Warszawa, 29 maja 2020

**Pomysł na wyjście z kryzysu? Kodeks dobrych praktyk**

**Promowanie lokalnych kontrahentów, przejrzysta polityka cenowa, realne marże – to tylko niektóre z propozycji na przywracanie do życia polskiej gospodarki. *Warto pomyśleć o tworzeniu dodatkowych rozwiązań, które pomogą rodzimym firmom wyjść na prostą i przezwyciężyć recesję. Nikt nie pomoże biznesowi tak, jak sam biznes* – mówi Piotr Pietrzykowski, prezes Green Factory Logistics.**

Epidemia koronawirusa odcisnęła piętno na światowej gospodarce. Państwa alarmują o recesji na ogromną skalę. Bank Anglii (BOE) szacuje, że produkt krajowy brutto Wielkiej Brytanii spadnie w 2020 roku o 14 proc., Bank Francji informuje, iż aktywność firm w kwietniu jest niższa o ok. 27 proc., a izraelskie Centralne Biuro Statystyczne wskazuje 20-proc. spadek konsumpcji i zapowiada kryzys największy od 2000 roku.

Również polskie przedsiębiorstwa stanęły w obliczu wyjątkowo trudnych wyzwań, co przekłada się także na sytuację pracowników. Główny Urząd Statystyczny podał, że tylko w kwietniu przybyło 99 tys. bezrobotnych. Firmy zastanawiają się, jak dostosować się do nowej rzeczywistości i nie tracić klientów. Wiele podmiotów planuje w miarę możliwości skorzystać z tzw. Tarczy Antykryzysowej oraz Tarczy Finansowej. Łącznie to ok. 312 mld zł, z czego 74,2 mld zł jest przeznaczone na szeroko rozumiane finansowanie przedsiębiorstw oraz 30 mld zł na zapewnienie bezpieczeństwa pracowników. To jednak środki, na które trzeba będzie poczekać i nie wszyscy chętni będą mogli na nie liczyć.

*Warto pomyśleć o tworzeniu dodatkowych rozwiązań, które pomogą polskim firmom wyjść na prostą i przezwyciężyć recesję. Nikt nie pomoże biznesowi tak, jak sam biznes. Powinniśmy stawiać na współpracę i wspierać lokalnych partnerów, wybierając ich chociażby na swoich podwykonawców. Pamiętajmy, że w ten sposób zostawiamy podatki w konkretnym rejonie i przyczyniamy się do jego wspierania pod względem ekonomicznym. Dobrze byłoby wypracować także zasady, które ułatwią firmom nawiązywanie lokalnych sojuszy. Biznes powinien zastanowić się nad opracowaniem Kodeksu Dobrych Praktyk, który byłby uzupełnieniem obowiązujących przepisów o dodatkowe wartości. Zachęcamy przedsiębiorstwa do podjęcia poważnej dyskusji na ten temat* – mówi **Piotr Pietrzykowski**, prezes zarządu firmy Green Factory Logistics, która zainicjowała akcję „Świat na zakręcie: solidarni w biznesie”.

Jakie zasady mogłyby się znaleźć w takim biznesowym zbiorze reguł? Poza promowaniem rodzimych kontrahentów, istotne są takie kwestie jak np. respektowanie zasad uczciwej konkurencji, przejrzyste warunki cenowe i niewykorzystywanie przewagi ekonomicznej do negocjowania nieadekwatnych cen i warunków umów. Chodzi chociażby o współpracę w oparciu o marże, które z jednej strony odpowiadają sytuacji na rynku, a z drugiej pozwalają podwykonawcy godnie funkcjonować.

Innym istotnym punktem powinna być także optymalizacja kosztowa współpracy, tzn. poszukiwanie innowacyjnych rozwiązań, które są jak najbardziej korzystne dla zamawiającego produkt lub usługę. Pandemia udowodniła, że kolejne niezbędne kwestie to elastyczność, indywidualne podejście oraz zapewnienie wysokiej jakości usług dopasowanych do potrzeb klienta. To oznacza chociażby profesjonalne zarządzanie ryzykiem i wypracowywanie z partnerem biznesowym opcji, które będą maksymalizować jego zyski, ale też eliminować potencjalne zagrożenia.

Niewątpliwie tematem o ogromnym znaczeniu jest terminowe opłacanie faktur partnerom i podwykonawcom. Realia pokazują, że nie zawsze jest to proste, ponieważ czasem wystarczy, że jeden z podmiotów w łańcuchu dostaw musi coś skredytować i sam może mieć wtedy problem z uregulowaniem należności. Z badania przeprowadzonego w 2019 roku przez SW RESEARCH wynika, że w Polsce aż 63 proc. mikrofirm miało trudności z powodu nieopłaconych należności. Zatory płatnicze stały się dotkliwym problemem zwłaszcza w trakcie COVID-19, bowiem część firm przestała po prostu mieć przychody. Wsparcie w utrzymaniu płynności finansowej to z pewnością wyzwanie na czas po pandemii.

Warto też, aby biznes jednoczył siły wobec wspólnych społecznych celów i zamiast pojedynczo wspierać ważne lokalne inicjatywy, w miarę możliwości jednoczył swoje działania, zwiększając tym samym zasięg pomocy.

*To wstępne propozycje, o których warto rozmawiać. Niektóre z nich wydają się oczywiste, ale dobrze dodatkowo eksponować ich znaczenie, szczególnie w tym niełatwym okresie* – podsumowuje **Piotr Pietrzykowski**.