

BADANIE

Zarządzanie zapasami nie takie proste

Gospodarowanie zapasami to wciąż istotne wyzwanie dla wielu firm – stwierdzają eksperci firmy doradczej Deloitte. W jej tegorocznym badaniu dotyczącym zarządzania kapitałem obrotowym tylko 13 proc. respondentów stwierdziło, że nie dostarczą za-

nych słabości w swoim modelu działania gospodarki magazynowej. Jedna trzecia respondentów wskazała na trudności z planowaniem dostaw i prognozowaniem popytu. Podobna liczba badanych ma problemy z redukcją poziomu zapasów produktów

tw. wolnorotujących i zagrożonych przeterminowaniem. Po 6 proc. ankietowanych do słabych punktów zaliczyło też inwentaryzację i centralizację gospodarki magazynowej. Według Deloitte słabości te mogą wynikać z braku odpowiednich

narzędzi i niedostosowania wewnętrznych procedur kontrolnych do modelu prowadzonej działalności. Jednocześnie 40 proc. badanych dostarcza w lepszym gospodarowaniu zapasami możliwość usprawnień w zarządzaniu kapitałem obrotowym. (IMWA)

Polskie firmy liderami w technologiach

Przedsiębiorstwa Codewise i Codilime nie miały sobie równych w rankingu Technology Fast 50 obejmującym Europę Środkową.

Ranking Deloitte Technology Fast 50 skupia najszybciej rozwijające się przedsiębiorstwa technologicznie z tej części kontynentu stawiające na innowacje. Zestawienie jest przygotowywane na podstawie porównania wzrostu przychodów operacyjnych firm. Na ranking składają się trzy kategorie: główna technologia

1585
proc. ▶ To średni wzrost przychodów polskich firm, które znalazły się w głównej części zestawienia...

324
proc. ▶ ...a co najmniej taki wzrost firma musiała osiągnąć, aby znaleźć się w rankingu.

bec naszych klientów – mówi Tomasz Kutakowski, prezes Codilime.

Trzecie miejsce należy do czeskiej firmy DataSpring. W pierwszej dziesiątce uplasowało się jeszcze jedno polskie przedsiębiorstwo tworzące aplikacje mobilne – Miquido (8. miejsce). W głównym rankingu Deloitte Technology Fast 50 znalazło się aż 43 nowych firm. Najwięcej, bo 16 przedsiębiorstw, powstało w 2011 r. Średni wzrost przychodów polskich firm, które znalazły się w głównej

części zestawienia, wyniósł 1585 proc. Aby znaleźć się w rankingu, spółka musiała osiągnąć co najmniej taki wzrost przychodów operacyjnych. W programie przewidziano specjalnie sędzią pomoc mentorów YBP, którzy pomagają w rozwoju przedsiębiorstw. (IMWA)

Katalizator da wsparcie na starcie

Ruszył program fundacji YBP dla młodych przedsiębiorców. Organizatorzy czekają na zgłoszenia do 6 listopada.

Początkujące firmy mogą już zgłaszać się do kolejnej edycji Katalizatora Rozwoju Firmy (KRF), projektu prowadzonego przez fundację Youth Business Poland (YBP). Partnerami strategicznymi przedsiębiorstwa są CVC Capital Partners i PwC. Katalizator ma pomóc rozwijać biznes i pozyskać dofinansowanie. W programie przewidziano specjalnie sędzią pomoc mentorów YBP, którzy pomagają w rozwoju przedsiębiorstw. (IMWA)

osoby stworzą model biznesowy swoich firm i strategię działania na przyszłość. Dzięki wsparciu CVC Capital Partners najlepsi uczestnicy będą mogli starać się o nagrodę w wysokości 60 tys. zł.

Zgłoszenia od chętnych będą przyjmowane do 6 listopada. Do projektu mogą przystąpić początkujący przedsiębiorcy z gotową koncepcją produktu (usługi). Firma może być zarejestrowana – nie dłużej jednak niż 3 lata – ale nie musi, bo można to zrobić, uczestnicząc w projekcie. Wybranych zostanie 16 pomysłów.

Zapraszamy osoby w wieku 18-35 lat, bo w tej grupie bezrobocia i emigracja zarobkowa jest najwyższa. Dodatkowym

firma działa odpowiedzialnie, jest ekologiczna lub rozwiązuje problemy społeczne, może otrzymać dodatkowe punkty w rekrutacji – mówi Adrian Miłogon, prezes fundacji.

W poprzednich edycjach ze wsparcia KRF skorzystały także start-upy, jak np. Intelclinic, Nutricus czy Beer Fingers. – Bartosz Głodowski był uczestnikiem naszego programu kilka lat temu. Do jego pomysłu – Beer Fingersów, czyli podwojonych paluszków, wielu podchodziło sceptycznie. Jednak to właśnie on został zwycięzcą polskiej edycji Dragons' Den – dzięki swojej paali, charyzmi i dołemu przygotowaniu marketingowemu – mówi Adrian Miłogon. (IMWA)