

EMPLOYER BRANDING

Employer Branding to dziś jeden z najbardziej gorących trendów, jeśli chodzi o budowanie wizerunku pracodawcy – wizerunku wewnątrzfirmowego. Czemu ma to służyć? Przede wszystkim zatrzymaniu talentów w firmie. Zadowoleni ze swojej pracy i dobrze się czujący w organizacji pracownicy nie mają potrzeby zmian.

A dziś, przy utrzymującym się rynku pracownika, to niezwykle ważne, by istniał powód, dla którego nasi pracownicy chcą u nas zostać. Jakie działania podejmują firmy, by tak się stało? Co robią dodatkowo, by przyciągać nowych ludzi z potencjałem?

Zapraszamy do lektury tekstów przygotowanych przez zaproszonych na nasze łamy ekspertów. To temat, z którym warto być na bieżąco.



JAK ZMOTYWOWAĆ ZESPÓŁ? NALEŻY ZACZAĆ OD OSOBY, KTÓRA NIM ZARZĄDZA

Znaczną część wymagań, jakie powinien spełniać wymarzony pracodawca, w praktyce realizują osoby zarządzające zespołami. Ich role zmieniły się w ostatnim czasie, a zakres obowiązków mocno poszerzył.



ARTUR KMECIK

Head of Cloud and Data Services,
Capgemini Polska

Jeśli zapytamy ludzi o to, co najskuteczniej motywuje ich do pracy, udzielą bardzo zróżnicowanych odpowiedzi. Wśród wymienionych zagadnień, poza zarobkami, znajdują się na pewno możliwości rozwoju tak zawodowego, jak i osobistego, dobra atmosfera, jasny podział zadań, poczucie akceptacji i przynależności do grupy, czy poczucie decyzywności. Aby stworzyć otoczenie zawodowe, które odpowiada na te potrzeby, osoba zarządzająca musi wejść w szereg ról, które wykraczają daleko poza myślenie o biznesowym przywództwie w czasach, kiedy duże korporacje wkroczyły na polski rynek.

Aby zespoły pozostawały zmotywowane, kluczowy jest kontakt osobisty. Warto zwracać na to szczególną uwagę, zwłaszcza teraz, kiedy praca w modelu hy-

brydowym jest bardzo popularna. Kontakty w biurze przy wspólnym obiedzie czy kawie nie są już codziennością, a to właśnie one budowały silne relacje. Stworzenie nowej formuły takich interakcji jest bardzo istotne, nawet jeśli początkowo może wydawać się nienaturalne. Codzienne, nawet krótkie spotkania i bieżąca wymiana myśli sprawiają, że pracownicy czują się zauważeni, osoby zarządzające natomiast dowiadują się, jakie nastroje panują w zespołach. Z badań wynika, że 80 proc. menedżerów i menedżerek sądzi, że ich pracownicy są zadowoleni, podczas gdy takiej odpowiedzi udziela tylko 28 proc. pracowników¹. Aby, w realiach pracy hybrydowej, zachować prawdziwe relacje z osobami, z którymi pracujemy na co dzień, w Capgemini wprowadziliśmy siedem rytuałów zespołowych. Uwzględniliśmy w nich m.in. przestrzeń do spotkań niezwiązanych z obowiązkami zawodowymi. Aby być na bieżąco z nastrojami wewnątrz zespołów, stworzyliśmy oś informacji zwrotnej. Dbamy o przestrzeganie zasad związanych z czasem pracy – nie chcemy tworzyć poczucia, że standardem jest stała dostępność. Dla mnie najważniejszym z rytuałów

są tzw. punkty kontaktu, czyli indywidualne spotkania, podczas których omawiamy pojawiające się wyzwania czy obawy. Nie możemy zapominać o tym, że rolą lidera jest nie tylko budowanie zespołu, który pracuje w dobrej atmosferze, ale również odpowiadanie na konkretne wymagania biznesowe. W tym zakresie najlepszą motywacją dla pracowników stanowi rozwój. Rolą menadżera lub menadżerki jest wyznaczenie kolejnych kroków w taki sposób, aby były konkretne, dobrze uzasadnione, a przede wszystkim osiągalne. To właśnie zrealizowane cele potwierdzone dogłębnym, zindywidualizowanym feedbackiem układają się w interesującą



ścieżkę rozwoju zawodowego, która motywuje ludzi.

Zróźnicowane zróźnicowanie

W naszych zespołach pracują osoby z całego świata, wielu kultur, czasami nawet funkcjonujące w innych strefach czasowych. Na co dzień spotykamy ludzi, których prawdopodobnie nie mielibyśmy możliwości poznać, gdyby nie praca w dużej organizacji. Ta wielość spojrzeń na każdą sytuację zawodową i unikalny zestaw doświadczeń pozwalają zyskać szeroką i niepowtarzalną perspektywę.

Praca hybrydowa to dla wielu osób, zwłaszcza dla mileniów i generacji Z, prawdziwa rewolucja dająca nowe możliwości i podno-

sząc komfort życia codziennego. Nie możemy jednak zapominać o tym, że w naszych zespołach są również osoby starsze albo

**W NASZYCH ZESPOŁACH
PRACUJĄ OSOBY Z
CAŁEGO ŚWIATA, WIELU
KULTUR, CZASAMI NAWET
FUNKCJONUJĄCE W INNYCH
STREFACH CZASOWYCH.
NA CO DZIEN SPOTYKAMY
LUDZI, KTÓRYCH
PRAWDOPODOBNIENIE
NIE MIELIBYŚMY
MOŻLIWOŚCI
POZNAĆ, GDYBY NIE
PRACA
W DUŻEJ ORGANIZACJI.**

po prostu bardziej przywiązane do tradycyjnych form pracy biurowej. Rolą osoby zarządzającej jest znalezienie równowagi pomiędzy tymi oczekiwaniami i stworzenie środowiska, w którym wszystkim będzie pracowało się dobrze. Elastyczność formy wykonywania obowiązków daje motywującą do pracy wolność, jednak niesie ze sobą wyzwania w zarządzaniu hybrydowym zespołem.

Benefity pozapłacowe – karnet na siłownię już nie wystarczy

W czasach, kiedy coraz częściej miejsce zamieszkania nie ma już priorytetowego znaczenia, tradycyjne benefity poza-



placowe nie sprawdzają się już tak dobrze, jak kiedyś. Aby nadal stanowiły interesującą motywację i przyciągały pracowników, muszą stać się tak elastyczne, jak cały współczesny rynek pracy. Programy wspierające zdrowie i poczucie bezpieczeństwa muszą również działać w formie hybrydowej – oferować opiekę medyczną czy zajęcia fitness zarówno w formie stacjonarnej, jak i online. Czas pandemii uświadomił także, jak ważna jest dbałość o psychiczny dobrostan zespołów. Możliwość spotkania z psychologiem czy terapeutą lub umówienia się na telefoniczną, lub zdalną konsultację to obecnie jeden z najbardziej docenianych benefitów.

Kaskadowanie motywacji

Aby te wszystkie czynniki motywujące odpowiednio zadziałały, konieczna jest nieprzerwana uważność i dbałość. To zadanie,

**DLA MNIE OSOBIŚCIE
KLUCZOWA JEST PASJA
– ZAGADNIENIAMI
ZWIĄZANYMI Z IT
ZAJMUJĘ SIĘ RÓWNIŻ
W CZASIE WOLNYM.
CZYTAM NA TEMAT MOJEJ
SPECJALIZACJI, ABY
ZAWSZE BYĆ NA BIEŻĄCO Z
NOWINKAMI I ZMIANAMI.**

któremu na co dzień muszą sprostać osoby zarządzające. Co w takim razie należy zrobić, aby zachować wysoki poziom motywacji wśród kadry menedżerskiej? Przede wszystkim zapewnić jej interesującą ścieżkę rozwoju. Osoby, które rozwinęły się w dużej organizacji, często zaczynając od znacznie niższych

stanowisk, nie chcą się zatrzymać. Dla nich nowe wyzwania i możliwość nieustannej nauki są kluczowe. Dla mnie osobiście kluczowa jest pasja – zagadnieniami związanymi z IT zajmuję się również w czasie wolnym. Czytam na temat mojej specjalizacji, aby zawsze być na bieżąco z nowinkami i zmianami. To właśnie dzięki możliwości pracy i rozwoju w dziedzinie, która jest również moim hobby, jestem w Capgemini już 16 lat. I właśnie to podejście do pracy staram się przekazywać zespołom, którymi zarządzam. Na koniec chciałbym podkreślić, jak ważne jest dbanie o dobrostan osób, które przewodzą zespołom i w ten sposób budują zarówno sukcesy firmy, jak i jej kulturę korporacyjną. Pamiętajmy o tym, że zmotywowany menedżer czy menedżerka, którzy czują satysfakcję z wykonywanej pracy to również zmotywowany zespół. ■



FIRMA BARDZIEJ KONKURENCYJNA NA RYNKU PRACY,

czyli jak wykorzystać rebranding do budowania silnej pozycji

Aż 78 proc. Polaków podczas rekrutacji zwraca uwagę na renomę pracodawcy – wynika z badania Pracuj.pl „Polacy w nowym środowisku pracy”. Taki wniosek płynie także z wewnętrznych badań EFL. Dobry pracodawca to taki, który ma ugruntowaną pozycję rynkową, oferuje możliwości rozwoju, budzi zaufanie i cieszy się pozytywną opinią.



KONRAD LUDIAN

kierownik Zespołu Komunikacji Marketingowej i Korporacyjnej, EFL

Wysokość wynagrodzenia, elastyczny czas pracy, dodatkowe bonusy. Owszem, te czynniki zachęcają kandydatów do dołączenia do wybranej firmy. Jednak wielu z nich zwraca uwagę na to, czy pracodawca ma rozpoznawalną markę, gwarantującą stabilne zatrudnienie, możliwość rozwoju i renomę. Wzrasta również świadomość w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu, czyli tego, jakie działania CSR prowadzi firma i czy realizuje programy wellbeingowe. Niejednokrotnie jest tak, że kiedy kandydaci mają do wyboru dwie podobne oferty, językiem u wagi jest właśnie „brand” oraz jego oferta. Nic w tym dziwnego. Wejście na pokład nowej firmy to decyzja, od której zależą nie tylko przyszłe możliwości finansowe pracowników, ale też osobisty rozwój, kariera i satysfakcja.

Marka ma znaczenie

Brand to jasny komunikat nie tylko dla klientów i partnerów bizne-

sowych, ale także dla pracowników i kandydatów. Mówi, kim jesteśmy, z kim chcemy się identyfikować i co mamy im do zaoferowania. EFL od ponad 20 lat jest częścią międzynarodowej marki Credit Agricole, jednej z największych instytucji finansowych na świecie. Przez ten okres daliśmy się poznać jako solidny podmiot zapewniający innowacyjne rozwiązania w czasie największego rozwoju gospodarczego w Polsce, jak i partner, na którego można liczyć w czasie kryzysu. To bardzo istotne, aby firma budowała swoją markę poprzez działania, a nie tylko na poziomie deklaracji. Również umiejętna komunikacja tych działań ma niebagatelne znaczenie.

Przynależność EFL do Grupy Credit Agricole z jednej strony niesie za sobą wiarygodność i prestiż – tak oczekiwane przez kandydatów, z drugiej – stwarza zdecydowanie lepsze warunki do działania, wymiany praktyk oraz łączenia usług i produktów w ramach jednej Grupy, a to z kolei daje pracownikom większe możliwości rozwoju – i to w środowisku międzynarodowym.

W grupie siła

W styczniu br. wprowadziliśmy nową identyfikację wizualną wszystkich należących do Grupy EFL spółek, czyli EFL, EFL Finance, Carefleet,

Eurofactor i Truck Care. Logotypy naszych firm są teraz jeszcze bardziej spójne z barwami Credit Agricole. W ten sposób oraz poprzez wspólne pozycjonowanie naszych marek w otoczeniu zewnętrznym budujemy synergię – wartość dodaną dla klientów, pracowników i kandydatów. Wnosimy kapitał wizerunkowy i biznesowy Grupy EFL i jednocześnie wskazujemy, że stoi za nami wsparcie i know-how prężnej instytucji finansowej o międzynarodowym zasięgu.

Świadome budowanie marki opieramy na długofalowej strategii. Chcemy mówić tym samym językiem w warstwie wizualnej oraz przez pryzmat obietnic i korzyści, które składamy klientom. Tylko takie podejście może zaowocować marką, która będzie spójna, wiarygodna – a w efekcie przyciągnie zarówno klientów, jak i kandydatów do pracy.

Liczą się fundamenty

Warto także podkreślić, że choć EFL jeszcze bardziej zacieśnia swoje relacje z Credit Agricole, to od samego początku działania, nazwa, czyli Europejski Fundusz Leasingowy (w skrócie EFL) pozostaje bez zmian. A to dlatego, że jesteśmy jedną z największych firm leasingowych w Polsce. O sile marki, jej doświadczeniu, jakości usług i bardzo dobrych relacjach z klientami i partnerami świadczą między innymi wyniki sprzedaży czy bardzo dobre wyniki badania satysfakcji. Co dziesiąty środek trwały w Polsce jest leasingowany przez EFL, a stopień zadowolenia ze współpracy z EFL w czasie pandemii nasi klienci ocenili na 8,9 pkt (w skali od 0 do 10). To kolejny powód do współpracy z takim brandem jak EFL. ■



Materiał Partnera



BENEFITY – CZY TO KLUCZ DO MOTYWACJI PRACOWNIKÓW?

Mamy świadomość, że na motywację pracowników wpływa nie tylko wynagrodzenie, ale również czynniki pozapłacowe. Często to one mają szansę przyciągnąć i zatrzymać największe talenty, stanowią także istotny element propozycji wartości pracodawcy, czyli tzw. EVP (Employee Value Proposition). Kluczem jest wybieranie spersonalizowanych benefitów, które będą atrakcyjne dla pracowników i kandydatów.



KALINA DOLUK

Employer Branding Specialist,
Trans.eu

Dziś ważnym zagadnieniem dla nowoczesnych pracodawców jest wsparcie i pomoc w utrzymaniu dobrej kondycji fizycznej oraz zdrowotnej. Dlatego poza prywatną opieką medyczną i grupowym ubezpieczeniem, oferujemy masaże w biurze, vouchery do strefy SPA, czy rozwiązania wspierające zdrowie psychiczne,

w tym aplikację do prywatnego użytku pracowników.

Rola współdziałania

Wiemy też, jak ważne jest rozwijanie własnych pasji czy prowadzenie aktywnego trybu życia. Dlatego poza kartą multisport, nasi pracownicy mogą zapisać się do firmowych sekcji sportowych. Są wśród nich również unikatowe formacje jak smocze łodzie, boks, TRX czy ścianka wspinaczkowa.

Zależy nam na tym, aby nasi pracownicy czuli się dobrze nie tylko w naszym biurze, ale i we własnym towarzystwie, dlatego chętnie integrujemy się ze sobą. Wykorzystujemy do tego codzienne bezpłatne śniadania, eventy tematyczne, wspólne wyjścia zespołowe. Regularnie organizujemy również wyjazdy teambuildingowe w formie survivali do naszego ośrodka wczasowego nad jeziorem. Co ważne, przez całe wakacje ośrodek w Olejnicy

jest także do prywatnej dyspozycji pracowników – mogą oni zarezerwować pobyt na preferencyjnych warunkach.

Stworzyć dodatkowe mechanizmy motywujące do działania

Niedawno uruchomiliśmy nasz flagowy program motywacyjny Workation in Barcelona, w ramach którego zespoły mogą polecieć do Hiszpanii. Tam, zaledwie 500 metrów od morza, mieści się nasze nowe biuro. Workation to świetna szansa, aby przez pewien

WAŻNE JEST ROZWIJANIE WŁASNYCH PASJI CZY PROWADZENIE AKTYWNEGO TRYBU ŻYCIA.

czas być razem w ciekawym miejscu, które zbliża ludzi i jest pełne atrakcji dla każdego. To wciąż praca, ale w trochę innym, wakacyjnym klimacie, gdzie można połączyć przyjemne z pożytecznym.

Jednym z naszych celów jest także podzielenie się z pracownikami efektami rozwoju naszej firmy, a w szczególności rezultatami wzrostu jej wartości. Dlatego stworzyliśmy Program Opcji Pracowniczych. Daje on możliwość otrzymania Opcji, które następnie będą uprawniać do nabycia akcji firmy. Wierzymy, że poprzez ten program uda nam się stworzyć dodatkowe mechanizmy motywujące do działania na rzecz firmy i zwiększyć poczucie wpływu na rozwój całej grupy. ■

CHCESZ ZADBAĆ O MARKĘ PRACODAWCY? POSTARAJ SIĘ O AMBASADORÓW!

Już nie benefity pozapłacowe ani ekskluzywne, drogie szkolenia. W świecie employer branding *must have* narzędziem w walce o pracownika jest obecnie *employee advocacy*.



AGNIESZKA SUROWIEC
Brand & Comms Director Market
Poland

Wypada stwierdzić: znowu. To nic innego jak „nowa” nazwa na znaną prawdę wszystkich HR-owców (i nie tylko) – to pracownicy są najlepszą wizytówką firmy. Oczywiście

ście – zadowoleni i zmotywowani pracownicy. Jeżeli pracodawca uczyni z nich Ambasadorów swojej marki, z pewnością nie będzie musiał martwić się o braki kadrowe ani o efektywność biznesu. Przepis na sukces w tym przypadku jest prosty – najbardziej zaangażowanym pracownikom należy nadać rolę Ambasadorów, a oni zadbają o promowanie marki pracodawcy wśród zespołu i potencjalnych pracowników. Będą wspierać pozostałe działania pracodawcy w tym obszarze. Ale jak ich wyłonić? Z pewnością nie na „chybił trafił”.

Muszą to być „naturalni” Ambasadorzy marki. Dział HR, osoby zajmujące się employer brandingiem, itp. powinny być nastawione na dostrzeganie takich pracowników. Należy przyglądać się temu, jak zespół reaguje na komunikację firmową, kto angażuje się w konkursy i akcje specjalne organizowane przez pracodawcę. Kto jest najbardziej aktywny na kontaktach firmy w mediach społecznościowych, kto jest naturalnym speakerem marki i z łatwością potrafi przełożyć swoją wiedzę zawodową na przekaz medialny. Takiej grupie Ambasadorów należy wyznaczyć konkretne zadania – najlepiej, aby były one zgodne, z tym, w jaki sposób sami chcą działać i ich naturalnymi predyspozycjami – a efekty będą oczywiste. Takie podejście przyjęliśmy w Intrum i sprawdza się ono świetnie. Zespół Ambasadorów Marki Intrum liczy blisko 40 osób, które nie tylko są potrzebnym łącznikiem na linii pracodawca-pracownicy, ale poprzez swoje działania każdego dnia działają na rzecz naszego brandu.

W TROSCE O DOBROSTAN PRACOWNIKA

Co drugi pracownik odczuwa wypalenie zawodowe – wynika z najnowszych, niepokojących danych[1]. Wyniki badania to wyraźny sygnał dla pracodawców, że powinni dokonać zmian w strukturach organizacji, sposobie zarządzania firmą bądź w podejściu do swoich pracowników.

Coraz popularniejsze staje się także pojęcie „quiet quitting”, czyli kultywowanie zasady work-to-role – wykonywanie pracy jedynie w określonych godzinach i niewychodzenie przed szereg. Jak pomóc pracownikowi, gdy ten odczuwa wypalenie zawodowe?

Stopa bezrobocia w Polsce oscyluje w granicach 5 proc. To niski wynik. Dane Głównego Urzędu Statystycznego pokazują, że nadal mamy do czynienia z rynkiem pracownika. To firmy mają kłopot ze znalezieniem lojalnych i dobrze wykwalifikowanych pracowników na dane stanowiska. Stres, niepewna sytuacja geopolityczna, a także strach o jutro odbijają się na kondycji psychicznej pracowników. Już 52 proc. odczuwa wypalenie zawodowe. Jak pomóc zatrudnionym odzyskać motywację do pracy?

Co pomoże zatrzymać pracownika w firmie?

Osoby, które deklarują wypalenie zawodowe, jednocześnie wskazują powody, dla których nadal pozostają w danej organizacji. To:

- pensja na odpowiednim poziomie;

- równowaga między życiem prywatnym a służbowym, czyli work-life-balance;

- dobra atmosfera w pracy;

- odpowiednie benefity.

Dlaczego zatem pracownicy czują się wypaleni zawodowo, a jednocześnie nadal pozostają w danej organizacji? Co powoduje wypalenie? 45 proc. osób przyznaje, że to głównie braki kadrowe, które skutkują nadmiarem obowiązków.

– Z jednej strony pracodawcy chcą zatrzymać pracowników w organizacji, a z drugiej zaś cieszyć się osobami, które są produktywnie i wnoszą pozytywną energię do zespołu. Prawie co drugi zatrudniony jest przeciążony z uwagi na nadmiar obowiązków. Jak temu zaradzić? Rozwiązaniem jest zatrudnienie nowych osób, które wspomogą zespół. I tu z pomocą przychodzi employer branding. Firmy powinny podejmować szereg aktywności, które zbudują ich markę na rynku, a oni staną się pracodawcą z wyboru. W konsekwencji zwiększy się zadowolenie pracowników w organizacji i ich zaangażowanie w pracę, natomiast zmniejszy się rotacja i koszty związane z rekrutacją –



wyjaśnia Sebastian Kopiej, CEO agencji PR Commplace.

Jakie są przykładowe działania w ramach employer branding wewnętrznego? To przede wszystkim benefity takie jak świadczenia dodatkowe, imprezy i wyjazdy integracyjne czy system bonusów i nagród.

Zbuduj motywację na nowo

Wypaleniu zawodowemu można zapobiec. Jedną z metod jest organizowanie szkoleń motywacyjnych, wyjazdów integracyjnych i team buildingowych.

– Dobrze zaplanowany wyjazd integracyjny stanowi odskocznnię od codzienności, która na dłuższą metę może być przytłaczająca dla pracowników. Event to doskonała



**W JAKI SPOSÓB
PRACODAWCY MOGĄ
POMÓC PRACOWNIKOM
W WALCE Z WYPALENIEM
ZAWODOWYM? PRZED
WSZYSTKIM AKTYWNE
SŁUCHAJĄC I ZWRACAJĄC
UWAGĘ NA NAWET
WYDAWAŁOBY SIĘ BŁAHE
SYMPTOMY, NP. SPÓŹNIANIE
SIĘ NA SPOTKANIA CZY
WYSYŁANIE E-MAILI NOCĄ.**

okazja do tego, by poznać współpracowników, ale także zaprezentować strategię rozwoju firmy czy przedstawić wyniki finansowe przedsiębiorstwa. Modne staje się zatrudnianie mówców motywacyjnych,

którzy pokazują techniki relaksacyjne, opowiadają o tym, jak osiągnąć work-life-balance i dlaczego warto inwestować w siebie. Wyjazdy integracyjne organizowane w górach umożliwiają spędzenie czasu na łonie natury, co działa pozytywnie na psychikę pracowników – wyjaśnia Katarzyna Bemsz z Dworu Korona Karkonoszy, ekspertka specjalizująca się w organizacji imprez firmowych.

W jaki jeszcze sposób pracodawcy mogą pomóc pracownikom w walce z wypaleniem zawodowym? Przede wszystkim aktywne słuchając i zwracając uwagę na nawet wydawałoby się błahe symptomy, np. spóźnianie się na spotkania czy wysyłanie e-maili nocą. Takie zachowanie

powinno być wyraźnym sygnałem dla pracodawcy, iż pracownik ma nadmiar obowiązków bądź jego motywacja wyraźnie spadła. Niektóre firmy organizują jedno lub dwudniowe warsztaty dotyczące zdrowia psychicznego. Podczas tego typu spotkań pracownik ma okazję samodzielnie zdiagnozować u siebie objawy wypalenia zawodowego i dzięki temu podjąć działania, które pomogą mu przeciwdziałać temu zjawisku.

Zaangażowanie pracownika odgrywa kluczową rolę w budowaniu biznesu i jego dalszego sukcesu. Zadaniem pracodawcy powinna więc być troska o jego dobrostan. ■

[1] <https://www.hrmorning.com/articles/high-performers-are-quiet-quitting/>

Twoje najlepsze zakupy!

wogooole.pl



Pulsoksymetr TM-PX30
Najwyższa, kliniczna
dokładność wskaźnik
pomiaru procentowego
nasylenia krwi tlenem.
149 zł

**ŚLEDŹ
AKTUALNE
PROMOCJE**

Zdrowie pod kontrolą

W naszej ofercie znajdziecie Państwo
najwyższej klasy sprzęt medyczny
renomowanej marki TECH-MED.
TECH-MED to rodzinna firma istniejąca na
polskim rynku medycznym nieprzerwanie
od 1949 roku.

Hydromasażer do stóp
TM-588 TECH-MED
Regularne wykonywanie
hydromasażu może poprawić
krążenie krwi nie tylko
w stopach, ale pośrednio
również w całych nogach.
130 zł



Nowoczesny, w pełni
automatyczny, cyfrowy
ciężniomierz TMA-VOICE 2
159 zł



UKRAINA PRACUJE NAD PLANEM ODBUDOWY SWOJEJ INFRASTRUKTURY I GOSPODARKI

– Wojna prędzej czy później się skończy i my ją wygramy – mówi Olexandr Romanyshyn, przedstawiciel Biura Reform Gabinetu Ministrów Ukrainy. Jak wskazuje, celem Ukrainy jest przejście przez wszystkie etapy na drodze do członkostwa w UE i odbudowa kraju z wojennych zniszczeń, a jednym ze źródeł finansowania tego procesu może być przejście zamrożonych aktywów rosyjskich oligarchów. Jednak zanim do tego dojdzie, ukraińskie firmy muszą pozostać aktywne na międzynarodowym rynku. – Pracujemy nad planem odbudowy w ramach Narodowej Rady ds. Odbudowy Ukrainy po Wojnie. Mamy 24 grupy robocze, które zajmują się wyliczaniem skali szkód. Posiadamy



szczegółowy plan dotyczący działań, które należy podjąć po zakończeniu wojny. Dysponujemy różnymi wycenami. W środku wojny licznik wskazywał straty o wartości 300 mld euro. Teraz to już ok. 600 mld euro – mówi agencji Newseria Biznes Olexandr Romanyshyn, przedstawiciel Biura Reform Gabinetu Ministrów Ukrainy, członek rady nadzorczej ISE Corporate Accelerator.



Technologie węglowe w medycynie, pozyskiwanie z roślin wartościowych substancji, które mogą być wykorzystywane w medycynie i kosmetologii, czy nowatorskie metody zapobiegania powikłaniom związanym z zespołem kruchości kości – to przykłady obszarów, którymi zajmują się młodzi badacze, nagrodzeni w pierwszej edycji programu grantowego „Talenty Jutra”. Zorganizowała go powołana przez Bank Go-

PRACE NAD PRZEŁOMOWYMI INNOWACJAMI PROWADZĄ JUŻ NAWET NASTOLATKOWIE

spodarstwa Krajowego (BGK) Fundacja Empiria i Wiedza, która zapowiada, że będzie to program cykliczny. Wsparcie finansowe jest dziś jedną z największych potrzeb młodych badaczy i może zdecydować o rozwijaniu ich projektów w Polsce. – Wspieramy młodych naukowców, bo wierzymy w ich potencjał i talent. Już dzisiaj obserwujemy młodych, którzy tworzą nowe projekty, wynalazki, pracują nad badaniami, które są w stanie zmieniać polską naukę. Wierzymy też, że to młodzi Polacy mogą stworzyć nowe centrum innowacji na świecie i to centrum będzie właśnie u nas, w Polsce – mówi Zuzanna Piasecka, prezes Fundacji Empiria i Wiedza.

ESG STYMULUJE ROZWÓJ ZIELONEJ TRANSFORMACJI

W ramach transformacji energetycznej PGE zrealizuje w najbliższych latach potężne, wielomiliardowe inwestycje w OZE i dystrybucję, ale – aby ułatwić pozyskiwanie finansowania na te inwestycje – musi w większym stopniu odpowiedzieć na oczekiwania instytucji, które będą je współfinansować. – Musimy wychodzić naprzeciw oczekiwaniom związanym z realizacją ścieżki dekarbonizacji oraz wplataniem elementów ESG w strategię biznesową – zaznacza Filip



Osadcuk, pełnomocnik zarządu ds. ESG oraz dyrektor Departamentu Relacji Inwestorskich i ESG w PGE Polskiej Grupie Energetycznej.

JAKI BĘDZIE 2023 ROK NA RYNKU KAPITAŁOWYM

W 2023 rok inwestorzy powinni wchodzić z umiarkowanym optymizmem. Z jednej strony, czeka nas spowolnienie gospodarcze, jednak koniec serii podwyżek stóp procentowych i spadek inflacji może przynieść lepsze perspektywy dla cen akcji. Spadną natomiast zyski firm, choć być może nie tak bardzo, jak obecnie się spodziewamy. Jednak poziom niepewności nadal może utrzymywać się wysoko.



PAWEŁ MAJTKOWSKI
analityk rynkowy, eToro

Poprzedni rok przyniósł dużo niepewności i wydarzeń, których nie mógł przewidzieć wcześniej żaden inwestor. Najważniejszym oczywiście był konflikt w Ukrainie, który znacznie podniósł poziom zmienności na rynkach, a jednocześnie wywołał znaczny wzrost cen surowców na świecie. Te wzrosty znacznie podniosły globalną inflację, która pod koniec roku zaczęła nieco odpuszczać.

Z pewnymi obawami, choć także z pewną dozą optymizmu

Ten rok rozpoczynamy z pewnymi obawami, choć także z pewną dozą optymizmu. Według przeprowadzonego przez eToro badania Puls Inwestora Indywidu-

alnego, największym zmartwieniem polskich inwestorów na 2023 rok pozostaje inflacja (27 proc.), a następnie obawy wokół konfliktu międzynarodowego (17 proc.). Natomiast 12 proc. inwestorów obawia się skutków spowolniania gospodarczego w Polsce. Większość prognoz gospodarczych wskazuje, że w 2023 roku takie spowolnienie nastąpi, jednak w Polsce nie dojdzie do spadku PKB (recesji). Według najnowszej prognozy OECD, wzrost gospodarczy ma wynieść 0,9 proc., zaś według NBP 0,7 proc. Agencja ratingowa Moody's, jako jedna z niewielu instytucji, przewiduje spadek PKB o 0,2 proc. Mamy zatem przed sobą rok wysokiej inflacji i mocnego hamowania gospodarki, który na pewno odbija się na wynikach firm. Z jednej strony, mniejsze wydatki konsumentów będą ograniczać sprzedaż, z drugiej – inflacja będzie cały czas wywierać presję na wzrost kosztów. Jednym z najważniejszych elementów tej presji jest wzrost wynagrodzeń. Jednak pod koniec roku, trend ten zwolnił do 10,3 proc. r/r (wobec 13,9 proc) w listopadzie. Możliwe, że wynagrodzenia znowu wzrosną

w styczniu, bowiem jest to zwyczajowy okres podwyżek.

Nastawieni na mniejsze zyski

Trzeba zatem przygotować się, że zyski giełdowych firm w tym roku będą niższe niż w poprzednich latach. W wypadku giełdy, pozytywnym będzie zbliżające się zakończenie serii podwyżek stóp w USA, które przeniesie oddech mocno osłabionym rynkom kapitałowym. W tym roku możemy więc spodziewać się stopniowego odradzania się rynku akcyjnego i zakończenia bessy. Kres podwyżek stóp w USA powinien też ustabilizować kurs dolara i dać przestrzeń do wzrostu wartości innych walut, w tym euro i złotego. Nasza waluta ma szansę na pewne umocnienie pod warunkiem, że nie dojdzie do znacznej eskalacji wydarzeń na Ukrainie. Ważne dla złotego będzie także ewentualne uruchomienie płatności z Krajowego Planu Odbudowy oraz nowego wieloletniego budżetu Unii Europejskiej. Konieczność wymiany tych środków z euro na złote, będzie bowiem służyć stabilizacji złotego w kolejnych kwartałach.

AKCJE SPÓŁEK ZWIĄZANYCH Z RYNKIEM NIERUCHOMOŚCI SPADAŁY GLOBALNIE W 2022 ROKU O 24 PROC., PODCZAS GDY SZEROKI RYNEK SKURCZYŁ SIĘ O 17 PROC. Z TEGO POWODU, CENY NIERUCHOMOŚCI W WIELU KRAJACH – SPADAJĄ.



Możliwe jednak, że zyski giełdowych firm nie będą takie złe jak się obecnie spodziewamy. Warto pamiętać, że prognozy zysków prawie zawsze spadają w ciągu roku. Pytanie jednak, jak mocno spadną w tym roku. Wydaje się, że możemy być umiarkowanie optymistyczni bowiem prognozy zysków zostały już wcześniej mocno zrewidowane. Dane GDPNow za IV kwartał (ten wskaźnik bada na bieżąco wyniki PKB w USA) wskazują na wzrost o 4,1 proc. Spadająca inflacja będzie sprzyjać wydatkom konsumentów. Po raz kolejny może być zatem „lepiej niż się spodziewaliśmy”. O ile w USA na pewno zyski firm będą spadać, to to w Europie i w Polsce powinno być odwrotnie. Spółki z europejskiego indeksu Stoxx 600 maja bowiem zanotować wzrost zysków aż o 14 proc.

Rynek nieruchomości

W 2023 roku nadal będą spadać na świecie ceny nieruchomości i spółek z tej branży. A to za sprawą podwyżek stóp procentowych które były lub są podnoszone w większości krajów bardzo agresywnie, do poziomów nienio-

nowanych od ponad dekady. Akcje spółek związanych z rynkiem nieruchomości spadały globalnie w 2022 roku o 24 proc., podczas gdy szeroki rynek skurczył się o 17 proc. Z tego powodu, ceny nieruchomości w wielu krajach – spadają. Zanim jednak to się stało, ceny zanotowały rekordowe wzrosty. W USA mieliśmy do czynienia z najbardziej gwałtownym wzrostem cen nieruchomości od lat. W marcu 2022 ceny poszybowały tam o 20,8 proc. w górę r/r. Potem jednak rozpoczęły silny ruch w dół, kiedy przeciętne oprocentowanie kredytu hipotecznego o stałej stopie przebiło 7 proc. Także w Wielkiej Brytanii w marcu 2022 ceny rosły jeszcze o 14,3 proc. by potem zanurkować. Mocne spadki cen mają miejsce także w Niemczech i Szwecji. Spadają także ceny nieruchomości w Polsce. W największych miastach ceny od marca zeszłego roku spadły o 4-8 proc. Ceny jednak cały czas pozostają wyższe niż rok temu. Koszt obsługi kredytów hipotecznych w Polsce, które są prawie 100 proc. oparte o zmienną stopę procentową, znacznie wzrósł, gdy

oprocentowanie przekroczyło 9 proc. Praktycznie zamarł także rynek nowych kredytów mieszkaniowych: wraz ze wzrostem oprocentowania mocno spadła zdolność kredytowa przeciętnego kredytobiorcy. Ze względu na regulacje, jest ona także wyliczana w sposób bardziej restrykcyjny niż wcześniej.

Ważnym trendem w 2023 roku będzie także inwestowanie tematyczne. Polega ono na budowaniu strategii, w ramach której, na podstawie własnych przewidywań i analiz, inwestujemy w trendy mogące w przyszłości zapewnić osiągnięcie atrakcyjnych wyników. W takim wypadku, większe znaczenie ma dostrzeżone perspektywy niż dotychczasowe wyniki danych aktywów czy branż. Ten rodzaj inwestowania może skupiać się na przykład na wybranych trendach technologicznych lub społecznych. Najciekawszymi globalnymi trendami na które warto zwracać uwagę w 2023 roku będzie cofanie się globalizacji (deglobalizacja), zielona energia, postępująca robotyzacja gospodarki oraz wzrost znaczenia pokolenia millenialsów. ■