

Outsourcing Narzędzie do polepszenia wizerunku firmy

Umiejętności idą za outsourcerem

Wartość i wizerunek firmy są wynikiem oceny kompetencji. I przełożenia ich na biznesowy sukces.

— Zaryzykowałbym stwierdzenie, że outsourcing w Polsce nie jest jeszcze wystarczająco wykorzystywany do poprawy wizerunku firm. Na razie jest postrzegany głównie jako przekazanie na zewnątrz pracy, której firma nie może wykonać sama — zauważa Grzegorz Młynarczyk, odpowiadający za ofertę Software Mind w zakresie outsourcingu IT.

A jednak outsourcing zaczyna być odbierany jako element efektywnego zarządzania firmą, lepszego wykorzystania budżetu i czasu. Świadczy o sprawności menedżerów.

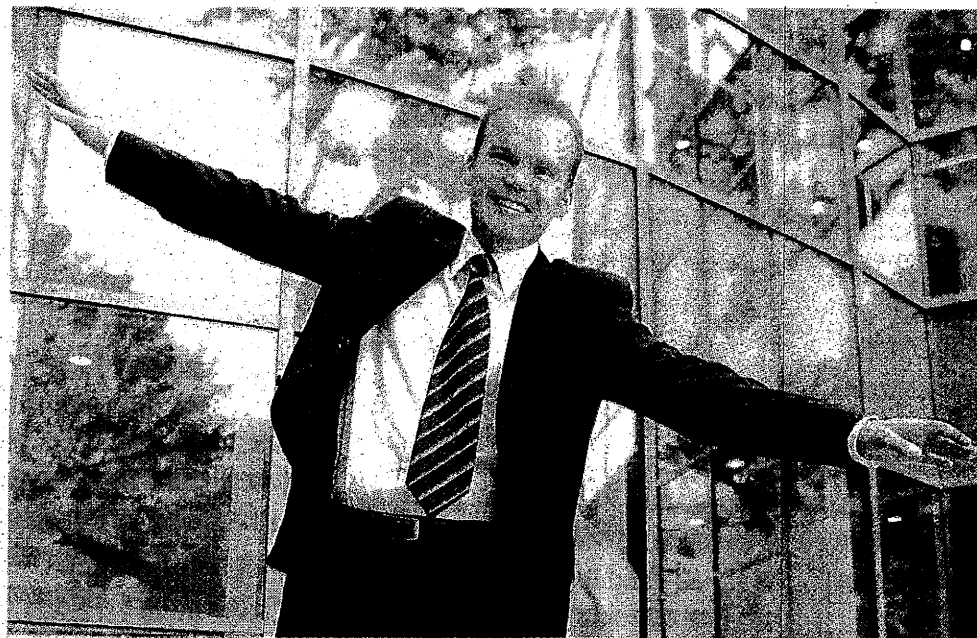
— Na rynku obecnych jest wielu dostawców, a firma, która potrafi umiejętnie korzystać z ich potencjału, z całą pewnością jest bardziej efektywna. Outsourcing nie jest panaceum na bóleczki, ale może być rozsądnym rozwiązaniem w określonych przypadkach — dodaje Grzegorz Młynarczyk.

Często outsourcing to domena firm nowoczesnych, sprawnie zarządzanych i stale monitorujących koszty.

Dobrze wybrać

Samo korzystanie z usług outsourcingowych nie zapewni dobrego wizerunku.

— Wiele zależy od partnera, którego wybieramy na dostawcę usług outsourcingowych. Jeśli jest wiarygodny, sprawdzony, ma bogate doświadczenie i referencje — skorzysta na tym podmiot decydujący się na outsourcing. Jeśli dostawca



jest niepewny, to i wiarygodność firmy zagrożona — opisuje Arnold Nowak, prezes Itelligence.

Pozytywny wizerunek zyskują firmy, które wykorzystując outsourcing, komunikują rynkowi, że skupiają się tylko na tych obszarach, w jakich są najlepsze.

— Wydzielenie działań spoza obszaru własnej specjalizacji pod zarządek profesjonalistów pozwala firmie sprawniej działać. W oczach innych podmiotów staje się zatem bardziej profesjonalna, dla rynku inwestycyjnego zaś wiarygodna i wartościowa — twierdzi Adam Gębski, menedżer ds. sprzedaży ZETO w Poznaniu.

Outsourcing jest narzędziem do poprawy wizerunku, ale nie uni-

wersalnym. Wszystko zależy od jego zastosowania.

— Rozwój organiczny, akwizycja czy też outsourcing mają swoje pluse i minusy, tym samym powinny być stosowane w różnych sytuacjach — podkreśla Grzegorz Młynarczyk.

Czują inwestor

Inwestorzy, jako część najbliższego otoczenia przedsiębiorstwa, są szczególnie wrażliwi na zmiany w jego funkcjonowaniu.

— Pozytywnie odbierają każdą informację o „odchudzaniu” firmy, a przecież outsourcing na tym polega — zauważa Arnold Nowak.

Według Grzegorza Młynarczyka, outsourcing świadczy o tym, że

FACHOWCY

Według Grzegorza Młynarczyka z Software Mind, outsourcing świadczy o tym, że firma potrafi korzystać z dodatkowego narzędzia biznesowego, czyli elastycznie zarządzać i szukać możliwości zwiększenia wartości przedsiębiorstwa. fot. ARC

firma potrafi korzystać z jeszcze jednego narzędzia biznesowego i jeśli tylko jest ono używane rozsądnie, staje się dowodem elastycznego zarządzania i szukania możliwości zwiększenia wartości przedsiębiorstwa w każdym obszarze. Tego typu działania z całą pewnością są przez inwestorów doceniane.

— Oczywiście, przedsiębiorstwa nie powinny oddawać pod opiekę firmie zewnętrznej całości kluczowych procesów czy kompetencji, gdyż może to negatywnie wpłynąć na ocenę przedsiębiorstwa w oczach inwestorów — dodaje Grzegorz Młynarczyk.

Jan Kalinski

j.kalinski@pb.pl • 022-333-99-35