

Innowacyjny start

nr **1** (4) 2007 marzec

Periodyk wydawany przez Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego w ramach środków finansowych z Unii Europejskiej



VI Forum Innowacji

Triada Design

Samorząd a przedsiębiorca

Klastry w Małopolsce

E-Biznes

temat numeru

wzornictwo przemysłowe



Wydawca:

Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego
Departament Gospodarki i Infrastruktury
31-542 Kraków, ul. Kordylewskiego 11
tel.: 012 29-90-600, 012 29-90-654
www.wrotamalopolski.pl
www.malopolskie.pl

Opracowanie graficzne:

Dom Wydawniczy Officina

Druk:

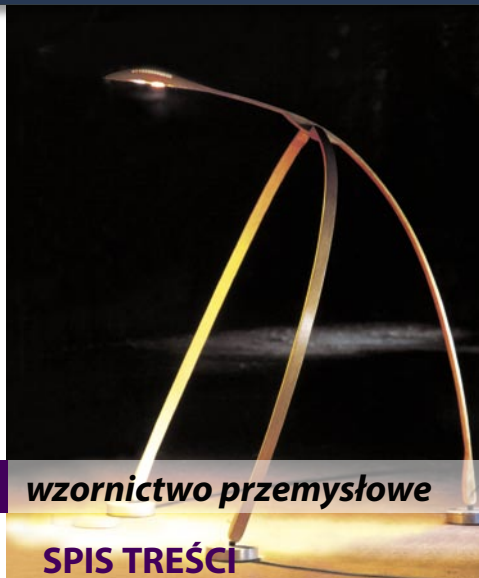
Drukarnia „AB” Agata Batko
ul. Sokołowskiego 19, 31-436 Kraków

Zdjęcia:

z archiwum DW Officina i Redakcji „Innowacyjnego Startu”

Nakład:

2500 egzemplarzy



Łukasz Mamica
Redaktor Naczelny

wzornictwo przemysłowe

SPIS TREŚCI

Wydarzenia. Co się dzieje w regionie?	2
Wzornictwo przemysłowe	3
Co słyhać w nauce? ASP w Krakowie	5
Technologie. Wzornictwo przemysłowe w CLPO	8
Znaleźć człowieka: A. Szwaja, T. Wagner	11
Historia sukcesu: Triada Design	13
Nauka. Foresight: teoria i praktyka	14
Współpraca międzynarodowa	16
Komu innowacje	18
Współpraca się opłaca. Klastery w Małopolsce	20
Plan na biznes. Zostań skutecznym...	22
Własna firma. Podstawowe obowiązki...	23
E-biznes. Co zmienia „E” w biznesie	25
MŚP a Unia Europejska	27
Gdzie założyć firmę? „Business Park Zawila”	28
Nauka w przyszłości. Designerzy zdrowej...	29

Wzornictwo przemysłowe stanowi istotny czynnik decydujący o atrakcyjności sprzedawanych wyrobów. Jest ono swoistą wizytówką produktu, która w wielu wypadkach decyduje o dokonaniu zakupu. Warto więc bliżej przyrzeć się problematyce wzornictwa przemysłowego, które właśnie w Krakowie ma swoje mocne zaplecze intelektualne. Wciąż wielu przedsiębiorców nie ma świadomości, iż krakowska Akademia Sztuk Pięknych posiada odrębny Wydział Form Przemysłowych. Mam nadzieję, iż zamieszczona w tym numerze periodyku Innowacyjny Start szersza prezentacja wspomnianego Wydziału autorstwa jego dziekana profesora Jana Nuckowskiego będzie inspiracją dla wielu firm w Małopolsce w zakresie nowego sposobu zwiększenia własnej konkurencyjności. Interesującym przykładem łączenia wiedzy akademickiej z praktyką gospodarczą jest firma *Triada Design* założona i prowadzona przez wykładowców wspomnianego Wydziału Form Przemysłowych. Prezentacja filozofii jej funkcjonowania i zdobytych osiągnięć stanowi jeszcze jeden z dowodów na konieczność i celowość powstawania w regionie firm na pograniczu szkolnictwa wyższego i biznesu. Przedstawiamy również absolwentów wspomnianego Wydziału, pokazując związek kształcenia z ich życiem zawodowym.

Charakter branżowego podejścia do wzornictwa przemysłowego posiada prezentowane tu Centralne Laboratorium Przemysłu Obuwniczego. Jednostka ta jest jednym z inicjatorów powołania Regionalnego Centrum Wzornictwa Przemysłowego, które to zadanie zostało wpisane do Regionalnej Strategii Innowacji. Inną formą zorganizowanej współpracy na polu wdrażania rozwiązań innowacyjnych są klastery.

W tym numerze periodyku przedstawiamy co dzieje się aktualnie w tym zakresie w Małopolsce, a zakres inicjatyw jest imponujący. Informujemy także o nowatorskim projekcie *foresightu* regionalnego, który realizowany jest wspólnie przez Akademię Górniczo Hutniczą, Małopolską Szkołę Administracji Publicznej Akademii Ekonomicznej w Krakowie i Politechnikę Krakowską. Być może zdefiniowane priorytety rozwoju technologicznego w Małopolsce uda się zrealizować dzięki środkom finansowym funduszy strukturalnych UE, jakie będą dostępne na lata 2007-2013. Ten nowy okres programowania, wraz z koniecznością racjonalnego wykorzystania wspomnianych funduszy, stanowi wyzwanie dla nowych władz samorządowych. O relacjach pomiędzy przedsiębiorcami a władzą samorządową pisze w swym kolejnym felietonie Krzysztof Gulda Wicedyrektor Departamentu Rozwoju Gospodarki w Ministerstwie Gospodarki.

Poza tradycyjnym przedstawieniem atrakcyjnych miejsc lokalizacji firm w regionie, tym razem omawiamy także uwarunkowania związane z umiejscowieniem działalności gospodarczej w świecie wirtualnym.

Łukasz Mamica

**Innowacyjny
start**

Redaktor Merytoryczny: dr Łukasz MAMICA (Akademia Ekonomiczna w Krakowie)

Sekretarz Redakcji: Piotr KOPYCIŃSKI (Małopolska Szkoła Administracji Publicznej Akademii Ekonomicznej w Krakowie)

Zespół Redakcyjny:

Tomasz BLUSZCZ (Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego), Maciej CZARNIK (Centrum Innowacji Transferu Technologii i Rozwoju Uniwersytetu, UJ), Joanna DOMAŃSKA (Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego), Łukasz FRYDRYCH (Krakowski Park Technologiczny Sp. z o.o.), Katarzyna KUCHARSKA (Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego), Jadwiga WIDZISZEWSKA, Małgorzata BOREK (Centrum Transferu Technologii, Politechnika Krakowska), Leszek SKALNY (Tarnowska Agencja Rozwoju Regionalnego)

Kontakt z redakcją:

tel.: (012) 299-06-00, (012) 299-06-67; fax: (012) 299-06-54; e-mail: tomasz.bluszcz@umwm.pl



VI Forum Innowacji

8 listopada 2006 r. w Międzynarodowym Centrum Kultury w Krakowie odbyło się VI Forum Innowacji „Wpływ przedsięwzięć technologicznych na rozwój regionalny. Obecne i przyszłe koncepcje wspierania firm typu *start-up* i *spin-off* wdrażane w europejskich regionach”. Konferencję otworzył Marszałek Województwa Małopolskiego, a zorganizowana ona została w ramach projektu Inter Get-Up przez jego polskich partnerów – Departament Gospodarki i Infrastruktury Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego, Uniwersytet Jagielloński – Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, oraz Tarnowską Agencję Rozwoju Regionalnego S. A.

W spotkaniu wzięło udział około 130 uczestników, w tym zagraniczni partnerzy projektu. Swoimi doświadczeniami w zakresie wsparcia i tworzenia firm typu *spin-off* i *start-up* podzielili się goście z Austrii, Włoch, Norwegii i Niemiec. Sytuację firm typu *spin-off* i *start-up* w Polsce przedstawili reprezentanci instytucji regionalnych i rządowych – Wrocławskiego Centrum Transferu Technologii, Ministerstwa Go-

spodarki, Departamentu Polityki Regionalnej i Przestrzennej UMWM, Małopolskiej Agencji Energii i Środowiska Sp. z o.o., Jagiellońskiego Centrum Innowacji oraz Tarnowskiej Agencji Rozwoju Regionalnego S. A. Poszczególne prezentacje zostały zamieszczone na stronie <http://www.malopolskie.pl/Gospodarka/InterGetUp>.

Na konferencji miało miejsce oficjalne zakończenie konkursu „Mój Biznesplan” organizowanego w ramach projektu Inter Get-Up. Konkurs jest jednym z założeń projektu. Jako pierwsi przeprowadzili go nasi partnerzy z Turynii i Tyrolu, dzięki temu w Małopolsce można było wykorzystać doświadczenia instytucji niemieckich i austriackich działających w obszarze małej i średniej przedsiębiorczości. „Tworząc program i regulamin konkursu uwzględniono jednak sytuację i problemy małopolskiego rynku gospodarczego. Dotychczasowa realizacja projektu INTER GET UP dała polskim partnerom wiedzę m.in. na temat istniejących obaw dotyczących inwestowania i zakładania firm. Jednym z zadań, które Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej realizuje w projekcie jest

monitoring warsztatów prowadzonych przez Instytut w celu aktywizacji obywateli do zakładania firm (również w ramach projektu). Z ankiet, przeprowadzonych do tej pory trzykrotnie, wynika, że największe obawy dotyczą:

- niemożności oszacowania szans powodzenia na rynku;
- konkurencji;
- kapitału początkowego i inwestycyjnego (brak kapitału, wysokie oprocentowanie kredytów);
- niejednolitych, niejednokrotnie sprzecznych, często zmieniających się przepisów prawnych”.

Konkurs miał na celu pobudzić aktywność Małopolan do zakładania własnej działalności gospodarczej. Podzielono go na trzy etapy, za przeprowadzenie I etapu Konkursu (szkolenia z zakresu biznesplanu) odpowiedzialny był Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UJ, za II etap (konsultacje z ekspertem) – Departament Gospodarki i Infrastruktury Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego. Trzeci etap – prezentacja stworzonych biznesplanów oraz wręczenie

ŁUKASZ FRYDRYCH

Charakterystyka wzornictwa przemysłowego

nagród podczas VI FORUM INNOWACJI, organizowany był wspólnie przez wszystkich małopolskich partnerów projektu (IDIKS, UMWM, TARR.S.A).

Podziękowanie za zaangażowanie i udział w Konkursie „Mój Biznesplan” otrzymali:

1. Pani Kamila Polak reprezentująca firmę produkcyjno-handlowo-usługową Barocco – Rękodzieła Artystyczne. W ramach działalności firmy, od sierpnia 2006 roku produkowane są wyroby z masy solnej (ozdoby, pamiątki).
2. Pani Aneta Żuchowicz, Pan Janusz Sztot oraz Pan Paweł Zakrocki autorzy biznesplanu „Grotta Solna SOLIK”. Firma SOLIK planuje oferować swoim klientom kurację świeżym jodowanym powietrzem, która poprawia samopoczucie, wzmacnia organizm.

Laureatom wręczono tytuły Złotego, Srebrnego oraz Brązowego Biznesplanu 2006 roku.

Wyróżnienie II stopnia i tytuł Brązowego Biznesplanu 2006 roku otrzymała Pani Urszula Oprzędek za biznesplan „Pokoje gościnne ANNA”. Kapituła Konkursu doceniła szczegółowo przygotowany budżet, czytelność opisu biznesplanu, rzeczowy / finansowy / intelektualny wkład w przedsięwzięcie oraz zwięzłe i klarow-

Według klasycznej definicji Thomasa Maldonado wzornictwo przemysłowe to „działalność twórcza, której celem jest określenie formalnych wartości przedmiotów wytworzonych przez przemysł. Do tych wartości formalnych zalicza się cechy zewnętrzne produktów, ale przede wszystkim te strukturalne i funkcjonalne relacje, które przekształcają produkt w spójną całość z punktu widzenia wytwórcy i nabywcy”.



Wzornictwo przemysłowe jest dyscypliną mocno związaną z gospodarką i ma bogate tradycje na kontynencie europejskim. Termin ten określa ogół działań związanych zarówno z opracowywaniem wzorów przedmiotów przeznaczonych do produkcji masowej, doboru odpowiedniego tworzywa, zaprojektowaniem wygodnego kształtu oraz modnego wyglądu. Pomimo zależności od aktualnej mody i jej trendów wzornictwo przemysłowe posiada własne zasady projektowania. W wielu przypadkach jest ono kojarzone ze stylizacją.

W aspekcie gospodarczym wzornictwo jest jedną z ważniejszych faz tworzenia produktu, mającej mocne znaczenie ekonomiczne oraz wpływ na zwiększenie jego atrakcyjności i konkurencyjności. W związku z faktem wyrównywania się standardów światowych, produkty oryginalne i atrakcyjne wizualnie są bardziej

ciąg dalszy na stronie 4



ne przedstawienie pomysłu na biznesplan oraz promocję przedsięwzięcia. Firma Pokoje Gościnne ANNA udostępnia swoje usługi od lipca 2006 roku w miejscowości Myślenice, które są ważnym zapleczem turystyczno-rekreacyjnym dla mieszkańców Krakowa i Śląska. Swoje usługi kieruje do klientów średnio zamożnych (firm i osób indywidualnych).

Wyróżnienie I stopnia i tytuł Srebrnego Biznesplanu 2006 roku przyznano za biznesplan „Holografia artystyczna, produkcja i sprzedaż” przygotowany przez Panią Agnieszkę Wilczyńską-Jaroch decyzją Kapituły Konkursu otrzymała na największą punktów kolejno w kategoriach: szczegółowość budżetu, pomysłowość, zwięzłość i klarow-

ność przedstawionego pomysłu na biznesplan, rzeczowy / finansowy / intelektualny wkład uczestnika w przedsięwzięcie, zaproponowaną promocję przedsięwzięcia oraz czytelność opisu biznesplanu. Pani Agnieszka Wilczyńska-Jaroch reprezentuje firmę Holoart. Holografia artystyczna www.holoart.pl. Firma została założona w czerwcu 2006 roku i swoje usługi z zakresu holografii artystycznej kieruje do turystów (głównie zagranicznych), firm i osób indywidualnych

Laureatem Konkursu pn. „Mój Biznesplan” realizowanego w ramach projektu Inter Get Up współfinansowanego ze środków Inicjatywy Wspólnotowej INTERREG III C została Pani Karina Grygierek, która otrzymała tytuł Złotego Biznesplanu Roku 2006. „Biznesplan dla nowej agencji public relations PR Inspiration” przygotowany przez Panią Karinę Grygierek otrzymał najwięcej punktów w kategorii: pomysłowość, zwięzłość i klarowność przedstawionego pomysłu na biznesplan, rzeczowy/finansowy/intelektualny wkład uczestnika w przedsięwzięcie oraz kolejno w kategorii czytelność opisu, szczegółowość budżetu i zaproponowaną promocję przedsięwzięcia. PR to agencja oferująca kompleksowe usługi *public relations* oraz doradztwo

w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania. PR swoje usługi kieruje do wszystkich branż ze szczególnym uwzględnieniem branży IT. Firma PR Inspiration (www.prinspiration.pl) działa od kwietnia 2006 roku. Mocnym wejściem na rynek firmy PR Inspiration była kampania społeczna „Kraków przyjazny maluchom” której celem było poszukiwanie miejsc przyjaznych dzieciom w Krakowie, czyli takich w których rodzice z małymi dziećmi będą zawsze mile widziani.

Podczas konferencji przedstawicielka partnera wiodącego z Niemiec podkreśliła, że projekt Inter Get-Up został wymieniony na liście najlepszych projektów Inicjatywy Wspólnotowej INTERREG III C („INTERREG III C Good Practice Survey”), a jedno z działań Departamentu Gospodarki i Infrastruktury Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego realizowane w ramach projektu Inter Get-Up, w postaci utworzenia i działania punktu informacyjnego dla przedsiębiorców, który mieści się w Krakowie, ul. Kordylewskiego 11, VII piętro, pok. 710, zostało wpisane na listę dobrych praktyk.

Opracowanie własne

* Dr Agnieszka Hess „Konkurs na biznesplan”



wartościowe i lepiej rozpoznawalne na rynku. Wzornictwo, oprócz kształtowania zewnętrznej formy przedmiotów ma także wpływ na ich przeznaczenie, technologię, ergonomię, innowacyjność i przyjazność dla środowiska. Wzornictwo jest zatem czymś w rodzaju ogniwa gospodarki i elementem kultury narodowej jednocześnie, ma za zadanie przynosić konkretne i wymierne zyski.

W krajach Unii Europejskiej wzornictwo przemysłowe od wielu lat odgrywa ważną rolę w procesie tworzenia produktów i ma realny wpływ na rozwój ekonomiczny regionów i społeczności. W krajach członkowskich istnieją instytucje odpowiedzialne za promocję wzornictwa, a rządy państw liczących się gospodarczo aktywnie wspierają jego rozwój. Sposób, w jaki „uprawia się” w nich wzornictwo przemysłowe nie jest jednak jednolity, a formy organizacyjne i instytucjonalne są bardzo różne. W zależności od kraju i uwarunkowań historycznych dziedziną wzornictwa przemysłowego zajmują się: centra prywatne, fundacje non-profit, biura projektowe lub instytucje powstałe w wyniku rządowych programów. Wszystkie one spełniają jednak podobny cel, jakim jest inspirowanie i zachęcanie przemysłu do przyjęcia strategii rozwojowych opartych na innowacji i designie oraz na wysokiej efektywności działań w tej dziedzinie.

Dobrym przykładem są instytucje i systemy funkcjonujące w Niemczech, Hiszpanii, Irlandii, czy Finlandii. W krajach tych opracowano długofalowe plany aktywizacji gospodarczej z udziałem wzornictwa. Przykładowo w Finlandii, wzornictwo jest kluczowym elementem strategii państwa, a w Irlandii i Szwecji wdrażane były rządowe programy, poparte bardzo znacznymi nakładami finansowymi. W krajach takich jak Niemcy czy Wielka Brytania struktury wspierania wzornictwa są stałym elementem polityki rządów. Podobne programy istnieją także poza Europą, tj. w USA, Kanadzie, Australii, Nowej Zelandii, Japonii oraz Korei Południowej.

Nie jest przypadkiem, że 8 pierwszych miejsc wśród państw o najbardziej kon-

kurencyjnych gospodarkach zajmują kraje przodujące w wykorzystywaniu wzornictwa przemysłowego. Raporty z badań przeprowadzonych na wyspach brytyjskich wykazały, iż 80% przedsiębiorstw stosujących wzornictwo przemysłowe odnotowało 40-to procentowy wzrost zysku. Łatwo zrozumieć zatem, dlaczego nakłady na promocję i rozwój wzornictwa w państwach rozwiniętych sięgają kilku, a nawet kilkudziesięciu milionów euro rocznie (przykładowo: w Danii wynosiły ok. 3,5 mln, czy w Wielkiej Brytanii nawet 20 mln euro).

Wzornictwo przemysłowe staje się także elementem polityki rządów państw Europy Środkowo-Wschodniej, jednak obszar ten,



w porównaniu do skali ogólnoswiatowej, nadal odgrywa marginalne znaczenie.

Polski rynek wzornictwa przemysłowego jest słabo rozwinięty, m.in., dlatego, że do niedawna nie było ono w ogóle uwzględniane w tworzeniu strategii gospodarczej państwa i regionów. Stan polskiego wzornictwa można rozpatrywać na dwóch płaszczyznach: edukacji i działalności zawodowej. W Polsce nie było tradycji kształcenia w tym kierunku (podejmowały je jedynie Akademie Sztuk Pięknych), nie wydawano publikacji oraz nie prowadzono badań na ten temat. Tylko niewielka część absolwentów (szacunkowo 10%) znajdowała pracę w swoim zawodzie, a sztuka projektowania nie była znana producentom.

Obecnie wzornictwo przemysłowe w Polsce, obsługiwane jest przede wszystkim przez duże komercyjne firmy, których oferta skierowana jest do średnich i dużych przedsiębiorców. Świadczone przez nie usługi są czysto komercyjne, firmy nie prowadzą badań ani analiz rynkowych. Na rynku działają też mniejsze firmy projektowe, ale ich liczba jest niewspółmierna do potrzeb przemysłu i potencjału środowiska projektantów. Niestety, polscy producenci w niewielkim stopniu korzystają z usług projektantów, przez co popyt i podaż w tym obszarze pozostają nie do końca zaspokojone i istniejące potencjały pozostają wciąż niewykorzystane.

W Polsce funkcjonuje także centralna instytucja – Instytut Wzornictwa Przemysłowego. Do jego zadań należy prowadzenie interdyscyplinarnych badań naukowych, rozwojowych i projektowych. Jednym z ważniejszych działań dotyczy problematyki uwzględniającej potrzeby rynku w zakresie wzornictwa, jak i badanie relacji zachodzących między projektantem, producentem (szczególnie z sektora MSP) i użytkownikiem – nabywcą produktu finalnego. W szczególności przedmiotem badań jest stopień wykorzystania wzornictwa w tworzeniu nowego, innowacyjnego produktu, a także korzyści, jakie mogą uzyskać przedsiębiorstwa, dzięki wprowadzeniu do produkcji wyrobów o atrakcyjnym wzornictwie (wzrost sprzedaży i zysków, poprawa konkurencyjności, poszerzenie rynków zbytu, umocnienie wizerunku firmy na rynku). Instytut Wzornictwa Przemysłowego ma także na celu stymulowanie rozwoju polskiego wzornictwa przemysłowego oraz kierunkowanie wzornictwa polskich produktów na podstawie analizy światowych trendów. Wiele wyrobów opracowanych w Instytucie uzyskało certyfikaty, patenty¹ i prawa ochronne na wzory użytkowe². Ogółem w Polsce w roku 2005 zgłoszono 1 895 wzorów przemysłowych³ (zdobniczych), z czego 1 773 stanowiły zgłoszenia krajowe oraz 644 wzorów użytkowych w tym 600 krajowych. Ogółem w roku 2005 udzielono w Polsce 2 522 patentów. To mierniki, na podstawie, których możemy szacować skalę zjawiska w naszym kraju.

Obecnie rynek światowy wymusza na producentach oferowanie wyrobów dostosowanych do wymagań (również w zakresie designu) partnerów handlowych. Dotyczy to zwłaszcza eksporterów, którzy muszą oferować wyroby dostosowane do aktualnych trendów we wzornictwie światowym. *Corporate Identity*⁴ to także jeden z najważniejszych elementów określających tożsamość firmy, budujący wizerunek marki i wyznaczający jej pozycję na rynku. Jeżeli chodzi o Polskę, to doskonale radzą sobie wyroby ze szkła, porcelany i ceramiki, wyróżniające się oryginalną (tradycyjną) myślą projektową. Również poziom wzornictwa polskich mebli nie odbiega od dobrego standardu światowego. Niestety, w innych branżach Polska nie często może pochwalić się oryginalnym, własnym wzornictwem. Problemem jest także to, że wyroby rzadko sygnowane są nazwiskami polskich projektantów, a firmy po prostu nie stać na zatrudnienie profesjonalnego projektanta i poniesienie ryzyka wprowadzenia oryginalnego wzoru na rynek. Brak mechanizmów stymulujących innowacyjność wyrobu oraz ubezpieczających przed

wspomnianym ryzykiem tworzą swoistą blokadę rozwoju produktu.

Małopolska posiada spory potencjał jednostek naukowych i rozwojowych, składających zgłoszenia patentowe. Na 138 instytucji B + R, placówek naukowych i jednostek rozwojowych zgłaszających patenty w 2005 r. w Polsce 15 pochodziło z Małopolski. Taka ilość zgłoszeń patentowych plasuje nasz region w czołówce krajowej. Temat wzornictwa przemysłowego jest blisko związany z rzemiosłem⁵. Ta forma działalności gospodarczej ukierunkowana jest na branże, które powinny w największym stopniu absorbować nowości z dziedziny wzornictwa (budownictwo, produkcja materiałów budowlanych, metalowych, drewnianych, branża tekstylna, elektrotechniczna i elektroniczna, spożywcza oraz rzemiosło artystyczne). W skali kraju Małopolska jest regionem posiadającym również dużą tradycję rzemiosła. W regionie małopolskim skupieni są liczni producenci, którzy dysponują światowej klasy technologiami oraz doświadczonymi fachowcami rzemieślnikami. Potrzeba jednak platformy współpracy, by wyspecjalizować region w tej dziedzinie, absorbować nowości z dziedziny wzornictwa i skutecznie konkurować z producentami europejskimi. Jednym z elementów obecnej Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Małopolskiego jest opracowanie zasad funkcjonowania Regionalnego Centrum Wzornictwa Przemysłowego – Design Centrum, co świadczy o zrozumieniu roli, jaką pełni wzornictwo przemysłowe w nowoczesnych gospodarkach. Stosowanie wzornictwa przemysłowego jest elementem innowacyjności – inną, sprawdzoną metodą podnoszenia konkurencyjności regionów, więc warto w nią inwestować. II

LUKASZ FRYDRYCH

KPT Sp. z o.o., www.sse.krakow.pl

1. **Patent** [łac.] dok. stwierdzający własność wynalazku i wyłączne prawo do korzystania z niego w sposób zarobkowy lub zawodowy przez osoby fizyczne lub prawne, które złożyły wniosek (tzw. zgłoszenie patentowe). Patent jest ważny przez 20 lat i dotyczy tylko kraju, w którym zgłoszono wynalazek.
2. **Wzór użytkowy** to nowe i użyteczne rozwiązanie o charakterze technicznym, dotyczące kształtu, budowy i zestawienia przedmiotu o trwałej postaci, użyteczność takiego rozwiązania wyraża się możliwością osiągnięcia celu mającego praktyczne znaczenie. Czas trwania prawa ochronnego na wzór użytkowy jest krótszy i wynosi w Polsce 6 lub 10 lat od daty zgłoszenia.
3. **Wzór przemysłowy** to nowa i posiadająca indywidualny charakter postać wytworu lub jego części, nadana mu przez cechy linii, konturów, kształtów, kolorystykę i strukturę. Wytworem jest każdy przedmiot wytworzony w sposób przemysłowy lub rzemieślniczy, obejmujący w szczególności opakowanie, symbole graficzne oraz kroje pisma typograficznego.
4. **Corporate Identity** oznacza Identyfikację Wizualną firmy i jej produktów.
5. **Rzemiosło** to zawodowe wykonywanie działalności gospodarczej we własnym imieniu i na swój rachunek przez osobę fizyczną, posiadającą udokumentowane kwalifikacje.

AKADEMIA SZTUK PIĘKNYCH W KRAKOWIE

WYDZIAŁ FORM PRZEMYSŁOWYCH



Ogólne informacje o Wydziale

Wydział Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie otwarto w roku 1964. Była to wówczas pierwsza tego typu jednostka dydaktyczna w Polsce. Siedzibą Wydziału jest budynek dawnego Muzeum Techniczno-Przemysłowego przy ulicy Smoleńsk 9. Fakt ten ma znaczenie symboliczne – zarówno Twórcy Wydziału, jak i dzisiejsi jego gospodarze, pracownicy dydaktyczni czują się spadkobiercami idei polskiej sztuki stosowanej; myśli zrodzonej na przełomie XIX i XX wieku, a wyrażającej się w odnowie rzemiosła, budowie relacji pomiędzy przemysłem a sztukami pięknymi oraz działalnością dydaktycznej na rzecz tej idei.

Wydział Form Przemysłowych kultywując najlepsze tradycje uniwersyteckie zarazem śmiało podąża drogą awangardy projektowej. Wydział kształci w zakresie wzornictwa, dziedziny twórczości integrującej elementy sztuki, nauki i techniki. Program dydaktyczny Katedr i Pracowni łączy troskę o środowisko i ergonomię z współczesnymi odczuciami estetycznymi. Praca badawczo-naukowa i dydaktyczna rozwijana jest w dziedzinach, takich jak metodyka projektowania, ergonomia, projektowanie produktu, projektowanie komunikacji wizualnej.

Studia na Wydziale Form Przemysłowych to zarówno studia dzienne, stacjonarne 5-letnie magisterskie, jak i niestacjonarne, dwustopniowe – 3-letnie licencjackie oraz 2-letnie uzupełniające magisterskie. Absolwenci legitymują się tytułem zawodowym licencjata lub magistra sztuki w zakresie projektowania form przemysłowych i projektowania komunikacji wizualnej.

W ofercie edukacyjnej znajdują się również studia doktoranckie. Absolwenci naszej szkoły cieszą się uznaniem znajdując zatrudnienie w instytucjach o charakterze badawczo-naukowym, biurach projektowych w kraju i na świecie.

Wydział współpracuje z wieloma instytucjami krajowymi w tym z Centralnym Instytutem Ochrony Pracy, Instytutem Wzornictwa Przemysłowego, Komitetem Badań Naukowych, Komitetem Ergonomii i Komisją Ergonomiczną Polskiej Akademii Nauk, Politechniką Krakowską, AGH, Uniwersyteciem Jagiellońskim, Stowarzyszeniem Projektantów Form Przemysłowych.

Wydział Form Przemysłowych przywiązuje dużą wagę do kontaktów z zagranicznymi ośrodkami kształcenia i praktyki zawodowej. W szczególności dotyczy to wymiany studentów i pedagogów z wieloma europejskimi szkołami projektowymi,

ciąg dalszy na stronie 6

która odbywała się w ramach programów Erasmus oraz Cumulus.

Z powodzeniem rozwijane są międzynarodowe programy badawcze. Od października 2001 do kwietnia 2003 Wydział Form Przemysłowych ASP w Krakowie realizował projekt HUMANTEC objęty 5. Programem Ramowym Komisji Europejskiej. Jego przedmiotem była humanizacja pracy biurowej w oparciu o obecny i przewidywany stan technologii informatycznej.

W tym samym Programie Ramowym mieścił się projekt badawczy IDIA, poświęcony „współdziałaniu wzornictwa i inteligentnej technologii w tworzeniu dostępnych miejsc pracy” i dwa programy; Mac Man Project – ochrony bioróżnorodności i Alarm – popularyzacji zagadnień ochrony środowiska, realizowane we współpracy z naukowcami z Uniwersytetu Jagiellońskiego. Od wielu lat Wydział i Fundacja „Rzecz Piękna”, przy współudziale Galerii Bunkier Sztuki, organizują Biennale Sztuki Projektowania. Kolejnym edycjom Biennale – „Krzeseł”, „Lampa”, „Zegar”, „Zabawka” i „Stół” towarzyszyło ogromne zainteresowanie tak projektantów jak i mediów.

Krakowski Wydział Form Przemysłowych, jako jedyna polska szkoła projektowania, zaprezentowała projekty studenckie na wystawie „European Way(s) of Life”, odbywającej w ramach festiwalu designu europejskiego Exposition europeenne de design – Paryż – Carrusel du Louvre w „Carusel du Louvre” w Paryżu w roku 2002 i konferencji Cumulus.

W związku z jubileuszem Katedry Komunikacji Wizualnej przygotowana została specjalna wystawa prac studentów i pedagogów, którą zaprezentowano we wrześniu 2003 w ramach Międzynarodowego Triennale Plakatu w Trnawie na Słowacji, a następnie w galerii Uniwersytetu Technicznego w Koszycach i Galerii Alternativa w Zlinie w Czechach, galerii „Galurija” Akademii Sztuk Pięknych w Zagrzebiu (Chorwacja), Kopenhadze (Dania), Budapeszcie (Węgry), Springfield (USA).

W grudniu 2003 Wydział brał udział w wystawie „Polen viser frem” („Polska wyznacza drogę”), prezentującej osiągnięcia polskiego wzornictwa w Kopenhadze.

We wrześniu 2004 r. miała miejsce prezentacja prac studenckich w ramach 4. Międzynarodowego Biennale Projektowania w Saint Etienne, stanowiąca część ekspozycji objętej wspólnym hasłem: „Wobec konsumpcji”. Polska była honorowym gościem Biennale. Polska ekspozycja została wyróżniona główną nagrodą Biennale. ■

JAN NUCKOWSKI prof. ASP

Dziekan Wydziału Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie

Prezentacja jednostek Wydziału Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych

Katedra Podstaw Projektowania

Katedra Podstaw Projektowania jest jednostką naukowo-dydaktyczną organizującą proces dydaktyczny oraz sprawującą nadzór programowy w zakresie podstawowego kształcenia kierunkowego na Wydziale Form Przemysłowych.

Myśl programową jej założyciela, prof. Adama Wodnickiego, kontynuuje i rozwija zespół pracowników Katedry, prowadząc prace naukowo-badawcze o charakterze propedeutycznym, związane ze specyfiką i problemami kształcenia podstawowego. Zajęcia z zakresu kształcenia kierunkowego pełnią, zgodnie ze swymi założeniami, dwoistą funkcję: są bazą poznawczą dla świadomych, emocjonalnie dojrzałych, racjonalnie motywowanych decyzji projektowych i warsztatem działań otwartych na różne zamierzenia i inspiracje z pogranicza sztuki i design'u. Projektowanie w takim ujęciu jest rozumiane jako działanie w równym stopniu poznawcze, jak i kreacyjne, oraz traktowane jako proces, którego istotą jest poszukiwanie lub nadawanie porządku, struktury – w ich różnorodnych aspektach i związkach, zarówno logicznych jak semantycznych.



Natasza Salańska – Studium formy owada

Katedra Metodyki Projektowania

Celem kształcenia jest uzyskanie teoretycznej i praktycznej wiedzy o projektowaniu w zakresie wzornictwa przemysłowego. Istotne jest wykształcenie umiejętności planowania działań projektowych, analizy wybranego obszaru projektowania, selekcjonowania informacji, formułowania problemów projektowych, opracowywania scenariuszy przyszłych procesów użytkowych, sporządzania list założeń, weryfikacji rozwiązań na drodze prób i eksperymentów własnych oraz w oparciu o istniejące techniki i metody wspomagające projektowanie, formułowania wniosków oraz oceny stanu osiągniętej wiedzy. Stymulowane jest pogłębianie wiedzy o istniejących przedmiotach-produktach designu w celu identyfikacji idei, procesów użytkowych,



Bartłomiej Matuszek – Projekt stanowiska pracy ucznia w wieku 10-18 lat

skutków kulturowych, środowiskowych, społecznych przez nie spowodowanych. Proces dydaktyczny ma prowadzić do wykształcenia postawy weryfikującej zastaną rzeczywistość, otwartej na zmieniający się świat, w którym wartością nadrzędną jest człowiek.

Katedra Kształtowania Środków Pracy

Katedra Kształtowania Środków Pracy powstała w roku 1964 z inicjatywy współzałożyciela Wydziału prof. Zbigniewa Chudzikiewicza, który jako pierwszy w kraju wprowadził zagadnienia ergonomii do programu kształcenia projektantów wzornictwa. Podejmowane tematy obejmują za-



Malwina Antoniszczak – Projekt przegrody biurowej

gadnienia: kształtowanie narzędzi, maszyn i stanowisk pracy, jak również elementy wyposażenia domu, rekreacji, aż do pomocy dla osób niepełnosprawnych i starszych. Niejednokrotnie inspirowane są one pojawiającymi się potrzebami i ofertami przemysłu, instytucji naukowych, konkursami oraz programami współpracy międzynarodowej. Celem kształcenia jest rozwijanie umiejętności: analizy formy i funkcji obiektu technicznego oraz jego interakcji z człowiekiem, formułowania problemu projektowego, generowania nowych rozwiązań, korzystania z bazy informacyjnej z zakresu projektowania ergonomicznego.

Katedra Komunikacji Wizualnej

W obszarze zainteresowań Katedry Komunikacji Wizualnej znajdują się procesy intencjonalnej komunikacji, zawierające

się w schemacie: nadawanie, odbieranie i wykorzystywanie informacji zawartej w sygnałach postrzeganych zmysłem wzroku. Realizując swe zadania Katedra podejmuje zadania podstawowe i pracę dydaktyczną w obu sferach, posługując się racjonalnymi metodami. Celem jest stałe pogłębianie wiedzy związanej z problematyką komunikacji wizualnej oraz doskonalenie własnego programu dydaktycznego. Pracownicy Katedry w rozwijaniu swoistych metod posilają się wiedzą i doświadczeniem dyscyplin naukowych – psychologii, semiologii, ergonomii, teorii informacji czy logiki. Katedra z uwagą śledzi rozwój współczesnych środków przekazu informacji. Program nauczania obejmuje między innymi projektowanie znaków, systemów znaków, kompleksowej identyfikacji, systemów orientacji, grafiki opakowań, wizualizacji procesów itp.

Katedra Przestrzeni i Barwy

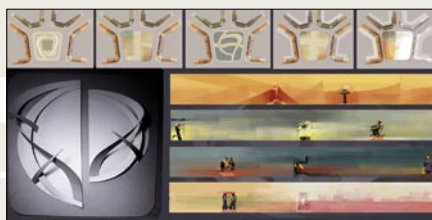
Program dydaktyczny Katedry Przestrzeni i Barwy założonej w 1964 roku przez



Dominika Konieczkowska – Projekt elementów identyfikacji krakowskiego ZOO (fragment)

prof. Antoniego Haskę ma na celu kształcenie umiejętności kompleksowego kształtowania otoczenia człowieka w imię dbałości o jego najwyższą jakość; w tym zakresie barwa jest uwzględniana w sposób szczególny, a w ocenie rozwiązań projektowych wyjątkową wagę przywiązuje się kryteriom estetycznym, informacyjnym i semantycznym, a niekonwencjonalność rozwiązań jest wysoko ceniona.

Wyznacznikami działania są nie tylko nauka i technika, ale inspiracje artystyczne z dziedziny sztuk wizualnych, literatury, muzyki i filmu. Podstawowe kształcenie obejmuje zagadnienia z zakresu teorii koloru i percepcji wizualnej, a wiedza ta jest później wykorzystywana w projektowaniu „wizerunków” miast, kompleksów architektonicznych, przestrzeni publicznych, aranżacji wnętrz zróżnicowanych funkcjonalnie, wystawach problemowych, wizualizacjach treści merytorycznych (hasła, idee), projektach wydawnictw – aż po projekty kolekcji mody; program eksperymentalny



Jacek Smolicki – Projekt aranżacji przestrzenno-kolorystycznej Placu Centralnego w Nowej Hucie

projektowania ubioru i tkanin „między unifikacją a indywidualizacją”.

Katedra Sztuk Wizualnych

Katedra Sztuk Wizualnych zajmuje się problematyką sztuk pięknych ze szczególnym uwzględnieniem ich aspektu wizualnego. Wyodrębnienie tej kategorii ma swoje uzasadnienie zarówno w XX-wiecznej tradycji integracji dyscyplin artystycznych, jak i w analizie historycznych zjawisk sztuki. Pojęcie „wizualności” zawiera w sobie specyficzną wiedzę i doświadczenie, które są pochodnymi wzrokowego poznania rzeczywistości oraz konstruowania komunikatów wizualnych. Katedra prowadzi



Katedra Sztuk Wizualnych. Wnętrze pracowni

również badania w zakresie rozwoju mediów kreacji artystycznej, w tym mediów cyfrowych, metod ich stosowania oraz problematyki percepcji polisensorycznej. Studiowanie problematyki – wspólnej sztuce i projektowaniu – odbywa się w sposób metodyczny, polegający na uwzględnieniu szczególnie tych zagadnień, które mogą być pomocne w indywidualnej pracy twórczej. Zainteresowania poszczególnych pracowników, a tym samym specyfika realizowanych ćwiczeń, odwołujących się między innymi do tradycji rzeźbiarskiej, malarstwa, graficznej oraz mediów elektronicznych dotyczą wartości poznawczych sztuki aktualnej.

Pracownia Projektowania Alternatywnego

Design, a w szczególności *industrial design*, to dyscyplina projektowa, która współdziała z rozwojem specyficznego „industrialnego” stylu życia. Wobec skrajnie rozumianej postawy projektowanie alternatywne zajmuje stanowisko ostrożne,



*Stanisław Półtorak
Projekt sandałów*

a nawet niekiedy opozycyjne, promując ze swojej strony kreowanie stylu życia bardziej z naturą symbiotycznego. Projektowanie alternatywne to również pobudzanie myślenia antyunifikacyjnego w sferze kultury życia codziennego. Różnorodność kulturowa świata to jego bogactwo. Poprzez podejmowanie tematyki projektowej celowo wyprowadzanej z rodzimej tradycji, studenci mogą docenić jej wartości, a niekiedy ponownie ją odkrywać. To budowanie szacunku dla swojego kraju, siebie jako jego mieszkańca, przy jednoczesnym pomniejszaniu narodowych kompleksów, jakie niewątpliwie posiadamy.

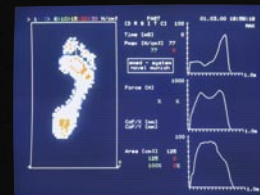
Pracownia Rozwoju Nowego Produktu

Celem prowadzonego przedmiotu jest praktyczne nabycie umiejętności projektowania z uwzględnieniem potrzeb i upodobań określonej grupy użytkowników oraz z uwzględnieniem warunków produkcji; przygotowanie projektanta wzornictwa przemysłowego do pracy w zawodzie według kryteriów obowiązujących w rzeczywistych warunkach rynkowych i przemysłowych. Kształcenie odbywa się w oparciu o metody projektowania wielokryterialnego – zbieranie i analiza informacji, rozpoznawanie sytuacji rynkowej, wymagań i preferencji użytkowników, możliwości finansowych nabywców i wnikliwe rozpoznawanie warunków technologiczno-produkcyjnych producentów. Studenci Pracowni realizują swoje prace w trakcie bieżącego programu dydaktycznego między innymi przy współpracy z Muzeum Inżynierii Miejskiej w Krakowie, Zespołu Pałacowego w Kurozwękach, Politechniką Krakowską, Ospel w Krakowie, fabryką Nowy Styl w Krośnie, firmą Enix, Ośrodkiem Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych w Krakowie oraz Muzeum Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. ■

Aleksandra Śladek – Samochód miejski



WZORNICTWO PRZEMYSŁOWE



w Centralnym Laboratorium Przemysłu Obuwniczego

Wstęp

Centralne Laboratorium Przemysłu Obuwniczego jest jednostką badawczo-rozwojową, która od prawie czterdziestu lat wspiera swoją działalnością rozwój polskiego przemysłu obuwniczego i skórzanego. Doświadczona kadra wysokiej klasy specjalistów wyposażona w nowoczesną aparaturę badawczą jest w stanie pomóc każdemu polskiemu zakładowi obuwniczemu w jego pomyślnym rozwoju i przystosowaniu się do działania w nowoczesnej gospodarce rynkowej. Działania CLPO skierowane są na podniesienie innowacyjności, wydajności i konkurencyjności polskiego przemysłu obuwniczego.

CLPO realizuje projekty badawcze własne, finansowane z funduszy centralnych i własnych, projekty badawcze zamawiane i finansowane przez organy administracji państwowej, projekty badawcze celowe współrealizowane z zakładami przemysłowymi i dofinansowywane przez budżet państwa, projekty badawcze realizowane na zlecenie podmiotów gospodarczych, finansowane w oparciu o dwustronne umowy przez zlecającego.

CLPO prowadzi działalność badawczą w 5 zespołach: Zespole Inżynierii Materia-

*Centralne
Laboratorium
Przemysłu
Obuwniczego*



łowej, Zespole Funkcjonalności Obuwia, Zespole Materiałów Wierzchnich, Zespole Wzornictwa i Technologii, Zespole Zarządzania i Marketingu. CLPO prowadzi również działalność szkoleniową, wydawniczą, organizuje seminaria, konferencje naukowo-techniczne dla wytwórców obuwia oraz wyjazdy szkoleniowe na międzynarodowe targi obuwnicze.

Centralne Laboratorium Przemysłu Obuwniczego posiada wdrożony system zarządzania jakością zgodny z wymaga-

mi normy EN ISO 9001:2000 w zakresie projektowania i realizacji usług badawczych oraz projektowania i realizacji usług szkoleniowych dla przemysłu obuwniczego.

Klientami Centralnego Laboratorium Przemysłu Obuwniczego są producenci obuwia, producenci i dostawcy materiałów obuwniczych, urzędy celne, sądy cywilne i konsumenckie, importerzy i eksporterzy obuwia, sprzedawcy detaliczni, sieci handlowe i klienci indywidualni.

Wzornictwo przemysłowe w działalności CLPO

Projektowanie obuwia

Centralne Laboratorium Przemysłu Obuwniczego pełni rolę wiodącą w Polsce w analizowaniu światowych trendów w dziedzinie mody i innowacji materiałowo - technologicznych. Służą temu projekty modnego obuwia (kolekcje zamawiane), wykonywanie konstrukcji i dokumentacji szablonowej wzorów obuwia we wszystkich asortymentach i grupach wielkościowych, doradztwo plastyczno-wzornicze zgodne z wytycznymi „MODEUROP”.

Bardzo ważnym zadaniem jest wdrażanie innowacyjnych technologii. Prowadzimy doradztwo techniczno-technologiczne i materiałowe dotyczące produkcji obuwia dla określonych systemów montażu, udzielamy pomocy technologicznej w doskonaleniu lub utrzymaniu poprawnej jakości produkowanego obuwia a także w doskonaleniu przebiegu cyklu produkcyjnego i zwiększaniu produktywności. Szczególnie dla mikroprzedsiębiorstw oraz dla małych firm wykonujemy opisy technologiczne pozwalające na prawidłowe wykonywanie kolekcji obuwia w warunkach przemysłowych.

Promocji mody i wzornictwa służy branżowe unikalne wydawnictwo CLPO pt.: „Informator Wzorniczo-Materiałowy «Obuwie i wyroby skórzanę»”, przeznaczone dla producentów obuwia, handlowców, osób zainteresowanych problematyką mody obuwniczej. Wydawnictwo prezentuje najważniejsze informacje – zebrane w jednej publikacji – dotyczące trendów mody na następny sezon, zawiera ponad 500 propozycji wzorniczych obuwia i ponad 60 propozycji wzorniczych dotyczących wyrobów galanteryjnych i kaletniczych, oferuje bogaty katalog materiałów, który pozwala podjąć trafne decyzje co do wprowadzania nowych materiałów do produkcji. Katalog zawiera oryginalne próbki (a nie zdjęcia), które można dotknąć i zobaczyć jak w rzeczywistości prezentują się te materiały, jaką mają fakturę, kolor i inne parametry. Informator Wzorniczo-Materiałowy „Obuwie i wyroby ze skóry” zawiera informacje: o modnej kolorystyce obuwia i materiałów do produkcji obuwia na następny sezon przygotowane w oparciu o kartę kolorów organizacji „Modeurop”, o nowościach i trendach we wzornictwie obuwia i galanterii skórzaną, o zagadnieniach konstrukcyjnych, które pozwolą lepiej sprostać oczekiwaniom klientów, obniżyć koszty produkcji, a co za tym idzie zwiększyć zyski w firmie, o nowościach w zakresie materiałów do produkcji cholewek i innych elementów obuwia.



Konstrukcja i stopniowanie szablonów

W tym obszarze Centralne Laboratorium Przemysłu Obuwniczego od wielu lat wykonuje konstrukcje nowych wzorów obuwia oraz wykonuje stopniowanie dokumentacji szablonowej⁶ przy użyciu komputerowego systemu CAD – Cobbler, zgodnie z żadaną numeracją (angielską, francuską, metryczną lub amerykańską), we wszystkich asortymentach i grupach wielkościowych obuwia.



Bezpieczeństwo i funkcjonalność obuwia

CLPO jest jedną z nielicznych jednostek w Polsce przeprowadzającą badania antropometryczno-ortopedyczne na potrzeby projektantów i konstruktorów obuwia oraz na potrzeby służby zdrowia. Ocena prawidłowości konstrukcji obuwia i jego pasowności. Jako jedyne w branży CLPO przeprowadza badania mikroklimatu wnętrza obuwia oraz badania rozkładu nacisku na podeszwowej stronie stóp i diagnozowanie różnych zniekształceń i dolegliwości stóp, oceniamy stopień wysklepienia stóp. W CLPO bada się również jakość wykonania obuwia. Oceniamy przydatność obuwia dla różnych grup zawodowych i stanowisk pracy ale także oceniamy obuwie na stopy



wrażliwe, obuwie dla osób z tak zwanym zespołem stopy cukrzycowej oraz obuwie dla dzieci. Wszystko to we współpracy z projektantami i konstruktorami obuwia, aby buty były wygodne i bezpieczne.

Współpraca z Akademią Sztuk Pięknych w Krakowie

Centralne Laboratorium Przemysłu Obuwniczego od lat współpracuje z wyższymi uczelniami i jednostkami badawczo-rozwojowymi (zagranicznymi i krajowymi) w zakresie realizacji prac naukowych i badawczo-rozwojowych. Specjalne miejsce w tej współpracy zajmuje krakowska Akademia Sztuk Pięknych, a szczególnie jej Wydział Form Przemysłowych. Od wielu lat CLPO gości u siebie studentów tego wydziału odbywających staże dyplomowe i praktyki kierunkowe. W 2002 roku te wieloletnie kontakty zostały sformalizowane. ASP i CLPO podpisały porozumienie o współpracy mającej na celu rozwój wzornictwa i zwiększenie innowacyjności przemysłu obuwniczego i skórzanego. Strony porozumienia zobowiązały się do podejmowania wspólnych projektów naukowo-badawczych, działań edukacyjnych oraz promocyjnych, wpływających na rozwój wzornictwa. Porozumienie to zaowocowało między innymi wspólnie zgłaszanymi projektami w ramach Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego 2004-2006, wspólnym udziałem w przygotowywaniu projektu „Market Validation of e-MODESIGN Services” w ramach europejskiego programu „e-TEN Work Programme 2005”.

Zamierzenia CLPO w zakresie rozwoju wzornictwa przemysłowego

W przyszłości dalej CLPO zamierza aktywnie rozwijać działalność wzorniczą we współpracy z różnymi jednostkami zajmującymi się tą problematyką w Polsce i w Europie. Wydaje się, że najpilniejszą sprawą są dwa zadania, których realizację postawiliśmy przed sobą w ostatnich latach. Pierwsze, to zaktywizowanie działań mających na celu powołanie w Krakowie Regionalnego Centrum Wzornictwa Przemysłowego, drugie to wpisanie rozwoju wzornictwa wyrobów ze skóry w strategię Polskiej Platformy Technologicznej Przemysłu Skórzanego, która powstała w Krakowie z inicjatywy CLPO.

Powołanie Regionalnego Centrum Wzornictwa Przemysłowego

Wraz z krakowską ASP, Stowarzyszeniem „Centrum Sztuki Projektowania”, Politechniką Krakowską oraz Krakowskim Parkiem Technologicznym CLPO zabiega od paru

ciąg dalszy na stronie 10

lat o powołanie w Krakowie Małopolskiego Centrum Wzornictwa Przemysłowego, a działającego szczególnie w obszarze rozwoju produktu. Zabiegi te zakończyły się pewnym sukcesem. W roku 2005 wpisano do Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Małopolskiego na lata 2005-2013 utworzenie Regionalnego Centrum Wzornictwa Przemysłowego jako zadanie C.I.3.1 strategii. Ma ono na celu promocję i propagowanie idei wzornictwa, integrację dotychczas działających jednostek w tym obszarze poprzez utworzenie sieci współpracy, szkolenie przedsiębiorców i projektantów, koordynację i zintensyfikowanie kontaktów przedsiębiorca-projektant.

Program działania Centrum przewiduje:

- ▶ Zapewnienie przedsiębiorcom szerokiego dostępu do usług związanych z opracowaniem wzorniczym innowacyjnych produktów.
- ▶ Prowadzenie badań nad rozwojem nowych produktów, inspirowanych potrzebami rynkowymi, których rezultaty mają bezpośrednie przełożenie na cechy funkcjonalne i estetyczne wyrobów przemysłowych.
- ▶ Organizowanie szkoleń w zakresie projektowania i rozwoju produktu, m.in. kursów modelarzy, rysowników, operatorów komputerowych 2D i 3D oraz kursów podstaw projektowania wzorniczego, szkoleń dla kadry kierowniczej przedsiębiorstw w zakresie zarządzania rozwojem nowego produktu.
- ▶ Promocja idei wzornictwa przemysłowego poprzez organizację imprez kulturalnych, akcji marketingowych, konkursów, wystaw i targów.

Należy podkreślić fakt, że współpracę w utworzeniu Centrum zadeklarowało Miasto Kraków, deklarując udział w powołaniu Regionalnego Centrum Wzornictwa Przemysłowego w projekcie „Programu rozwoju instytucji transferu wiedzy i technologii w Krakowie” (zadanie 2.3.2.1) oraz Województwo Małopolskie. Jesteśmy przekonani, że inicjatywa utworzenia takiej jednostki zakończy się sukcesem i przy wykorzystaniu funduszy europejskich powstanie za parę lat Regionalne Centrum Wzornictwa Przemysłowego w Krakowie a w przyszłości może nawet sieć takich centrów w całej Polsce, tak jak jest to praktykowane w wielu krajach europejskich, mających duże tradycje w rozwoju wzornictwa przemysłowego.

Polska Platforma Technologiczna Przemysłu Skórzanego

Dnia 12 czerwca 2006 r. w siedzibie Centralnego Laboratorium Przemysłu Obuwniczego w Krakowie, w obecności przedstawicieli Urzędu Miasta Krakowa i Urzędu



Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego, powołane zostało konsorcjum naukowe – Polska Platforma Technologiczna Przemysłu Skórzanego (PPT PS).

Umowę powołującą konsorcjum podpisali: krakowska Akademia Ekonomiczna, Politechnika Krakowska, Politechnika Radomska, Centralne Laboratorium Przemysłu Obuwniczego, Krakowskie Zakłady Garbarskie S.A., Łódzka Polska Izba Przemysłu Skórzanego i Instytut Przemysłu Skórzanego, Instytut Włókien Naturalnych z Poznania, Polska Izba Branży Skórzanej z Radomia, firma GALEJA Technika i Technologia, PPH BIOCHEMIA, PPHU POL-SKÓR, Przedsiębiorstwo Wielobranżowe Julex, Zakłady Produkcyjno-Handlowe WOJAS.

Ta nowatorska w przemyśle skórzanym inicjatywa ma na celu m.in. inicjowanie i prowadzenie badań oraz wdrażanie ich wyników w praktyce, restrukturyzację i podnoszenie konkurencyjności polskiego przemysłu skórzanego, integrację partnerów gospodarczych i badawczych, konsolidację i wzmocnienie pozycji polskich przedsiębiorstw branży skórzanego i okołoskórzanej na rynkach europejskich i światowych. Działania te mają służyć włączeniu polskich przedsiębiorców w Europejską Przestrzeń Badawczą poprzez udział w 7 Programie Ramowym Unii Europejskiej i innych europejskich projektach badawczych. Konsorcjum naukowe PPT PS ma formułę otwartą – aby do niego przystąpić wystarczy złożyć odpowiednią deklarację. Już dwa tygodnie później w siedzibie Centralnego Laboratorium Przemysłu Obu-

niczego w Krakowie, odbyło się pierwsze posiedzenie Rady Konsorcjum Polska Platforma Technologiczna Przemysłu Skórzanego. Rada Konsorcjum wybrała koordynatora konsorcjum naukowego PPT PS, którym zostało Centralne Laboratorium Przemysłu Obuwniczego w Krakowie. Poza tym Rada Konsorcjum uchwaliła założenia do opracowania strategii PPT PS oraz „Program działań konsorcjum naukowego Polska Platforma Technologiczna Przemysłu Skórzanego na lata 2007-2013”.

PPT PS swoim działaniem obejmuje cały przemysł skórzanym, to jest: garbarstwo, obuwnictwo (produkcja obuwia skórzanego, z materiałów tekstylnych i z materiałów skóropodobnych), futrzarstwo, kuśnierstwo, odzieżownictwo, kaletnictwo i rymarstwo, wytwórstwo środków pomocniczych do produkcji obuwniczej i garbarskiej.

CLPO chce, aby jeden z podstawowych celów funkcjonowania PPT PS, to znaczy podnoszenie konkurencyjności polskiej gospodarki w obszarze przemysłu skórzanego i przemysłów z nim związanych odbywało się m. in. poprzez lepsze wzornictwo skór i wyrobów ze skóry (obuwia, odzieży, wyrobów galanterijnych o kaletniczych). Dlatego chcemy wpisać problematykę wzornictwa przemysłowego w strategię Polskiej Platformy Technologicznej Przemysłu Skórzanego, która w najbliższym czasie będzie przez konsorcjum naukowe PPT PS opracowywana. Szczególnie, że już na początku swojego funkcjonowania PPT PS wpisała do swojego programu działania związane z badaniami charakterystyki wzorniczej rynku obuwniczego w Polsce oraz powołanie Centrum Rozwoju Produktu Przemysłu Skórzanego (lub Centrum Wzornictwa Przemysłowego Skóry i Obuwia).

Sądymy, że połączenie tych dwóch działań: powołania Regionalnego Centrum Wzornictwa Przemysłowego i funkcjonowanie konsorcjum naukowego Polska Platforma Technologiczna Przemysłu Skórzanego przyczyni się do rozwoju wzornictwa przemysłowego nie tylko w przemyśle skórzanym i obuwniczym, ale także w innych przemysłach w Małopolsce i w całym kraju. Liczymy w tym zakresie na współpracę wszystkich zainteresowanych tą problematyką.

Opracowała: **mgr inż. LIDIA PRZYJEMSKA**

Dyrektor CLPO, www.clpo.com.pl



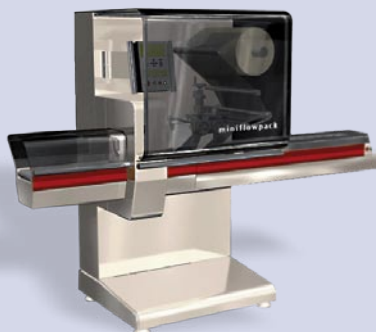
6. „Stopniowanie dokumentacji szablonowej” – Stopniowanie dokumentacji szablonowej wzoru obuwia polega na powiększaniu i pomniejszaniu wzorników (elementów składowych obuwia) od numeru wyjściowego do pełnej uszeregowanej numeracji. Czynność ta może być wykonywana ręcznie, maszynowo lub komputerowo w systemie CAD/CAM.

Prezentacja studentów i absolwentów Wydziału Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie

Anna Szwaja

Napisać coś o sobie. Ale, co to mia-
łoby być? Autoreklama? Trochę
dziwne... Pomyślałam więc, że na-
piszę małą pochwałę dla dizajnu*, a właści-
wie dla zawodu projektanta. Bo tak też jest,
że moje obecne życie zostało przez dizajn
ukształtowane. Pisząc o tym, jak to wspa-
niale być projektantem, spróbuję przemy-
ślić kilka informacji o sobie.

Otóż, projektowanie to sposób na życie
i sposób na spełnianie się. Zawód projek-
tanta to określony tryb myślenia i funkcjo-
nowania. Bycie projektantem zobowiązuje.
Na pewne rzeczy można sobie pozwolić,
a na inne nie. Wykształcenie w tym kierun-
ku nakazuje trzymać się pewnych norm
i zasad; to trochę tak, jak z maksymą *Primum non nocere*. A dizajnerem nie zostaje
się bez starannego wykształcenia.



Ale przede wszystkim, dizajn to moż-
liwość kreacji, tworzenia nowych form
i bytów, nowego stylu życia, nowego my-
ślenia. Jednak trzeba mieć dużą samoświad-
omość, aby umieć korzystać z przywileju
bycia projektantem. I trzeba przejść długą
drogę.

Moja droga do zostania w pełni projek-
tantem jeszcze się nie skończyła, bo by-
cie dizajnerem to kwestia doświadczenia.
Prawdopodobnie do końca życia zawo-
dowego będę szła do tego celu. Niemniej
jednak, pewien etap mam już za sobą. Etap
który dał mi tytuł projektanta form prze-
mysłowych.

Preludium do tego było rozpoczęcie na-
uki w Liceum Sztuk Plastycznych w Krako-
wie. Nie wiedziałam jeszcze wtedy, że bę-
dę chciała się zajmować projektowaniem,
ale wiedziałam, że chcę tworzyć. Twór-
czość artystyczna – zapowiadał się świetny
sposób na życie! Artysta. Ale jaki...?

Nagrody zdobywane w konkursach
i przyznane mi stypendium Ministra Kul-

tury utwierdzały mnie w przekonaniu
o wyborze słusznego artystycznego kie-
runku. Zamierzałam studiować grafikę,
jednak przypadek zdecydował o tym, że
zainteresowałam się wzornictwem na kra-
kowskiej ASP. Przypadek albo Opatrzność.
Studia okazały się strzałem w dziesiątkę.
Multidyscyplinarność i wszechstronność
ukierunkowania młodego człowieka da-
wały możliwość, by rozejrzeć się w obsza-
rze dizajnu i obrać własny kierunek.

Trzeba jednak być studentem bardzo
świadomym w działaniu i dawać z siebie
wszystko. Studiowanie na tym kierunku
to nie tylko maksymalna eksploatacja sie-
bie, ale też umiejętność brania. Brania wie-
dzy od pedagogów. Korzystania z ich do-
świadczenia oraz z doświadczenia na polu
podejmowanych zadań. Praktykę zdoby-
wałam też, równolegle pracując. Fanta-
stycznie się to sprawdziło po skończeniu
studiów, kiedy bez problemu mogłam się
znaleźć w „realnym” świecie, a zetknięcie
z rzeczywistością nie było bolesne. A to
się często studentom zdarza – skok na głą-
boką wodę. U mnie nastąpiło łagodnie, ni-
czym zejście po plaży do morza. Solidne
przykładanie się do studiów znowu za-
owocowało stypendium otrzymanym od
Ministra Kultury.

Podczas studiów zainteresowałam się
ergonomią i w pracowni projektowania er-
gonomicznego spędziłam większość stu-
denckiego czasu. Ergonomia daje projek-
tantowi wiedzę o człowieku i jego relacji



z otaczającym światem. Bez wiedzy ergo-
nomicznej trudno stworzyć optymalny
układ człowiek-obiekt techniczny, a także
układ człowiek-człowiek.

Zachwyt nad ergonomią doprowadził
mnie do obronienia dyplomu z tego przed-
miotu. Tematem mojej pracy był „Projekt
konceptyjny formy pakowarki typu *flow-
-pack*”. Brzmi technicznie, przemysłowo
i nieartystycznie? Pozory. Fantastyczny te-
mat. Kontakt z przemysłem, fabrykami,
konstruktorami, z całym tym prawdziwym
światem, tak ważnym dla przyszłego pro-
jektanta.

Pracę wykonałam pod kierunkiem prof.
Adama Gedliczki, przy współpracy inż. Ja-
na Boratyńskiego. Semestralna praca dała
mi możliwość zapoznania się z komplek-
sowym podejściem do rozwiązywania pro-
blemu. Doświadczenie z całych studiów
zaowocowało w pracy magisterskiej. Prze-
strzeń kilku miesięcy pozwoliła na wy-
kształcenie odpowiedniej metody pracy,
a pamiętać trzeba, że metodologia w za-
wodzie projektanta jest szalenie ważna.
Bez określonego sposobu pracy nie da się
zapanować nad całością zagadnienia.

Dyplom obroniłam z wyróżnieniem. Tak-
że dzięki temu, po studiach dostałam pro-
pozycję pracy na macierzystym wydziale -
jako asystentka w Pracowni Projektowania
Alternatywnego u prof. Mieczysława Gó-
rowskiego oraz wykładowca w Pracowni
Projektowania Ergonomicznego pod kie-
rownictwem prof. Czesławy Frejlich.

Doświadczenie, tak potrzebne, aby móc
młodym ludziom przekazywać solidną wie-
dzę, zdobywam poprzez dodatkowe zlece-
nia poza uczelnią. Projektowe zlecenia.

Projektowanie to sposób na życie, to
praca – ale też i uzależnienie. A to powodu-
je zmianę funkcjonowania i myślenia. Zmu-
sza do udoskonalania siebie i otoczenia. ■

ANNA SZWAJA

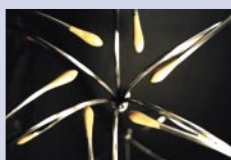
annaszwaja@op.pl

www.asp.krakow.pl

* Autor z premedytacją stosuje spolszczone słowo, od
angielskiego *design*.

Prezentacja studentów i absolwentów Wydziału Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie

Tomasz Wagner



dziedzin. Wykonuję: lalki, modele, wielkie, helowe obiekty latające (w teatrze Groteska), elementy do produkcji telewizyjnych i videoclipów, a także rzeczy bardziej pragmatyczne takie jak: standy, elementy wystroju wnętrz, witryn, meble, lampy, sprzęt AGD, modele architektoniczne, prototypy produktów itp. Interesuje mnie przede wszystkim projektowanie trójwymiarowe, ale wykonuję także zlecenia dotyczące logotypów, aranżacji graficznych i wstępnych wizualizacji rysunkowych. Szanse na bycie zauważonym w trakcie studiów, a także po nich dają rozliczne konkursy, w których często startowałem. Kilka razy udało mi się wygrać np.: 1. i 2. nagrodę w konkursie organizowanym przez Rautaruukki Polska na projekt pokrycia dachowego z blachy falistej, 1. nagrodę za projekt frontów kuchennych – Murator, 1. nagroda w konkursie Citizen za pomysł nowego wykorzystania systemu Eco-Drive, 2. nagroda za komplet sztuków – Gerlach, nagrody za projekty w konkursie Artefe. Kilkakrotnie publikowano artykuły o moich projektach w branżowych czasopismach, a niektóre z realizacji można było obejrzeć na wystawach w kraju i za granicą. Często odnoszę jednak wrażenie, że projektant wzornic-

Nazywam się Tomasz Wagner i ukończyłem w 2003 roku studia na Wydziale Form Przemysłowych krakowskiej Akademii Sztuk Pięknych. Tematem mojego dyplomu był projekt koncepcyjny samochodu campingowego. Wykonałem go wspólnie z kolegą Grzegorzem Matusikiem pod kierunkiem st. wykładowcy dr. Marka Liskiewicza w Pracowni Rozwoju

Nowego Produktu. Już w trakcie studiów współpracowałem z różnymi firmami, co pozwoliło mi na zdobycie doświadczenia, jak wygląda realne projektowanie dla bardzo konkretnych klientów. Po studiach przez rok pracowałem w prywatnej firmie projektowej, następnie w 2004 roku zostałem asystentem w swojej „rodzimej” pracowni na krakowskiej ASP; równocześnie podjąłem pracę w Teatrze Lalki, Maski i Aktora Groteska w pracowni plastycznej. Płynne godziny pracy pozwalają mi czynnie współpracować z różnymi firmami projektowymi w charakterze projektanta zewnętrznego. Zawód projektanta wzornictwa jest na tyle interdyscyplinarny, że zlecenia, nad którymi pracuję dotyczą bardzo różnych

two w Polsce traktowany jest tylko jako „artysta plastyk” – od wyboru koloru produktu – a nie jako osoba ponosząca taką samą odpowiedzialność za projekt jak inżynier czy architekt. Myślę, że jestem człowiekiem, który stara się wziąć swoje życie w swoje ręce i aktywnie podejmuje wszelkie wyzwania; jednakże muszę stwierdzić, że moje oczekiwania odnośnie możliwości rozwoju zawodowego, które miałem jeszcze na studiach, czy krótko po nich, rozbiły się niejednokrotnie o niezbyt różową polską rzeczywistość. Wszecchobecna biurokracja, brak rzetelności wykonawców czy też brak odwagi w podejmowaniu innowacyjnych rozwiązań często podcinają młodym projektantom skrzydła i hamują kreatywność... Nadziei dodaje mi jednak fakt, że jakość obroni się sama i że najlepszą reklamą jest zadowolony klient, który rekomenduje mnie innym.



TECHNOLOGIE. HISTORIA SUKCESU

Początek działalności przedsiębiorstwa datuje się na 1991 r. Wtedy to trzech pracowników Wydziału Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie (WFP ASP w Krakowie) postanowiło rozpocząć działalność komercyjną, której zasadniczym elementem miały być prace związane z kreowaniem funkcjonalności i estetyki przedmiotów użytkowych. Po 15 latach funkcjonowania firma rozrosła się i poza założycielami, którymi są: Marek Liskiewicz, Stanisław Półtorak, Marek Suchowiak, zatrudnia również innych absolwentów WFP ASP.

W przypadku Triady Design możemy mówić o czterech wzajemnie przenikających się obszarach działalności. Podstawowym obszarem jest wzornictwo przemysłowe, a do pozostałych zaliczają się związane z nim modelowanie i prototypowanie, tworzenie serii informacyjnych i serii limitowanych produktów, a także grafika użytkowa.

Triada Design realizuje zasadę stałej współpracy z klientami na każdym etapie projektu. Wzornictwo przemysłowe jest rozumiane w tym przypadku jako kreatywne kształtowanie formy produktu, wpisane w dotychczasowy kierunek rozwoju danej firmy. Nie ulega wątpliwości, że w przypadku istnienia na rynku produktów z tej samej grupy, ich forma jest jednym z najważniejszych elementów, decydującym o powodzeniu sprzedaży.

Czas tworzenia wzoru przemysłowego jest uzależniony od stopnia skomplikowania zamówienia. Przy wzorach bardzo skomplikowanych, po około 2 latach, produkt opatrzony w stosowne zastrzeżenie wzoru użytkowego w Urzędzie Patentowym RP, może zostać wprowadzony na rynek. Można przy tym wyróżnić kilka etapów projektu poczynając od formułowania założeń projektowych, poprzez projekt wstępny i końcowy, między którymi powstaje określona liczba „wariantów przejściowych”, aż do nadzoru autorskiego nad wdrożeniem do produkcji. Wszystkie te etapy realizowane są przy udziale projek-

tantów, konstruktorów i specjalistów do spraw marketingu Triady Design oraz pracowników firmy zamawiającej. W przypadku formułowania założeń projektowych, czasem konieczne jest również definiowanie cech nowego produktu, wyszukiwanie niszy rynkowej oraz określenie oczekiwań użytkowych i estetycznych przyszłych

PIOTR KOPYCIŃSKI

TRIADA DESIGN

odbiorców. Wszystkie te procesy, a także propozycje koncepcji konstrukcyjno-technologicznych, wchodzą w skład procesu kreowania nowego wzoru użytkowego.

Nieodłącznymi procesami związanymi z realizacją zamówienia są również: modelowanie, prototypowanie i wizualizacja. Zastosowanie technologii i oprogramowania umożliwiającego opisanie i wizualizację obiektu pozwala już w fazie koncepcyjnej na przewidywanie cech końcowych projektowanego produktu. Modelowanie jest podstawowym sposobem pozyskiwania informacji o projekcie, a proto-

sterujących, kolorystyki, aż po kompleksowo prowadzoną identyfikację graficzną firmy.

Firma Triada Design projektuje dla wielu podmiotów z województwa małopolskiego, wśród których można wymienić m.in.: Wesem Wieliczka, HSK Data Kraków, Krakowską Fabrykę Armatur S.A., Marp Electronic Kraków, Enix Kraków, Artefe Kraków, Zamek Królewski na Wawelu, Muzeum Narodowe w Krakowie. Ponadto, Triada Design współpracuje z przedsiębiorstwami z innych regionów Polski, np. Inter Groclin Auto z Grodziska Wielkopolskiego, rze-



typowanie elementem końcowego etapu projektowania. Pozwala ono na ostateczne potwierdzenie przyjętych założeń oraz wybranych rozwiązań technologicznych i konstrukcyjnych. Z kolei, prototyp umożliwia rozpoczęcie działań marketingowych. Jeśli zakończą się one sukcesem, produkt zostaje wprowadzony na rynek.

Serie informacyjne produktów służą przede wszystkim celom badawczym i marketingowym, mogą być również sposobem na organizowanie produkcji krótkoseryjnej, która nie wymaga dużych nakładów inwestycyjnych. Projektowanie graficzne jest ważnym uzupełnieniem oferty. Składa się na nie kilka procesów poczynając od odpowiednio dobranych form prezentacji w pierwszych fazach projektowania produktu, poprzez projekty towarzyszące w postaci piktogramów, paneli

szowski Zelmer, Splast Jedlicze, a w przeszłości również FSO z warszawskiego Żerania. Warto wspomnieć, że Triada Design otrzymała liczne nagrody, w tym Złoty ciąg dalszy na stronie 14





Foresight

TEORIA I PRAKTYKA

Teoretyczne aspekty foresightu

1. Wprowadzenie do foresightu

W ostatnich latach coraz więcej uwagi poświęca się badaniom z zastosowaniem procesów *foresight*. Po pozytywnych amerykańskich i japońskich doświadczeniach w tej dziedzinie foresight jest realizowany w Europie: np. Wielkiej Brytanii, Niemczech, Holandii oraz w krajach postkomunistycznych, takich jak Węgry, Czechy, a od końca 2003 roku również w Polsce. Jednoczesne przewidywanie zmian w technologiach i zjawiskach społecznych staje się istotnym elementem procesów i strategii innowacyjnych.

1.1. Wyjaśnienie pojęcia foresight

W tym miejscu warto zaprezentować kilka definicji *foresightu*, z jednoczesnym wskazaniem na różnice pomiędzy tym procesem a tradycyjną prognozą. Pojęcia *foresight*, we współczesnym znaczeniu, po raz pierwszy użyli B. Martin i J. Irvine w latach osiemdziesiątych XX wieku. Jego najbliższym odpowiednikiem jest słowo „perspektywa” [Grupp, Linstone, 1999]. Początkowo termin *foresight* był używany razem z przedrostkiem *technology*. Oznaczał on ocenę i prognozowanie (ang. *forecast*) rozwoju przyszłych technologii. Obecnie jednak coraz częściej słowo *foresight* występuje bez dodatkowych określeń, ponieważ, jak pisze A. P. Wierzbicki „nie chodzi tu tylko o prognozę rozwoju techniki, lecz także i przede wszystkim identyfikację oraz wykorzystanie szans pojawiających się w rozwoju nauki i techniki w rozwoju ekonomicznym i społecznym”⁷. Powyższy cytat bardzo wyraźnie wskazuje więc na szersze znaczenie pojęcia *foresight* w stosunku do słowa „prognoza”. Nowoczesne przewidywanie⁸ poza określeniem przyszłego rozwoju wybranych zjawisk, co jest zgodne z definicją klasycznej prognozy, ma również na celu wskazanie najlepszych sposobów wykorzystania efektów wzrostu na rzecz gospodarki i ludzi. Bardzo trudno byłoby osiągnąć to zadanie tylko za pomocą tradycyjnych narzędzi prognostycznych. Nowoczesne przewidywanie oznacza ponadto proces wymagający systematycznego podejścia do przyszłych zjawisk w sferze nauki, technologii, ekonomii i zjawisk społecznych. W pewnym sensie uznaje się nawet, że *foresight* to proces ciągły. Tak jest, np. w Japonii, gdzie cykl badawczy powtarza się co 5 lat. Podczas tego okresu następuje faza przygotowania ankiet, przeprowadzania badań, publikowania wyników i dyskusji podsumowujących. Ponadto cały czas gromadzone są materiały służące do formułowania hipotez w kolejnych edycjach projektu. Celem *foresightu* jest bowiem rozpoznanie strategicznych obszarów badawczych i pojawiających się technologii, by następnie doświadczenia te mogły przynieść korzyści w życiu codziennym [Grupp, Linstone, 1999]. Realizacja tego zamierzenia byłaby bardzo utrudniona, gdyby występowały dłuższe

przerwy w tworzeniu opracowań. Tymczasem w przypadku tradycyjnej prognozy nie zawsze stosuje się ciągłe badania, ograniczając je raczej do sesji projektowych, między którymi występują przerwy.

Warto wymienić dodatkowe różnice między tradycyjną prognozą a nowoczesnym przewidywaniem. Otóż w badaniach *foresight* zaangażowane jest liczne grono ekspertów (np. w tworzeniu prognoz japońskich uczestniczyło w różnych okresach od ok. 1300 do ponad 3500 specjalistów). Co więcej, w nowoczesnym przewidywaniu oddaje się, w znacznym stopniu, inicjatywę kreowania przebiegu procesu uczestnikom badań. Dzięki temu schematyczne działania podczas realizacji programu zostają ograniczone do minimum. Stopień zerwania z ustalonymi modelami zależy od typu prognozy. Tymczasem trzeba przypomnieć, że przy konstruowaniu tradycyjnej prognozy korzysta się przeważnie ze ściśle określonych modeli.

Jeśli chodzi o główną funkcję procesu *foresight*, to można powiedzieć, iż obecnie jest nią uzyskanie zgody społeczeństwa i polityków na określone kierunki rozwoju oraz tworzenie sieci dążących do realizacji celów zaproponowanych w prognozie rozwoju nauki i techniki na następne lata [Wierzbicki, 2003]. Przy kreowaniu nowoczesnych prognoz należy prowadzić konsultacje z zainteresowanymi podmiotami. Celem debat jest dążenie do zrealizowania najbardziej pożądanego i korzystnego, z punktu widzenia ogółu, schematu rozwoju.

Wydaje się, że najpełniej istotę nowoczesnego prognozowania podsumowuje definicja zawarta w podręczniku o procesie *foresight*⁹. Według autorów tej publikacji na *foresight* składa się kilka podstawowych elementów. Pierwszym z nich jest przewidywanie długoterminowych potrzeb i wydarzeń w sferze społecznej, ekonomicznej i technologicznej. Drugi natomiast to prowadzenie interakcyjnych debat, analiz i studiów przypadków, w które włącza się możliwie dużo osób z różnych środowisk. Nowoczesne przewidywanie ma być przeciwieństwem wcześniejszych praktyk, polegających na tym, że prognozowanie przyszłych zjawisk odbywało się jedynie w wąskim gronie ekspertów. Kolejną cechą nowoczesnego prognozowania jest to, iż jego rezultaty nie ograniczają się jedynie do schematycznych prezentacji scenariuszy, raportów i rekomendacji dotyczących działań. Ważne jest rozwijanie przyjętych wizji strategicznych poprzez nacisk na powstawanie sieci kooperacji w różnych środowiskach politycznych, gospodarczych i społecznych. Ich zaistnienie zaowocuje pojawieniem się w przyszłości wizji rozwojowych, które z jeszcze większym prawdopodobieństwem będą określały kierunki zmian.

Wreszcie długookresowe prognozowanie, wbrew stanowisku niektórych ekspertów, nie może być nazwane utopijnym. Po

dokończenie ze strony 13

medal na Międzynarodowych Targach Poznańskich DOMEXPO '99 za maszynkę do mielienia produktów spożywczych Diana, zaprojektowaną dla firmy Zelmer oraz nagrodę Ministra Gospodarki DOBRY WZÓR 2000 za odkurzacz Orion, zaprojektowany również dla firmy Zelmer.

Jak wspomniano, firma została założona przez pracowników WFP ASP w Krako-

wie. Z związku z tym przy projektowaniu nowych rozwiązań możliwe jest korzystanie z doświadczeń i praktyki środowiska naukowego. Następuje więc swoisty transfer wiedzy ze środowiska naukowego do praktyki gospodarczej. W przypadku Triady Design należy również podkreślić, że daje ona szansę na zdobycie umiejętności przez studentów krakowskiej ASP. Co roku, przynajmniej dwóch z nich odbywa prak-

tyki w firmie, dzięki czemu po zakończeniu nauki mogą pochwalić się stosownym doświadczeniem. Nie ulega wątpliwości, że jest ono pomocne przy ubieganiu się o pracę.

PIOTR KOPYCIŃSKI

Małopolska Szkoła Administracji
Publicznej AE w Krakowie
www.triada-designe.com.pl
poczta@triada-designe.com.pl



pierwsze dlatego, że trafność hipotez formułowanych np. w przewidywaniach japońskich wynosi około 70%, co jako prognozę na 30 lat do przodu możemy uznać za sukces [Kasprzak, Pelc, 2003]. Po drugie zaś, dzięki procesom foresight z powodzeniem koryguje się bieżące decyzje i działania.

1.2. Metody prowadzenia badań typu foresight

Nawiązując do wcześniejszych rozważań możemy uznać, że foresight to niezbyt długo stosowany zbiór metod przewidywania. Jednakże przy tworzeniu takich prognoz wykorzystuje się mechanizmy funkcjonujące już od dawna. Tabela 1 zawiera zestawienie stosowanych współcześnie metod nowoczesnego prognozowania, a także kryteria, według których zostały one podzielone.

Tabela 1. Metody przeprowadzania nowoczesnych prognoz

L.p.	Kryteria podziału	Metody
1.	Metody jakościowe oparte na wiedzy ekspertów, dla tworzenia strategii długookresowych	• Metoda delficka (Delphi) • Burza mózgów • Panel ekspercki • Analiza SWOT • Analiza scenariuszy rozwoju
2.	Metody ilościowe oparte o analizę danych statystycznych	• Ekstrapolacja trendu • Tworzenie symulacji • Analiza wpływów krzyżowych
3.	Metody służące identyfikacji działań kluczowych	• Drzewo uwarunkowań • Analiza morfologiczna • Studium przełomowych technologii

Źródło: FOREN – Foresight for Regional Development Network, dz. cyt., s. 100

Więcej informacji o procesach foresight można znaleźć w literaturze przedmiotu (m.in. w wyszczególnionych na końcu publikacjach), a także licznych serwisach internetowych poświęconych tym zjawiskom.

Foresight w praktyce

			UNIA EUROPEJSKA Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
Foresight technologiczny na rzecz zrównoważonego rozwoju Małopolski			

Mając na uwadze krajowe i międzynarodowe doświadczenia z zakresu nowoczesnego prognozowania konsorcjum złożone z trzech krakowskich instytucji: Małopolskiej Szkoły Administracji Publicznej Akademii Ekonomicznej w Krakowie (lider), Politechniki Krakowskiej oraz Akademii Górniczo-Hutniczej przygotowało projekt pt. „Foresight technologiczny na rzecz zrównoważonego rozwoju Małopolski”. Został on złożony w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw, lata 2004-2006, działanie 1.4 Wzmocnienie współpracy między sferą badawczo-rozwojową a gospodarką, finansowanego przez Unię Europejską i budżet państwa. Projekt znalazł uznanie wśród ekspertów, władz publicznych i uzyskał niezbędne dofinansowanie. Realizacja omawianego przedsięwzięcia rozpoczęła się 1 września 2006 r., a zakończenie prac zaplanowano na 31 maja 2008 r.

Celem projektu pt. „Foresight technologiczny na rzecz zrównoważonego rozwoju Małopolski” jest stworzenie prognozy zmian technologicznych w województwie małopolskim oraz wyznaczenie priorytetowych kierunków rozwoju w obszarze określonym jako „Zrównoważony rozwój”. Pole to jest drugim po „Zdrowiu i ży-

ciu” oraz jednym z czterech obszarów badawczych, które zostaną poddane procesom przewidywania w ramach ogólnopolskiego Narodowego Programu Foresight (NPF). Realizacja tak sformułowanego nadrzędnego celu projektu będzie ważnym wkładem do NPF w zakresie informacji o kluczowych kierunkach rozwoju województwa małopolskiego.

Cele szczegółowe projektu są następujące: ■ stworzenie metodologii i przeprowadzenie badań foresight na poziomie województwa ■ zaprojektowanie scenariuszy rozwoju technologii w regionie ■ wsparcie prognozowania rozwoju technologii w kraju ■ stworzenie sieci współpracy jednostek badawczych, szkół wyższych, przedsiębiorstw oraz władz regionalnych.

W ramach omawianego przedsięwzięcia prowadzone są prace w 3 obszarach badawczych: Wzrost gospodarczy (Akademia Ekonomiczna w Krakowie), Infrastruktura, w tym transport, (Politechnika Krakowska), Zasoby naturalne oraz nowe materiały (Akademia Górniczo-Hutnicza). Do końca października 2006 r. trwały prace nad wyłonieniem członków paneli ekspertów (powołano 3 takie zespoły, po jednym dla każdego obszaru badawczego) oraz prowadzono działania zmierzające do operacjonalizacji metodologii badań foresight na potrzeby niniejszego projektu. W kolejnym etapie zostaną m.in. określone diagnozy dziedzin badawczych, nastąpi doprecyzowanie obszarów badawczych, zostaną przeprowadzone konsultacje społeczne hipotez (poprzez badania ankietowe), a także powstaną scenariusze rozwoju.

Dokładnie, w ramach projektu będzie realizowanych pięć zadań badawczych, a mianowicie: (1) Przygotowanie diagnoz dziedzin badawczych stanowiących przedmiot badań foresight; (2) Ustalenie i weryfikacja wstępnych hipotez badawczych dotyczących obszarów objętych badaniami foresight; (3) Przeprowadzenie badań ankietowych oraz sporządzenie raportów cząstkowych z wynikami badań; (4) Przygotowanie prognozy rozwoju nowych technologii w regionie; (5) Przeprowadzenie konsultacji wyników badań foresight wśród przedstawicieli nauki, gospodarki i administracji publicznej.

Warto przy tym podkreślić, że omawiany projekt wpisuje się w cel C.III.1.1 Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Małopolskiego 2005-2013, zakładający wykonywanie regionalnych badań foresight.

Więcej informacji o realizowanym projekcie można znaleźć na następującej stronie internetowej: www.foresight.msap.pl.

PIOTR KOPYCIŃSKI
MSAP AE w Krakowie

LITERATURA

- FOREN — Foresight for Regional Development Network, A Practical Guide to Regional Foresight, IPTS, PREST, CM International, Sviluppo Italia S. p. A., Seville — Manchester — Boulogne — Roma 2001
- H. Grupp, H. A. Linstone, National Technology Foresight Activities Around The Globe. Resurrection and New Paradigms, Technological Forecasting and Social Change, Volume 60, Special Issue, January 1999
- W. A. Kasprzak, K. I. Pelc, Strategie techniczne – prognozy, Oficyna Wydawnicza ATUT, Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe, Wrocław 2003
- A. Wierzbicki, Prognozy typu technologii foresight, a prace Komitetu Prognoz „Polska 2000+” w perspektywie rozwoju społeczeństwa informacyjnego oraz integracji Polski z Unią Europejską, Instytut Łączności, Warszawa; materiały z konferencji Foresight – Formułowanie scenariuszy rozwoju, Wrocławskie Centrum Transferu Technologii 21-23 maja 2003 r.
- 7. A. Wierzbicki, Prognozy typu technologii foresight, a prace Komitetu Prognoz Polska 2000+ w perspektywie rozwoju społeczeństwa informacyjnego oraz integracji Polski z Unią Europejską, Instytut Łączności, Warszawa; materiały z konferencji Foresight – Formułowanie scenariuszy rozwoju, Wrocławskie Centrum Transferu Technologii 21-23 maja 2003 r., s. 2.
- 8. Jeśli nie zaznaczono inaczej, to na potrzeby powyższego opracowania słowa: prognozowanie (prognoza) i przewidywanie (obydwa ewentualnie z przedrostkiem „nowoczesne”) używane są we współczesnym, szerokim znaczeniu stwierdzenia foresight.
- 9. FOREN — Foresight for Regional Development Network, A Practical Guide to Regional Foresight, IPTS, PREST, CM International, Sviluppo Italia S. p. A., Seville — Manchester — Boulogne — Roma 2001, s. 4.



DR KARL-FRIEDRICH THÖNE
ERFURT, WOLNE PAŃSTWO TURYNII, NIEMCY

Polityka gospodarowania gruntami

Warunki ramowe, obszary działania i koncepcje rozwiązania kwestii zarządzania nieużytkami w Wolnym Państwie Turynii (Niemcy)

Szanowni Państwo!
*Periodyk „Innowacyjny Start”, wydawany przez Departament Gospodarki i Infrastruktury, spotkał się z ciepłym przyjęciem w zaprzyjaźnionym z Województwem Małopolskim regionie Turynii. Dzięki pozytywnym relacjom między naszymi regionami, realizowanym m.in. poprzez wspólne wdrażanie projektu „Inter Get-Up”, mamy okazję opublikować artykuł napisany przez Pana **Dr. Karla Friedricha Thöne**, Dyrektora Departamentu Przestrzeni Wiejskiej w Ministerstwie Rolnictwa, Ochrony Przyrody i Środowiska Naturalnego Turynii.*



Wydaje się, że ze względu na warunki ramowe kwestia nieużytków może odgrywać istotną rolę również w Polsce. We wschodnioniemieckich landach temat rewitalizacji nieużytków w okresie odbudowy po zjednoczeniu Niemiec, okresie ukształtowanym przez wysokie inwestycje w infrastrukturze publicznej, nie spotkał się, niestety, z należytą uwagą. Wzrost ilości terenów zasiedlonych i komunikacyjnych pozyskiwanych kosztem obszarów uprawnych i leśnych można obecnie zestawić z ogromnym potencjałem nieużytków. Uwrażliwianie decydentów z kręgów politycznych i gospodarczych, a także przeznaczanie środków finansowych na rewitalizację nieużytków na obszarach miejskich i wiejskich to proces trudny, aczkolwiek pilny i nieodzowny. Jest już późno, ale ciągle jeszcze nie za późno.

Po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej i uzyskaniem w ten sposób dostępem do europejskich funduszy strukturalnych należy, póki czas, wykorzystać wszelkie możliwości skierowania uwagi publicznych i prywatnych inwestorów na nieużytki, które najwyraźniej występują bardzo licznie. Ze swej strony Turynia proponuje w tej dziedzinie intensywny dialog partnerski.

Zarządzanie zasobami gruntowymi w procesie transformacji strukturalnej

Ustawiczne przemiany strukturalne są cechą charakterystyczną nowoczesnego społeczeństwa przemysłowego. W nowych landach na wschodzie Niemiec, tak samo jak chyba we wszystkich krajach środkowo- i wschodnioeuropejskich, transformacja polityczna w 1989 roku przyniosła ze sobą radykalny przełom strukturalny. We wschodnich Niemczech doprowadził on do nagłego wzrostu ilości nieużytków. Obecnie wciąż jeszcze każdego dnia przybywa 5 hektarów nowych nieużytków. Charakterystyczną cechą tego rozwoju były i są: zrujnowane kombinaty, dewastujące środowisko naturalne metody wydobycia węgla brunatnego oraz metody wydobywcze w zagłębiu bizmutu, niszczące osiedla z wielkiej płyty, ogromne obszary poprzemysłowe, chylące się ku ruinie rolnicze zakłady produkcyjne, ale również nowe niewykorzystywane tereny przemysłowe. Piętnaście lat od przełomu taka sytuacja wciąż ma miejsce, i to pomimo przeprowadzenia wielu skutecznych działań w zakresie odbudowy.

Jednocześnie suburbanizacja i działania infrastrukturalne, np. pozyskiwanie terenów pod rozbudowę tras kolejowych, autostrad i innych dróg oraz przekwalifikowanie gruntów z uprawnych na przemysłowe i pod zabudowę mieszkaniową, doprowadziły do olbrzymiego wzrostu obszarów zasiedlonych i komunikacyjnych.

Pomimo obecnych trudności ekonomicznych dzienne wykorzystywanie nowych gruntów wynosi w Niemczech wciąż jeszcze 93 hektary, w Turynii - 2,3 hektara. Nowemu rządowi federalnemu przyświeca długofalowy cel, by do 2020 roku ograniczyć zabudowywanie nowych terenów do maksymalnie 30 hektarów dziennie na obszarze całych Niemiec; w przypadku Turynii byłby to 1 hektar dziennie.

Zestawiając ze sobą ciągle jeszcze zbyt intensywne wykorzystywanie nowych gruntów z jednej strony oraz duży odsetek i stale rosnącą liczbę nieużytków z drugiej strony, a ponadto prognozowany ujemny przyrost naturalny w Turynii, dostrzeżemy konieczność przeciwdziałania. Coraz

mniej ludzi zawłaszcza coraz więcej terenów! Dlatego też w czasach kurczenia się procesów gospodarczych i niekorzystnego rozwoju demograficznego, sposób obchodzenia się z cennym zasobem, jakim jest grunt, powinien być zarówno celem politycznym, jak i maksymą przy praktycznej realizacji. Jednocześnie należy posiłkować się dwojaką strategią, ograniczającą z jednej strony wykorzystywanie gruntów, z drugiej strony włączając raz wykorzystane tereny, nieużytki właśnie, w łańcuch tworzenia wartości dodanej.

Inteligentne zarządzanie nieużytkami jako cel polityczny

Ministerstwo Rolnictwa, Ochrony Przyrody i Środowiska Naturalnego Turynii, w charakterze instytucji odpowiedzialnej za ochronę zasobów naturalnych, opracowało długofalową politykę gospodarowania gruntami, rozumianą tutaj jako inteligentne zarządzanie gruntami (bliższe informacje: www.thuringen.de/de/tml-nu).

Chodzi o następujące aspekty:

■ Ograniczenie wykorzystywania obszarów uprawnych i leśnych.

Obecne wykorzystywanie nowych gruntów określa się nierzadko jako największy nierozwiązany dotąd problem ekologiczny. Toteż wykorzystywanie wartościowych terenów uprawnych i leśnych, będących dla rolnictwa i leśnictwa ich najcenniejszym zasobem i podłożem produkcyjnym, musi ulec ograniczeniu.

■ Uzdatnianie istniejących nieużytków. Należy doprowadzić do tego, aby istniejące nieużytki ponownie wykorzystywano. Celem jest zarówno przysposobienie ich do ekonomicznego użytkowania (budownictwo, mieszkanie, działalność gospodarcza, czas wolny i rekreacja), jak i ich uzdatnienie jako, opartego na prawie o ochronie środowiska, środka kompensacyjnego i zastępczego dla ingerencji w innych miejscach.

Oba wynikające stąd sposoby wykorzystania nieużytków redukują równocześnie wykorzystywanie nowych powierzchni uprawnych pod zasiedlanie i komunikację, do których zaliczają się nie tylko powierzchnie potrzebne na ten cel, ale też

w formie uzupełnienia tej powierzchni, które mają być wykorzystane jako środki kompensacyjne i zastępcze.

■ Odtworzenie ekologicznej funkcji gleby. Należy także uwzględnić aspekty ochrony gleby, mając na uwadze odtworzenie jej ekologicznych funkcji, na przykład na terenach pokrytych hałdami górniczymi.

■ Poprawa jakości lokalizacji.

Tereny, na których stoją ruiny, są oznaką degradacji. Negatywne dla danego regionu skutki natury wizualnej i psychologicznej są oczywiste. Szybkie usunięcie tych szpecących miejsc, to ważny wkład w poprawę jakości lokalizacji i zwiększenie atrakcyjności regionu w oczach obywateli i inwestorów.

■ Zarządzanie przestrzenne i zmiana struktury obszarowej.

Grunt jest nośnikiem praw własności i praw użytkowania. Stosunki własności w przypadku nieużytków częstokroć są niejasne. W przypadku złożonych planów dotyczących zmiany przeznaczenia nieużytków wymagane są niemal zawsze regulacje własnościowe, pojmowane jako ustalenie stosunków własności oraz nowy podział terenu. Nowe użytkowanie stale bowiem zakłada celowe, ponowne uporządkowanie posiadłości według położenia, kształtu, wielkości, sposobu użytkowania, stanu uzdatnienia terenu oraz sąsiedztwa. Pod tym względem zarządzanie przestrzenne i zmianę struktury obszarowej (scalanie gruntów) trzeba uwzględnić jako nieunikniony składnik i podejście metodyczne w inteligentnym zarządzaniu gruntami.

Stworzenie katastru nieużytków w oparciu o Geograficzny System Informacyjny

Od 2003 do 2005 roku w Turynгии miał miejsce – po raz pierwszy w Niemczech – pomiar nieużytków na całym terytorium landu. Przy pomocy wykwalifikowanych bezrobotnych, pod kierownictwem przedstawicieli okręgów i przy koordynacji Towarzystwa Rozwoju Regionalnego w Turynгии zewidencjonowano nieużytki o powierzchni ponad 1 000 m² w obrębie miejscowości oraz o powierzchni ponad 5000 m² poza obszarami zasiedlonymi.

Chodziło tutaj o pomiary ilościowe i jakościowe, które pomogły ustalić potencjał ponownego wykorzystania arealów w przypadku: ♦ terenów przemysłowych ♦ niewykorzystywanych obszarów produkcyjnych ♦ budynków gospodarczych ♦ budynków mieszkalnych i biurowych ♦ poligonów ♦ obszarów górniczych ♦ ośrodków turystycznych i rekreacyjnych ♦ budynków publicznych (szkoły, szpitale) oraz innych niewykorzystywanych terenów zabudowanych.

Inwentaryzacja miała na celu uzyskanie ogólnego odnośnie rozkładu nieużytków. To ma stanowić podstawę podejmowania decyzji w planowaniu regionalnym, przez gminy, inwestorów prywatnych i finansodawców. Pomiary przyniosły następujący wynik: w Turynгии występuje ok. 6 400 hektarów nieużytków; to powierzchnia 10 000 boisk sportowych. Około 13% tej powierzchni znajduje się w obrębie obszarów zasiedlonych, 43% na ich obrzeżach, a 44% poza nimi, tzn. na obszarach wiejskich. Z tego zasobu około 45% zdaje się nadawać do wykorzystania pod tereny budowlane, podczas kiedy około 55% można uwzględnić jako nadające się do renaturyzacji albo do wykorzystania w postaci środka kompensacyjnego.

Analiza potencjału ponownego wykorzystania wykazała, że około 15% powierzchni łatwo wprowadzić na rynek ze względu na ich atrakcyjność. Mniej więcej 40 % można ponownie wykorzystać tylko z zastosowaniem modeli partnerstwa prywatno-publicznego (*Private-Public-Partnership*), podczas gdy około 45% nadaje się, i to przy pomocy ogromnych nakładów finansowych instytucji publicznych, do ponownego wykorzystania, które polegałoby głównie na renaturyzacji.

Rewitalizacja nieużytków w Turynгии jest na dobrej drodze

Na wszelkich płaszczyznach politycznych, poczynając od rządu krajowego, poprzez okręgi, na samorządach skończywszy, nieużytki należy uznać za tereny nadające się do potencjalnego wykorzystania. Rozwój mieszkalnictwa i działalności gospodarczej musi się w pierwszej linii koncentrować na nieużytkach, zanim sięgniemy po „zieloną łakę”. Odnosi się to również do popytu ze strony inwestorów, których uwagę świadomie i celowo należy kierować na nieużytki.

W końcu również w przypadku zaangażowania ekologicznych środków kompensacyjnych lub zastępczych, za którymi idą inwestycje wykorzystujące grunty, należy się skupić na nieużytkach na obszarze wiejskim. Wydaje się to być o wiele rozsądniejsze od podejmowania koniecznych ze względu na prawo o ochronie środowiska środków zastępczych i kompensacyjnych wobec najcenniejszych gleb rolniczych, bowiem ze zmianą przeznaczenia osiągnie się rzekomo największy efekt ekologiczny.

W Turynгии trwają obecnie intensywne prace nad tym, by naszkicowaną powyżej politykę gospodarowania gruntami zastosować praktycznie w strategiach i projektach:

■ Zalecenie oszczędnego gospodarowania gruntami i ponownego wykorzystania nieużytków jest zapisane w obowiązują-

cym od 2004 roku Planie rozwojowym Turynгии i wiążące dla wszystkich wynikających zeń planów szczegółowych.

■ Obecnie zalecenie to jest wcielane w – ciągle jeszcze opracowywane – Plany rozwoju regionalnego dla czterech regionów Turynгии. Plany rozwoju regionalnego mają moc wiążącą dla strategii wykonawców na szczeblu lokalnym.

■ Z inicjatywy Ministerstwa Rolnictwa, Ochrony Przyrody i Środowiska Naturalnego Turynгии w celu kierowania środkami kompensacyjnymi i zastępczymi ewidencjonuje i zestawia się pule gruntów. Są one następnie łączone z danymi o nieużytkach.

■ Zwłaszcza na obszarach wiejskich środki takie jak nieformalne i planistyczne, ale również inwestycyjne, narzędzia rozwoju kraju, zintegrowane koncepcje rozwoju wsi, zarządzanie regionalne, scalanie gruntów, odnowę wsi czy też poprawę infrastruktury wiejskiej można skierować na rewitalizację nieużytków.

■ Pałaca potrzeba działania istnieje w przypadku upadających zakładów w byłych rolniczych spółdzielniach produkcyjnych. Główną przeszkodą przy ich usuwaniu stanowią często niewyjaśnione stosunki własności oraz wysokie koszty rozbiórki i usuwania gruzu. W tym celu Spółka Krajowa z Turynгии w wytycznych działań przedstawiła sposoby rozwiązania na pozytywnych przykładach.

■ W nowym okresie dotacyjnym EU 2007-2013 główny nacisk inwestycyjny, szczególnie w przypadku funduszy EFRE i ELER, położony jest na rewitalizację nieużytków. Turyngia uzyska 40 milionów EURO dotacji z funduszu EFRE w ramach programu wsparcia dla rewitalizacji nieużytków miejskich i wiejskich.

W konkluzji apel ten zmierza do tego, by temat rewitalizacji nieużytków bardziej włączyć w publiczną dyskusję. Chodzi tutaj o zintegrowane, długofalowe spojrzenie na temat nieużytków, obejmujące aspekty ekonomiczne, ekologiczne, społeczne i kulturalne. Pozytywne przykłady winny być impulsem do naśladownictwa.

Ogólnie rzecz biorąc, należy podkreślić, że redukcja wykorzystywania gruntów oraz rewaloryzacja nieużytków są nie tylko w pełnym znaczeniu słowa trwałe i przyjazne dla środowiska, ale także wskazane z punktu widzenia gospodarki narodowej, bowiem w ten sposób można oszczędzać i uzdrawiać finanse publiczne. ■

DR KARL FRIEDRICH THÖNE

Ministerstwo Rolnictwa, Ochrony Przyrody i Środowiska Naturalnego Turynгии, Wydział Przestrzeni Wiejskiej, Arnstädter Straße 28D-99096 Erfurt
karl-friedrich.thoene@tmlnu.thueringen.de



Czy samorządy lubią przedsiębiorców?

Czas wyborów samorządowych. Nie ma lepszego momentu, aby zastanowić się nad relacjami między samorządnością a przedsiębiorczością. Kiedy piszę ten felieton samorządowa kampania wyborcza jeszcze trwa, kiedy Państwo będziecie go czytać znane już będą wyniki wyborów. Czy wyniki te będą miały wpływ na przedsiębiorczość w regionach? Na pewno tak. A jaki? No, to jest prawdziwa zagadka. Na pewno duży, bo jak nigdy dotąd samorządowcy będą sami dysponować środkami pomocowymi Unii Europejskiej. I to środkami nie małymi. Czy przy ich wykorzystaniu będą pamiętać o wspieraniu przedsiębiorstw w swoich regionach? Na dziś można mieć obawy czy tak się stanie.

Kiedy w roku 2003 podróżowałem po Polsce promując Sektorowy Program Operacyjny Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw (SPO WKP) na spotkaniach z przedsiębiorcami i władzami regionalnymi często można było usłyszeć zarzuty, że źle się stało, że wsparcie dla przedsiębiorstw zaplanowano głównie na poziomie centralnym. Wszyscy nawoływali do zmian, które zbliżyłyby źródło wsparcia do odbiorców, czyli przenieśli wsparcie przedsiębiorców do regionów. Teraz, w roku 2006 biorąc udział w spotkaniach z przedsiębiorcami słyszę dokładnie przeciwnie apele. Kiedy prezentowane są dane odnośnie środków, które trafią do przedsiębiorców na poziomie centralnym i regionalnym słychać głosy proszące o zatrzymanie możliwie dużych kwot i instrumentów wsparcia przedsiębiorstw na poziomie krajowym. Co się wydarzyło w ciągu ostatnich trzech lat, że środowisko przedsiębiorców zmieniło opinie? Na pewno trudno wskazać jedną przyczynę. Warto więc może popatrzeć na tę kwestię z różnych stron.

Wydaje się, że słuszne były oczekiwania przedsiębiorców z roku 2003, aby środki dla nich rozdzielane były na poziomie regionalnym. Bez wątpienia wojewódzkie władze samorządowe najlepiej powinny znać potrzeby rozwojowe swoich regionów, a zatem również potrzeby przedsiębior-

ców, którzy ten rozwój kreują. Wiarę tą pogłębiał przebiegający w tamtym okresie proces przygotowania Regionalnych Strategii Innowacji (RSI), w ramach których rozwijał się dialog między wszystkimi partnerami: przedsiębiorcami, władzami samorządowymi, środowiskiem naukowym i organizacjami pozarządowymi. Opracowano dokumenty strategiczne, które sejmiki samorządowe przyjęły w głosowaniach, w niektórych województwach zaczęto tworzyć instytucje wdrażające i... no właśnie. I co? Wydawało się, że wszystko jest na dobrej drodze, aby tworząc Regionalne Programy Operacyjne (RPO) na lata 2007-2013 samorządowcy uwzględniły przyjęte dokumenty strategiczne i wyko-

Ani na poziomie rodziny, ani województwa, ani państwa nie da się tylko konsumować.

Ktoś musi wypracowywać to, co możemy przeznaczyć na konsumpcję.

W gospodarce tę rolę pełnią przedsiębiorcy.

Każdy, kto nie docenia tego faktu, może wprawdzie wygrać wybory, ale nie może być dobrym gospodarzem.

nawcze, i w efekcie wdrażali RSI przez RPO. Pozornie proste. Ale w zasadzie tak się nie stało. Taki optymistyczny scenariusz zrealizował się tylko w kilku województwach. W przytłaczającej większości samorządowcy postanowili większość środków z funduszy strukturalnych przeznaczyć na rozwój infrastruktury. Niewątpliwie inwestycje te ważne są dla rozwoju regionów, czy poprawy jakości życia mieszkańców. Jest tylko jedno ale. Z czego za pięć, siedem, czy dziesięć lat samorządy utrzymają wybudowaną z rozmachem infrastrukturę? Nie ma innego źródła finansowania budżetów samorządowych niż podatki. A podatki generują przedsiębiorcy. Więc warto może

wsparcie dla przedsiębiorców potraktować nie jak wydatki, a jak inwestycje. Inwestycje w przyszłość. Bez takiej inwestycji w przyszłe źródła przychodów dla samorządów nie ma co liczyć na trwały i zrównoważony rozwój. Ani na poziomie rodziny, ani województwa, ani państwa nie da się tylko konsumować. Ktoś musi wypracowywać to, co możemy przeznaczyć na konsumpcję. W gospodarce tę rolę pełnią przedsiębiorcy. Każdy, kto nie docenia tego faktu, może wprawdzie wygrać wybory, ale nie może być dobrym gospodarzem.

Czy jest naprawdę źle? Uważam, że ciągle jeszcze jest potrzeba bicia na alarm. Nawoływania władz samorządowych do inwestycji w gospodarczą przyszłość swoich małych ojczyzn. Analizy Ministerstwa Rozwoju Regionalnego (MRR) prezentowane na konferencjach w ostatnich miesiącach pokazują wprawdzie, że udział nakładów na wspieranie przedsiębiorczości rośnie w poszczególnych województwach, jednak nawet aktualny poziom trudno uznać za satysfakcjonujący. Prawdziwa groza wyłania się z pierwszych zestawień, kiedy nawet regiony – liderzy nie widzieli potrzeby przeznaczania na wspieranie przedsiębiorczości więcej niż 20% środków w ramach swoich RPO. Po ogromnych wysiłkach Ministerstwa Gospodarki (MG) i MRR ostatnie zestawienia pokazują, że najlepsi gospodarze chcą już przeznaczać na tę sferę prawie 40% (woj. opolskie), jednak w zamykającym stawkę województwie małopolskim to nadal jedynie nieco ponad 16%. Średnia krajowa kształtująca się na poziomie ok. 27% nie może być uznana za satysfakcjonującą, szczególnie gdy pod uwagę weźmie się skalę rozpiętości wyników wpływających na tą średnią.

Oczywiście, rzeczywistość jest jeszcze bardziej skomplikowana. Samorządowcy nie mogą wpisać do RPO dowolnych instrumentów wspierania przedsiębiorstw. Programy regionalne muszą być spójne z przygotowywanymi na poziomie ogólnokrajowym. W przypadku wsparcia przedsiębiorstw najważniejszy jest Program Operacyjny Innowacyjna Gospodar-

ka (PO IG). Program ten w siedmiu priorytetach zawiera cały wachlarz działań wspierających różne potrzeby przedsiębiorstw, ze szczególnym jednak naciskiem na wspieranie przedsięwzięć o najwyższym poziomie innowacyjności. Dotyczy to przede wszystkim działalności badawczo-rozwojowej, inwestycji w nowe technologie i maszyny, tworzenia nowych przedsiębiorstw technologicznych, inwestycji o dużym znaczeniu dla gospodarki, promocji gospodarczej oraz budowania elektronicznej administracji.

Programy regionalne nie mogą oferować instrumentów analogicznych do proponowanych w PO IG. Nie można dopuścić do sytuacji, w której przedsiębiorca może ubiegać się o wsparcie dla danego projektu w różnych programach. Nie powinno się również dopuścić do sytuacji, w której projekt przedsiębiorcy nie może nigdzie liczyć na wsparcie. Chyba, że jest to świadoma decyzja Rządu lub władz samorządowych. Kwestia ta stała się przedmiotem debaty między przedstawicielami Rządu i samorządów. Aby ułatwić pracę samorządowcom Ministerstwo Gospodarki i Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego (MNiSW) od bardzo wczesnego etapu prac nad swoimi priorytetami w PO IG przekazywało informacje o rodzajach instrumentów, dopuszczalnych typach projektów oraz kryteriach wyboru projektów. Miało to sprzyjać określaniu zakresu interwencji podejmowanych na poziomie regionalnym. Regiony mogły zdecydować się na zupełnie inne rodzaje instrumentów niż proponowane w PO IG lub dla podobnych instrumentów musiały określić kryteria wyboru projektów odróżniające je od propozycji PO IG. W efekcie udało się wypracować tzw. linię demarkacyjną, czyli określić np. jakie inwestycje przedsiębiorców (biorąc jako kryteria ich innowacyjność i wartość) wspierane będą centralnie, a jakie regionalnie. Niestety, mimo dołożenia wielu starań niektóre regiony postanowiły postawić na swoim. W praktyce może to doprowadzić do wykluczenia przedsiębiorców z niektórych województw ze wsparcia w ramach PO IG, a z drugiej strony, w niektórych województwach pozostawić pewne grupy przedsiębiorców bez szans na wsparcie. Zastanawia motywacja regionów do przyjmowania takiej „separatystycznej” postawy. Mając na uwadze środki, jakie regiony łącznie zamierzają przeznaczyć na wsparcie przedsiębiorstw, a jest to szacunkowo nieco ponad 4 mld euro, na jeden region wypada ok. 260 mln euro. Dodatkowo wiele samorządów przyjęło bardzo bogatą ofertę wspierania przedsiębiorstw, co w praktyce oznacza przeznaczenie niewielkich środków na da-

ny typ projektów w danym regionie. Nie są to kwoty imponujące w zestawieniu z ponad 8 mld w PO IG. Spodziewać by się więc można, że regiony powinny być zainteresowane „wypychaniem” projektów, szczególnie trudnych i kosztownych do finansowania w ramach PO IG. Nie wiedzieć czemu, często tak się jednak nie dzieje. Ma to miejsce w szczególności w województwach najbardziej zaawansowanych w tworzeniu systemów wspierania przedsiębiorczości. Problem w tym, że dostosowanie zapisów PO IG do potrzeb liderów podniosłoby niezwykle poprzeczkę innym regionom, a w efekcie prawdopodobnie pozbawiło wielu przedsiębiorców szans na wsparcie. Dobrze być ambitnym, ale czy czasem nie warto być też sprytnym?



Brak wyraźnego nacisku na przedsiębiorczość w programach regionalnych oraz swego rodzaju rywalizacja między RPO a PO IG to nie wszystkie powody do niepokoju dla przedsiębiorców. Pierwszy okres wdrażania funduszy strukturalnych pokazał, że niektóre samorządy mają ograniczone zdolności organizacyjne i kompetencyjne do realizacji powierzonych w tym zakresie zadań. Niestety szerokim echem odbiły się różnego rodzaju nieprawidłowości w systemie oceny projektów i wyłaniania beneficjentów w ramach realizowanego w regionach Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego (ZPORR) na lata 2004-2006. Takie zjawiska wzbudzają uzasadniony niepokój co do wdrażania w regionach funduszy strukturalnych w latach 2007-2013. Środowisko przedsiębiorców wyjątkowo wyczulone jest na przejrzystość stosowa-

nych procedur, odporność systemu na zachowania korupcyjne i sprawność działania. W tych obszarach instytucje centralne, w szczególności Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) może pochwalić się wieloma sukcesami. Można wręcz prześledzić, jak postępował proces samodoskonalenia się systemu w ramach działania MG, MRR czy właśnie PARP. Uproszczenia procedur, skrócenie czasu oceny wniosków, zmiany systemowe np. w ustawie o zamówieniach publicznych dobrze wróżą na najbliższe lata.

Czy regiony będą w stanie uczyć się na cudzych błędach i zbudują od razu systemy sprawne i przyjazne przedsiębiorcy? Przekonamy się w najbliższych miesiącach i latach. Przedsiębiorcy pozostają pełni obaw i dlatego chętnie spoglądają teraz w stronę PARP, krytykowanego dość ostro jeszcze nie tak dawno. Pojawiają się nawet sugestie, czy PARP nie powinna zostać włączona w regionalne systemy wdrażania. Uważam, że nie. Regiony muszą zbudować swoje zdolności absorpcyjne, nawet jeśli ta lekcja będzie kosztowna. Będzie za to procentować na przyszłość.

Jaka jest więc odpowiedź na postawione w tytule pytanie? Obawiam się, że wielu samorządowców nie rozumie roli przedsiębiorstw w rozwoju regionów, nie rozumie więc ich potrzeb, a w efekcie nie rozumiem potrzeby ich wspierania. Przy okazji wyborów widać, że bardziej nośne są hasła budowania nowych dróg i mostów, szpitali i szkół, boisk i basenów. To cenne inicjatywy, ale one nie doprowadzą do odprowadzenia nowych podatków do budżetu, nie wpłyną znacząco na tworzenie nowych miejsc pracy. Ale pobudzają one wyobraźnię elektoratu i dają głosy pozwalające na zasiadanie w sejmikach i różnego rodzaju radach. Ale elektorat w tych wyborach samorządowych nie pójdzie chyba masowo do urn wyborczych. Sondaże przedwyborcze wskazują na niską frekwencję. Na tym tle z uwagą należy odnotować badania przeprowadzone przez „Pentora” na zlecenie Pulsu Biznesu. Wynika z nich, że przedsiębiorcy są bardziej skorzy do wzięcia udziału w wyborach samorządowych niż większość społeczeństwa. O tym, że zagłosuje, przekonanych jest 84 proc. ankietowanych szefów firm. To bardzo wysoki odsetek. Nawet jeśli zawyżony wskazuje, że przedsiębiorcom zależy na wyborze dobrych gospodarzy. Jeśli przedsiębiorcy okażą się zdyscyplinowanym elektoratem, który zgodnie z zapowiedziami pójdzie do głosowania, mogą zmienić się zapatrywania samorządowców na przedsiębiorczość. Czego przedsiębiorcom i samorządowcom serdecznie życzę!

KRZYSZTOF GULDA

Klasy w Małopolsce



W ostatnich kilku miesiącach powstało w Krakowie kilka inicjatyw klastrowych, których głównym celem jest stworzenie lub intensyfikacja powiązań kooperacyjnych między przedsiębiorstwami a instytucjami otoczenia biznesu zajmującymi się określoną dziedziną nauki. Podstawowym efektem projektu klastra jest wzmocnienie współpracy między sektorem badawczo-rozwojowym (B+R) a firmami, oraz pomiędzy samymi przedsiębiorcami, co przyczynia się do podniesienia konkurencyjności miasta i regionu w oczach potencjalnych inwestorów. Jest to możliwe poprzez korzyści osiągnięte dzięki współpracy w niektórych obszarach, podczas gdy w pozostałych utrzymywana będzie dynamiczna konkurencja. Warunkiem sukcesu jest różnorodna grupa potencjalnych partnerów klastra, która zapewni wieloaspektowe spojrzenie na problemy regionu, a także szeroką promocję projektu, gwarantując tym samym upowszechnianie jego rezultatów w Polsce, a także Unii Europejskiej, USA oraz na innych rynkach.

Przy określaniu definicji klastra nie można pominąć również jego roli w kreowaniu rozwiązań innowacyjnych oraz pobudzaniu nowych form biznesu. Innowacyjne klasy różnią się od tradycyjnych lokalnych systemów produkcyjnych tym, że istotne jest tam partnerstwo i współpraca nie tylko między firmami, ale także między firmami i światem nauki, badań. Instytuty badawcze oraz szkoły wyższe są więc w takich klastrach istotnymi podmiotami, które wchodzą w sieci powiązań i interakcje ze współpracującymi między sobą przedsiębiorstwami danego systemu produkcyjnego. Możliwa staje się wówczas efektywna komunikacja o ofercie, a także problemach obu środowisk oraz budowa konsorcjów realizujących konkretne przedsięwzięcia badawczo-wdrożeniowe, które są w stanie skutecznie aplikować o różnorodne środki finansowe.

Kraków jest drugim po Warszawie centrum naukowo-badawczym i jednym z najszybciej rozwijających się ośrodków gospodarczych, przyciągającym każdego roku miliony euro inwestycji zagranicznych. Jest tu zlokalizowany znaczący kapitał ludzki i świetna baza dla rozwoju gospodarki – przede wszystkim sektorów

wysokich technologii. Warto w tym miejscu wspomnieć o cenionych uczelniach jak Uniwersytet Jagielloński, Akademia Górniczo-Hutnicza czy Akademia Rolnicza oraz wielu światowej klasy instytutach naukowo-badawczych (m.in. Instytut Farmakologii PAN, Instytut Fizyki Jądrowej PAN, Instytut Zootechniki w Balicach, czy Centrum Onkologii Instytut im. Marii Skłodowskiej-Curie). Kraków i okolice to także miejsce, gdzie swoje siedziby ulokowało wiele firm z rozwojowych branż jak biomedycyna, farmacja, IT i energetyka. Zaliczmy do nich m.in. międzynarodowe koncerny ABB, Delphi, Motorola, IBM, multinationale spółkę Pliva, ComArch, Solidex, Aspel, Diagnostyka, czy IBSS Biomed.

Kraków to miasto, które daje wielkie możliwości rozwoju gospodarki – przede wszystkim sektorów związanych z transferem technologii

Ze względu na wyżej przedstawione argumenty można stwierdzić, że Kraków to miasto, które daje wielkie możliwości rozwoju gospodarki – przede wszystkim sektorów związanych z transferem technologii. Pewnym problemem jest jednak niewystarczająca współpraca między sektorem B+R a przedsiębiorstwami, która warunkuje brak efektywnego przełożenia dokonań naukowych na grunt przemysłu. Jest to jedna z zasadniczych bolączek polskiej gospodarki sprawiająca, iż jej poziom innowacyjności jest jednym z najniższych w Unii Europejskiej. Jak pokazują jednak doświadczenia niektórych państw, a zwłaszcza Stanów Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii, możliwym panaceum na taką sytuację jest właśnie zorganizowana współpraca firm i instytucji naukowych w ramach klastra. Koncentracja wzajemnie powiązanych ze sobą przedsiębiorstw, uczelni i innych instytucji naukowych na danym obszarze, przyczynia się bowiem do efektywnego podziału pracy między nimi, stymulując ich innowacyjność, co w konsekwencji prowadzi do przyspieszonego rozwoju całego regionu.

Uniwersytet Jagielloński dostrzegając wielki, a zarazem nie w pełni wykorzystany potencjał sektora nauk przyrodniczych,

zainicjował proces tworzenia Klastra *Life Science* Kraków, jako zorganizowanej struktury, zdolnej do stworzenia skutecznego procesu tworzenia nowych technologii w powyższej dziedzinie oraz ich komercjalizacji. Inicjatywa tworzenia Klastra *Life Science* ma jednak szansę efektywnej realizacji tylko przy zaangażowaniu partnerów z Krakowa i okolic. Dlatego też już w marcu 2006 r. Uniwersytet Jagielloński podpisał umowę konsorcjum z Akademią Rolniczą im. Hugona Kołłątaja oraz Jagiellońskim Centrum Innowacji Sp. z o.o. w celu realizacji polityki rozwojowej w dziedzinie life science. Następnym etapem umowy było rozpoczęcie działań mających na celu promocję idei powstania klastra wśród przedstawicieli lokalnych ośrodków naukowo-badawczych, przedstawicieli szkół wyższych, szpitali, jak również przedsiębiorców, którzy działają w dziedzinie *life science*. Jeszcze w marcu br. rozszło się informacje o powstającej inicjatywie do blisko 20 firm i instytucji, które mogły być potencjalnie zainteresowane uczestnictwem w tworzeniu klastra, z czego 7 instytucji zadeklarowało współpracę. Kolejna akcja informacyjna o klastrze miała miejsce na przełomie września i października 2006 r. Jej efektem było pozyskanie kilkudziesięciu firm i przedstawicieli sektora B+R chętnych do utworzenia nowej platformy współpracy.

Najważniejszym jednak wydarzeniem w procesie budowy Klastra *Life Science* Kraków było uroczyste podpisanie przez firmy i instytucje otoczenia biznesu umowy o współpracy, które miało miejsce 20 października 2006 r. w Collegium Maius UJ. Oprócz Uniwersytetu Jagiellońskiego jego założycielami jest 31 firm i instytucji m.in.: Pliva Kraków, IBSS Biomed, Diagnostyka, Szpital Specjalistyczny im. Jana Pawła II, Instytut Nafty i Gazu, Instytut Fizyki Jądrowej PAN. Sygnatariuszami umowy o współpracy są także przedstawiciele władz lokalnych i regionalnych (Prezydent Miasta Krakowa, Marszałek Województwa oraz Wojewoda Małopolski). Spotkanie uświetnili swoją obecnością: JM Rektor UJ prof. dr hab. Karol Musioł, JM Rektor Akademii Rolniczej w Krakowie prof. dr hab. Janusz Żmija, Marszałek Województwa Małopolskiego Janusz Sepioł, a także wielu prezesów i dyrektorów reprezentujących firmy oraz instytucje – partne-

rów klastra. Podczas spotkania wszyscy jego uczestnicy podkreślali, iż utworzenie Klastra *Life Science* Kraków spowoduje rozwój nowych technologii w dziedzinie nauk biomedycznych, rozpoznanie wspólnych pól zainteresowań firm i instytucji oraz nawiązanie inspirujących kontaktów między nimi, a także wymianę doświadczeń wykwalifikowanych specjalistów sektora *life science*, co korzystnie wpłynie na poziom badań. Zwrócono również uwagę, iż powstanie klastra przyczyni się do promocji kapitału ludzkiego (naukowców) dla rozwoju sektorów wysokich technologii, jak również do promocji wszystkich partnerów klastra oraz całego regionu małopolskiego ze swoim potencjałem infrastrukturalnym i innowacyjnym, jako atrakcyjnych podmiotów do nawiązania współpracy z zainteresowanymi przedstawicielami sektora *life science* z Polski i zagranicy.

Realizacja powyższych zamierzeń zostanie dokonana poprzez opracowanie i wdrożenie strategii rozwoju Klastra w oparciu o potencjał innowacyjny regionu, a także:

- ▶ stworzenie studium wykonalności dla Klastra *Life Science* Kraków jako odpowiedź na brak fachowych opracowań z zakresu rozwoju nauk przyrodniczych w Małopolsce i ich przełożenia na działalność komercyjną;
- ▶ spotkania i konferencje dotyczące transferu wiedzy i technologii z zakresu *life science* dla szkół wyższych, ośrodków naukowo-badawczych oraz przedsiębiorców zainteresowanych działaniem klastra, w tym bezpośrednie spotkania przedstawicieli klastra z wyżej wymienionymi instytucjami;
- ▶ spotkania przedstawicieli szkół wyższych i innych ośrodków naukowo-badawczych oraz przedsiębiorców zainteresowanych komercjalizacją w zakresie *life science*. Spotkania mają skutkować poszerzeniem współpracy, a także wdrożeniem konkretnych pomysłów w przemyśle (patenty, licencje). Planowane są spotkania branżowe *life science* oraz spotkania „skrojone na miarę”;
- ▶ utworzenie strony internetowej klastra;
- ▶ działania promocyjne klastra w Polsce i zagranicą, w tym: konferencje prasowe, reklama w mediach, reklama bezpośrednia, wyjazdy na szkolenia, warsztaty i seminaria.

Struktura organizacyjna Klastra *Life Science* Kraków jest już wstępnie opracowana. Najważniejszym organem w jego strukturze będzie Rada Klastra, która jako organ uchwałodawczy, podejmować będzie strategiczne decyzje dotyczące kierunków jego rozwoju. W skład Rady wchodzić będą przedstawiciele firm i instytucji, członków klastra. Organ przedstawicielski miał

Powstanie klastra przyczyni się do promocji kapitału ludzkiego

by kompetencje powołania organu wykonawczego złożonego z jednej lub kilku osób (decyzję w tej sprawie podejmie Rada Klastra).

Idea utworzenia Klastra *Life Science* w Krakowie jest stosunkowo młoda, ale bez wątpienia ma bardzo dużą szansę realizacji, co powodowane jest wielkim potencjałem miasta i regionu w dziedzinie nauk biomedycznych, chęcią zaangażowania się w tę inicjatywę ze strony instytucji B+R oraz przedsiębiorstw, a także zidentyfikowaną potrzebą intensyfikacji współpracy świata nauki i biznesu dla obopólnej korzyści.

Podobne cele przyświecały inicjatorom powstania innych krakowskich klastrów, tj. Małopolskiego Klastra Technologii Informatycznych, E-Klastra – Małopolskiego Klastra Informatycznego oraz Małopolsko-Podkarpackiego Klastra Czystej Energii.

Zasadniczym celem Małopolskiego Klastra Technologii Informatycznych jest stworzenie platformy informacyjnej i narzędzi koordynacji działań wspierających proces tworzenia nowych przedsiębiorstw, w tym w oparciu o powstające innowacyjne technologie IT, rozpoznawanie potrzeb przedstawicieli świata nauki i biznesu prowadzących do zwiększania ich konkurencyjności, a także budowa konsorcjów aplikujących o środki finansowe do funduszy strukturalnych, programów ramowych i innych potencjalnych źródeł finansowania.

W inicjatywę budowy klastra zaangażowały się firmy (m.in.: ComArch, Solidex, ABB, Delhi), uczelnie (AGH, UJ, Politechnika Krakowska, WSB-NLU Nowy Sącz oraz PWSZ Tarnów), instytucje otoczenia biznesu (np. CZT AKCENT, Krakowski Park Technologiczny, czy Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego), a także Województwo Małopolskie.

Powstanie E-Klastra – Małopolskiego Klastra Informatycznego współfinansowane było ze środków europejskich w ramach ZPORR. Celem budowy tej platformy współpracy był rozwój systemu innowacyjności w regionie w szczególności poprzez zbudowanie sieci powiązań pomiędzy firmami działającymi w szeroko pojętej branży IT a szkołami wyższymi kształcącymi przyszłych pracowników, przygotowanie inicjatyw, które będą korzystnie wpływać na rozwój biznesu IT w Małopolsce (szczególnie dotyczy to małych i średnich przedsiębiorstw) oraz promocję Małopolski jako konkurencyjnego regionu Europy. Partnerami w tej inicjatywie jest kilka firm i instytucji, m.in.: Ericpol Telecom Sp. z o.o., Inkubator Przedsiębiorczości Wyższej Szkoły

Zarządzania i Bankowości, Wyższa Szkoła Zarządzania (*The Polish Open University*). Inicjatorem przedsięwzięcia jest krakowska spółka Multimedia Communication.

Jedyną ponadregionalną organizacją klastrową, która zainicjowana została w Krakowie jest Małopolsko-Podkarpacki Klaster Czystej Energii. Jego misją jest rozwój badań, kształcenie kadr oraz wdrożenia innowacyjnych technologii w celu zwiększenia pozyskania i wykorzystania czystej energii z lokalnych zasobów, a w konsekwencji uniknięcie emisji szkodliwych substancji do środowiska przyrodniczego. Perspektywicznie klaster zamierza zaangażować się w badania w obszarach wykorzystania energii jądrowej do zero-emisyjnej produkcji paliw płynnych, wytwarzania wodoru do napędu pojazdów mechanicznych, a także wykorzystania gazu ziemnego do napędu pojazdów w komunikacji miejskiej. Koordynatorem przedsięwzięcia jest Akademia Górniczo-Hutnicza, a jej partnerami jest m.in.: Uniwersytet Jagielloński, Politechnika Krakowska, Politechnika Rzeszowska, Instytut Nafty i Gazu, EC Kraków, PGNiG, ZE Rzeszów, władze regionalne oraz fundusze ekologiczne.

Jak każda duża inicjatywa, również klaster, potrzebuje nie tylko dobrych chęci, ale także środków finansowych na swoje powstanie i efektywne funkcjonowanie. Utworzenie platformy współpracy w ramach klastra daje dużą szansę na pozyskanie dofinansowania ze środków europejskich w latach 2007-2013. Wystarczy tu przytoczyć założenia Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego, który w Działaniu 2.1 „Rozwój i podniesienie konkurencyjności przedsiębiorstw” przewiduje wsparcie dla kooperacyjnych powiązań przedsiębiorstw i instytucji sektora B+R poprzez tworzenie klastrów, sieci oraz partnerstw. Podobny rodzaj wsparcia, ale dla projektów ponadregionalnych, został przewidziany w Priorytecie 5 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Warunkiem przystąpienia do konkursu na wsparcie klastrów w ramach Działania 5.1 („Wspieranie powiązań kooperacyjnych o znaczeniu ponadregionalnym”) będzie lokalizacja klastra na terenie minimum dwóch województw. Ponadto w jego skład będzie musiało wchodzić co najmniej 10 przedsiębiorstw, które jednocześnie stanowią przynajmniej połowę wszystkich podmiotów będących członkami klastra. Ważnym źródłem pozyskiwania funduszy będzie również VII Program Ramowy, na potrzeby którego Komisja Europejska wyasygnowała kwotę blisko 54 mld euro.

KAMIL KIPIEL CITTRU, UJ
kamil.kipiel@uj.edu.pl



trudne, po dwóch latach powstało w Polsce tysiące nowych mikroprzedsiębiorstw, z których spora część utrzymała się na rynku, rozwija się i zaczyna zatrudniać nowych pracowników.

Co zatem powinna zrobić osoba chcąca założyć własną firmę a poszukująca wsparcia z funduszy Unii Europejskiej?

W każdym województwie kilka razy w roku ogłaszana jest lista instytucji, które będą udzielały ww. wsparcia szkoleniowego oraz finansowego. Na ogół są nimi szkoły wyższe, instytucje rynku pracy, organizacje pozarządowe, agencje rozwoju regionalnego lub lokalnego itd. Tylko w województwie małopolskim w ciągu ostatnich dwóch lat realizowanych było ponad 20 projektów.

Jeden z takich projektów, o nazwie „Zostań Skutecznym Przedsiębiorcą” realizowany był przez Uniwersytet Jagielloński, Centrum Innowacji, Transferu Technolo-

- ▶ Centrum Bonsai – zajmująca się formowaniem, pielęgnacją oraz sprzedażą miniaturowych drzewek japońskich,
- ▶ Fankomiks – księgarnia fantastyki komiksowej,
- ▶ Biospekt – laboratorium analityczne działające w dziedzinie ochrony środowiska,
- ▶ Retro-Art – działające w branży dekoracji wnętrz,
- ▶ Algebar – producent elektroniki wykorzystywanej w „inteligentnych” domach,
- ▶ Holoart – holografia artystyczna.

Podany przykład projektu CITTRU oraz wielu innych realizowanych w regionie niewątpliwie przyczyni się do powstawania wielu innowacyjnych, wykorzystujących nisze rynkowe firm. Nie można jednak zapomnieć o skutkach pośrednich tego typu projektów, równie ważnych jak powstawanie nowych mikroprzedsiębiorstw.

Zostań skutecznym przedsiębiorcą

Działanie 2.5 Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego (ZPORR) – zdanie to niewiele mówi zwykłemu, szaremu człowiekowi. Pewne skojarzenia nasunąć może jego tytuł „Promocja przedsiębiorczości” lub źródło, z którego pochodzi finansowanie – Europejski Fundusz Społeczny. Jednak i te hasła znane są zazwyczaj jedynie tym, którzy przynajmniej w ograniczonym zakresie zetknęli się z funduszami unijnymi, o których w Polsce głośno zrobiło się w 2004 r. Rzeczywistość pokazuje jednak, iż osoba, która jest zainteresowana założeniem własnej firmy winna zapamiętać ww. nazwy, a szczególnie sformułowanie „Promocja przedsiębiorczości”. Dlaczego?

Jeśli chcesz założyć własną firmę, uzyskać niezbędne szkolenia i doradztwo oraz bezzwrotne wsparcie finansowe właśnie po takich słowach powinieneś rozpocząć poszukiwania informacji w Internecie lub urzędach zajmujących się dystrybucją pieniędzy unijnych dla potencjalnych lub istniejących przedsiębiorców.

Rozwijanie przedsiębiorczości, szczególnie tej w wymiarze mikro jest bardzo ważne w polityce społecznej Unii Europejskiej. Musiało więc znaleźć swoje odbicie również w Polsce – w latach 2004-06 przewidziano kwotę ponad 60 mln Euro na realizację projektów, w wyniku których powstaną nowe firmy. Choć początki były

głównie i Rozwoju Uniwersytetu (CITTRU). Mogła w nim wziąć udział osoba, która nie była zarejestrowana jako bezrobotna, a po 1 stycznia 2004 r. nie była przedsiębiorcą. Wystarczyło jeszcze tylko być studentem lub absolwentem małopolskiej uczelni i można było przystąpić do rekrutacji do projektu, w wyniku której osoby o najbardziej innowacyjnych, nowatorskich pomysłach na biznes mogły je udoskonalać podczas kompleksowego bloku bezpłatnych szkoleń i konsultacji. Ich efektem były profesjonalne biznes plany – koncepcje opracowanego produktu, gotowego do wprowadzenia na rynek. To co jednak najbardziej przemawia do wyobraźni, to liczby:

- ▶ 60 młodych, wykształconych osób przeszkolonych z zakresu zakładania i prowadzenia własnej firmy,
- ▶ ponad 20 nowopowstałych firm w regionie, spośród których 14 uzyskało bezzwrotne wsparcie finansowe w wysokości łącznie ok. 250 tys. zł.

Dzięki zrealizowanemu przez CITTRU, a sfinansowanemu ze środków UE projektowi w regionie powstały m.in. takie firmy jak:

Mowa o promowaniu przedsiębiorczości, kreowaniu mody na własny biznes oraz upowszechnianiu informacji o dużych pieniądzach płynących z UE na tworzenie nowych firm. Z tych właśnie powodów oraz zachęczone sukcesami w zakończonym projekcie, CITTRU postanowiło kontynuować wspieranie nowopowstałych firm i od jesieni 2006r. rozpoczęło realizację nowego projektu „Zostań Skutecznym Przedsiębiorcą. Nowe Szanse”. W kwietniu 2007r. rozpocznie się nabór 22 uczestników do projektu. Spośród nich nawet 8 osób może uzyskać bezzwrotne dotacje, na które zaplanowano ponad 120 tys. zł.

Jeśli więc posiadasz ciekawy, innowacyjny pomysł na firmę weź udział w projekcie w ramach Działania 2.5 ZPORR i wprowadź go w życie!

Więcej informacji o projektach wspierających przedsiębiorczość znaleźć można pod adresem: www.przedsiębiorcy.info ; www.zporr.gov.pl.



DOMINIK DŁUGOSZ, CITTRU, UJ
dominik.dlugosz@uj.edu.pl

Rozpoczęcie działalności gospodarczej obarczone jest obowiązkiem, którym musi podołać przyszły przedsiębiorca. W praktyce obowiązki te związane są z przymusem odwiedzenia pewnych instytucji oraz wypełnienia kilkunastu stron formularzy i druków. Zadaniem niniejszego artykułu jest nakreślenie przyszłemu przedsiębiorcy drogi, jaką będzie musiał pokonać, aby szczęśliwie rozpocząć działalność gospodarczą.

Zgodnie z ustawą z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. 2004 r. nr 173 poz. 1807 z późn. zm.), działalnością gospodarczą jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły. Podejmowanie, wykonywanie i zakończenie działalności gospodarczej jest wolne dla każdego na równych prawach, z zachowaniem warunków określonych przepisami prawa.

Przedsiębiorcą w rozumieniu tej ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej.

W celu rozpoczęcia działalności gospodarczej zobowiązani jesteśmy przede wszystkim uzyskać odpowiedni wpis, przy czym przedsiębiorca będący osobą fizyczną może podjąć działalność gospodarczą po uzyskaniu wpisu do ewidencji działalności gospodarczej, a spółka jawna, partnerska, komandytowa, komandytowo-akcyjna, spółka z o.o. i spółka akcyjna podlegają wpisowi do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez sądy rejonowe (sądy gospodarcze). Spółka kapitałowa (spółka z o.o., spółka akcyjna) w organizacji może podjąć działalność gospodarczą przed uzyskaniem wpisu do rejestru przedsiębiorców.

W tym miejscu należy wskazać, iż oprócz ustawy o swobodzie działalności gospodarczej nadal obowiązuje w części ustawa z 19 listopada 1999 r. prawo działalności gospodarczej (Dz. U. 1999 r. nr 101 poz. 1178 z późn. zm.), a dokładnie art. 7-7i tej ustawy. Ustawodawca uchwalając ustawę z dnia 2 lipca 2004 r. przepisy wprowadzające ustawę o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. 2004 r. nr 173 poz. 1808 z późn. zm.) w art. 66 pkt. 2 tej ustawy postanowił, iż wymienione wyżej art. 7-7i ustawy prawo działalności gospodarczej utracą moc z dniem 30 września 2008 r. Po tym

MARIUSZ LISZKA

Podstawowe obowiązki związane z rozpoczęciem działalności gospodarczej

terminie tj. od 1 października 2008 r. zacząć obowiązywać dopiero art. 23-45 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej (o czym w art. 1 pkt. 3 ustawy przepisy wprowadzające ustawę o swobodzie działalności gospodarczej).

Ewidencję działalności gospodarczej prowadzi gmina właściwa dla miejsca zamieszkania przedsiębiorcy. Zgłoszenie o dokonanie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej podlega opłacie w kwocie 100 zł, a jeżeli zgłoszenie dotyczy zmiany wpisu, opłata wynosi 50 zł. Rada gminy może wprowadzić zwolnienie od opłat. Wpisu do ewidencji działalności gospodarczej dokonuje: wójt, burmistrz albo prezydent miasta. Zgłoszenie o dokonanie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej powinno zawierać:

- (1) oznaczenie przedsiębiorcy oraz jego numer ewidencyjny PESEL, o ile taki posiada,
- (2) oznaczenie miejsca zamieszkania i adresu przedsiębiorcy, a jeżeli stale wykonuje działalność poza miejscem zamieszkania – również wskazanie tego miejsca i adresu zakładu głównego, i oddziału,
- (3) określenie przedmiotu wykonywanej działalności gospodarczej zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności (PKD),
- (4) wskazanie daty rozpoczęcia działalności gospodarczej.

Organ ewidencyjny doręcza z urzędu przedsiębiorcy zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, nie później niż w terminie 14 dni od dnia zgłoszenia.

Rejestr przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym jest jawny. Wnioski o wpis spółek do rejestru przedsiębiorców w KRS składa się na urzędowych formularzach.

Po uzyskaniu wpisu do odpowiedniego rejestru należy skierować kroki do właściwego urzędu statystycznego w celu uzyskania numeru REGON. Zgodnie z ustawą z dnia 29 czerwca 1995 r. o statystyce publicznej (Dz. U. Nr 88, poz. 439, z późn. zm.) osoba prawna, jednostka organizacyjna nie mająca osobowości prawnej oraz osoba fizyczna prowadząca działalność go-

spodarczą, są obowiązane do posiadania numeru identyfikacyjnego krajowego rejestru urzędowego podmiotów gospodarki narodowej i posługiwania się nim przy przekazywaniu informacji wykorzystywanych dla celów statystycznych

Wniosek o wpis do REGON składa się na formularzu RG-1 „Wniosek o wpis do krajowego rejestru urzędowego podmiotów gospodarki narodowej lub o zmianę cech objętych wpisem”. Termin na złożenie wniosku został określony przez ustawodawcę na 14 dni od dnia zaistnienia okoliczności uzasadniających wpis. Urząd statystyczny powinien wydać zaświadczenie o nadanym numerze identyfikacyjnym niezwłocznie, nie później niż w ciągu 7 dni od daty otrzymania wniosku.

Posiadając dwa poprzednie dokumenty możemy wywiązać się z następnego obowiązku, jakim jest dokonanie zgłoszenia we właściwym urzędzie skarbowym. Osoby fizyczne, osoby prawne oraz jednostki organizacyjne, które nie posiadają osobowości prawnej, które na podstawie odrębnych ustaw są podatnikami, podlegają obowiązkowi ewidencyjnemu oraz otrzymują numery identyfikacji podatkowej.

Obowiązkowi ewidencyjnemu podlegają również inne podmioty, jeżeli na podstawie odrębnych ustaw są podatnikami, a w szczególności zakłady (oddziały) osób prawnych oraz płatnicy podatków; podmioty te również otrzymują NIP. Obowiązkowi ewidencyjnemu podlegają także podmioty będące, na podstawie odrębnych ustaw, płatnikami składek na ubezpieczenia społeczne lub ubezpieczenia zdrowotne; podmioty te również otrzymują NIP.

Ewidencji podatników, płatników podatków i płatników składek ubezpieczeniowych dokonują właściwi naczelnicy urzędów skarbowych. Stosownego zgłoszenia dokonuje się na podstawie ustawy z dnia 13 października 1995 r. o zasadach ewidencji i identyfikacji podatników i płatników (Dz. U. 2004 r. nr 269 poz. 2681 z późn. zm.) Wspomniana ustawa określa miejsce i termin składania zgłoszenia.





Podatnicy VAT (z wyjątkiem zwolnionych podmiotowo lub wykonujący jedynie czynności zwolnione od podatku) są obowiązani, przed dniem wykonania pierwszej czynności opodatkowanej, złożyć naczelnikowi urzędu skarbowego zgłoszenie rejestracyjne. Obowiązek dokonania zgłoszenia rejestracyjnego dla celów VAT jest niezależny od obowiązku dokonania zgłoszenia identyfikacyjnego związanego z uzyskaniem numeru NIP. Zgłoszenia dokonuje się na druku VAT-R „Zgłoszenie rejestracyjne w zakresie podatku od towarów

i usług”. Podstawę prawną oraz miejsce zgłoszenia określa ustawa z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz. U. 2004 r. nr 54 poz. 535 z późn. zm.)

Prawie ostatnim obowiązkiem jaki ciąży na osobie zamierzającej rozpocząć działalność gospodarczą jest dokonanie odpowiedniego zgłoszenia w Zakładzie Ubezpieczeń Społecznych. Płatnicy składek zgodnie z ustawą z dnia 13 października 1998 r. o systemie ubezpieczeń społecznych (Dz. U. Z 1998 r., nr 137 poz. 887 z późn. zm.) są zobowiązani do złożenia

druku – zgłoszenie płatnika składek w Zakładzie Ubezpieczeń Społecznych w terminie 7 dni od:

- (1) daty zatrudnienia pierwszego pracownika lub powstania stosunku prawnego uzasadniającego objęcie ubezpieczeniami emerytalnym i rentowymi pierwszej osoby,
- (2) daty powstania obowiązku ubezpieczeń emerytalnego i rentowych dla ubezpieczonych wyłącznie zobowiązanych do płacenia składek na własne ubezpieczenie albo składek na ubezpieczenie osób z nimi współpracujących.

Płatnik składek jest zobowiązany złożyć druk – zgłoszenie płatnika składek w formie dokumentu pisemnego według ustalonego wzoru albo w formie wydruku z aktualnego programu informatycznego udostępnionego przez Zakład Ubezpieczeń Społecznych, we wskazanej przez Zakład jednostce organizacyjnej Zakładu.

Do zgłoszenia płatnik składek jest zobowiązany dołączyć kopie decyzji urzędu skarbowego o nadaniu numeru NIP i zaświadczenia urzędu statystycznego o nadaniu aktualnego numeru REGON.

Podkreślić także należy, iż ustawa o swobodzie działalności gospodarczej nakłada na przedsiębiorcę obowiązek dokonywania lub przyjmowania płatności związanych z wykonywaną działalnością gospodarczą za pośrednictwem rachunku bankowego przedsiębiorcy w każdym przypadku, gdy stroną transakcji, z której wynika płatność, jest inny przedsiębiorca oraz jednorazowa wartość transakcji, bez względu na liczbę wynikających z niej płatności, przekracza równowartość 15 000 euro przeliczonych na złote według średniego kursu walut obcych ogłaszanego przez Narodowy Bank Polski ostatniego dnia miesiąca poprzedzającego miesiąc, w którym dokonano transakcji, dlatego też przyszły przedsiębiorca zobowiązany jest do założenia konta bankowego. Taki obowiązek wynika pośrednio także z art. 61 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. Ordynacja podatkowa, który nakłada na podatników prowadzących działalność gospodarczą i obowiązanych do prowadzenia księgi rachunkowej lub podatkowej księgi przychodów i rozchodów obowiązek zapłaty podatku w formie polecenia przelewu.

Podołanie powyższym obowiązkom pozwoli nam rozpocząć działalność gospodarczą. Wyjaśnienia wymaga fakt, iż Ustawodawca zamierza ułatwić przyszłym przedsiębiorcom procedurę rozpoczęcia działalności poprzez uruchomienie instytucji tzw. „jednego okienka”, o tym jednak innym razem.



OBOWIAZKI ZWIĄZANE Z ROZPOCZĘCIEM DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ



MARIUSZ LISZKA, TARR S.A.

www.tarr.tarnow.pl

MAŁGORZATA FUGIEL-KUŹMIŃSKA

E-BIZNES

co zmienia „E” w biznesie?

Internet zmienił wszystko: nasz styl i tempo życia, kulturowe wzory zachowań i społecznych interakcji, przyzwyczajenia, nawyki (również konsumenckie), sposoby odbierania mediów, pozyskiwania, przetwarzania i magazynowania informacji. Internet zwolnił nas z jednych i wtłoczył nas w nowe ograniczenia, stworzył nowe potrzeby i sposoby ich zaspokajania. Człowiek Internetu jest wolny – w świecie wirtualnym wolno mu wszystko, samodzielnie dokonuje wyborów, jest swoim własnym *gate-keeperem*¹⁰, dyrektorem programowym i liderem opinii. W komunikacji to on jest stroną aktywną, on decyduje, że chce być nadawcą, odbiorcą, że chce lub nie wchodzić w relacje, może nawet stworzyć sobie nową tożsamość, swój mały nowy świat. Co więcej – to, co wirtualne, nie musi być wcale nieprawdziwe, nabiera realności przez swoje konsekwencje, a granica między „realem” a „wirtualnym” staje się coraz bardziej płynna, nieostra i w końcu przestaje mieć znaczenie.

Świat wirtualny zasysa coraz więcej elementów naszej rzeczywistości – szukamy informacji w wirtualnych bibliotekach, poznajemy wirtualnych przyjaciół, kupujemy w wirtualnych sklepach, płacimy rachunki w wirtualnych bankach, czytamy wirtualne gazety, słuchamy wirtualnego radia. Przez internet pracujemy, zamawiamy pizzę lub bilety lotnicze, utrzymujemy kontakty z rodziną i przyjaciółmi, niedługo może nawet będziemy głosować w wyborach. Można przewidywać, że wkrótce większość życia spędzać będziemy w sieci. Rozwój przedsiębiorczości internetowej jest logiczną konsekwencją rozwoju sieci w ogóle – tam, gdzie pojawia się nowe środowisko ludzkiej działalności pojawia się nieuchronnie nowy rynek, z szansami na nowe produkty, nowe kanały komunikacji z klientem, nowe narzędzia promocji, nową jakość funkcjonowania przedsiębiorstwa.

Stare w nowym, czyli firma w internecie

Jednym z kierunków, w jakich relacja Internet-przedsiębiorstwo może przebiegać, jest tworzenie od podstaw firm czysto

Internet nazywany jest czasem „rzeczywistością wirtualną”. Jednak w tym przypadku „wirtualna” nie oznacza czegoś nieprawdziwego, umownego, iluzorycznego. Okazuje się, że działając w „iluzorycznej” rzeczywistości internetu zarabiać można całkowicie realne pieniądze. Środowisko wirtualne otwiera przed przedsiębiorcami możliwości, o których nie śniło się ich rodzicom. **Głównym zasobem internetu jest wiedza i informacja. Od odpowiedniej wiedzy zależy również to, czy przedsiębiorca będzie umiał wykorzystać potencjał internetu.**

„wirtualnych”. Firma „wirtualna”, czyli internetowa to pod względem prawnym i organizacyjnym taka sama firma, jak wszystkie inne. To, co różni firmę internetową od klasycznej to nie jej „wnętrzości”, ale – można tak powiedzieć – „interfejs”. Tak więc chociaż firma fizycznie i prawnie istnieje w tak zwanym „realu”, to klient spotyka się z nią w świecie wirtualnym. Nie mamy więc biura, sklepu, punktu obsługi klienta, ale witrynę internetową, która spełnia dołącznie te same funkcje. Różni się jednak tym, że dla klienta dostępna jest z każdego punktu naszego globu, dwadzieścia cztery godziny na dobę – jeżeli oczywiście klient ma dostęp do Internetu. Daje to olbrzymie możliwości. Po pierwsze, brak konieczności utrzymywania fizycznie istniejącego biura – szczególnie dla firmy początkującej – jest znacznym odciążeniem, pozwala profesjonalnie wystartować nawet z niewielkimi środkami. Po drugie – „wirtualne biuro” jest dla naszych potencjalnych klientów otwarte zawsze i wszędzie, gotowe udzielać informacji, promować i sprzedawać. Po trzecie – dla tych, którzy zrozumie- li logikę sieci, potrafią się w niej poruszać

i wykorzystywać jej atuty, Internet jest genialnie prostym, tanim i docierającym do potencjalnie olbrzymiej liczby odbiorców medium, nośnikiem reklamy, kanałem komunikowania z klientem. I znowu – jeżeli początkująca firma nie ma środków na szeroko zakrojoną promocję, to umiejętnie wykorzystany Internet daje szansę zaistnieć na rynku przy stosunkowo niewielkich kosztach.

Działalność w sieci podlega jednak również pewnym ograniczeniom wynikającym z natury Internetu. Jak już wspominałam, w internecie to użytkownik jest panem, a jego wolność nierzadko rozmija się z naszą wizją tego, jak nasza firma powinna funkcjonować. Uwaga internauty ślizga się po treściach, jakie napotyka, zatrzymuje się sporadycznie na tym, co aktualnie wydaje się mu interesujące. W taki sam sposób będzie on również oglądał i naszą stronę. Wejścia zakończone decyzją i dokonaniem zakupu są tylko niewielkim procentem ogólnych unikalnych odsłon i nie należy się tym zniechęcać. Poza tym – Polacy wciąż jeszcze nie są przyzwyczajeni do kupowania – towarów czy usług – przez Internet. W sytuacji, kiedy wybranego przez siebie towaru nie można z bliska obejrzeć, przekonać się, że nie ma żadnych wad czy usterek, a – potencjalnie – może on nawet do nas nie trafić, klient ma zwykle dużo mniej zaufania do firmy, niż w analogicznej sytuacji, z tą różnicą, że dokonuje zakupu w sklepie „z krwi i kości”. Kolejną kwestią, która budzi wątpliwości jest bezpieczeństwo płatności w Internecie – szczególnie przy użyciu kart kredytowych. Przyzwyczailiśmy się już do obsługi konta bankowego przez Internet, ale szafowanie numerem karty kredytowej w sieci, gdzie podobno nic nie ginie, cały czas budzi wątpliwości. Dla wielu – ale ich do wirtualnych zakupów nie trzeba zachęcać – rozwiązaniem jest osobne konto i karta założone specjalnie na potrzeby płatności internetowych (takie możliwości daje na przykład Allegro).

Wielu klientów traktuje zakupy bardzo „społecznie” – jako interakcje z drugim człowiekiem, nie tylko przepływ towarów i pieniędzy. Dla takich właśnie towarzyskich, społecznych typów zakupy w internecie wydają się zbyt bezosobowe, a zautomatyzowanej procedurze zamówienia brakuje ludzkiego wymiaru. „Typ towarzyski” lub „typ społeczny” potrzebuje pomocy ze strony człowieka-sprzeczawcy w dokonaniu wyboru lub potwierdzeniu słuszności swojej decyzji, redukcji dysonansu poddecyzyjnego. Tego zakupy w Internecie nie są w stanie mu zagwarantować, dlatego często rezygnuje w ostat-

ciąg dalszy na stronie 26

niej chwili lub do internetowych zakupów nie daje się przekonać. Dodać też wypada, że kompetencja w użytkowaniu internetu potrzebna do bezproblemowego poruszania się po wirtualnym hipermarkiecie jakim jest sieć nie jest jeszcze cechą wszystkich jej użytkowników, nie mówiąc już o „konsumentach w ogóle”.

Abstrahując już od problemów kupujących (bądź nie) w internecie konsumentów, uruchomienie firmy działającej w świecie wirtualnym wymaga technicznej kompetencji w stopniu wyższym niż przeciętny. Zaczynając od kwestii czysto technicznych, a więc zrobienia strony internetowej (wraz z grafiką, skryptami, modułami sprzedaży), rozbudowywania jej i aktualizowania, przez kwestie prawne (a więc nieustannie przewijające się przez internetową działalność problemy z prawem własności intelektualnej, zawieranie umów w Internecie itp.) aż do spraw czysto marketingowych, działalność gospodarcza w Internecie wymaga od przedsiębiorcy specjalistycznej wiedzy i umiejętności, z tym że zainwestowany w tą wiedzę kapitał ma szansę zwrócić się wielokrotnie.

Nowe w starym, czyli internet w firmie

Internet jednak to nie tylko szansa – działalność w internecie powoli staje się standardem. Dowcip, że coś, czego nie ma w wyszukiwarce Google najprawdopodobniej w ogóle nie istnieje, nabiera zaś dosłowności. Istnienie również w Internecie dla firm istniejących już w „realu” otwiera nowe możliwości, szczególnie w dziedzinie promocji, kreowania marki i komunikacji z klientami. Podstawową formą istnienia w Internecie – zarówno dla firm „wirtualnych”, jak i ich „starszych braci w przedsiębiorczości” jest strona internetowa. Działając jako interfejs lub wizytówka firmy strona musi jednak spełniać pewne warunki. Żle zaprojektowana strona często zraża, zaś chaos na stronie w jakiś sposób implikuje chaos w firmie. Strona powinna być więc czytelna w swojej strukturze, przejrzysta jeśli chodzi o treści, prosta w obsłudze, estetyczna (ale raczej w kategoriach minimalistycznych niż barokowych) i dostosowana do potrzeb i specyfiki klientów firmy. Strona powinna budzić zaufanie – a więc odsyłać do rzeczywistości pozawirtualnej przy pomocy adresu, numeru telefonu i nazwisk realnie istniejących ludzi, być stale aktualizowana, w miarę możliwości interaktywna. Strona – żeby mogła zaistnieć – musi być jednak dobrze wypromowana. Dobre pozycjonowanie w wyszukiwarkach, bannery i linki potrafią zrobić „coś z niczego”. Internauta szuka w sieci głównie informacji. Jeżeli je-



steśmy w stanie sprawić, że poszukując informacji trafi na naszą stronę, to jest to już jakiś sukces (stąd informacyjne treści – nawet na stronach komercyjnych – powinny być równie ważne, a nawet ważniejsze, jak treści promocyjne i reklamowe). Internet to również doskonałe źródło informacji – dla nas o naszych klientach.

Nie sposób mierzyć skuteczności internetowych działań firmy jedynie wskaźnikami sprzedaży. Internet bowiem to nie tylko nowy kanał sprzedaży i nowa jakość w obsłudze klienta. To także niezastąpione medium promocji. Jednak tak jak strony internetowe potrafią bardzo dobrze spełniać swoje zadania marketingowe, tak internetowa reklama napotyka w postaci owej nieskrępowanej, anarchistycznej wolności użytkownika sieci, wielkiego wroga. Nic tak bardzo nie irytuje internauty jak wyskakujące okienka, poltergeisty¹⁰ czy spam i robi on wszystko, aby się od nich uwolnić, co jest naprawdę bardzo proste. Reklama internetowa stoi zatem wobec wyzwania – skoro człowieka nie da się w świecie wirtualnym do niczego zmusić (a więc też do oglądania przekazów reklamowych również), trzeba sprawić, żeby sam chciał się na ten przekaz wystawić. Tutaj zaczyna się kariera marketingu wirusowego, który jest w dziedzinie reklamy prawdziwą „wyższą szkołą jazdy”. Wyjątkowo piękne, zabawne, kontrowersyjne lub inspirujące reklamy przesyłane przez internautów mają szansę dotrzeć do rzesz odbiorców, którzy wcale nie będą bronić się przed ich odbiorem. Tak skonstruowany przekaz reklamowy nie funkcjonuje w świadomości jego odbiorców jako reklama właśnie (nie krzyczy kup mnie! kup mnie! kup mnie!), ale jednocześnie bardzo silnie i pozytywnie kształtuje wizerunek marki. W Internecie, w którym wszystko zmienia się zawrotnym tempie, a kreatywność i innowacja są najbardziej poszukiwanym dobrem, reklama łamiąca stereotypy, trochę szalona i niestandardowa ma szansę być zauważona.

Internet może być zatem dla firmy doskonałym środowiskiem, ale jedynie kiedy odpowiednio zbalansuje się działania podejmowane za jego pomocą. Nie ma sensu inwestować w źle zrobioną stronę internetową lub topić pieniądze w kampaniach, które mogą nie mieć szans być zarejestrowane przez naszą grupę docelową. Ale odpowiednio skonstruowana strategia obecności w Internecie wykorzystująca mocne, a obchodząca szerokim łukiem słabe strony sieci jako środowiska dla przedsiębiorczości, może stać się kluczem do sukcesu firmy. Można zaryzykować stwierdzenie, że kiedy Internet coraz szerzej wkracza w nasze życie, a nasze życie w coraz większej ilości sytuacji przenosi się do Internetu, przedsiębiorczość internetowa stanie się tak samo naturalna jak sklepik za rogiem.

MAŁGORZATA FUGIEL-KUŹMIŃSKA

Wszechnica Uniwersytetu Jagiellońskiego

Autorka tego artykułu jest koordynatorem projektu „E-businesswoman: jak rozwijać własną firmę przy pomocy narzędzi internetowych” realizowanego przez Wszechnicę Uniwersytetu Jagiellońskiego w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego Rozwoju Zasobów Ludzkich, działanie 1.6.a „integracja i reintegracja zawodowa kobiet”. Więcej informacji o tym i innych projektach Wszechnicy UJ można znaleźć pod adresem: www.wszechnica.uj.edu.pl

¹⁰ Gate keeper w teorii komunikowania oznacza osobę lub grupę kontrolującą przepływ informacji w mediach. Gate keeperzy mają wpływ na to, jakie informacje z jaką częstotliwością mają szansę pojawić się w mediach. Stąd gate keeperzy wpływają na kształt debaty publicznej i tzw. ustalanie porządku dziennego (czyli tego, co odbiorców mediów aktualnie zajmuje, o czym „się mówi”).

¹¹ Plottergeist to rodzaj reklamy internetowej polegającej na tym, że w trakcie ładowania np. strony internetowej pojawia się pełnoekranowa reklama, której nie można zamknąć. Reklama zwykle po kilku sekundach znika. Zwykle jest interaktywna, tj. klikając w nią przenosimy się na stronę reklamowanego produktu, firmy itp.

1 maja 2004 roku Polska stając się członkiem Unii Europejskiej, przystąpiła również do jej Rynku Wewnętrznego, którego reguły – zapisane przede wszystkim w traktatach założycielskich – gwarantują m.in. swobodę przepływu pracowników, swobodę świadczenia usług i zakładania przedsiębiorstw. Zalecenie Komisji nr 2003/361/WE z dnia 6.05.2003 dotyczące definicji mikroprzedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw wprowadza następujące rozróżnienie:

możliwe jest na zasadach analogicznych jak w ramach UE, ze względu na członkostwo tych państw w Europejskim Obszarze Gospodarczym (EOG). Zgodnie z regulacją traktatową, założenie przedsiębiorstwa na terenie innego kraju członkowskiego odbywa się zgodnie z prawem państwa, na którego terenie przedsiębiorca zamierza otworzyć działalność, przy czym zakazana jest wszelka dyskryminacja – zarówno jawna jak i ukryta – wobec obywateli państw obcych (tzw. zakaz dyskryminacji

wą świadczenia może być nie tylko umowa o pracę, lecz np. umowa cywilnoprawna (umowa o dzieło, umowa zlecenia). Osoby prowadzące już działalność w Polsce mogą w innym państwie Unii otworzyć przedsiębiorstwo podległe (czyli tzw. spółkę-córkę), oddział lub przedstawicielstwo. Osoba, która chce założyć nowe przedsiębiorstwo w krajach UE musi działać zgodnie ze szczegółowym trybem tworzenia i prowadzenia działalności gospodarczej w ramach Rynku Wewnętrznego Unii Europejskiej regulowanym przez odpowiednie przepisy krajowe każdego z państw członkowskich. Państwo, na terenie którego podejmowana i prowadzona jest działalność gospodarcza nie może przedsiębiorców z innych krajów Unii traktować gorzej, niż traktuje własnych. Każdy w ramach Rynku Wewnętrznego podlega tzw. zasadzie traktowania narodowego, która oznacza, że np. przedsiębiorca polski, który zakłada i prowadzi swoją firmę w Danii, powinien być traktowany tak samo, jakby był przedsiębiorcą duńskim. Przedsiębiorcę z Polski obowiązują zatem te same regulacje prawne dotyczące np. kwestii prowadzenia księgowości, opodatkowania, ochrony środowiska, prawa pracy, czy bhp itd., jakie odnoszą się do przedsiębiorców miejscowych. Zasada swobody przedsiębiorczości zapisana w art. 43 TWE zakłada, że osoby fizyczne mają zagwarantowaną możliwość przemieszczania się pomiędzy Państwami Członkowskimi (tzw. transgraniczna zmiana miejsca pobytu) wraz z prawami towarzyszącymi, w szczególności prawem wjazdu, pobytu oraz pozostania w Państwie Członkowskim pewien czas po zakończeniu działalności. Przedsiębiorca świadczący usługi transgraniczne nie ma obowiązku posiadania siedziby (np. biura) na terenie państwa, gdzie ma być świadczona usługa, nie musi mieć tam również stałego miejsca zamieszkania. Prawo to zostało potwierdzone w orzecznictwie Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości: sprawa C-205/84 Komisja przeciw RFN; sprawa C-279/80 Webb, sprawa C-355/98 Komisja przeciw Belgii; sprawa C-33/74 Van Binsbergen. Usługodawca nie musi posiadać nawet szczególnej formy prawnej (Sprawa C-439/99 Komisja Europejska przeciw Włochom).

Niniejszy artykuł miał na celu jedynie zasygnalizowanie podstaw, które powinny być wzięte pod uwagę przez MSP, przy planowanej działalności. W przypadku podjęcia decyzji co do kierunku działań i państwa w którym te działania będą realizowane, konieczna jest szczegółowa analiza zarówno pod względem prawnym jak i biznesowym. ■

BOGDAN FISCHER, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UJ

WSTĘPNE ZAGADNIENIA PRAWNE DZIAŁALNOŚCI MŚP W KRAJACH UE

Średnie przedsiębiorstwa: Liczba pracowników średniorocznie mniej niż 250, obroty roczne (netto) mniejsze lub równe 50 mln Euro albo suma bilansowa mniejsza lub równa 43 mln Euro.

Małe przedsiębiorstwa: Liczba pracowników średniorocznie mniej niż 50, obroty roczne (netto) mniejsze lub równe 10 mln Euro albo suma bilansowa mniejsza lub równa 10 mln Euro.

Mikro przedsiębiorstwa: Liczba pracowników średniorocznie mniej niż 10, obroty roczne (netto) mniejsze lub równe 2 mln Euro albo suma bilansowa mniejsza lub równa 2 mln Euro.

Kwalifikator, umożliwiający obliczenie danych pozwalających na właściwe zaliczenie własnego przedsiębiorstwa jako małego, średniego lub też mikro, dostępny jest na stronie PARP pod adresem <http://www.parp.gov.pl/kwalifikator/index.html>.

Celem wprowadzonej swobody przedsiębiorczości jest przede wszystkim „zagwarantowanie swobody wyboru miejsca prowadzenia działalności gospodarczej na terytorium WE przez osoby fizyczne i przedsiębiorstwa” (J. Barcz, Swoboda przedsiębiorczości, w: Prawo Unii Europejskiej. Prawo materialne i polityki. Warszawa 2003, s.79).

Zgodnie z regulacją traktatową swoboda ta obejmuje w szczególności prawo do podjęcia i wykonywania działalności na własny rachunek oraz zakładania i zarządzania przedsiębiorstwem, prawo do tworzenia agencji, oddziałów lub filii. Art. 43 Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską (Dz. Urz. WE z 2002 r., C 325, s.33) dalej TWE, obowiązujący Polskę od 1 maja 2004 r. gwarantuje m.in. możliwość podjęcia oraz prowadzenia działalności gospodarczej w każdym z krajów Unii, a także w nienależących do UE, Norwegii, Islandii i Lichtensteinie. Prowadzenie działalności gospodarczej w tych ostatnich krajach

lub nakaz traktowania narodowego). Należy także zauważyć, iż prowadzenie własnego przedsiębiorstwa na podstawie swobody przedsiębiorczości wiąże się ze spełnieniem wszystkich wymagań ustanowionych w państwie przyjmującym dla własnych obywateli, podczas gdy wykonywanie działalności na podstawie swobody świadczenia usług nie jest obciążone takimi restrykcjami. Dlatego też istotne jest rozgraniczenie pomiędzy przedsiębiorczością a świadczeniem usług. Zasadniczą różnicą pomiędzy przedsiębiorczością a świadczeniem usług jest wymóg stałości odnoszący się do swobody przedsiębiorczości. Oznacza to, iż przedsiębiorca powinien posiadać na terenie państwa przyjmującego określoną instalację (np. biuro, magazyn) potrzebną do prowadzenia działalności danego typu. Dla odróżnienia świadczenia usług wiąże się z wykonywaniem działalności w sposób jedynie przejściowy. Co prawda w tym ostatnim przypadku nie jest wykluczone posiadanie w państwie przyjmującym pewnej instalacji (np. pomieszczeń biurowych), lecz musi ona być odpowiednia do czasowego (przejściowego) charakteru działalności. Konieczne jest także rozróżnienie swobody przedsiębiorczości i świadczenia usług od swobody przepływu pracowników. Przedsiębiorczość i świadczenie usług polega na samodzielnym prowadzeniu, na własny rachunek i na własną odpowiedzialność, bez jakiegokolwiek podporządkowania w odniesieniu do wyboru działalności, warunków pracy i wynagrodzenia, określonej działalności. Wynagrodzenie jest płatne bezpośrednio do osoby prowadzącej taką działalność. Natomiast pracownikiem, czyli osobą, do której nie odnoszą się przepisy o przedsiębiorczości i świadczeniu usług, jest każdy kto świadczy pracę, będąc podporządkowanym poleceniom pracodawcy; przy czym podsta-

JADWIGA ŻURAD *



„Business Park Zawila”



innowacyjne podejście do przedsiębiorczości

Pomysłodawcą stworzenia Zielonego Parku Przedsiębiorczości (ZPP) w południowo-zachodniej części Krakowa była firma Alstar, której prezes zainicjował założenie Stowarzyszenia Zielona Strefa Przedsiębiorczości „Business Park Zawila” („BPZ”). Park zajmuje powierzchnię około 80 ha. Na jego terenie działa 100 firm produkcyjnych, usługowych i handlowych, w których zatrudnienie znajduje ponad półtora tysiąca osób. Powstała organizacja za priorytet stawia sobie zarządzanie pierwszym w Krakowie ZPP w taki sposób, aby stał się on atrakcyjnym terenem pod inwestycje oraz przyjaznym miejscem zamieszkania i rekreacji. Działania przedsiębiorców ukierunkowane są na rewitalizację obszaru, w którym on się znajduje, szczególnie na rozwój przedsiębiorczości oraz ochronę środowiska. Członkowie Stowarzyszenia chcą rozbudowywać strefę zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, wykorzystując w swych inwestycjach najnowocześniejsze, innowacyjne technologie. Wierzą, iż realizacja wspólnych projektów na rzecz ochrony środowiska przyczyni się do obniżenia negatywnego oddziaływania firm na środowisko naturalne i może jednocześnie przynieść wymierne korzyści ekonomiczne.

Pojęcie innowacyjności jest bardzo bliskie interesom przedsiębiorców z Business Parku. Już sama idea partnerskiej współpracy firm, poprzez ich udział w projekcie ZPP, zasługuje na miano innowacyjnego przedsięwzięcia (na chwilę obecną istnieje w Polsce tylko dwanaście ZPP). Warto dodać, iż w krajach lepiej rozwiniętych niż Polska, projekt ten cieszy się znacznie

większą popularnością – jest często wykorzystywany jako instrument podnoszący atrakcyjność inwestycyjną terenów z jednoczesną poprawą stanu ich środowiska naturalnego.

O to, czym jest innowacyjność dla przedsiębiorców należących do „BPZ”, zapytałam Janusza Kotynię – prezesa Stowarzyszenia. – *Innowacyjność oznacza dla mnie wprowadzanie nowatorskich idei, stosowanie urządzeń, które wykorzystują najnowocześniejsze osiągnięcia technologiczne. Bardzo ważne jest, aby wynikiem zastosowania tych rozwiązań były bezpośrednie korzyści zarówno ekonomiczne, jak i środowiskowe. W szczególności mam tu na myśli możliwość oszczędności zużycia surowców naturalnych oraz redukcję zanieczyszczenia środowiska* – tłumaczy Kotynia.

– *Jako przykład innowacyjnej technologii stosowanej na terenie „BPZ” można podać energooszczędny system wentylacji mechanicznej – tzw. rekuperatory* – mówi Kotynia. – *W mojej firmie przygotowujemy obecnie projekt, który już zdobył klasę innowacyjności. Jego realizacja wiąże się z zastosowaniem m.in. baterii słonecznych do podgrzewania wody, czy też pomp ciepła wraz z układem rekuperatorów. Będą one pozwalały na odzysk ciepła z wentylacji i wykorzystanie go do ogrzewania wody.*

Pozostali członkowie „BPZ” również są otwarci na proekologiczne idee i stopniowo przekonują się do podjęcia współpracy w zakresie ich urzeczywistniania. Firma Intercera planuje w tym roku wykorzystanie alternatywnych źródeł energii poprzez kolektory słoneczne oraz wiatrak. W nowopowstających obiektach coraz większą wagę przywiązuje się do oszczędnego go-

spodarowania surowcami, energooszczędności np. poprzez doświetlanie umieszczonymi w dachu świetlikami (skylight).

Janusz Kotynia zwraca uwagę na istotny aspekt technologii innowacyjnych, jakim są koszty ich wdrażania: – *Istnieje wiele innowacyjnych urządzeń, pozwalających na oszczędność surowców naturalnych. Wymagają one jednak zainwestowania znacznie większych środków pieniężnych, jak również ich zwrot kapitałowy jest dłuższy. Mimo wszystko uważam, iż są to inwestycje „bezpieczne” i z całą pewnością opłacalne. Można prognozować, że coraz szybszy wzrost tempa eksploatacji surowców naturalnych, przełoży się na równie szybki wzrost ich cen w najbliższej przyszłości. Dlatego też uważam, że przyszłością przedsiębiorczości są innowacyjne technologie, nastawione na oszczędność energii i wody oraz minimalizację oddziaływania na środowisko.*

W przypadku prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce, podejściem z całą pewnością innowacyjnym jest przestrzeganie zasad zrównoważonego rozwoju. Termin „zrównoważony rozwój” – powszechnie znany i wcielany w życie na Zachodzie, wciąż jeszcze pozostaje obcy dla większości polskich przedsiębiorców.

„BPZ” aktywnie uczestniczy w popularyzacji tej idei. Potwierdza to chociażby fakt wysunięcia przez prezesa Stowarzyszenia inicjatywy organizacji konferencji: „Zielona Strefa Przedsiębiorczości Business Park Zawila – krok w stronę zrównoważonego rozwoju”, która odbyła się na terenie krakowskiego ZPP w grudniu ubiegłego roku.

Globalizacja i rosnące społeczne oczekiwania sprawiają, że przetrwanie na rynku jest możliwe jedynie dzięki ciągłemu doskonaleniu oraz efektywnemu wykorzystywaniu własnego potencjału, jednak bez zbytnej ingerencji w naturalną równowagę środowiska. Pamiętają o tym przedsiębiorcy z ulicy Zawilej w Krakowie, którzy sukcesywnie zmiierają w kierunku zrównoważonego prowadzenia działalności gospodarczej ich firm. Prezes „BPZ” wierzy, iż stopniowa realizacja innowacyjnych przedsięwzięć, będzie przynosiła coraz cenniejsze rezultaty: – *Liczę na to, że dzięki wymianie informacji oraz wzajemnych doświadczeń, coraz łatwiej będzie nam korzystać z nowoczesnych technologii. Mam nadzieję, iż członkowie naszego Stowarzyszenia stosujący w swych firmach technologie innowacyjne znajdą wkrótce swoich naśladowców, a dobre pomysły będą realizowane.*

JADWIGA ŻURAD

www.zawila.org.pl ; strefa@zawila.org.pl

* studentka IV roku Inżynierii Środowiska AGH, absolwentka IX edycji kursu „Challenges of Sustainable Development in Poland”; jadwiga-zurad@wp.pl

MARIUSZ KIELAR

Designerzy zdrowej przyszłości



Pen insuliny - seria Humalog/Humulin
Źródło: www.ideo.com



Detektor Verigene™ ID
Źródło: www.ideo.com



Memorial Leighton Heart & Vascular Center
Źródło: www.qualityoflife.org/heart/

SPARC, Mayo Clinic
Źródło: www.ideo.com



Branża wzornictwa przemysłowego, podobnie jak większość dziedzin naszego życia, ulega dynamicznym przemianom, czasem wręcz rewolucjom, zaskakując nas niejednokrotnie coraz to bardziej wymyślniejszymi formami nadawanymi przedmiotom codziennego użytku. Dzięki twórczej pasji ich projektantów stają się one praktyczniejsze, lepiej spełniają stawiane wymagania użytkowe, są po prostu bardziej przyjazne dla użytkowników.

Wiele z projektowanych i wdrażanych obecnie innowacji użytkowych znajduje swe zastosowanie w najrozmaitszych obszarach naszej rzeczywistości, w tym również w szeroko rozumianej opiece zdrowotnej. Służąc nie tylko do bezpośredniego ratowania zdrowia i życia pacjentów, sprawiają, że ich życie staje się bardziej wygodniejsze, bardziej normalne, szczególnie w okresie prowadzonej diagnostyki, trwającego procesu leczenia, czy późniejszej rehabilitacji. Dynamiczny postęp w tym zakresie widoczny jest zwłaszcza na rynku aparatury diagnostycznej, urządzeń medycznych, systemów obrazowania oraz systemów dostarczania leków.

Dobrym przykładem takich właśnie udogodnień jest chociażby coraz popularniejszy wśród diabetyków tzw. pen insuliny (np. seria Humalog/Humulin), dzięki któremu możliwe jest efektywniejsze oraz bardziej komfortowe z punktu widzenia pacjenta, dawkowanie insuliny. Spektakularnymi osiągnięciami w projektowaniu form użytkowych o specjalistycznym przeznaczeniu mogą pochwalić się zespoły designerskie pracujące przy projekcie Verige-

ne™ ID – kompaktowym, wysokoczułym detektorze służącym do identyfikacji bakterii, wirusów oraz mutacji genetycznych odpowiedzialnych za powstawanie i rozwój wielu procesów chorobowych.

Na osobną kategorię funkcjonalności użytkowej w zakresie infrastruktury budowlanej składają się śmiałe i nowatorskie rozwiązania architektoniczne adaptowane już w niektórych placówkach medycznych. Tytułem przykładu w lutym 2005 roku w USA została otwarte Memorial Leighton Heart & Vascular Center, w projektowaniu którego od samego początku uczestniczyli pacjenci oraz ich rodziny. W ośrodku nie brakuje takich udogodnień, jak np. zlokalizowany w centralnym miejscu ogród z dostępem do sieci Internet, czy też stylizowana na latarnię morską poradnia RTG z nadmorską scenografią na ścianach i plażowymi krzesłami w poczekalni. Te oraz inne rozwiązania designerskie dają pacjentom możliwość przeniesienia się w miejsca, w których pragną się znaleźć i w których nie czują się sprawiającym ciągłe kłopoty bezosobowym personelem.

Podobne cele przyświecały projektantom, którzy przekształcili oddział medycyny wewnętrznej w Mayo Clinic (Rochester, USA) w laboratorium innowacji klinicznej – miejsce rozwijania i testowania nowych koncepcji klinicznych, w którym personel będzie próbował przewidywać i kształtować optymalne standardy opieki nad pacjentami. Zmodyfikowana powierzchnia laboratoryjna oddana do użytku w lipcu 2004 roku została wykonana w ramach projektu SPARC (See, Plan, Act, Refine, Communicate), który został zainicjowany z myślą o zapewnieniu najlepszej możliwej opieki dla pacjenta poprzez optymalizację zastosowanych rozwiązań architektonicznych.

To tylko niektóre przykłady zastosowania idei nowatorskiego wzornictwa przemysłowego w sektorze opieki zdrowotnej. I choć w Polsce najprawdopodobniej jeszcze długo poczekamy na ich powszechne aplikacje, pocieszający jest fakt, iż nie tylko najlepiej opłacani designerzy z krajów rozwiniętych swoją twórczą pracą udowadniają starą prawdę, że pomysłowość ludzka naprawdę nie ma granic.

MARIUSZ KIELAR, Klub Eureka

Doktorant na Wydziale Lekarskim CM UJ

Punkt informacyjny Inter Get-Up



ul. Kordylewskiego 11, 31-542 Kraków
VII piętro, pok. 710

W Punkcie Informacyjnym
uzyskają Państwo informacje na temat:

**Warunków i możliwości prowadzenia
działalności gospodarczej**

**Możliwość nawiązania współpracy
z przedsiębiorcami z regionu, kraju
oraz Unii Europejskiej**

**Instytucji świadczących usługi doradcze
dla firm nowopowstających**

**Szkoleń i warsztatów skierowanych
do młodych przedsiębiorców**

**Ulg oferowanych dla przedsiębiorców
nowopowstających**

**Pozyskiwanie funduszy
na współfinansowanie działalności**

Usługi oferowane przez punkt informacyjny są bezpłatne

Możesz
Stać się
Przedsiębiorcą
Innowacyjnym

Kontakt:

tel.: (012) 299-06-83

e-mail: intergetup@umwm.pl

innowacyjna.malopolska@umwm.pl

www.intergetup.org

www.malopolskie.pl