



1000 ton złota

zgrupowały chińskie firmy do używania go jako ewentualnego poręczenia umów finansowych zamiast zaspokajania popytu konsumpcyjnego – twierdzi Światowa Rada Złota.

Bierzmy przykład z małej Estonii



PIOTR MADZIAR
TOMASZ KAROL WIŚNIEWSKI

Proces rejestracji firm przez internet w tym bałtyckim kraju jest najsprawniejszy i najszybszy na świecie – piszą eksperci.

Komisja Europejska opublikowała w październiku wyniki badania kondycji przedsiębiorców wszystkich krajów należących do Wspólnoty. Badanie to obejmuje 66 różnych kryteriów, które pozwalają ocenić, w jakich warunkach można prowadzić przedsiębiorstwo w poszczególnych krajach członkowskich. W przypadku Polski jedynie w przypadku 22 wskaźników rezultat był lepszy niż średnia unijna. Dla porównania, Estonia w tym zestawieniu osiągnęła 43 wskaźniki powyżej średniej.

Rząd bez papieru

Estonia do Unii Europejskiej przystąpiła w tym samym czasie co Polska – w maju 2004 r. Od tamtej pory wartość PKB na mieszkańca tego niedużego kraju, zamieszkiwanego zaledwie przez 1,3 mln obywateli, wzrosła z 12,1 tys. do 26,4 tys. dol., co dało mu 22. miejsce w

Europejskiej Wspólnoty. Jednak w przypadku tego państwa fenomenem samym w sobie jest rozwój infrastruktury telekomunikacyjnej i informatycznej. Obecnie w Estonii jest ponad 1,6 mln telefonów komórkowych, a od 2010 r. całkowicie wycofano z ulic budki telefoniczne. Aż 71 proc. rodzin ma tam dostęp do internetu. Sieć jest powszechnie używana w życiu codziennym. 52 proc. obywateli kupuje w niej różnego typu bilety, a 44 proc. nabywa za pośrednictwem e-sklepów ubrania. Droga elektroniczna jest zamawianych 27 proc. książek.

Wprowadzony już w styczniu 2002 r. dowód z chipem to nie tylko dokument identyfikacyjny, będący jednocześnie elektronicznym podpisem, ale także karta, w której można zakodować bilet na komunikację publiczną czy wziąć udział w wyborach za pośrednictwem platformy internetowej. W 2007 r. z tej formuły głosowania skorzystało 30 tys. osób, cztery lata później zaś już 140 tys., czyli jedna czwarta uprawnio-

nych do głosowania. Swoją drogą ciekawe, jak wdrożenie takiego rozwiązania w Polsce przełożyłoby się na udział naszych rodaków w wyborach?

Wszystko pod jednym adresem

Estońska administracja publiczna nie pozostaje w tyle. Rząd był pierwszym na świecie, na posiedzenia którego wszyscy ministrowie przychodzili z przenośnymi komputerami zawierającymi w formie elektronicznej wszystkie dokumenty będące przedmiotem obrad. Obecnie decyzje rządu ogłaszane są w formie dokumentów elektronicznych, a coraz więcej usług publicznych realizowanych jest za pośrednictwem dedykowanych portali internetowych.

Na tym tle ciekawie prezentuje się projekt e-Estonia, który został wdrożony w 2010 roku. System ten jest w zasadzie łącznikiem pomiędzy obywatelami, przedsiębiorcami a administracją publiczną.



Magnes dla inwestorów

W ostatnich latach Estonia była jednym z krajów europejskich najszybciej modernizujących rejestr firm. Już w 2010 r. umożliwił przeprowadzenie procesu rejestracji działalności gospodarczej w całości online w ciągu dwóch godzin. Dzięki temu proces rejestracji firmy przez internet w Estonii jest najsprawniejszy i najszybszy na świecie.

Unowocześniono także proces składania i publikacji raportów rocznych. Jednolite środowisko umożliwia przesłanie raportu w dogodnej dla firmy formie. System umożliwia także

Jego sercem jest magistrała x-Road. Za pośrednictwem jednego adresu użytkownik może przejść do pożądanej w danym momencie domeny.

Warto zwrócić uwagę na zastosowane rozwiązanie: jeden prosty, łatwy do zapamiętania adres z możliwością przejścia do innych serwisów,

„Wszystkie decyzje rządu w Tallinie ogłaszane są w postaci dokumentów elektronicznych. Coraz więcej usług publicznych realizowanych jest przez internet

z których każdy jest wyraźnie graficznie zaznaczony, dzięki czemu szukanie informacji jest niezmiernie proste i szybkie. To przykład wart naśladowania, szczególnie w Polsce, gdzie praktycznie każdy organ administracji publicznej lub e-usługa publiczna posiadają własny adres, którego na do-

firmom sporządzenie raportu na portalu e-rejestru oraz dostęp online do wielu rodzajów funkcjonalności dla firm. Stwara to olbrzymi potencjał dla rozwoju rodzimej przedsiębiorczości oraz jest magnesem dla inwestorów spoza Estonii, którzy świadomi ułatwień w tym kraju oraz barier admini-

stracyjnych w innych, w tym w Polsce, z większym zainteresowaniem zainteresują się rejestracją swej działalności właśnie w tym małym nadbałtyckim państwie.

Elektroniczny rejestr przedsiębiorstw jest jednym z istotnych elementów krajowego systemu przetwarzania informacji finansowych, mającego na celu zapewnienie przejrzystości i dostępności informacji publicznej, a także zapobieganie korupcji i praniu brudnych pieniędzy.

W okresie członkostwa Estonii w Unii Europejskiej kraj ten stał się jednym ze źródeł inspiracji dla europejskiej wspólnoty w zakresie administracji elektronicznej i społeczeństwa cyfrowego. Miano „dobrego ucznia”, jakie sobie kraj zdobył, daje nadzieję jego obywatelom na szybkie przezwycięzenie problemów związanych ze światowym kryzysem finansowym i wystartowanie w pościgu za potencjalnymi przeciwnikami z „ligi małych potęg”, takimi jak Luksemburg czy nienależąca do UE Szwajcaria.

Na początku przemian ustrojowych Polska w oczach krajów tzw. bloku wschodniego była prymusem zmian gospodarczych, przykładem tego, co zrobić, aby przejść z gospodarki centralnie sterowanej do rynkowej. W ostatnich latach w wielu dziedzinach tę pałeczkę lidera zgubiliśmy. Jednym z takich obszarów jest wymiana informacji z wykorzystaniem systemów elektronicznych. Przyszedł czas na kopiowanie rozwiązań, które sprawdziły się w innych krajach Europy Centralnej. Jednym z takich krajów jest na pewno Estonia.

Piotr Madziar pracuje w Komisji Europejskiej, Tomasz Karol Wiśniewski reprezentuje Stowarzyszenie SBR Polska

W tym roku planujemy zatrudnić ponad 300 talentów z pokolenia Y (w Polsce osoby urodzone po 1985 r. – red.). To duże wyzwanie, szczególnie w kontekście obecnych trendów demograficznych i spadającej jakości kształcenia. Największym problemem wydaje się jednak nie tyle ich pozyskanie, ile utrzymanie w firmie w kilkuletnim horyzoncie. Długoterminowe myślenie jest nudne – twierdzą młodzi ludzie z epoki „Millennials”. Stawiają zazwyczaj na „tu i teraz”. Młodzi mają prawo tak myśleć – widzą, jak ciężko pracują ich rodzice, i kusi ich lansowany przez media konsumpcjonizm. Ale czemu podobne krótkoterminowe podejście cechuje część menedżerów w Polsce? Świadomość takich wyzwań jest mała. I to teraz, kiedy na świecie pojedynki o talenty przyspiesza. Na dodatek wiele firm zmagających się z luką pokoleniową, czyli z brakiem chętnych do pracy z pokolenia Y – a przede wszystkim brakiem dla nich ciekawej propozycji przygody zawodowej.

Co roku tysiące absolwentów należących do pokolenia Y zaczynają swoją karierę zawodową, a pracodawcy zastanawiają się, co zrobić, żeby szeregi ich firm zasilili najlepsi.

Jak zrozumieć młodych



TOMASZ MIŁOŚ

Co różni pokolenie Y od poprzednich generacji? Wiele: od aspiracji i wyborów zawodowych po zrozumienie swoich potrzeb – pisze ekspert.

Jak stworzyć miejsca pracy atrakcyjne dla nowej generacji pracowników i, co najważniejsze, utrzymać ich zaangażowanie? Zaryzykuję tezę, że to ważniejsze niż efektywność firmy w pozyskiwaniu środków unijnych czy nawet liczba nowych patentów.

Nie lekceważmy zagrożenia

Zrozumienie młodego pokolenia jest dla nas bardzo ważne, tym bardziej że duża część pracowników takich firm jak nasza (świadczących usługi oparte na kapitale intelektualnym) nie ukończyła jeszcze 30. roku życia. Dla wielu spółek problem wydaje

się odległy, lekceważą potencjalne zagrożenia. A młodzi ludzie mają inne spojrzenie na zachowanie równowagi między życiem osobistym a zawodowym.

Pokolenie Y nie chce, żeby jego sukces zawodowy okupiony był poświęceniami, tak mocno zakorzenionymi w mentalności poprzednich pokoleń, dla których gwarantem sukcesu są długie godziny spędzone w biurze. Młodzi chcą osiągnąć sukces, nie marginalizując przy tym wartości płynących z aktywnego życia pozazawodowego. Wierzą, że nie ślepe oddanie pracodawcy, ale różnorodne doświadczenie jest zasadniczym czynnikiem decydującym o rozwoju ich kariery. Nasze

badania pokazują, że większość młodych ludzi szuka firm, których standardy pokrywają się z ich własnymi wartościami etycznymi. Nie chcą niczego robić wbrew sobie – ani w pracy, ani poza nią.

Generacja online

Pokolenie Y ma też nowy pomysł na to, gdzie i jak pracować. To jest generacja online: mobilna i elastyczna, nietolerująca sztywnych godzin, wcześniej ustalanych grafik. Gotowa wiele poświęcić dla środowiska zawodowego, które pozwoli jej odnaleźć w pracy samych siebie. „W końcu płacicie za moją pracę, a nie za mój czas” – mówi wielu z nich.

Jednocześnie są to ludzie gotowi pracować ciężko i z oddaniem, ale jedynie wtedy, kiedy w pełni rozumieją swoje zadania i identyfikują się z nimi.

Niejednokrotnie „Millennials” zmuszeni są jednak do kompromisów – rynek pracy rządzi się swoimi prawami i daje ograniczone wybory. Najczęściej wynika to z różnic pokoleniowych: najmłodszy pokoleniowiec zarządzani są przez ludzi z generacji X (urodzeni od wczesnych lat 60. do wczesnych 80. – red.), a nawet baby boomers (pokolenie powojennego wyżu demograficznego – red.), z którymi trudno jest im znaleźć wspólny język. Pojawia się wówczas konieczność wypracowania konsensusu, najczęściej oznaczającego

pójście na ustępstwa – zwykle dotyczące wynagrodzenia, miejsca pracy i rodzaju zadań.

Podkreślam jednak, że są to kompromisy, nie poświęcenia. Świadome wybory, choć nieco wymuszone przez rynek. Nie dziwi więc, że jak wynika z badań PwC, dla prawie połowy ankietowanych stabilna praca jest kluczowa w życiu zawodowym. Aż 40 proc. uważa, że uczelnie nie przygotowują do pracy, nie dziwi więc, że 90 proc. studentów i ponad 80 proc. absolwentów ceni doświadczenie zdobyte podczas staży zawodowych. Dla absolwentów najważniejszą korzyścią z praktyk jest możliwość sprawdzenia się w praktyce, otrzymywanie wynagrodzenia oraz nowe kontakty.

Generacja Y to nie tylko wyzwania dotyczące zatrudnienia. To również odmienny wzorzec konsumenta – znającego się na nowych technologiach, wymagającego zmiany w podejściu do usług i produktów. Firmy ze wszystkich sektorów muszą wychodzić na przeciw nowym oczekiwaniom, bo inaczej milenijny klient pójdzie do konkurencji. Milenijny pracownik też ma większą swobodę wyboru.

Autor jest dyrektorem działu kapitału ludzkiego PwC Polska, członkiem komitetu sterującego PwC ds. HR w Europie Środkowej i Wschodniej