV dla inwestycji w rozwiązanie BPSC był wyższy i wynosił odpowiednio od kilkunastu milionów do kilkuset tysięcy.

przekracza 200, a asortyment produktów liczy co najmniej 200 indeksów. Istotna dla podjęcia takiej decyzji powinna być również sezonowość prowadzonej produkcji, często w takich przypadkach występująca z wysoką terminowością w okresach szczytu. Wyróżnikiem jest również produkt – jeśli jego wytworzenie jest w znacznej mierze zdeterminowane czynnościami manualnymi, wymagającymi kontroli oraz systemu motywacyjnego. Ku decyzji o wdrożeniu oprogramowania ERP autorstwa BPSC skłonić powinna także znaczna baza klientów, szczególnie gdy ich zamówienia podlegają priorytetyzacji.

Przyjęty w przeprowadzonym badaniu model decyzyjny był wiernym odwzorowaniem rzeczywistości. Został on opracowany

KOMENTARZ

Maryla Pawlik

Dyrektor Działu Handlowego w BPSC SA



Przeprowadzona na nasze zlecenie analiza ROI ułatwia ocenę przydatności systemu klasy ERP w jej najważniejszym, finansowym aspekcie. Przyjęte w metodologii badania założenia, pozwoliły nie tylko ocenić realizowaną decyzję o wdrożeniu systemu, ale także przewidzieć skutki podjęcia innych decyzji. W ten sposób uzyskaliśmy ogromną ilość informacji ułatwiających ocenę sytuacji naszych potencjalnych klientów.

Lista efektów ekonomicznych dostarczanych przez wdrożenie systemu Impuls w badanej firmie:

- Wzrost marży dzięki wyższej jakości produktów, osiąganey dzięki systemowi motywacyjnemu w produkcji
- Niższe koszty inwentaryzacji dzięki posiadaniu rzeczywistego stanu magazynowego
- Zarządzanie marżą dzięki wykonywaniu analiz kosztowych TKW
- Optymalizacja kosztów serwisu dzięki wsparciu informacyjnym dla tej sfery
- Redukcja kosztów przestojów produkcyjnych
- Przeciwdziałanie spadkowi marży dzięki sprawnemu przekazywaniu zamówień, jako zleceń do produkcji (eliminacja opóźnień)
- Unikanie spadku marży dzięki priorytetyzowaniu zleceń w czasie produkcji (eliminacja opóźnień)
- Eliminowanie przypadków spadku marży dzięki sprawnemu zamykaniu zleceń względem zamówień (eliminacja opóźnień)

Najistotniejsze wnioski z przeprowadzonej analizy ROI wykazują, że szczególnie w przypadku przedsiębiorstw produkcyjnych planujących rozwój działalności pozyskanie systemu Impuls 5, jest inwestycją bezwzględnie wymaganą i korzystną. Uzupełnienie programu inwestycyjnego o system tej klasy znacząco podnosi wartość całego przedsięwzięcia. Transformacja bez wsparcia informatycznego ma niewielkie szanse sukcesu finansowego. W przypadku, gdy przedsiębiorstwo nie planuje intensywnej transformacji, a strategia zakłada konsekwentny, organiczny wzrost, pozyskanie kompleksowego systemu IT, takiego jak Impuls 5, może również wyraźnie wesprzeć prowadzoną działalność. Jest to szczególnie uzasadnione, gdy w ramach produkcji wykorzystywane są złożone surowce i materiały, liczba indeksów materiałowych

w sposób uniwersalny, przeznaczony na potrzeby innych przedsiębiorstw rozważających zakup systemu Impuls.

Czym jest ROI

ROI (ang. return on investment – zwrot z inwestycji) – wskaźnik rentowności stosowany w celu zmierzenia efektywności działania przedsiębiorstwa, niezależnie od struktury jego majątku czy czynników nadzwyczajnych. ROI jest iloczynem wskaźnika rentowności sprzedaży oraz wskaźnika rotacji majątku. Pierwszy mówi o tym, jaką część zrealizowanej sprzedaży stanowi zysk operacyjny. Wskaźnik wzrasta, gdy każda jednostka wartości sprzedaży kreuje coraz większy zysk

IT a zarządzanie zmianą w firmie



W 2010 roku w ramach zmian organizacyjnych, wynikających ze sprzedaży Banku Zachodniego WBK, zdecydowano o migracji jego systemów informatycznych, w tym rozwiązania do zarządzania kadrami – SAP HCM, na serwer zlokalizowany w Polsce. Dzięki narzędziu informatycznemu, skonstruowanemu specjalnie na potrzeby tego projektu, możliwe było przeniesienie wszystkich danych pracowniczych w krótkim czasie, przy zachowaniu ciągłości działalności operacyjnej firmy. Migracja danych została przeprowadzona w weekend, dzięki czemu wszystkie dane kadrowe, takie jak struktura organizacyjna, historia wynagrodzeń czy historia czasu pracy, zostały skopiowane bez konieczności zamrażania procesów kadrowo-płacowych, a zmiana dokonana została niemal niezauważalnie dla pracowników Banku.

– Chcieliśmy mieć pewność, że podczas realizacji projektu ryzyko utraty danych będzie ograniczone do minimum. Założyliśmy bardzo krótki okres wyłączenia systemu, był praktycznie nieodczuwalny dla pracowników. Rejestr ryzyka był bardzo dobrze określony i ściśle analizowany, dzięki czemu możliwe było podjęcie wszelkich działań zapobiegawczych i wyeliminowanie potencjalnych problemów już na etapie przygotowań – podsumował Krzysztof Kiedrzyń, Kierownik SAP Competence Center z Banku Zachodniego WBK.

Jedyną stałą jest zmiana – ta sentencja obowiązuje również w świecie biznesu. Reorganizacje, fuzje, przejęcia, nowe regulacje prawne i wewnętrzne to wyzwania, przed którymi stają przedsiębiorstwa każdej wielkości. Niezależnie od tego, jakie jest źródło zmiany, niemal zawsze dotyka ona pracowników i wymaga zaangażowania działu HR. Z pomocą przychodzą tutaj jednak narzędzia informatyczne, które umożliwiają wprowadzenie zmiany w organizacji bez negatywnego wpływu na ciągłość procesów biznesowych firmy

Na nowych torach

W latach 2009-2011 PKP CARGO S.A., publiczny operator kolejowych przewozów towarowych, zatrudniający obecnie ponad 24 tysiące pracowników, przeszedł restrukturyzację, której celem była optymalizacja kosztów związanych z zarządzaniem spółką. Projekt realizowany wieloetapowo, był jedną z największych restrukturyzacji w historii przewozów kolejowych. Reorganizacja polegała na łączeniu lub rozdzieleniu istniejących wcześniej jednostek organizacyjnych, co wiązało się z koniecznością migrowania pracowników pomiędzy poszczególnymi zakładami. Jednym z największych wyzwań podczas prowadzonej reorganizacji była także konieczność obsłużenia sytuacji wstecznych, tj. np. korekt wynagrodzeń, przesunięć organizacyjnych czy innych zdarzeń kadrowych, występujących w żyjącej organizacji. Sprawne i efektywne przeprowadzenie zmiany organizacyjnej – przeniesienie danych ponad 40 tysięcy pracowników do 11 nowych zakładów, było możliwe m.in. dzięki narzędziu SAP, które wspiera proces reorganizacji dla masowych ilości pracowników.

– Większość zdarzeń w obszarze HR to procesy długofalowe, mające swoje źródło w przeszłości, dlatego tak ważna jest możliwość korzystania z narzędzia umożliwiającego wgląd w historyczny układ organizacji i zachowanie ciągłości podstawowych procesów kadrowych – skomentował Szymon Knobloch, Dyrektor ds. Konsultingu w GAVDI Polska, firmy odpowiedzialnej za realizację projektu w PKP CARGO S.A.

Czas to pieniądź

Mennica Polska, jedyny w Polsce producent monet obiegowych i kolekcjonerskich emitowanych przez Narodowy Bank Polski, w ramach zmian organizacyjnych i ambitnych planów rozwoju utworzyła w swoich strukturach oddzielną spółkę Mennica Polska od 1766, do której przeniesiona została działalność handlowa i marketingowa organizacji. Zmiana wymagała przeniesienia w krótkim czasie danych wskazanych pracowników, w tym historii ich zatrudnienia oraz historii płacowej do nowopowstałej spółki, przy zachowaniu ciągłości działalności biznesowej całej grupy kapitałowej.

Proces kopiowania danych pracowników spółki do nowej jednostki trwał zaledwie miesiąc. Dzięki zastosowaniu autorskiego narzędzia GAVDI Replicator, wspierającego proces tworzenia realistycznego środowiska testowego, grupa uniknęła ponoszenia dodatkowych kosztów związanych z ponownym wprowadzaniem danych pracowników i ich historii zatrudnienia. Pracownicy zostali przeniesieni w krótkim czasie do nowej spółki, przy zachowaniu ich historii zatrudnienia w Mennicy Polskiej.

– Dzięki wykorzystaniu narzędzia Replicator uniknęliśmy ponoszenia dodatkowych kosztów, związanych z koniecznością zaangażowania naszego działu HR do wprowadzenia wszystkich danych pracowników od początku – powiedział Mariusz Lesiak, Dyrektor Działu Personalnego i Organizacyjnego w Mennica Polska S.A.

Ogólnopolski miesięcznik dla zarządzających biurem



Zapraszamy do reklamy
i prenumeraty



Wydawca MB Media
ul. Altowa 6, 02-386 Warszawa
Reklama - 22-824-70-17
Prenumerata - 22-867-27-50
biuro@mbmedia.pl, www.officemanager.pl



Asertywność – 10 przykazań

Poznanie tajników asertywnego postępowania może znacząco zmienić własną samoocenę oraz sposób postrzegania nas przez innych. Oczywiście na plus

lub oczekiwanie, przygotuj zaplecze, czyli zastanów się, co się stanie, jeżeli twój rozmówca nie zgodzi się lub udzieli wymijającej odpowiedzi. Jeżeli rozmówca będzie chciał zastanowić się i rozważyć prośbę to koniecznie ustal z nim konkretny termin, w którym przekaze swoją decyzję.

1. Poznaj swój typ zachowania

Aby rozpocząć ćwiczenia, najpierw należy zdobyć wiedzę na temat cech własnego charakteru. Na przykład – rozwijanie umiejętności asertywnych w przypadku osób, które reagują w sposób uległy polega na zwiększaniu świadomości swoich praw oraz wzmacnianiu pewności siebie, natomiast w przypadku zachowań manipulacyjnych – uświadamianiu sobie konsekwencji własnego postępowania i zwiększaniu szacunku dla innych.

2. Naucz się rozmawiać

Osoby nieasertywne często posługują się zwrotami, typu: „Przepraszam bardzo, ale niestety nie mogę...”, „A może mógłbyś poprosić kogoś innego?” (zachowania uległe) lub np. „Oczywiście na ciebie nigdy nie można liczyć”, „Jeżeli tego nie zrobisz to...” (zachowania agresywne). Trenując asertywność należy pamiętać, że twoje prawa są jednocześnie prawami drugiego człowieka. Trzeba umieć znaleźć konsensus pomiędzy własnymi potrzebami i oczekiwaniami, a tym, czego wymagają od nas nasi rozmówcy.

3. Znaj konsekwencje własnego postępowania

Każda nasza decyzja, każde słowo, które padnie w rozmowie z szefem czy pracownikiem ma swoje konsekwencje. Jeśli nieobce są nam np. zachowania uległe, prędzej czy później przyjdzie taki moment, kiedy frustracja osiągnie swój szczyt. Bardzo często jej efektem jest niekontrolowany wybuch agresji, będący wynikiem skumulowania negatywnych emocji wynikających z poczucia bycia wykorzystywanym przez innych.

4. Bądź asertywny w relacjach zawodowych

Asertywna postawa w środowisku pracy ułatwi sprawną komunikację ze współpracownikami, przełożonymi lub klientami,

a jednocześnie – pozwoli niwelować ewentualne manipulacje z ich strony. Osoba asertywna nie wywołuje konfliktów, a w ich miejsce proponuje konstruktywne sposoby rozwiązania problemu.

5. Zdradzi cię własna mowa ciała

Jeżeli myślisz o sobie w sposób negatywny, wówczas taka postawa jest widoczna w twoim zachowaniu. Unikasz wtedy kontaktu wzrokowego, kulisz ramiona, a ruchy stają się niepewne. Tego typu zachowanie jest natychmiast zauważane przez inne osoby, co wpływa na sposób, w jaki reagują.

6. Komunikat „Ja” nie musi być oskarżeniem

Komunikat „Ja” nie oskarża, więc nie jest odbierany jako atak. Z kolei rozmowa zaczynająca się od słów: „uważam, że Ty...” jest zamaskowaną formą komunikatu „Ty”, zatem takiego, który narusza terytorium rozmówcy. Pamiętaj, że słowa mówiące o odczuciach są o wiele bardziej skuteczne, niż komunikaty obwiniające, atakujące drugą osobę.

7. „Ja” w kontakcie z przełożonym

Nie tłum swoich emocji. Jeżeli jesteś niezadowolony, że twój przełożony po raz kolejny zleca ci dodatkową pracę, to zareaguj. Nie czekaj, aż skumulowane emocje będą na tyle silne, że nastąpi wybuch złości. Przygotuj się do rozmowy, zastanów się, co chcesz mu powiedzieć i w jakiej formie. Pamiętaj też, że w kontakcie z przełożonym komunikaty „Ja” przynioszą lepsze rezultaty, niż komunikaty „Ty”.

8. Możesz prosić i oczekiwać, ale asertywnie

Nieasertywna prośba sprowadza się do tego, że nie dopuszcza możliwości odmowy, a to z kolei może bardzo negatywnie wpływać na relacje z otaczającym nas środowiskiem. Pamiętaj, że zanim wyrazisz prośbę

9. Umiejętność powiedzenia NIE

Odmawiając, zacznij od wypowiedzenia zdecydowanym tonem słowa „nie”. Następnie jasno i konkretnie przekaz swoją decyzję, powiedz np. „nie zrobię”, „nie pożyczę”, „nie przyjdę”. Na końcu dodaj krótkie, ale prawdziwe uzasadnienie motywu. Pamiętaj, że asertywna odmowa jest reakcją na prośbę, a nie na polecenie służbowe!

10. Krytyka? Ok!

Najczęściej krytyka jest odbierana jako forma słownego ataku. Dlatego reagujemy na nią zazwyczaj w sposób nieasertywny. Krytyka nie jest wyrokiem, ale rodzajem informacji zwrotnej. Asertywna reakcja zależy od tego, w jaki sposób ją oceniasz. Na początku należy sprawdzić, czy krytyczny komentarz jest faktem, czy opinią rozmówcy. Jeżeli fakt – należy się z nim zgodzić, jeżeli opinia – zgadzasz się tylko wtedy, gdy jest słuszna. Przykładowo – twój współpracownik wyraża w stosunku do ciebie krytykę słowami: „Jesteś bałaganiarzem”. Jeżeli zarówno w domu, jak i w pracy trudno jest ci utrzymać porządek, twoje biurko codziennie zasypane jest dokumentacją, to nie zaprzeczaj faktom i zgódź się z krytyką. Natomiast jeżeli uważasz, że krytyka jest niesłuszna, możesz odpowiedzieć: „ja tak o sobie nie myślę” lub „ja tak nie uważam”. Gdy jesteś świadomy popełnionego błędu i spodziewasz się, że zostanie on zauważony, możesz uprzedzić krytykę. Przyznanie się do popełnionego błędu wymaga odwagi, jednak zyskasz wtedy szacunek rozmówcy.

Pamiętaj, że asertywność nie jest cechą wrodzoną, ale nabytą, którą możesz rozwijać każdego dnia. Wiedza ta nie tylko ułatwi ci egzekwowanie własnych praw, ale sprawi, że niezależnie od sytuacji zawsze zachowasz się godnie oraz w zgodzie z własnymi przekonaniami, uczuciami, opiniami i wartościami.

Na podst. „Asertywność” – netAkademia.pl.

Dlaczego warto wdrożyć workflow?

W czasach silnej konkurencyjności dla organizacji ważna jest efektywność. Zależy ona od wielu czynników, takich jak jakość współpracy i tempo realizacji prac zespołowych. Dlatego w wielu przypadkach cennym narzędziem jest workflow. Pentacomp Systemy Informatyczne opracował listę pięciu powodów, dla których wdrożenie workflow poprawia efektywność i redukuje koszty

Workflow pozwala redukować koszty operacyjne. Jak? Dzięki automatyzacji procesów biznesowych, informatyzacji obiegu dokumentów i przypisaniu pracownikom odpowiednich ról w pracy nad zadaniami. Samemu wdrożeniu workflow towarzyszy optymalizacja procesów – tworzone są m.in. ścieżki obiegu dokumentów, mapy procesów oraz role i uprawnienia użytkowników w ramach realizacji poszczególnych działań. W szczególności system przydaje się w pracy grupowej nad dokumentami, których powstawanie składa się z kolejnych etapów (np. wnioskami, ofertami czy folderami) oraz różnego rodzaju pracach projektowych. Wspiera również pracę w środowiskach rozproszonych, w których zachodzi wiele równoległych procesów lub pracownicy pracują zdalnie.

Dlaczego warto wdrożyć workflow?

1. Standaryzacja procesów

Wdrożenie workflow pozwala ustalić reguły i standardy pracy w ramach określonych procesów. Przejrzyste zasady pracy pozwalają kierownictwu precyzyjnie komunikować pracownikom rolę, jaką odgrywają w firmie i w poszczególnych zadaniach. W firmie łatwiej wdrożyć kulturę zarządzania pracą przez cele. Poza tym udaje się redukować sytuacje, w których pracownicy mają zbyt wiele lub zbyt mało pracy, zostaje zoptymalizowana płynność pracy przy zachowaniu przejrzystego przepływu informacji. W takim środowisku znacznie łatwiej wdrożyć nowego pracownika.

2. Efektywność

Ustalenie ról pracowników w procesach pozwala lepiej harmonogramować zadania. System porządkuje pracę, np. przydzielając na każdy dzień zadania do wykonania, co w praktyce daje bardzo pozytywny efekt indywidualnego dyscyplinowania. Kontrola przepływu pracy pozwala kolejować i alokować zadania

Według badań Konica Minolta, w średnich firmach dwie na trzy firmy korzystają z systemu obiegu dokumentów, ale mniej niż 10 proc. w pełni wykorzystuje ich funkcjonalność. U ponad 60 proc. średnich firm wciąż dominującą formą dokumentu jest forma papierowa. Inne badania wskazują, że pracownik biurowy poświęca blisko 20 proc. swojego czasu na poszukiwanie dokumentów. Liczby te pokazują potencjał i możliwości redukcji kosztów operacyjnych.

w zależności od stopnia obłożenia pracą. Ma to szczególnie znaczenie w rozproszonych środowiskach pracy, ponieważ usprawnione jest zdalne zarządzanie pracą jednostek, jak również w organizacjach, w których zespół ma do wykonania wiele powtarzalnych, podobnych lub identycznych zadań – ponieważ praca jest efektywniej alokowana. Określenie czasu realizacji zadań pozwala ustalać harmonogramy, dzięki czemu pracownicy mogą lepiej planować dzienny czas pracy. Pracowników dodatkowo wspiera system powiadomień, np. o pojawieniu się nowych zadań lub zbliżającym się terminie oddania pracy. Elektroniczny obieg informacji i dokumentów skraca ich przepływ do minimum.

3. Bezpieczeństwo

Wykorzystanie narzędzi workflow zwiększa bezpieczeństwo organizacji, wynikające z lepszej kontroli pracy oraz ochrony dokumentów. W pracy zespołowej nad jednym dokumentem kluczowe jest jego wersjonowanie. Dzięki workflow nie mnożą się kolejne wersje, nie ma też możliwości, by czyjś udział w powstawaniu dokumentu został bezpowrotnie utracony. To samo dotyczy udziału w procesach – system rejestruje każdą aktywność użytkownika, pracodawca zatem może w łatwy sposób zweryfikować i ocenić działania każdej z osób pracujących w workflow. Niewątpliwie jest to

wydajne narzędzie do mobilizowania pracowników do rzetelnego wykonywania zadań. Workflow uwidacznia odpowiedzialność, rezultat i, w niektórych przypadkach, konsekwencje działań. Także w przypadku popełnienia błędu lub naruszenia danych, łatwo ustalić osobę, która za to odpowiada.

4. Lepsze zarządzanie wiedzą

Workflow może służyć jako baza wiedzy, która nie ginie z organizacji wraz z odejściem pracownika. Dostęp do wiedzy wspomaga przysposabianie do pracy nowych pracowników. Workflow pracuje na bazie danych, którą stanowi repozytorium dokumentów, plików, danych, użytkowników i wykonanych przez nich operacji. System nie tylko archiwizuje dane, ale także może wspierać zarządzanie nimi. Mechanizmy filtrowania i wyszukiwania plików, danych czy dokumentów pozwalają szybko wyszukać potrzebne informacje. Możliwość powiązania plików, danych i dokumentów z użytkownikami, sprawami, procesami, zdarzeniami czy kontrahentami, pozwala łatwo uzyskać dostęp do danych związanych np. z konkretnym kontrahentem czy produktem.

5. Elastyczna współpraca

Narzędzia workflow charakteryzuje duża elastyczność w zakresie możliwości dostosowania do specyfiki pracy – sposobu, w jaki firma zorganizowała procesy biznesowe oraz obieg dokumentów. Na etapie wdrożenia w systemie poza logiką procesów ustalane są algorytmy wykorzystania powiadomień, alertów, automatycznego kolejowania zadań czy raportowania. Siła workflow tkwi w tym, iż jest to rozwiązanie dedykowane. Wdrożony system jest z reguły niepowtarzalny, dopasowany wyjątkowo do specyfiki konkretnej organizacji.

Jolanta Popowicz-Kwiatkowska
Napisz do autora:
jolanta.popowicz@pentacomp.pl

Co robić, by nie zwalniać?

Większość pracodawców podchodzi do zwolnień grupowych równie niechętnie, co pracownicy. O tym, co zrobić, by radzić sobie w kryzysie bez konieczności redukcji załogi opowiada ekspert – Agnieszka Janowska, radca prawny w TGC Corporate Lawyers

Ostatnie tygodnie i głośno komentowane w mediach plany, dotyczące grupowych zwolnień w fabryce Fiata w Tychach, ożywiły dyskusję, dotyczącą niestabilnej sytuacji na rynku pracy w Polsce. Oliwy do ognia dolewają też dane pochodzące z resortu pracy – pokazują one, że do końca października 2012 roku firmy zwolniły z przyczyn leżących po ich stronie (upadłości, czynniki ekonomiczne i organizacyjne) ponad 73 tys. pracowników. Jak pokazują statystyki, obawy przed zwolnieniem towarzyszą jednak nie tylko zatrudnionym, ale także pracodawcom. Aż 40 proc. z nich chce ich uniknąć redukcji zatrudnienia. Jakie kroki mogą podjąć, aby znacznie ograniczyć, a nawet zupełnie wyeliminować ostateczne działania?

Obniżenie wymiaru czasu pracy

Jednym ze sposobów stosowanych przez pracodawców jest obniżenie wymiaru czasu pracy przez zmniejszenie godzin/dni przepracowanych. Można wprowadzić je w dowolny sposób: albo poprzez porozumienie zmieniające, na skutek zgodnego oświadczenia woli obydwu stron – pracodawcy i pracownika, albo w trybie jednostronnej decyzji pracodawcy, czyli wypowiedzenia zmieniającego. W przypadku porozumienia, możliwość jego zawarcia obowiązuje w każdym czasie, obejmuje więc także pracowników w wieku przedemerytalnym, wyjątkowo chronionych związkowców i kobiety w ciąży.

Warunków składania wypowiedzenia zmieniającego jest więcej, m.in. musi być ono złożone w formie pisemnej, z zachowaniem okresu wypowiedzenia oraz z określeniem nowych warunków pracy i płacy. W przypadku umowy o pracę na czas nieokreślony powinno też wskazywać przyczynę wypowiedzenia warunków pracy (art. 30 § 4 k.p.). Pracodawca jest także zobowiąza-

ny do poinformowania o przysługującym podwładnemu prawie do odwołania się do sądu pracy lub odmowy przyjęcia zaproponowanych warunków. Zaznaczyć należy jednak, że odrzucenie oferty skutkuje dla zatrudnionego wypowiedzeniem definitywnym i rozwiązaniem umowy o pracę.

Czasowe obniżenie wynagrodzenia

Kolejnym sposobem na obniżenie kosztów prowadzenia działalności bez konieczności redukcji etatów jest zmniejszenie wynagrodzenia pracowników. Co ważne, nie musi wiązać się ono z niższym wymiarem czasu pracy. Może obowiązywać długoterminowo, a nawet na czas nieokreślony, co z pewnością nie jest rozwiązaniem komfortowym dla pracowników, jednak podobnie jak w przypadku obniżenia wymiaru pracy, nie muszą oni wyrażać na nie zgody. Zmniejszenie wynagrodzenia również następuje bądź na skutek zgodnego oświadczenia woli obu stron, bądź wypowiedzenia zmieniającego warunki pracy.

W pierwszym przypadku należy w nim umieścić dokładną datę, od której mają obowiązywać nowe zasady wynagradzania. Porozumienie nie może być mniej korzystne, niż warunki określone w kodeksie pracy (art. 18 k.p.).

Jeśli porozumienie nie jest możliwe, pracodawca bywa zmuszony do złożenia wypowiedzenia warunków pracy. Uważa się je za dokonane, jeśli pracownikowi zaproponowano na piśmie nowe warunki pracy. Jeśli przed upływem połowy okresu wypowiedzenia nie złoży on oświadczenia o odmowie przyjęcia zaproponowanych mu warunków, domniemywa się, iż wyraził na nie zgodę. Co ważne, po zmianie wynagrodzenia nie może być niższe od płacy minimalnej, która w 2012 r. wynosiła 1 500 zł. Istotne jest także to, że pracodawca może wypowiedzieć warunki pracy pracownikowi objętemu ochroną przedemerytalną,

pod warunkiem, że wprowadzenie nowych zasad wynagradzania dotyczy albo ogółu osób zatrudnionych w danej firmie, albo tej grupy, do której on należy.

Zawsze niezwykle ważnym jest, by w cykl szukania rozwiązań poprawiających sytuację w firmie zawczasu włączyć pracowników. Minimalizuje to poczucie wykluczenia z procesu decyzyjnego, co w konsekwencji stwarza szansę na bardziej otwartą postawę załogi na nadchodzące zmiany.

Przekwalifikowanie pracowników

W niektórych przypadkach uzasadnionym rozwiązaniem jest przekwalifikowanie części członków załogi. Wiąże się ono z przeniesieniem na inne stanowisko lub elastycznym podziałem obowiązków. Może też polegać na przeszkoleniu podwładnych tak, by zdobyli kwalifikacje pozwalające objąć im stanowisko inne, niż do tej pory piastowali. By minimalizować koszty, pracodawca ma prawo organizować szkolenia wewnętrzne, wymaga to jednak dysponowania odpowiednim zapleczem intelektualnym w firmie.

Jeśli nie ma szans na to, by jedni pracownicy edukowali innych, firma może utworzyć Fundusz Szkoleniowy. Przepisy dotyczące FS znajdują się w ustawie o Promocji Zatrudnienia i Instytucjach Rynku Pracy z dnia 20 kwietnia 2004 (art. 67-69).

Koszty wynikające z prowadzenia szkoleń pracowników podlegają refundacji z Funduszu Pracy.

„Wypożyczenie pracownika”

Podobnie jak w sporcie praktykowane jest wypożyczanie zawodników innej drużynie, wynajęcie pracownika innej firmie także jest możliwe. Zasady tego swoistego „leasingu” określone zostały w art. 1741 k.p.

Oczywistym jest, że taka sytuacja może mieć miejsce tylko za wyrażoną na piśmie zgodą podwładnego. Pracodawca macierzysty udziela wtedy bezpłatnego urlopu w celu wykonywania pracy w innej placówce. Czas wypożyczenia ustalony zostaje w wyniku porozumienia między firmami. Jednak stosunek pracy z dotychczasowym pracodawcą trwa nadal – ulega jedynie zawieszeniu, w czasie którego organizacja zwolniona jest z wypłacania podwładnemu wynagrodzenia. Ten natomiast nie wykonuje w tym okresie żadnych obowiązków służbowych na rzecz firmy, z której został wypożyczony.

Z formalnego punktu widzenia wynajęty pracownik nie musi zawierać z nowym pracodawcą odrębnej umowy o pracę, choć z reguły podstawę jego zatrudnienia stanowi terminowa umowa o pracę. Okres wypożyczenia nie powinien być jednak zbyt długi, a porozumienie między pracodawcami musi zawierać: dokładny czas jego obowiązywania, rodzaj pracy wykonywanej przez powierzonego pracownika, jego stanowisko oraz wynagrodzenie.

Program Dobrowolnych Odejsć

Mimo że PDO jest rodzajem redukcji zatrudnienia, pozwala ograniczyć powstawanie napięć wśród pracowników i zachować dobre imię firmy. Obliguje jednak pracodawcę do przygotowania benefitów dla pracowników, które będą dla nich atrakcyjne i staną się „nagrodą” za dobrowolne odejście.

Jedną z zalet PDO jest fakt, że w przeciwieństwie do zwolnień grupowych, nie jest on obwarowany tak wieloma restrykcjami. To pracownik na zasadzie dobrowolności deklaruje chęć rozstania z firmą na odpowiednich warunkach.

Umowy o pracę w większości przypadków rozwiązywane są za porozumieniem stron z przyczyn nie dotyczących pracownika, co daje wymierny skutek w postaci braku okresu wypowiedzenia. Zaletą (zarówno dla zatrudniającego, jak i zatrudnianego) jest fakt, że PDO daje możliwość objęcia nim osób, które w standardowej procedurze byłyby chronione przed zwolnieniem. Pracownicy biorący udział w PDO mogą dostać równowartość kilku, a nawet kilkunastu pensji, co może być dla nich atrakcyjniejsze niż jedno,

dwu lub trzymiesięczna odprawa wynikająca z ustawy. Prócz środków finansowych, warto rozważyć także dodatkowe świadczenia np. w formie pakietów medycznych lub programu aktywizacji zawodowej, który pozwoli znaleźć nową satysfakcjonującą pracę. Niestety, na takie rozwiązania nie każdy pracodawca może sobie pozwolić.

Negatywnym skutkiem wprowadzenia PDO jest możliwość utraty pracownika, którego firma nie chce stracić, stąd dobrym rozwiązaniem jest zapis w regulaminie programu, uzależniający udział podwładnego w PDO od akceptacji przełożonego.

Sposobów na obniżenie kosztów prowadzenia działalności bez redukcji zatrudnienia jest więcej. Należą do nich m.in. urlopy bezpłatne, wcześniejsze emerytury, wstrzymywanie podwyżek, zamrażanie premii i dodatków, likwidacja benefitów, a także ograniczenie procesów rekrutacyjnych. Czasami jednak sytuacja firmy sprawia, że i one nie są wystarczające. Wtedy w gestii pracodawcy leży, by konieczne zwolnienia przeprowadzić w możliwie najmniej dotkliwy dla załogi sposób.



Jak zorganizować wyjazd pracowników?

Wydawać by się mogło, że impreza integracyjna to dla firmy dodatkowe, zbędne koszty. W dobie kryzysu takich kosztów powinno się unikać, a przynajmniej ograniczać do minimum. Tymczasem w wielu firmach nadal organizowane są spotkania dla pracowników w celu ich integracji, czy szkolenia. Jak firmy podchodzą do organizacji tego rodzaju imprez?

Jeszcze kilkanaście lat temu imprezy integracyjne w polskich firmach należały do rzadkości. Były organizowane co najwyżej szkolenia, łączone z wieczornym przyjęciem, albo wczasy pracownicze lub wigilie z pracodawcą. W ciągu ostatnich kilku lat wyjazdy integracyjne przybrały bardziej atrakcyjną formę, co oczywiście sprawia, że na organizację takiej imprezy wydaje się więcej, niż kiedyś.

Firmy zatrudniają profesjonalnych organizatorów takich eventów, aby dopracowali oni szczegóły imprezy. Ale jest to wydatek, który się opłaca.

Wyjazdy z pracy dzielą się na: imprezy integracyjne, wyjazdy szkoleniowe, wyjazdy motywacyjne.

Każde z takich wydarzeń ma nieco inną rolę do spełnienia i cele do osiągnięcia.

Wśród celów, dla których organizowane są wyjazdy integracyjne wyróżnia się:

- lepsze poznanie się pracowników,
- odkrycie indywidualnych możliwości i predyspozycji podwładnych przez kierowników,
- rozpoznanie słabych i mocnych stron pracowników,
- poprawa skuteczności działania i zarządzania zespołem pracowniczym,
- zmotywowanie pracowników do bardziej wyczerpanej i zaangażowanej pracy,
- zwiększenie sprawności komunikacji wewnątrz firmowej.

Gdzie zorganizować?

Wyjazdy integracyjne najczęściej są organizowane w plenerze, co sprzyja wytworzeniu luźnej atmosfery wśród uczestników. Do miejsca, w którym organizowana będzie impreza integracyjna, powinien być łatwy, krót-

ki dojazd. Może być to ośrodek wczasowy, hotel czy też centrum sportowe, w którym będzie można skorzystać z licznych atrakcji, np. kortów tenisowych lub SPA.

Jeśli wyjazd integracyjny jest łączony ze szkoleniem, w hotelu musi znaleźć się przystosowana do tego celu, profesjonalna sala konferencyjna.

Zwyczajne przyjęcia i bale pracownicze nie są już modne w grupie imprez integracyjnych. Znacznie lepiej sprawdzają się zawody sportowe, paintball, jazda na quadach, wyjazdy na żagle czy też wspólna nauka jazdy konnej. To tylko niektóre z pomysłów na ciekawe imprezy integracyjne dla pracowników – uważają specjaliści z portalu biznes-firma.pl.

Profesjonalne usługi

Przy organizacji wyjazdu firmowego łatwiej i bezpieczniej jest skorzystać z usług profesjonalnej, doświadczonej firmy, która opracuje plan wyjazdu, zaproponuje najkorzystniejszy dojazd i połączenia (np. lotnicze), a także atrakcyjny scenariusz pobytu na miejscu.

Na ogół firma taka sugeruje klientowi kilka najkorzystniejszych opcji i rozwiązań, natomiast on ostatecznie decyduje o tym, jak ma wyglądać rozkład podróży i pobytu na miejscu destynacji. Oczywiście podyktowane to jest to założeniami, polityką danej firmy/korporacji. Możliwość dokonywania rezerwacji poprzez stronę internetową to duże ułatwienie, a w dzisiejszych czasach to praktycznie już standard. To wygodne rozwiązanie, bo dzięki temu osoby zajmujące się w firmie organizacją podróży służbowych mogą w każdej chwili sprawdzić połączenia, dokonać rezerwacji i kupić bilety. Preferowany jest kontakt z jedną osobą (opiekunem), która

jest odpowiedzialna za organizację wyjazdu, koordynuje zmiany, negocjuje stawki specjalne.

Stała współpraca z taką firmą to możliwość otrzymania dodatkowych bonusów lub zniżek, informacje o ciekawych ofertach i opcjach. Współpraca z profesjonalną firmą to na ogół gwarancja profesjonalnej obsługi i wsparcie merytoryczne – nierzadko 24 godziny na dobę.

Jeśli chodzi o ulubione kierunki wyjazdów, to są one związane z celami, które firma zamawiająca uznaje za nadrzędne, składając zamówienie na organizację. Wyjazdy incentive bardzo często są formą wsparcia sprzedaży, stąd potrzeba integrowania zespołu pracowników przez stworzenie programu, dzięki któremu nie tylko przeżyją świetną przygodę, będą się wspólnie bawić, ale znajdą chwilę na wymianę doświadczeń.

Liczy się nie tylko rozrywka, ale też aspekt edukacyjny – by pracownicy mogli rozwijać swoje pasje i zainteresowania (wyprawy trekkingowe, rowerowe, kite-surfing, nurkowanie głębinowe). Zdaniem specjalistów przy organizacji wyjazdów firmowych ważne jest, by w pierwszej kolejności skupić się na programie – aktywnościach, a następnie odpowiednio do nich rozważyć najlepsze destynacje do realizacji założeń.

Wyjazd zorganizowany z sukcesem to taki, który ma jasno określony cel. Program musi być ciekawy dla uczestników, ale nie należy powtarzać tych atrakcji, które wcześniej występowały w programach.

Firmie może być dość trudno określić oczekiwania pracowników, w każdej grupie są one zróżnicowane. Wyjazd firmowy będzie sukcesem, gdy podporządkujemy go celom, jakie firma chce zrealizować tym wyjazdem – trzeba określić jasno cele i założenia takiej imprezy.

KAŻDY PRACOWNIK CHCE MIEĆ SWOJEGO HOTELOWEGO SUPERBOHATERA

PODRÓŻUJĄCY SŁUŻBOWO
REZERWUJĄ HOTELE NA **HRS.pl**
I OSZCZĘDZAJĄ DO 30%



ODBIERZ SWÓJ VOUCHER HOTELOWY

Dla pierwszych trzech osób, które umówią się na spotkanie z przedstawicielem HRS i rozpoczną z nami współpracę, przygotowaliśmy atrakcyjne weekendowe pobyty w Polsce!
Kontakt: sales@hrs.pl

WYSTARCZY, ŻE PODASZ HASŁO
OFFICE MANAGER



Tu są Twoje hotele

Nowy wymiar audiokonferencji od Jabra



Nowa Jabra Speak 510 to ulepszona wersja popularnego modelu Jabra Speak 410. To rozwiązanie dla wszystkich, którzy oczekują funkcjonalnego i prostego w obsłudze sprzętu audiokonferencyjnego. Sprawdza się nie tylko podczas podróży służbowych, ale także w codziennej pracy biurowej. Wygodę użytkownika

zapewnia technologia plug-and-play, łącze Bluetooth oraz długo trzymająca bateria, która pozwala na 15 godzin intensywnej pracy z urządzeniem. Jabra Speak 510 posiada również wielokierunkowy mikrofon, który zapewnia kryształicznie czysty dźwięk i pozwala na jednoczesne korzystanie z urządzenia przez kilka osób. Tworząc nowy model Jabra zadbała także o jakość wykonania sprzętu i walory estetyczne. Lekki sprzęt o kompaktowej konstrukcji został zamknięty w wygodnym futerale z myślą o podróżnych. Według prognoz IDC grupa pracowników mobilnych w USA do roku 2015 będzie stanowić 75 proc. całej siły roboczej. Wkrótce przełom ten będzie zauważalny także w Europie, a model pracy w godzinach 9-17 wyjdzie z użytku.

Konica Minolta: nowy bizhub 165 do zadań biurowych



Bizhub 165 to nowe urządzenie Konica Minolta, przeznaczone do codziennych zadań biurowych w trybie monochromatycznym. Ta wielofunkcyjna maszyna potrafi nie tylko drukować, ale również skanować i kopiować arkusze w formacie do A3. To urządzenie o zwartej budowie i wysokim stopniu niezawodności. Świetnie sprawdzi się ono w małych firmach poszukujących nieskomplikowanych rozwiązań

umożliwiających wykonywanie podstawowych zadań biurowych w trybie monochromatycznym, takich jak druk faktur, kopiowanie cenników czy skanowanie dokumentacji sprzętowych. Model został wyposażony w przejrzysty panel sterowania, podświetlany ekran LCD, wyświetlacz stanu LED oraz wskaźnik błędów. Przy prędkości kopiowania do 16 str./min. pozwala na uzyskanie doskonałej jakości kopii najróżniejszych dokumentów, takich jak schematy układów elektrycznych, artykuły prasowe czy inne materiały na arkuszach dwustronnych. Funkcja ID copy usprawnia kopiowanie dokumentów tożsamości, obie strony można bowiem bez problemu wydrukować na jednej stronie A4. Skanowanie TWIN ułatwia proces archiwizacji i umożliwia późniejszy dostęp do ważnych dokumentów oraz ich ponowny wydruk.

BenQ GW2250HM – nowy monitor VA LED z super kontrastem

Firma BenQ zaprezentowała wysokiej klasy monitor LCD z panelem VA o przekątnej 21,5 cala i rozdzielczości Full HD. Model GW2250HM oferuje jasność 250cd/m², kontrast 5000:1, a w trybie DCR (Dynamic Contrast Rate) nawet 20 000 000:1. Czas reakcji ekranu to 16 ms (4 ms GTG), Monitor wyposażono w matrycę VA LED, nowej generacji ekran charakteryzujący się bardzo wysokim kontrastem oraz wyświetlaniem ciemnych obrazów w bardzo naturalny sposób, z efektem głębokiej czerni. Kąty widzenia zawierają się w przedziale 178 /178 stopni, a pochylenie ekranu możliwe jest w zakresie -5/+15 stopni góra/dół. Monitor dedykowany jest do szerokiego kręgu odbiorców domowych jak również odbiorców biznesowych. Technologia SensEye Human Vision Technology (plus Senseye 3) zapewnia doskonałą jakość

obrazu przy korzystaniu z monitora w trybach ustawień – Standard, Dynamics, Photo, Film oraz RGB. Gniazda wejściowe DVI-D, HDMI zapewniają korzystanie z konsol HD, odtwarzaczy Blu-ray oraz innych urządzeń. Dodatkowo wbudowane jest gniazdo słuchawek oraz port audio line-in oraz gniazdo analogowe D-Sub. Monitor ma wbudowane własne głośniki o mocy 2 x 1W. Monitor jest dostępny w cenie 549 zł z VAT. Gwarancja 36 miesięcy.



Aplikacja do sterowania klimatyzacją przez telefony Panasonic

Panasonic wprowadził nową wersję aplikacji umożliwiającej zintegrowane sterowanie systemami grzewczymi i klimatyzacyjnymi w hotelach oraz lokalach komercyjnych. IntesisHome umożliwia kontrolowanie pracy urządzeń klimatyzacyjnych za pomocą telefonów multimedialnych. Aplikacja, działająca w modelu cloud computing, współpracuje z systemami PACi i ECOi oraz jednostkami zewnętrznymi Aquarea, Ethera i urządzeniami z technologią Heat-charge. Za jej pomocą można zdalnie włączać i wyłączać urządzenia, wybrać tryb ich pracy i odpo-

wiednią temperaturę w każdym z pomieszczeń. Rozwiązanie umożliwia użytkownikowi zaplanowanie cykli ogrzewania i chłodzenia oraz ma ustawienia, pozwalające na zmniejszenie zużycia energii przez cały układ. IntesisHome współpracuje z multimedialnym telefonem Panasonic KX-UT670 Smart Desk Phone, przeznaczonym do hotelowych recepcji i terminali informacyjnych, systemów inteligentnego sterowania w pomieszczeniach biurowych. Sterowanie odbywa się za pomocą 7-calowego ekranu dotykowego. Aplikacja jest kompatybilna z urządzeniami funkcjonującymi w oparciu o systemy Android oraz iOS, i jest udostępniona do bezpłatnego pobrania na portalach AppStore oraz Google Play.



Lenovo ThinkPad Twist i ThinkPad Tablet 2 debiutują w Polsce

Firma Lenovo Polska wprowadza hybrydowy ThinkPad Twist oraz drugiej nowszej wersji tabletu ThinkPad. Nowe urządzenia działają z systemem Windows 8/RT.

ThinkPad Twist działa jako Ultrabook, który, po obróceniu górnej części, zmienia się w rozkładany tablet. ThinkPad Twist o przekątnej 12,5 cala udostępnia użytkownikom technologie niezbędne do służbowych zastosowań. Pracę umożliwiają procesory Intel Core i7 trzeciej generacji, system operacyjny Windows 8 Pro, opcjonalna łączność 3G, dysk 500 GB lub SSD 128 GB, a także klawiatura ThinkPad. Komputer zawiera oprogramowanie dla małych firm, takie jak Lenovo Solutions for Small Business oparte na platformie Intel Small Business Advantage oraz

usługą przechowywania plików w chmurze Lenovo Cloud Storage opracowana przez SugarSync. W Polsce debiutuje także ThinkPad Tablet 2. Działa ponad 10 godzin po naładowaniu, waży ok. 0,6 kg. Ma opcjonalne pióro cyfrowe do wprowadzania danych, posiada także moduł 3G. Użytkownicy mogą korzystać z funkcji dotykowej, pióra cyfrowego czy opcjonalnej klawiatury.



NEC Display Solutions odświeża portfolio projektorów z serii M



Żywotność lampy wydłużono do 10 tys. godzin, a nowa aplikacja NEC Wireless Image Utility na system operacyjny iOS umożliwia przeprowadzenie bezprzewodowo prezentacji bezpośrednio z iPhone'a lub

iPada. W ramach promocji do końca 2013 r. do nowych projektorów M dodawane będzie oprogramowanie DisplayNote Presenter. Pozwala ono zmienić każdy projektor z serii M w rozwiązanie, które jest połączeniem tablicy interaktywnej i tabletu. Darmową licencję DisplayNote Presenter mogą pobrać klienci, którzy do 31.12.2013 r. kupią dowolny projektor z serii M, UM, U oraz monitory wielkoformatowe multitouch: MultiSync V462TM i MultiSync V651TM.

5 nowych modeli o rozdzielczości XGA (1024x768) i WXGA (1280x800) i jasności od 2700 do 3600 ANSI lumenów dysponuje takim samym zoomem optycznym 1.7x, jak wcześniejsze modele z serii M. Daje to swobodę w ustawieniu projektora i zmniejsza koszt instalacji podczas wymiany starszych modeli projektorów podsufitowych. Użytkownicy będą mogli skorzystać z wielu udogodnień, takich jak wyższa jasność i kontrast czy niższy poziom hałasu.

Nowa drukarka etykiet Brother P-touch H105

Firma Brother wprowadza na rynek nową drukarkę etykiet z serii P-touch – H105. Urządzenie pozwala na szybki wydruk wytrzymałych etykiet, które ułatwią organizację pracy w biurze, urzędzie, szkole, sklepie i innych miejscach pracy, dzięki oznaczaniu dokumentów, segregatorów i teczek, płyt CD/DVD, kabli i wtyczek, identyfikatorów, póltek na dokumenty oraz wielu innych przedmiotów. P-touch H105 został wyposażony w klawiaturę ze znakami numerycznymi oraz wprowadzanie polskich znaków. Drukarka waży 365 g, a jej wymiary to 11 na 20,7 na 5,9 cm. Prędkość druku wynosi 20 mm/s. Pamięć wewnętrzna P-touch H105 pozwala na zachowanie 9 goto-

wych wzorów etykiet, a także na powtórzenie jednego z 9 ostatnich wydruków. P-Touch H105 może być zasilany przez 6 baterii typu AAA lub zasilacz sieciowy (dostępny opcjonalnie). Urządzenie drukuje na wytrzymałych, samolaminujących taśmach TZe, które składają się z 6 warstw. Etykiety są odporne na zarysowania, kontakt z wodą, wysokie temperatury. Mogą mieć 3,5, 6, 9 lub 12 mm szerokości oraz od 30 do 300 mm długości. (www.brother.pl)



Nowe sieciowe drukarki atramentowe Epson do małych firm

Epson wprowadza do sprzedaży nową serię biurowych drukarek atramentowych. Dzięki oddzielnym wkładom atramentowym drukarki WF-3000 i WF-2000 są bardzo tanie w eksploatacji, zwłaszcza WF-3000, której koszty drukowania w przeliczeniu na stronę są nawet o 50 proc. niższe niż konkurencyjnych drukarek laserowych. Drukarki świetnie nadają się do małych biur szukających tanich, niezawodnych urządzeń wielofunkcyjnych podłączanych do sieci – przewodowo i poprzez Wi-Fi. Serię WorkForce WF-3000 tworzą 4 modele: WF-3540DTWF/WF-3530DTWF/

WF-3520DWF/WF-3010DW, które świetnie nadają się do małych biur. W serii WorkForce WF-2000 jest pięć urządzeń: WF-2540WF/WF-2530WF/WF-2520NF/WF-2510WF/WF-2010W o nieco mniejszej powierzchni podstawy niż seria WF-3000. Modele WF-2000 charakteryzują funkcje dobrane z myślą o użytkownikach potrzebujących małej i niezawodnej drukarki biurowej. Wszystkie oferują zdalny druk poprzez funkcje usługi Epson Connect (bezprzewodowy druk ze smartfonów i tabletów przy użyciu aplikacji Epson iPrint, a także druk poprzez wysłanie pliku na adres e-mail drukarki).



Plantronics BackBeat GO – pokochaj dźwięk, pozbydź się kabla!

Nowe, lekkie, douszne, bezprzewodowe słuchawki Plantronics są już dostępne na naszym rynku w dystrybucji Kontel-Telecom, głównego przedstawiciela tej marki w Polsce. Stworzone dla entuzjastów muzyki, posiadają intuicyjne przyciski, które umożliwiają wygodne odbieranie i kończenie i wyciszanie połączeń oraz regulowanie głośności i zatrzymanie muzyki, jak również zmianę utworu podczas słuchania. Wysoką jakość połączeń gwarantuje zaś funkcja cyfrowej redukcji szumu. Umożliwiają wygodne słuchanie muzyki, rozmowę z przyjaciółmi, korzystanie ze Skype, oglądanie filmów i grę. Kompaktowy rozmiar lekkich słuchawek, ważących 13 gramów i płaski, nieplączący się, kabel sprawiają, że są bardzo praktyczne w użyt-

kowaniu i łatwe do przenoszenia. Wskaźnik stanu baterii stale pokazuje poziom naładowania słuchawek na wyświetlaczu iPhone'a lub iPad'a i telefonach z systemem Android. Słuchawki są niezawodne nawet jeśli zamokną - przed wilgocią są dobrze zabezpieczone dzięki technologii P2i.



Trzy nowe tonery od Black Point



Dobra wiadomość dla posiadaczy drukarek HP Color LaserJet, Samsung CLP i Konica-Minolta MagiColor. Black Point SA poszerza ofertę. Na rynku debiutują trzy nowe zestawy kolorowych tonerów. Pozwalają obniżyć koszty druku o prawie 50 proc.

Z oferty ucieszą się właściciele jednych z najpopularniejszych kolorowych drukarek – to tonery LCBPH260BK, LCBPH261C, LCBP262Y i LCBPH263M dedykowane drukarce HP Color LaserJet CP oraz zestawy LCBPSCL4072BK/C/M/Y do drukarek Samsung CLP i LCBPM1600BK/C/M/Y stwo-

rzony z myślą o sprzęcie Konica-Minolta MagiColor. Wydajność nowych tonerów od Black Pointa jest taka sama, jak w przypadku produktów OEM. Wszystkie powstały zgodnie z normami ISO 19798:2007. Polski producent oferuje też najszerszy pakiet gwarancyjny na rynku. Obejmuje on dożywotnią gwarancję na produkt oraz na sprzęt, która obowiązuje do momentu wyczerpania się środka barwiącego. Klienci mogą także skorzystać z atrakcyjnych programów serwisowych, które umożliwiają wymianę produktów z pominięciem zbędnych formalności.

Samsung GALAXY S III mini już na polskim rynku

GALAXY S III mini łączy klasyczny design z wysublimowaną prostotą. Ekran Super AMOLED o przekątnej 4 cali oferuje doskonałe wrażenia wizualne, pozwalając oglądać treści multimedialne i witryny internetowe w żywych barwach. S Voice, zaawansowany asystent głosowy Samsung, który rozpoznaje język mówiony, umożliwia także sterowanie głosowe, jak np.: odblokowywanie telefonu, odtwarzanie ulubionych piosenek, regulację głośności, zarządzanie kalendarzem lub automatyczne uruchamianie aparatu i robienie zdjęć. Funkcja Smart Stay śledzi oczy użytkownika i nie wygasa ekranu, dopóki użytkownik na niego patrzy. Podczas czytania wiadomości SMS funkcja Direct Call pozwala automatycznie zadzwonić do nadawcy przez podniesienie telefonu do ucha, a funkcja

Smart Alert powiadamia wibracją o nieodebranych połączeniach lub wiadomościach, kiedy użytkownik weźmie telefon do ręki. Urządzenie zostało także wyposażone w liczne rozwiązania dla rynku B2B jak rozbudowany klient pocztowy zgodny z ActiveSync, wsparcie MDM, szyfrowanie danych i klient VPN.



Panasonic przedstawia nowego Toughbooka

Panasonic rozszerza ofertę o Toughbooka CF-AX2 - wzmocniony ultrabook, który można przekształcić w tablet. Cienkie urządzenie, wyposażone w obrotowy, dotykowy ekran HD o przekątnej 11,6 cala, należy do najlżejszych w swojej klasie. Nowy Toughbook, działający w oparciu o system operacyjny Windows 8 Pro, został zaprojektowany z myślą m.in. o mobilnych pracownikach z branży handlowej oraz kadry kierowniczej.

Toughbook po obróceniu ekranu o 360 stopni wygląda i pracuje jak tablet. Matryca ekranu pokryta jest filtrem redukującym odbicie światła, co pozwala na wygodne korzystanie z Toughbooka nawet w ostrym słońcu. Dodatkowo urządzenie jest odporne na upadek z wysokości

do 76 cm oraz nacisk na ekran z siłą 100 kg. W obudowie grubości zaledwie 18 mm znalazł się procesor Intel Core i5-3427U 1.8GHz (4 GB RAM). Dysk SSD ma 128 GB. Na wyposażeniu CF-AX2 znalazł się czytnik kart DXC/SDHC/SD oraz porty HDMI, VGA i LAN i dwa wejścia USB 3.0. Waga 1,15 kg, standardowa bateria CF-AX2 pozwala na pracę przez 8 godzin. Mobilność zwiększają WiFi i Bluetooth 4.0 oraz opcjonalny modem 3G.



Dlaczego warto reklamować się w miesięczniku

„Modern Office Manager”

- Średnio 42 000 osób czyta każde wydanie miesięcznika (Jeden egzemplarz czytają średnio 3 osoby)
- 83% czytelników kolekcjonuje przeczytane wydania!
- 55% powraca do lektury przeczytanego numeru!
- 96,7% czytelników miesięcznika decyduje o wyborze dostawców i wielkości zakupów dla biura!
- 86,7% decyduje o wyposażeniu oraz umeblowaniu biura!

Na podstawie wyników badań przeprowadzonych przez Instytut Badania Rynku MillwardBrown SMG/KRC.

Zapraszamy do reklamy i prenumeraty



Wydawca MB Media
ul. Altowa 6, 02-386 Warszawa
Reklama – 22-824-70-17
Prenumerata – 22-867-27-50
fax 22-824-70-16
biuro@mbmedia.pl, www.officemanager.pl



The most important event
of the office sector on the Polish market

Office2013

FAIR

Office Design



Office Technology



Office Services



Office Stationary



- ✓ Place for business meetings
- ✓ Domestic and foreign exhibitors, manufacturers and resellers
- ✓ Only professional participants
- ✓ 2 000 sqm exhibition space
- ✓ Presentations of new office solutions
- ✓ Conference panels and debates with experts

18-19 SEPTEMBER

Warsaw EXPO Center, Poland

www.officefair.com.pl